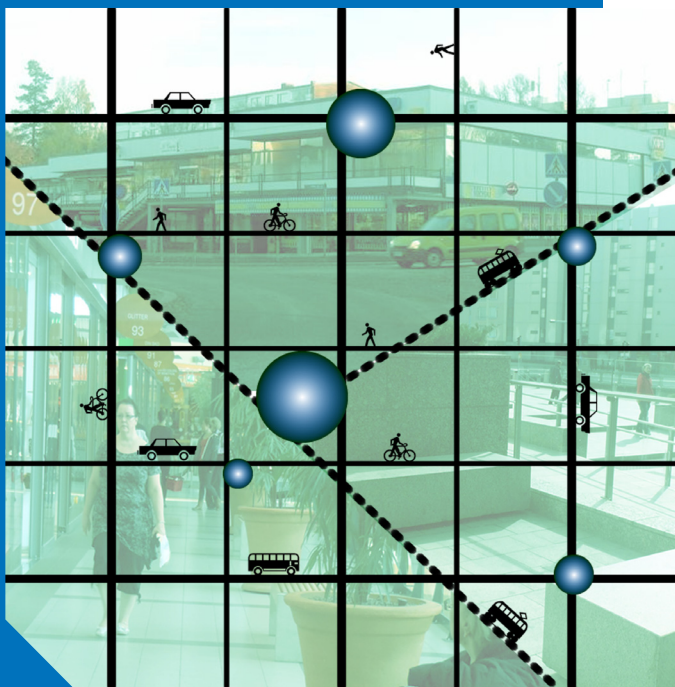


Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa

Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen ja Simo Syrman (toim.)



Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa

**Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi
Nenonen ja Simo Syrman (toim.)**

Aalto-yliopiston julkaisusarja
TIEDE + TEKNOLOGIA 11/2012

© Kirjoittajat

ISBN 978-952-60-4738-6 (printed)

ISBN 978-952-60-4737-9 (pdf)

ISSN-L 1799-487X

ISSN 1799-487X (printed)

ISSN 1799-4888 (pdf)

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-4737-9>

Graafinen suunnittelu: Simo Syrman ja Maija Jokela

Käännös: Luvun 2.5 käännös Maija Jokela

Unigrafia Oy
Helsinki 2012

Author

Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen ja Simo Syrman (toim.)

Name of the publication

Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa

Publisher School of Engineering

Unit Department of Real Estate, Planning and Geoinformatics

Series Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 11/2012

Field of research

Abstract

This research is based upon a three level model of a network city. It forms a structural framework for, firstly, scrutinizing the networks of urban form through morphological analysis; secondly, weighting different retail concepts and their possibilities to increase diversity; and thirdly, analysing the mobility choices of various consumer groups with the help of survey and locational data. The analysis brings forward the systemic dynamism of a network city and the systemic interdependence of urban networks, retail locations and consumer mobility choices. At the same time, the importance of functional diversity in the urban system is emphasized as the guarantee for sustainability and vitality of the system.

The imperfect understanding of the systemic dynamism and diversity of the urban development in the urban planning and managing of the retail location is the main cause behind the increasing car dependence of the urban form and inequality between areas. The concept of a neighbourhood shopping mall was created as a centre in a static hierarchical urban model, and thus the possibilities for a neighbourhood mall to adapt to changing functional and spatial needs were neglected, especially from the point of view of shopping centre and real estate management. On the other hand the public planning of retail locations relies in norms and a hierarchical planning system, which makes it hard to react to changing retail dynamics. There is no proper channel of discussion between planners and commercial actors.

We propose in this report a new model of cooperation for retail location planning, that is based upon local trading zones between urban planners, commercial actors and consumers/users. Two tools are also introduced as boundary objects in these trading zones: the dynamic simulation model of urban development for urban planners, and the evaluation tool of sustainable usability of a shopping centre for shopping centre managers.

Keywords network governance, accessibility, car dependence, simulation model, sustainability indicator

ISBN (printed) 978-952-60-4738-6		ISBN (pdf) 978-952-60-4737-9	
ISSN-L 1799-487X	ISSN (printed) 1799-487X	ISSN (pdf) 1799-4888	
Location of publisher Espoo		Location of printing Espoo	Year 2012
Pages 248		urn http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-4737-9	

Tekijä

Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen ja Simo Syrman (toim.)

Julkaisun nimi

Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa

Julkaisija Insinööritieteiden korkeakoulu**Yksikkö** Maankäyttötieteiden laitos**Sarja** Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 11/2012**Tutkimusala****Tiivistelmä**

Tutkimus pohjaa kolmitasoisien verkostokaupungin malliin. Se toimii jäsentävänä kehyksenä, kun ensinnäkin tarkastellaan kaupunkirakenteen verkostoja morfologisen analyysin valossa, toiseksi kaupan konsepteja ja niiden erilaistumisen edellytyksiä ja kolmanneksi eri kuluttajaryhmien liikkumisvalintoja kysely- ja paikkatiedon valossa. Tarkastelu tuo esiin verkostokaupungin systeemisen dynaamisuuden ja kaupungin verkostojen, kaupan sijaintien ja kuluttajien liikkumisvalintojen systeemiset keskinäisriippuvuudet. Samalla korostuu tämän kaupunkisysteemin toimintojen diversiteetin merkitys systeemin kestävyys- ja elinvoimaisuuden takaajana.

Kaupunkikehityksen systeemisen dynamiikan ja diversiteetin puutteellinen ymmärrys suunnittelussa ja kauppapaikkojen johtamisessa on pitkälti kaupunkirakenteen autoriippuvuuskehityksen ja alueiden eriarvoistumisen syynä. Ostoskeskuskonsepti synnytettiin staattisen hajakeskitetyn kaupunkimallin keskukseksi, jolloin laiminlyötiin ostoskeskusten edellytykset mukautua myöhempiin toiminnallis-tilallisiin muutostarpeisiin erityisesti ostoskeskusjohtamisen ja kiinteistöhallinnan näkökulmasta. Kaupan sijainninhajaus ei puolestaan ole normiohjaukseen ja hierarkkiseen kaavajärjestelmän nojautuessaan mahdollistanut hyvää reagoivuutta kaupan muutosdynamiikkaan, eikä kunnollista keskusteluyhteyttä kaavoittajien ja kaupan toimijoiden välille ole päässyt muodostumaan.

Raportissa ehdotetaan kaupan sijainnin ohjaukseen uutta verkostohallinnan yhteistyömallia, joka perustuu paikallisille vaihdon vyöhykkeille kaupunkisuunnittelijoiden, kaupan toimijoiden ja kuluttajien/käyttäjien välillä. Lisäksi esitellään kaksi työkalua eri toimijoiden koordinoinnin rajaesineiksi tällaisilla vaihdon vyöhykkeillä: kaupunkikehityksen dynaaminen simulaatiomalli kaupunkisuunnittelun työkaluksi ja kaupakeskusten kestävästä käytettävyyden arviointimenetelmä kaupakeskusjohtamisen työkaluksi.

Avainsanat verkostohallinta, saavutettavuus, autoriippuvuus, simulaatiomalli, kestävyysindikaattori

ISBN (painettu) 978-952-60-4738-6**ISBN (pdf)** 978-952-60-4737-9**ISSN-L** 1799-487X**ISSN (painettu)** 1799-487X**ISSN (pdf)** 1799-4888**Julkaisupaikka** Espoo**Painopaikka** Espoo**Vuosi** 2012**Sivumäärä** 248**urn** <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-60-4737-9>

Sisällys

	Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa (KAVERI) -tutkimushanke	9
1	Raine Mäntysalo: Johdanto	11
2	Anssi Joutsiniemi ja Simo Syrman: Monitasoinen verkostokaupunkimalli tutkimuksen tarkastelukehikkona	15
2.1	Sanna Iltanen: Dynaaminen simulaatiomalli	21
2.2	Annuska Rantanen: Kaupan typologinen evoluutio dynaamisissa monitoimijaisissa verkostoissa	32
2.3	Simo Syrman: Kotitalouksien ostosasioinnin suuntautuminen ja siihen vaikuttavat tekijät	46
2.4	Jari Kurri: Pääkaupunkiseudun kauppakeskusmatkat liikennetutkimusaineiston valossa	57
2.5	James Culley: Päivittäistavara-asiointi lähintä supermarketia kauempana	67
2.6	Anna-Maija Kohijoki: Ostopaikan valintaorientaatioon perustuvat kuluttajatyypit - ikääntyvät kuluttajat	78
2.7	Anssi Joutsiniemi ja Simo Syrman: Yhteenveto	90
3	Raine Mäntysalo: Kauppapaikkojen suunnittelu ja johtaminen	92
3.1	Laura Yrjänä: Aukioloajoista ilmastonmuutoksen hillitsemiseen – kaupan sijainnin ohjauksen diskurssit vuosina 1992–2012	95
3.2	Lauri Paavola: Kaupan keskittymien johtaminen	108

3.3	Karitta Laitinen ja Eija Huuhka: Metropoliseudun ostoskeskusrakennusten historiaa ja nykyisyyttä	117
3.4	Karitta Laitinen: Ostoskeskukset metropolialueella – toimialatarjonnasta	138
3.5	Karin Krokfors: Ostoskeskusten kehittämisen edellytykset kiinteistönomistuksen ja johtamisen näkökulmasta	153
3.6	Markku Norvasuo, Terttu Nupponen ja Jukka Hirvonen: Ostoskeskuksen merkitys vetovoimaisen lähion paikalliskeskuksena	164
3.7	Vesa Kanninen: Kauppapaikkojen suunnittelu ja verkostohallinta	177
3.8	Raine Mäntysalo: Yhteenveto	192
4	Suvi Nenonen ja Anssi Joutsiniemi: Kauppapaikkojen suunnittelun ja johtamisen välineet kestävässä verkostokaupungissa	196
4.1	Sanna Iltanen: Kaupunkien dynamiikka ja simulaatiomallit suunnittelun työvälineenä	198
4.2	Renita Niemi, Suvi Nenonen, Kari Nissinen ja Veli Möttönen: Kauppakeskuksen kestäväen käytettävyyden arviointi	206
5	Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen ja Simo Syrman: Yhteenveto ja johtopäätöksiä	223
	Lähteet	231
	Hankkeen julkaisuja	247

Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa (KAVERI) -tutkimushanke

Hankkeen kesto

1.6.2010 – 31.7.2012

Hankkeen vastuullinen johtaja

Raine Mäntysalo, professori

*Aalto-yliopiston insinööritieteiden korkeakoulu, Maankäyttötieteiden
laitos, YTK Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutusryhmä*

Tutkijat

Aalto-yliopiston insinööritieteiden korkeakoulu

YTK Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutusryhmä

Simo Syrman (hankekoordinaattori)

Markku Norvasuo

Vesa Kanninen

Karitta Laitinen

Eija Huuhka

Karin Krokfors

Terttu Nupponen

Jukka Hirvonen

Kiinteistötalouden tutkimusryhmä (REG)

Kauko Viitanen

Arhi Kivilahti

Laura Yrjänä

Lauri Paavola

James Culley

Rakennetun ympäristön palvelut -tutkimusryhmä (BES)

Suvi Nenonen

Renita Niemi

Johanna Alho

Liikennetekniikka

Iisakki Kosonen

Jari Kurri

Tampereen teknillinen yliopisto

EDGE Arkkitehtuuri- ja kaupunkitutkimuslaboratorio

Anssi Joutsiniemi Sanna Iltanen

Annuska Rantanen

Turun yliopisto, Turun kauppakorkeakoulu

Talousmaantiede

Heli Marjanen Anna-Maija Kohijoki

VTT

Oulun yksikkö

Kari Nissinen Veli Möttönen

Hankkeen rahoittajat

Tekes – teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus

Helsingin kaupunki

Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus

Kauppakeskus Mylly Oy

Arkkitehtitoimisto Pekka Helin & Co Oy

Lempäälän kunta

Citycon Oyj

Helsingin yliopiston ylioppilaskunta, HYY Kiinteistöt

1 Johdanto

Raine Mäntysalo, Aalto-yliopisto/YTK

Tässä raportissa esitellään tutkimushankkeen *Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa* (KAVERI) tuloksia. Hankkeessa tutkittiin kestävän kehityksen mukaista kaupan sijoittumista ja kehittämistä monikeskuisessa verkostokaupungissa ja etsittiin keinoja eri kauppapaikkakonseptien - kuten seudulliset kauppakeskukset ja kaupunginosakohtaiset ostoskeskukset - tasapainoiselle rinnakkain ololle. Hankkeessa tarkasteltiin verkostokaupungin kauppapaikkoja sekä taustoittavan kaupunkiseudun rakenteellisen ja suunnittelullisen viitekehyksen että kaupan keskittymien johtamisen lähitarkastelujen kautta.

Tekesin Kestävä yhdyskunta -ohjelmaan sisältynyt kaksivuotinen (2010–2012) hanke kokosi yhteen laajan tutkimusryhmän, joka koostui pääosin kahdesta aiemmasta kauppakeskuksia tutkineesta ryhmästä:

- *KOKKKA-tutkimusryhmä, joka muodostui aiemman Tekes-hankkeen Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkirakennetta (KOKKKA) tutkijoista kooten yhteen tutkijoita Aalto-yliopiston maanmittaustieteiden laitoksen kiinteistötalouden tutkimusryhmästä (REG), Aalto-yliopiston yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksesta (YTK), Tampereen teknillisen yliopiston arkkitehtuuri- ja kaupunkitutkimuksen laboratoriosta (EDGE) ja Turun kauppakorkeakoulusta;*
- *USAB-tutkimusryhmä, joka muodostui aiemman Tekes-hankkeen Käytettävä kauppakeskus (USAB) tutkijoista kooten yhteen tutkijoita Teknillisen korkeakoulun (myöh. Aalto-yliopiston) rakentamistalouden laboratoriosta (BES-tutkimusryhmä) ja Valtion teknillisen tutkimuskeskuksen (VTT) Oulun yksiköstä.*

KAVERI-hankkeessa oli mahdollista hyödyntää näiden hankkeiden tuottamia aineistoja (erit. KOKKKA-kuluttajakysely) ja jalostaa eteenpäin niissä kehitettyjä menetelmiä (erit. USAB-hankkeen kauppakeskusten kestävän käytettävyyden indikaattoreiden kehitystyö) samalla, kun ne tuotiin yhteen KAVERI-hankkeessa työstetyn yhteisen käsitteistön, systeemisen näkökulman ja verkostokaupunkianalyysin viitekehyksen puitteisiin.

Hankkeeseen kytkettiin myös vuonna 2009 käynnistynyt ympäristöministeriön Lähiöohjelman rahoittama *Monikulttuurinen, vetovoimainen lähiö* -hanke omana työpaketinaan (MOVE). Näin KAVERI-hankkeessa tarkasteltuun ostoskeskusproblematiikkaan voitiin liittää myös ajankohtainen maahanmuuton ja lähiöiden monikulttuuristumisen tematiikka.

KAVERI-hankkeen tavoitteena oli kehittää suunnittelun ja johtamisen työkaluja yhdyskuntasuunnittelijoille sekä kaupan johdolle, käyttäjille ja rakennuttajille – edistään näiden osapuolten keskinäistä kommunikointia ja intressien yhteensovittamista, kun yhteisenä normatiivisena viitekehystenä on kestävä ja autoriippuvuudelle vaihtoehtoja tarjoava yhdyskuntarakenne, kaupan sijoittuminen ja kulutuskäyttäytyminen.

Lähtökohdat

Kaupan rakennemuutos on vaikuttanut siihen, että lähiöiden keskellä sijaitsevat ostoskeskukset ovat taantuneet kilpailussa palveluiden sijoittumisesta. Kaupan ja palveluiden uudemmat konseptit, kuten kauppakeskukset, ovat vieneet markkinaosuutta ostoskeskusten kaltaisilta pienemmilta toimijoilta. Kaupan toimintaedellytyksiä lähiö- tai kaupunginosatasolla heikentää osaltaan julkisten lähipalvelujen karsinta ja keskittäminen suurempiin yksiköihin kuntatalouden säästöjen ja kuntarakenneuudistuksen nimissä. Kestävän kehityksen tavoitteiden mukaista olisi kuitenkin luoda myös ostoskeskusten tapaisille keskeisillä paikoilla toimiville pienemmille yksiköille hyvät toimintaedellytykset. Niiden elinvoimaisuuden kasvamisella olisi merkittävät ulkoisvaikutukset koko lähialueelle. Nykytilanteessa seudullisten kauppakeskusten ja esikaupunkien ostoskeskusten välillä tuntuu vallitsevan epätasapaino: kauppakeskukset menestyvät ostoskeskusten ja niitä ympäröivien lähialueiden elinvoimaisuuden kustannuksella. Samaan aikaan lähiöihin kohdistuu merkittäviä haasteita, kuten ikärakenteen vinoutuminen ja lisääntyvä maahanmuutto ja sen myötä tapahtuva lähiöiden monikulttuuristuminen. Uhkana on esikaupunkialueiden sosioekonominen eriarvoistuminen, mitä ostoskeskusten taantuminen osaltaan kiihdyttää.

Kaupan rakenteen ja asioinnin voimistuva yksipuolistuminen yhä suuremman kokoluokan kauppakeskuksiin taajamarakenteen liepeille tai ulkopuolelle taas muokkaa yhdyskuntarakennetta yhä autoriippuvaisemmaksi ja heikentää kestävän asioinnin ja tasapuolisen saavutettavuuden edellytyksiä. Samalla kaupunkirakenteen sisälle jää tilapotentiaalia vajaa-käytölle. Ilmastonmuutoskeskustelu, energiansäästötavoitteet ja päästörajoitteet luovat paineita löytää liikennesuoritetta pienentäviä sekä joukko- ja kevyttä liikennettä suosivia ratkaisuja palvelujen sijoittamisessa yhdyskuntarakenteeseen. Tämä muokkaa myös kuluttajien asenteita lähiasiointia suosivammaksi. Toisaalta pitkät työmatkaetäisyydet edelleen määrittävät ihmisten liikkumista koko kaupunkiseudun skaalaan ulottuvaksi. Keskeistä on löytää tähän seudulliseen liikkuvuuteen kestäviä ratkaisuja kaupan seudullista rakennetta kokonaisvaltaisesti tarkastellen ja

verkostokaupunkinäkökulmaa hyödyntäen. Tarvitaan myös tietoa siitä, miten kuluttajat liikkuvat ja tekevät liikkumismuotoa ja kauppapaikkaa koskevia valintojaan kauppapaikoissa asioidessaan.

Kaupunkirakenteen ja sen kaupallisten palvelujen uudelleenjärjestymisen haasteiden hahmottaminen edellyttää myös historiallista näkökulmaa kaupunkisuunnittelun kehitykseen kaupan sijainninohjauksen osalta. 1950–70-lukujen hajakeskitettyä ja hierarkkista kaupunkimallia lähiöineen ja niiden ostoskeskuksineen seurasi 1980–2000-lukujen markkinaorientoitunut suunnittelu ja kaupan keskittyminen yhä suurempiin yksiköihin kehä- ja sisääntuloteiden varrelle ja niiden risteyksiin, usein erilleen kaupunkirakenteesta. Tässä tutkimuksessa verkostomainen kaupunkirakenne hahmotuu uusimpana kehitysvaiheena, jossa tunnistetaan edellisten kehitysvaiheiden kerrostumat kaupunkirakenteessa. Voidaanko niiden välille luoda uusia yhteyksiä eri mittakaavaisten alueellisten keskusten erilaistumista tukien ja monitoimijaisista verkostohallintaa edistäen?

Raportin sisältö

Raportti jakautuu kolmeen lukuun sekä tulokset ja johtopäätökset kokoaavaan lukuun. Tutkimukselle analyttistä viitekehystä muodostava *kolmitasoinen verkostokaupungin malli* esitellään seuraavassa luvussa (*luku 2*). Se toimii jäsentävänä kehyksenä, kun *ensinnäkin* tarkastellaan kaupunkirakenteen verkostoja morfologisen analyysin valossa, *toiseksi* kaupan konsepteja ja niiden erilaistumisen edellytyksiä ja *kolmanneksi* eri kuluttajaryhmien liikkumisvalintoja kysely- ja paikkatiedon valossa. Kolmitasoinen verkostokaupungin malli tuo nämä tarkastelut samaan kehikkoon. Samalla luvun johtoviestinä myöhempien lukujen tarkastelulle välittyvä ymmärrys verkostokaupungin systeemisestä *dynaamisuudesta* ja kaupungin verkostojen, kaupan sijaintien ja kuluttajien liikkumisvalintojen systeemisistä keskinäisriippuvuuksista. Samalla korostuu tämän kaupunkisysteemin toimintojen *diversiteetin* merkitys systeemin kestävyuden ja elinvoimaisuuden takaajana.

Luvussa 3 keskitytään kauppapaikkojen suunnittelun ja johtamisen kysymyksiin tarkastelua historiallisesti taustoittaen. Historiallinen tarkastelu paljastaa kaupunkikehityksen dynamiikan, jonka puutteellinen ymmärrys suunnittelussa ja kauppapaikkojen johtamisessa on pitkälti nykyisten ongelmien syynä. Ostoskeskuskonsepti synnyttiin staattisen hajakeskitetyn kaupunkimallin keskukseksi, jolloin laiminlyötiin ostoskeskusten edellytykset mukautua myöhempiin toiminnallis-tilallisiin muutostarpeisiin erityisesti ostoskeskusjohtamisen ja kiinteistöhallinnan näkökulmasta. Kauppakeskuksissa mukautuvuudelle muuttuviin tarpeisiin on tältä osin huomatt-

tavasti paremmat edellytykset. Kaupan sijainnin ohjaus ei puolestaan ole normiohjaukseen ja hierarkkiseen kaavajärjestelmän nojautuessaan mahdollistanut hyvää reagoivuutta kaupan muutosdynamiikkaan, eikä kunnollista keskusteluyhteyttä kaavoittajien ja kaupan toimijoiden välille ole päässyt muodostumaan. Tuloksena on ollut kaupan keskittymiskehitystä autoriippuvuutta lisäävällä tavalla. Luvun 3 lopuksi esitellään kaupan sijainnin ohjaukseen uusi verkostohallinnan yhteistyömalli, jossa kehitetään paikallisia *vaihdon vyöhykkeitä* kaupunkisuunnittelijoiden, kaupan toimijoiden ja kuluttajien/käyttäjien välille.

Luvussa 4 esitellään kaksi työkalua eri toimijoiden koordinoinnin *raja-esineiksi* tällaisilla vaihdon vyöhykkeillä, toinen kaupunkisuunnittelun yhteistyöalustoille, toinen kauppakeskusjohtamisen. Luvussa 2 esiteltiin kolmitasoiseen verkostokaupunkikäsitykseen pohjaava kaupunkikehityksen dynaaminen simulaatiomalli toimii yhteistyöalustana kaupunkisuunnittelijoiden ja kaupan toimijoiden välillä, kun kaupan hankkeiden kaupunkirakenteellisia sijoittamisvaihtoehtoja yhteisesti ennakoidaan niiden kaupunkirakenteellisten ja saavutettavuusvaikutusten simuloinnin avulla. *Kauppakeskusten kestävästä käytettävyydestä arviointimenettely* on puolestaan yhteistyöväline kauppakeskusjohdon ja kauppakeskuksen käyttäjien (vuokralaiset ja kuluttajat) välillä.

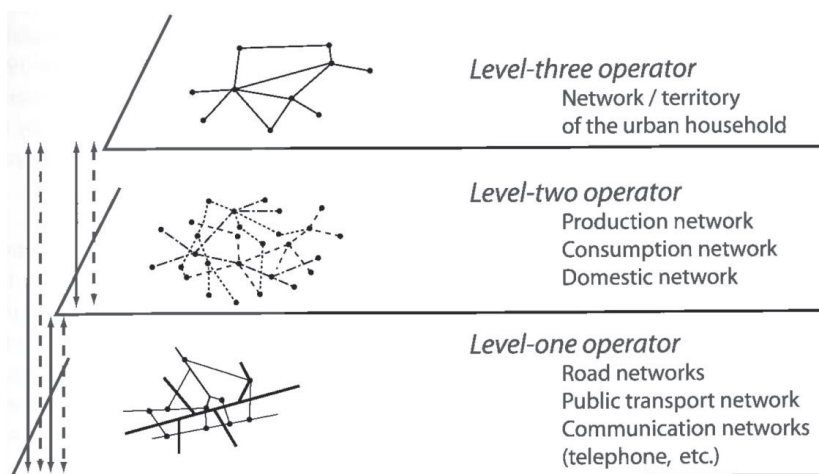
Raportin *päätösluvussa* kootaan hankkeen tulokset yhteen ja tehdään johtopäätöksiä kauppapaikkojen ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen kestävyysedistämisen mahdollisuuksista ja keinoista kolmitasoisesta verkostokaupungin analyttisestä ja tulkinnallisesta viitekehystä vasten. Kun tähän viitekehukseen sisältyvät systeemisen dynamiikan ja keskinäisriippuvuuksien sekä diversiteetin ominaisuudet ottaa vakavasti, on sillä merkittäviä vaikutuksia sille, millaisina kaupan ja kaupunkirakenteen suunnittelun sekä kauppapaikkajohtamisen tehtävät ja tavoitteet sekä toimijoiden yhteistyön luonne ja tätä edistävät työkalut mielletään.

2 Monitasoinen verkostokaupunki-malli tutkimuksen tarkastelukehikkona

*Anssi Joutsiniemi, Tampereen teknillinen yliopisto/EDGE
& Simo Syrman, Aalto-yliopisto/YTK*

Suomalaisten kaupunkiseutujen kehityksen ymmärtämiseksi 2000-luvun kuluessa vakiintunut verkostokaupunkitarkastelu jatkaa Euroopassa noin kymmentä vuotta aiemmin alkanutta keskustelulinjaa (Sieverts 1997/2003, Graham & Marvin 2001, Ylä-Anttila 2010). Huomattavaa on, että näille tuoreille verkoston käsitteeseen nojaaville kaupungin tulkintatavoille on yhteistä niiden sisäisten toimijoiden monimutkaisiin keskinäisiin vuorovaikutussuhteisiin perustuva dynamiikka. Kaupunkia ei enää edes fyysisen rakenteensa puolesta nähdä pysyvänä ja hallittujen suunnitteluratkaisuiden kautta muuttuvana pysyvänä rakenteena. Pikemminkin on kyse eri mitta-kaavaisten inhimillisten ja luonnon prosessien vuorovaikutuksesta syntyvästä mukautuvasta ja itseorganisoituvasta kokonaisuudesta, joka asettaa myös suunnittelukäytännöille uudentyyppisiä haasteita. (Baccini & Oswald 1998, 2003.)

Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa -tutkimushankkeessa verkostokaupunki ymmärretään ja sitä tarkastellaan kolmitasoisena vuorovaikutustasojen järjestelmänä, joka muodostuu (1) infrastruktuurin, (2) tuotannon ja kulutuksen sekä (3) yksilöiden ja kotitalouksien toiminnallisista verkostoista. Ajattelutapa on lainattu ranskalaisen kaupunkiteoreetikon Gabriel Dupuyn 1990-luvun alun ensimmäisistä yrityksistä ymmärtää kau-



Kuva 1. Verkostokaupungin tasot (Dupuy 1991 cit. Dupuy 2008)

punkiseutujen muutoksen keskinäisiä vuorovaikutussuhteita (Dupuy 2008). Dupuyn alkuperäisen tarkastelun lähtökohtana oli yritys ymmärtää informaatio teknologian mukanaan tuomien muutoksien vaikutusta yhdyskuntarakenteeseen ja se oli luonteeltaan pikemminkin deskriptiivinen kuin analyttinen. Ajatus on esitetty yksinkertaistetusti kuvassa 1.

Tässä tutkimuksessa olemme soveltaneet Dupuyn tarkastelutapaa varsin konservatiivisesti ja pyrkineet rakentamaan uudenlaista kokonaisymmärrystä suomalaisen kaupunkisuunnitteluun. On ilmeistä, että Dupuyn alkuperäisiä digitalisoituvan yhteiskunnan kehityskulkuja seuraten yhdyskuntarakenteen kokonaiskuva olisi vielä huomattavasti herkkäliikkeisempi ja epästabiilimpi. Toisaalta on kuitenkin muistettava, että sosiaalinen ja kulttuurinen inertia sekä jo toteutuneen fyysisen yhdyskuntarakenteen pysyvyys ovat osaltaan potentiaalisia kehityskulkuja voimakkaasti vakiinnuttavia. Olennaisempaa tässä onkin ollut kattavan kokonaiskuvan luominen kuin dynaamisen kokonaisuuden taustaolettamuksilla spekulointi.

Tämän tutkimuksen näkökulmasta Dupuyn tarkastelutavan hienous on siinä, että se mahdollistaa lukuisien itsenäisinä tutkimusaloina esiintyneet suuntauksien yhteenliittämisen. Eri teoreettiset tarkastelutavat yhdyskuntarakenteen suunnittelusta ja sen operatiivisista malleista (*spatial interaction modelling*) talouden sijaintiteoriaan (*location theory*) ja aikamaantieteeseen (*time geography*) voidaan Dupuyn kehikossa nähdä saman systeemisen¹ kokonaisuuden erilaisina abstraktioina.

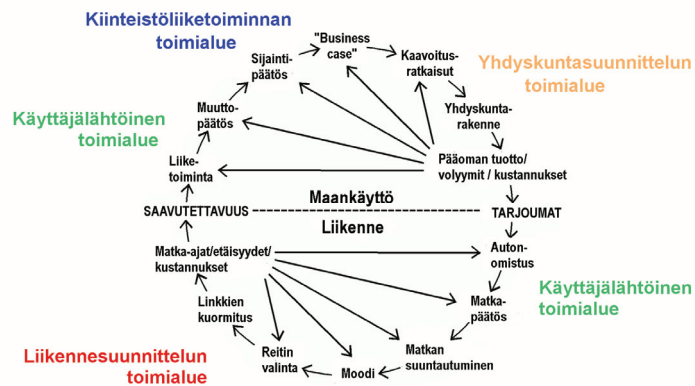
Perusajattelutavaltaan Dupuyn kolmitasomalli on siis sijoitettavissa systeemiteoreettisten mallien joukkoon. On helppo huomata, että ajattelutapa voidaan kytkeä edelleen itseorganisoitumista ja kompleksisia adaptiivisia systeemejä² koskeviin teorioihin. Myös yhdyskuntasuunnittelussa yhteenkytkeytyneet tarkastelutasot noudattavat omaa muutoslogiikkaansa, joka pyrkii toimijoidensa valintojen kautta adaptoitumaan muilla tarkastelutasoilla tapahtuvan muutoksen kanssa. Dupuyn kolmitasomalli pakottaa tarkastelemaan liian usein itsenäisiksi osasysteemeiksi hajaute-

¹ Systeemi on yhteen kytkeytyneiden osien muodostama joukko, jonka jokainen osa voi itsessään olla systeemi ja joka voidaan kokonaisuudessaan käsittää osana laajempaa systeemiä. (McLoughlin 1969, Bertalanffy 1969/2006) Tämä jo systeemiteorian alkuaikoina syntynyt käsitys systeemien sisäkkäisyydestä ja vuorovaikutuksesta on vain harvoin päätyntä yhdyskuntasuunnittelun käytäntöihin kovin laajasti.

² Kompleksisten adaptiivisten systeemien teoria (Complex Adaptive Systems, CAS) on 1980–90-luvuilla kehittynyt väljästi määriteltävissä oleva Santa Fe Instituteen kytkeytyvä koulukunta, joka laajentanut systeemiteorian ajattelutapaa systeemiteorian toisiinsa kytkeytyneiden osien näkökulmasta. Määritelmän mukaan kriittinen ero koskee alkuperäisen teorian sovelluksissa muuttumattomiksi jääneitä systeemin rakennusosia.

tun toimijajoukon muodostamaa kokonaisuutta ja oikeastaan vaati niiden keskinäisten vuorovaikutussuhteiden tunnistamista ja tunnustamista.

Kolmitasoisessa kehyksessämme ensimmäisen tai alimman systeemitason muodostaa kaupunkirakenteen fyysinen infrastruktuuri, joka muodostaa pysyvimmän, mutta samalla muutoksiensa osalta rajuimman muutosimpulssin. Yhdyskuntasuunnitteluun tämä luo uudenlaisen haasteen, joka voidaan havaita ohessa esitetystä kaaviosta (kuva 2), jossa Dupuyn hahmottelemia vuorovaikutuksia on kuvattu yhdyskuntarakenteen mallinnuksessa yleisesti käytetyn liikenne-maankäyttösyklin muodossa. Kuvaan on nimetty kaksi käyttäjälähtöistä toimialuetta, joista toinen liikkumispreferensseihin perustuva kohdistuu Dupuyn mallin tasolle 3 ja toinen liiketoimintapreferensseihin perustuva mallin tasolle 2.



Kuva 2. Liikenteen ja maankäytön vuorovaikutussyklejä sekä eräitä suunnittelun toimialueita (Wegener 2005, sit. Joutsiniemi 2010a).

Muutoksen mittakaavan hallinnan haasteellisimman osan muodostaa tarkasteltavien mukautumisprosessien ajallinen erilaisuus ja toimijoiden keskinäinen koordinoimattomuus. Tätä kuvatun kaltaista dynaamista vuorovaikutusta ei voida nähdä yksinkertaisena optimointitehtävänä, koska mallissa yksittäisinä tasoina esiintyvät tarkastelutavat eivät ole sisäiseltä logiikaltaan muuttumattomia. Voidaan esimerkiksi ajatella, että yhdyskunnan fyysisen rakenteen muutoksessa on alimmalla tasolla tapahtuvien muutostoimenpiteiden kanssa käynnissä sisäinen toimijoiden keskinäistä rakennetta koskeva muutos, jossa keskeisimpänä muutosajurina on keskinäiseen kilpailusuhteeseen mukautuminen. Muutoksien teko samanaikaisesti eri tasoilla johtaa keskinäisen adaptoitumisen toisiaan vahvistavaan vaikutukseen, jossa suunnittelija helposti näyttäytyy kuin omaa häntäänsä jahtaavana koirana.

Yleistäen voidaankin todeta, että kompleksista järjestelmää ei voida optimoida yrittämällä optimoida sen yksittäisiä osia. Osaoptimointi pikemmin-

kin kasvattaa osatekijöiden keskinäistä erilaisuutta ja kiihdyttää muiden osasysteemien muutosprosessia. Tämän kaltaisia keskinäisistä vuorovaikutuksista lähteviä dynaamisia kehityskulkuja voidaan kuitenkin ymmärtää mallinnuksen ja simuloinnin kautta ja mahdollisia muutostoinenpiteitä siten suhteuttaa havaittuun kokonaisdynamiikkaan.

Tutkimusosiot verkostokaupungin kontekstissa

Tutkimuksessamme suunnittelun dynamiikkaan liittyy yhdyskunnan infrastruktuurin (taso 1) lisäksi myös kysymys kaupan (taso 2) ja kuluttajan (taso 3) suhteesta. Tässä luvussa Sanna Iltasen ja Annuska Rantasen painotus on kaupan ja kuluttajuuden muovaamassa kaupunkirakenteessa. Iltanen mallintaa kaupan palveluverkon kehitystä ja Rantanen kuvaa kaupan typologioiden evoluutiota. Simo Syrman, James Culley, Anna-Maija Kohijoki ja Jari Kurri tarkastelevat yksityisiä kuluttajia. Syrman keskittyy ostosmatkojen suuntautumiseen erikoiskaupassa ja Culley päivittäistavarakaupassa. Kohijoella tarkastelu suuntautuu tulevaisuudessa yhä suurempaan ikääntyvien kuluttajien ryhmään ja Kurri valaisee ostosmatkojen kulkutapoja ja matkaketjuja. Kuvasta 3 käy ilmi eri kirjoittajien näkökulman sijoittuminen kaupunkirakenteen kolmitasoiseen verkostomalliin.

Kauppa ja kuluttaja eivät toimi yksin kaupunkitilassa, vaan toimintaympäristö on pitkälti julkisen vallan säätelemää. Julkisen vallan toimintaan ei tässä luvussa keskitytä erityisesti. Kaupan ohjauksen ja johtamisen kysymyksiin keskitytään luvussa 3. Sen sijaan koko luvun näkökulman kannalta merkittävä on infrastruktuuriverkoston vaikutus ja interaktio kaupan ja kuluttajien mahdollisuuksiin ja valintoihin. Perusinfrastruktuuri, erityisesti tieverkosto, on hyvin riippuvainen julkisen päätöksenteon prosesseista. Kaavoitus määrittelee Suomessa niin infrastruktuurin rakentamista kuin eri toimijoiden sijaintipäätöksiä.

Infrastruktuurin ja liikenteen asema on aina ollut tärkeä sijaintivalinnoissa ja kaupunkirakenteessa (Fishman 1990), mutta viime vuosikymmenien kehitys vaatii nostamaan sen entistä keskeisemmäksi myös kuluttajan ja kaupan suhteen määrittelyssä. Perinteisesti julkisen vallan mahdollisuudet sääntelyyn eri keinoin ovat olleet hyvät hallintoalueen, esimerkiksi kunnan, sisällä. Kaupan sijaintia ovat rajoittaneet liikenteen kustannukset ja markkina-alue on ollut varsin rajattu. Myös kuluttaja on ollut nykyistä vahvemmin paikkaan sidottu.

Infrastruktuuriverkoston kehittyminen ja erityisesti yksityisautoon perustuvan liikkuvuuden vallankumouksellinen kasvu on muuttanut asetelmaa siten, että julkisen vallan hallintoalueiden rajat ovat menettäneet

merkitystään. Rajojen sijaan esimerkiksi tieverkoston rakenne määrittelee kaupan ja kuluttajan toimintaa. Kaupan toimijoiden on mahdollista pidentää logistisia ketjuja ja laajentaa markkina-alueitaan. Liikkuvan kuluttaja valinnanvapaus puolestaan kasvaa, kun saavutettavissa olevien ostospaikkojen määrä moninkertaistuu. Siinä missä hallintoalueiden käsitteellinen merkitys korvautuu infrastruktuuriverkostoilla, kaupan ja kuluttajien staattiset sijainnit korvautuvat suhteellisella sijainnilla asiakkaiden ja tavaroiden virroissa ja henkilö- ja talouskohtaisissa arkiliikkumisen verkostoissa.

Taulukko 1. Kaupunkitilan toimijoiden staattinen ja dynaaminen luonne.

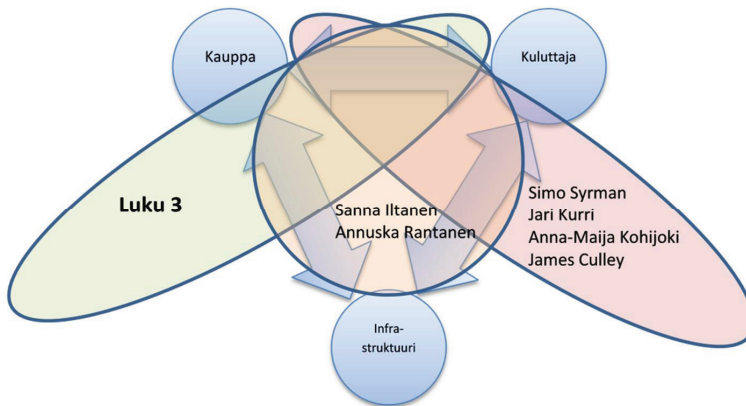
	Staattinen luonne	Dynaaminen luonne
Julkinen valta	hallintoalue	infrastruktuuri
Kaupallinen toimija	kauppapaikka	asiakas- ja logistiikkavirrat
Kotitalous	asuinpaikka	arkiliikenne, mobiliteetti

Kolmitasoisessa verkstomallissa kuluttajakäyttäytymistä kuvataan aikamaantieteen käsittein. Kotitalouden verkosto muodostuu yksilöiden tila-aika-poluista, eli liikkumisesta kaupunkitilassa tietyn aikaraamin sisällä (Hägerstrand 1970). Aikamaantieteen formaaleilla käsitteillä on pyritty havainnollistamaan liikkuvuuden lisääntymisen mahdollisuuksia ja rajoitteita yksilön elämänvalintojen kannalta. Erityisen käyttökelpoisia käsitteitä ovat Hägerstrandin mainitsemat, tila-aika-polkua muovaavat rajoitteet: kyky-, kytkentä- ja auktoriteettirajoitteet.

Kykyrajoitteet liittyvät toimintasäteen pituuteen. Yksi tärkeimmistä kykyrajoitteista on käytettävissä oleva kulkutapa. Kytkeäntärajoitteet liittyvät tarpeeseen olla tiettyssä paikassa tiettyyn aikaan. Aikamaantieteellinen kyky- ja kytkentärajoitteiden interaktio havainnollistaa hyvin autonomistuksen erojen merkityksen: useamman henkilön taloudessa yhden auton hyödyntäminen vaatii suunnittelua kuljettajan, matkustajien ja ajoneuvon kytkemisessä toisiinsa. Auktoriteettirajoitteet liittyvät nimensä mukaisesti viranomaisten ohjaukseen. Nyky-yhteiskunnassa yksilöiden liikkumiseen puututaan vain poikkeustapauksessa, mutta huomattavaa on, että kaupan sijainninohjauksessa on merkitys tavaroiden ja palveluiden liikkumisesta tila-aika-avaruudessa.

Infrastruktuuriverkostojen huomioiminen kaupan ja kuluttajan suhdetta tutkiessa korostuu, kun viitekehys on kuluttajien todellisessa liikkumisessa väylien ja informaatioverkostojen muovaamassa yhdyskuntarakenteessa. Iltanen ja Rantanen ottavat tieverkoston ja kuluttajien lisääntyneen liikkuvuuden huomioon analyysissään. Syrman ja Culley kiinnittävät huomiota kuluttajien toimintasäteen pituuteen, millä on selvä yhteys liikkuvuuden

kykyrajoituksiin. Kohijoella ja Kurrilla korostuvat myös kytkentärajoitteet ja niiden puute, kun huomio on matkaketjuissa ja sosiaalista kontaktia arvostavissa eläkeläisissä.



Kuva 3. Luvun 2 kirjoittajien suhteutuminen kaupan, kuluttajien ja infrastruktuuriverkostojen vuorovaikutukseen.

2.1 Dynaaminen simulaatiomalli

Sanna Iltanen, Tampereen teknillinen yliopisto/EDGE

Luku esittelee kaupan tilallista itseorganisoitumista simuloivan dynaamisen mallin. Tietokonepohjaisen simulaatiomallin kehitystyö tähtää uuden tyyppiseen suunnittelun apuvälineeseen, jonka avulla voitaisiin ymmärtää aiempaa paremmin kaupan sijoittumista kaupunkirakenteessa dynaamisena kokonaisuutena staattisen lähestymistavan sijaan. Tutkimushankkeessa simulaatiomallista kehitetty versio, eräänlainen protomalli, ei ole vielä sellaisenaan valmis työkalu suunnittelijoiden digitaalisille työpöydille. Sen avulla pystytään kuitenkin osoittamaan miten suhteellisen suuria paikkatietoaineistoja voidaan prosessoida dynaamisena kokonaisuutena ja miten niistä voidaan tuottaa suunnittelua hyödyttävää tietoa.

Simulaatiomallin rakenne noudattaa johdantoluvussa esiteltyä Dupuy'n kolmitasoisista verkostokaupunki-kehystä (Dupuy 1991), mallin avulla pyritään tarkkailemaan kolmen verkostotason vuorovaikutussuhteita. Tarkastelun kohteena on erityisesti kaupan yksiköiden sijoittuminen ja ryhmittyminen kaupunkiseudun mittakaavassa. Kaupunkikehityksen jatkuvasti muutuva ja kompleksinen luonne, joka korostuu erityisesti kaupallisella alalla, on nostanut esiin uusia paradigmoja ja suunnitteluongelmia parin viime vuosikymmenen aikana. Kaupan sijaintilogiikka on karannut vallinneiden suunnitteluperiaatteen tavoittamattomiin. Kauppa ei kilpailutilanteen ja kasvaneen mobiliteetin vuoksi ole sopeutunut hierarkkisen hajakesittämisen luomiin ylhäältä alaspäin suunnattuihin viranomaislähtöisiin ideaaliin rakenteisiin. Kaupan toimijat etsivät jatkuvasti uusia toimintojen sijainteja ja muotoja suhteellista kilpailuetua saavuttaakseen. Tämä jatkuva sopeutumisprosessi synnyttää kehitysdynamiikan, jonka ymmärtäminen nykyisillä suunnittelun menetelmillä ja analyysivälineillä on haastavaa. Erityisen haasteellisia näistä kaupunkikehityksen dynaamisista ilmiöistä tekee niiden monimutkaisuuden lisäksi niiden kompleksinen vuorovaikutus. Kompleksisuudella erotuksena monimutkaisuudesta tarkoitetaan tässä yhteydessä systeemin ominaisuuksia, jotka eivät ole pääteltävissä tarkastelemalla vain systeemin osia erillisinä ja irrallaan kokonaisuudesta. Kompleksiselle systeemille tyypillistä on, että osien väliset kytkökset, eivät osat sinänsä, määrittelevät systeemin luonteen. Se on enemmän kuin osiensä summa. Viimeistään 1990-luvulta alusta lähtien kompleksisuusparadigma on vahvistunut ja vakiinnuttanut asemansa myös kansainvälisessä kaupunkitutkimuksessa (mm. Portugali 1999, Batty 2005), vaikka ilmiöt sinänsä

on toki havaittu ja niistä on kirjoitettu jo paljon ennen varsinaisen kompleksisuusteorian tai paradigman vakiintumista (mm. Jacobs 1969, Schelling 1978, Allen 1981). Myös tässä luvussa esiteltävän simulaatiomallin taustalla kompleksisuusparadigman lähestymistapa on keskeinen, kun tarkastellaan paikallisesta vuorovaikutuksesta syntyvää laajempaa dynamiikkaa.

Kompleksisuusparadigman esille nostamat ongelmanasettelut ovat luoneet tarpeita uusille suunnittelutyökaluille, kun perinteiset suunnittelun menetelmät eivät ole onnistuneet vastaamaan uusien näkökulmien mukanaan tuomiin haasteisiin. Etenkin kansainvälisessä tutkimuksessa simulaatiomallien hyödyntämistä on tarjottu yhdeksi käyttökelpoiseksi välineeksi pureutua kaupunkikehityksen kompleksisuuteen (mm. Batty 2005). Simulaatiomallit ovat tietokoneohjelmia, jotka pyrkivät jäljittelemään jonkin systeemin toimintaa pelkistetyllä tasolla. Niitä käytetään useilla tieteenaloilla luonnontieteistä ekonomiaan ja yhteiskuntatieteisiin. Arkisena esimerkkinä simulaatiomallien hyödyntämisestä voidaan mainita vaikkapa sääennusteet, jotka perustuvat ilmakehän numeeriseen mallintamiseen. Simulaatiomalleille tyypillistä on, että niitä käytetään kuvaamaan tilanteita ja systeemejä, joissa analyttinen ratkaisu ei ole mahdollinen – kuten esimerkiksi juuri kompleksisissa systeemeissä. Seuraavissa kappaleissa esitellään hankkeessa kehitetyn simulaatiomallin taustoja, toimintaperiaatteita sekä simulaatioiden hyödyntämismahdollisuuksia tarkemmin. Luvussa 4.1 käsitellään puolestaan hieman yleisemmin dynaamisten mallien käyttöä suunnittelun apuvälineenä ja keskustellaan lisäksi rajoitteista, joita mallien kanssa työskentelyyn liittyy.

Simulaatiomallin viitekehys

Vaikka uudet tulkinnot kaupunkikehityksen kompleksisuudesta ovat vielä suhteellisen tuoreita eivätkä ole laajasti jalkautuneet akateemisista keskusteluista suunnittelun käytäntöön, on kaupunkikehitystä pyritty kuvaamaan erilaisin mallein jo 1950-luvulta lähtien. Tietokoneet ja digitaalinen tekniikka muodostivat ne työvälineet, joilla formaalien mallien kehittäminen oli mahdollista. Tämä sidonnaisuus on merkittävästi vaikuttanut mallien kehitykseen sekä laitteiden teknisten ominaisuuksien että ohjelmointimenetelmien muutosten kautta. Mallinnuksen kehityshistorian kuluessa on myös tapahtunut merkittävä muutos, kun mielenkiinnon painopiste on siirtynyt makrotasolta mikrotasolle. Populaatioiden keskiverto-ominaisuuksien sijasta on siirrytty tarkastelemaan yksilöiden ominaisuuksia ja käyttäytymistä. Myös tilaa koskeva tieto on yhä hienojakoisempaa: laajempia osa-alueita koskevasta tiedosta on voitu siirtyä tontti-, rakennus-

ja katusegmenttikohtaisen tiedon tasolle. Kasvanut laskentakapasiteetti on mahdollistanut suurien tietomäärien prosessoinnin ja graafisten menetelmien kehitys on kasvattanut visualisoinnin merkitystä. Olio-ohjelmointi on tukenut agenttipohjaista lähestymistapaa, jota sovelletaan myös hankkeessa kehitetyssä simulaatiomallissa. Agenttipohjaisissa malleissa vuorovaikutus tapahtuu toimijoiden, siis agenttien, välillä tai niiden reagoidessa ympäristönsä ominaisuuksiin. Agentit eli mallin toimijat voivat olla yhtä hyvin ihmisiä yksilöinä, kotitalouksia tai esimerkiksi yrityksiä. Aiempiin lähestymistapoihin verrattuna agenttipohjainen mallinnusmenetelmä mahdollistaa yksilötason heterogeenisyyden ja diversiteetin huomioimisen formaalisakin määrittelyssä. Makrotason tarkasteluakaan ei uusien menetelmien yhteydessä ole unohdettu, vaan kiinnostus on mittakaavatasojen välisessä dynamiikassa: miten mikrotasolla kuvattava paikallinen vuorovaikutus näkyy makrotason laajemmassa kokonaisuudessa.

Simulaatiomallin rakenne perustuu Dupuy'n kolmitasoiseen malliin, jossa (1) infrastruktuuri, (2) tuotannon ja kulutuksen paikat sekä (3) agenttien toiminta muodostavat kukin oman verkostotasonsa (Dupuy 1991). Infrastruktuuritasoa mallissa vastaa tieverkko, mutta mallin abstrahoitu liikenejärjestelmän kuvaus on tehty siten, että se on suhteellisen helposti laajennettavissa myös muihin liikkumismuotoihin tai yleisempään tilallista saavutettavuutta kuvaavaksi. Tuotannon ja kulutuksen paikkojen verkostoa mallissa edustavat kaupan yksiköt, jotka mallissa voidaan kuvata tietyinä rajattuna typologisena kokonaisuutena. Asiointipäätöksiä tekevät kotitaloudet puolestaan edustavat agenttitasoa luoden kytköksiä keskimmäisen tason toimijoiden välille omista tila-aikapoluistaan. Keskeisenä tavoitteena on mallin avulla luoda yhteydet eri tasojen välille siten, että niiden välistä keskinäistä dynamiikkaa voidaan tarkastella. Saavutettavuus eri näkökulmista on keskeinen simulaatiomallin dynamiikkaan vaikuttava tekijä, minkä lisäksi mallissa on hyödynnetty monia maantieteen vuorovaikutusmallien (spatial interaction models, ks. esim. Wilson & Bennett 1985) periaatteita. Malli lähestyy kaupan dynamiikkaa morfologisena ja tilallisena ilmiönä, minkä vuoksi myös saavutettavuus tulkitaan ensisijaisesti ympäristön rakenteellisena ominaisuutena. Saavutettavuuden eri komponentit – liikenteeseen, maankäyttöön ja yksilöön liittyvät (Geurs & Wee 2004) – on kuitenkin kytketty mallin vuorovaikutussääntöihin, jolloin saavutettavuuden vaikutukset tulevat huomioiduksi Dupuy'n verkostokaupunkimallin jokaisella tasolla.

Hankkeessa kehitetty simulaatiomalli yhdistelee erilaisia teoriaperinteitä mielenkiinnon kohdistuessa erityisesti tilalliseen jakaumaan, joka syntyy kun itsenäisesti toimivat kaupan yksiköt kilpailevat keskenään. Myös kestävyiden eri ulottuvuuksia voidaan mallissa lähestyä kokonaisuutta tarkaste-

lemalla. Kaupan yksiköjen sijoittumista ja jakautumista kaupunkiseudulla voidaan tarkastella sekä ekologisen että sosiaalisen kestävyysnäkökulmista. Taloudellisia kestävyysnäkökuulia voidaan puolestaan arvioida tarkastelemalla kehityspolkujen vakautta ja kaupan yksiköiden typologisessa jakaumassa tapahtuvia muutoksia simulaatioiden edetessä. Agenttipohjaisissa mallissa myös kotitalouksien intentioita kestävyysnäkökuulia voidaan sisällyttää muokkaamalla kotitaloustyyppien parametreja tai vuorovaikutussääntöjä.

Kuten kaikissa malleissa, myös tässä simulaatiomallissa on tehty monia pelkistyksiä. Pelkistykset lisäävät mallin yksinkertaisuutta ja ymmärrettävyyttä sekä lisäävät sen käytettävyyttä simulaatioiden nopeutuessa. Toisaalta mallinnuksessa on löydettävä sopiva tasapaino systeemin diversiteetin riittävän kuvauksen ja edustavuuden näkökulmasta. Pelkistyksiä joudutaan tekemään, koska keskeisenä simulaatiomallin tavoitteena on, että kaupan sijoittumisen problematiikkaa voitaisiin yksittäisten osaongelmien sijaan tarkastella laajempaan vuorovaikutteisena kokonaisuutena.

Mallin toiminnalliset periaatteet

Simulaatiomalli on ohjelmistotyökalu, joka toimii yhdessä Mapinfo-paikkatietosovelluksen kanssa. Ohjelmisto koostuu kahdesta päämoduulista: (1) alustusmoduulista ja (2) simulaatiomoduulista. Alustusmoduuli lukee kaikki syöteaineistot kotitalouksista, kaupan yksiköistä ja liikennejärjestelmästä sekä alustaa mallin. Tämän jälkeen simulaatiomoduuli suorittaa annetun määrän simulaatiosyklejä. Mallin etenemistä havainnollistaa myös kaavio (kuva 1).

Alustusmoduulin ensimmäisessä vaiheessa luetaan malliin paikkatietomuotoiseen tietöaineistoon (tai muuhun vastaavaan kaupunkitilaa kuvaavaan aineistoon) liitetty tieto kotitalouksista ja kaupan yksiköistä. Syöteaineiston tulee olla vakiomuotoinen paikkatietoaineisto, jossa tiedot kotitalouksien ja kaupan yksiköiden tyypeistä ja lukumääristä on sidottu tiesegmenttiin (tai muuhun mallissa käytettävään tilayksikköön). Jokaisessa tiesegmentissä on siis attribuuttitietona kuinka monta kutakin kotitaloustyyppiä ja kaupan yksikkötyyppiä segmentissä sijaitsee. Mallissa agentteina toimivien kotitalouksien ja kaupan yksiköiden muut tiedot puolestaan luetaan erillisistä tekstitiedostoista.

Simulaatioiden kulkuun mallin käyttäjä vaikuttaa valitsemalla ne ”reunaehdot”, joilla simulaatio suoritetaan. Agenttipohjaisissa malleissa simulaatioiden reunaehdot muodostuvat agenttien ominaisuuksista, toimintaympäristön tai alustan ominaisuuksista sekä näiden vuorovaikutussäännöistä. Mallissa nämä ominaisuudet ilmaistaan mallin objektien pa-

rametreina. Reunaehdot ovat yhden simulaation aikana vakioita eikä niitä voida muuttaa. Simulaatiomallien hyödyntäminen perustuukin siihen, että tarkkaillaan miten simulaation tulokset, siis kaupan yksiköiden typologinen ja tilallinen jakauma, muuttuvat kun yhtä tai useampaa reunaehtoaa muutetaan. Esimerkiksi kaupan yksiköiden ns. typologinen avaruus - eli mallissa sallittavien vaihtoehtoisten tyyppien kirjo - ei muutu yhden simulaation aikana. Tämä on pelkistys, joka mallissa on implisiittisenä ominaisuutena. Simulaatiomalleissa on tyypillisesti useita tällaisia rajoitteita, joiden merkityksestä keskustellaan tarkemmin luvussa 4.1. Vaikka monet muutokset tapahtuvat fyysisistä ja yhteiskunnallisista rajoitteista johtuen suhteellisen hitaasti, vaihtoehdot eivät ole täysin staattisia. Todellisuudessa kehityksen reunaehdot saattavat muuttua, esimerkiksi kaupan typologinen evoluutio on jatkuva prosessi, jota Annuska Rantanen käsittelee tarkemmin luvussa 2.2. Hankkeessa kehitetyssä simulaatiomallissa kotitalouksilla ja kaupan yksiköillä on seuraavat parametrit:

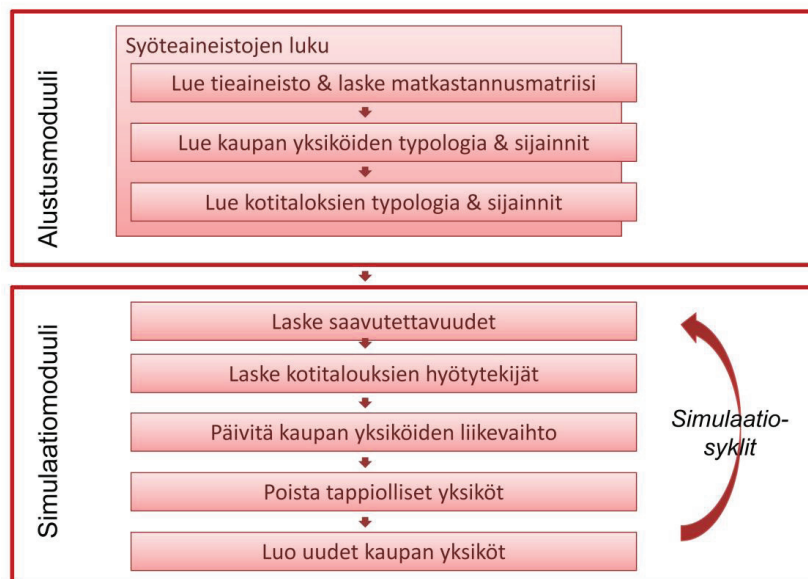
Kotitaloudet:

- kotitalouden ostovoima (eur)

Kaupan yksiköt:

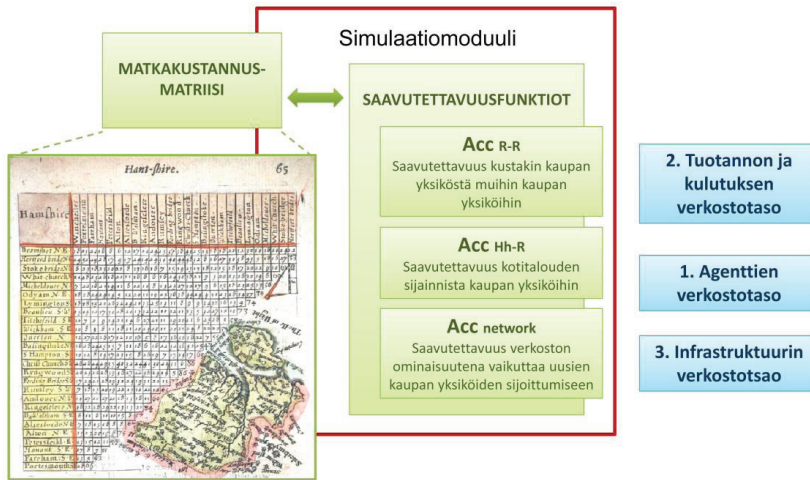
- yksikön päätyyppi (päivittäis-/erikoistavarakauppa)
- yksikön koko (kem²)
- liikevaihtoraja (eur)
- preferoitu sijainti verkostossa (yksikkö riippuu käytettävästä matkakustannuksesta)

Mallin kulku



Kuva 1. Pelkistetty kaavio simulaatiomallin kulusta.

Saavutettavuus mallissa



Kuva 2. Kaavio mallin simulaatiomodulissa käytettävistä erilaisista saavutettavuusfunktioista. Matkakustannusmatriisi noudattaa samaa periaatetta kuin perinteiset ns. etäisyystaulukot, joissa välimatkat esimerkiksi paikkakuntien välillä on ilmaistu taulukkomuodossa. Esimerkkikuvasa välimatkoja Hampshire:ssä (kartan laatinut Mathew Simmons, 1635).

Mallissa käytettävien saavutettavuus- ja hyötytekijöiden matemaattinen esitys

Saavutettavuus kustakin kaupan yksiköstä u muihin kaupan yksiköihin v on määritelty seuraavasti:

$$Acc_{R-R} = A_u = \frac{1}{n} \sum_{v=1}^n T_{uv}$$

missä T_{uv} on matkakustannus yksiköstä u yksikköön v .

Yksikön u klusteroitumisindikaattori on määritelty

$$C_u = c_t A_u$$

missä c_t on kerroin, joka kontrolloi klusteroitumisindikaattorin merkitystä kunkin eri yksikkötyypin osalta. Kaupan yksikön koon vaikutus on määritelty seuraavasti:

$$R_u = s_t S_u$$

missä s_t on kerroin, joka riippuu yksikkötyypistä ja S_u on yksikön koko. Vastaavasti saavutettavuus kotitaloudelle tiesegmentistä i kaupan yksikköön tiesegmentissä j määritellään seuraavasti:

$$Acc_{Hh-R} = A_{ij} = t_t T_{ij}$$

missä t_t on kerroin, joka riippuu yksikkötyypistä ja T_{ij} on matkakustannus segmentistä i segmenttiin j . Lopuksi nämä voidaan yhdistää hyötyfunktioiksi. Hyöty segmentissä i sijaitsevalle kotitaloudelle suhteessa kaupan yksikköön u segmentissä j määritellään:

$$U_u = \frac{C_u R_u}{A_{ij}}$$

Simulaatiosyklin lopussa luotavat uudet kaupan yksiköt sijoittuvat verkstorakenteeseen pohjautuvaan saavutettavuuteen perustuen. Verkoston saavutettavuus kullekin verkoston segmentille i annetulla säteellä R määritellään seuraavasti:

$$Acc_{Network} = A_i = \frac{1}{n} \sum_{t=0}^n T_{ij} \quad (i, j \in R)$$

missä T_{ij} on matkakustannus segmentistä i segmenttiin j .

Lisäksi mallin vuorovaikutussäännöissä, mm. saavutettavuusfunktioissa, on kotitalouden tai kaupan yksikön tyypistä riippuvia tekijöitä. Tiesegmenteissä parametrina on segmentin matkakustannus, jota hyödynnetään niin ikään saavutettavuusfunktioissa. Simulaation edetessä hyödynnetään kolmea erityyppistä saavutettavuustekijää (ks. kuva 2). Näistä ensimmäinen kuvaa saavutettavuutta jokaisesta kaupan yksiköstä muihin kaupan yksiköihin (Acc R-R), mikä indikoi kunkin yksikön klusteroitumisen astetta. Mitä paremmin saavutettavassa sijainnissa yksikkö sijaitsee muihin kaupan yksiköihin nähden, niin sitä suuremmaksi kaupan klusteroituminen ja kaupan kasautumisella saavuttama etu tulkitaan. Seuraavassa vaiheessa kotitalouksille lasketaan hyötytekijä jokaisen kaupan yksikön suhteen, minkä perusteella kotitaloudet suuntaavat asiointinsa. Hyötyfunktio sisältää saavutettavuustekijän (Acc Hh-R), joka perustuu matkakustannukseen kotitalouden ja kaupan yksikön välillä. Saavutettavuuden lisäksi hyötytekijään vaikuttavat kotitalouden ja kaupan yksikön tyyppi. Kunkin kotitalouden tehtyä päätöksensä asiointinsa suuntautumisesta kotitalouden ostovoima ohjataan valituille yksiköille. Kaupan yksiköiden ”liikevaihdot” päivitetään, kun kaikki kotitaloudet ovat tehneet päätöksensä. Jokaisella kaupan yksiköllä on tyyppiin sidottu liikevaihtoraja, joka sen tulee saavuttaa voidakseen jatkaa seuraavalle simulaatiokierrokselle. Jos kaupan yksikkö ei saavuta asetettua liikevaihtorajaa se menee ”konkurssiin” ja poistetaan mallista. Jokaisen simulaatiosyklin lopussa luodaan uudet kaupan yksiköt korvaamaan konkurssiin menneet yksiköt. Uusien yksiköiden sijainti perustuu verkoston saavutettavuuteen (Acc network). Kullakin yksikkötyypillä on parametrina tietty liikkumismittakaava, jonka hyvin saavutettavia sijainteja se suosii. Tämä parametri kuitenkin vaikuttaa vain kaupan yksikön sijoittumiseen liikenneverkolla eli eräällä tavalla pelkistettynä määrittelee kunkin yksikön tyyhin sijaintistrategian. Mallin kotitalouksien asiointipäätöksiin parametrilla ei ole merkitystä, joten kunkin yksikön asiakkaat voivat tulla myös tämän parempana pidetyn saavutettavuusalueen ulkopuolelta. Simulaatiosyklin lopussa muodostuva kaupan yksiköiden sukupolvi alustaa seuraavan simulaatiosyklin. Se koostuu sekä kilpailussa selvinneistä yksiköistä että konkurssiin menneiden tilalle luoduista uusista yksiköistä. Jokaisen simulaatiosyklin lopputilanne tallennetaan ja tallennetuista peräkkäisistä iterointikierroksista muodostuu simulaation kehityspolku.

Ensimmäiset testivaiheen simulaatiot on suoritettu Helsingin seudulla. Malli on rakennettu siten, että se voi hyödyntää useita eri viranomaisten tuottamia paikkatietoaineistoja. Suoritetuissa simulaatioissa malli käyttää syötetietoinaan YKR-aineiston kotitalouksia koskevaa tietokantaa, joka mallia varten on yhdistetty tieverkkoaineistoon. Lisäksi simulaatioissa on

hyödynnetty toimipaikkarekisteriaineistoa, joka sisältää TOL 2008 mukaisen yritysten toimialaan pohjautuvan luokittelun. Toimipaikkarekisteriä on hyödynnetty muodostettaessa kaupan yksiköiden typologinen luokittelu, joka sekin on simulaatioita varten yhdistetty tieverkkoaineistoon. Tieverkkoaineistona on käytetty Suomen Tiestö 2009 aineistoa. Kehitysvaiheessa olevaa mallia on testattu toistaiseksi yllämainituilla aineistoilla, mutta mitään rajoitteita vastaavien muiden aineistojen käyttämiselle ei mallin yleistetystä kuvaustavasta johtuen tiettävästi ole.

Yleisemmällä tasolla rakennettu ympäristö on esitetty mallissa joukkona diskreettejä (eli erillisiä) (tila)yksiköitä, joiden väliset naapuruussuhteet on määritelty. Kun nämä diskreetit yksiköt ja kuhunkin niiden naapuruussuhteeseen liittyvä matkakustannus on esitetty paikkatietomuodossa, voidaan niistä muodostaa matkakustannusmatriisi (travel cost matrix). Malli suorittaa tätä varten laskennan kaikkien tilayksiköiden, esimerkiksi tiesegmenttien, välisistä matkakustannuksista, jotka tallennetaan matriisiin. Matkakustannus tässä yhteydessä voidaan määritellä etäisyytenä joko metreinä, matka-aikana, energiankulutuksena, näiden yhdistelmänä tai muuna sopivaksi katsottuna yksikkönä. Myös yleisempi esitystapa olisi toisenlaista simulaatiopolkua haettaessa mahdollinen, jolloin matkakustannus voidaan esimerkiksi vakioda kaikkien naapuruussuhteessa olevien tilojen välillä. Tähän mennessä suoritetuissa simulaatioissa kaupunkitila on malleissa esitetty topologiseen tieverkkoon perustuen, joissa yksi tiesegmentti (tai katusegmentti) vastaa yhtä diskreettiä yksikköä. Tiesegmentti puolestaan määritellään kahden risteyskohdan väliseksi tieverkon osaksi. Tieverkko voidaan toisin sanoen tulkita graafiksi, jossa tiesegmentit ovat linkkejä ja risteykset noodeja. Diskreetin tilajoukon pohjalta muodostettu matkakustannusmatriisi mahdollistaa kuitenkin erittäin joustavasti myös muun tyyppiset kaupunkiympäristön esitystavat. Ohjelmisto sisältää lisäksi option, joka mahdollistaa matkakustannusmatriisin lukemisen suoraan tekstitiedostosta. Tällöin esimerkiksi joukkoliikenteen, muiden kulkumuotojen tai minkä tahansa numeerisessa muodossa olevan saavutettavuustekijän perusteella muodostettu aineisto voidaan lukea mallin syötetiedostona.

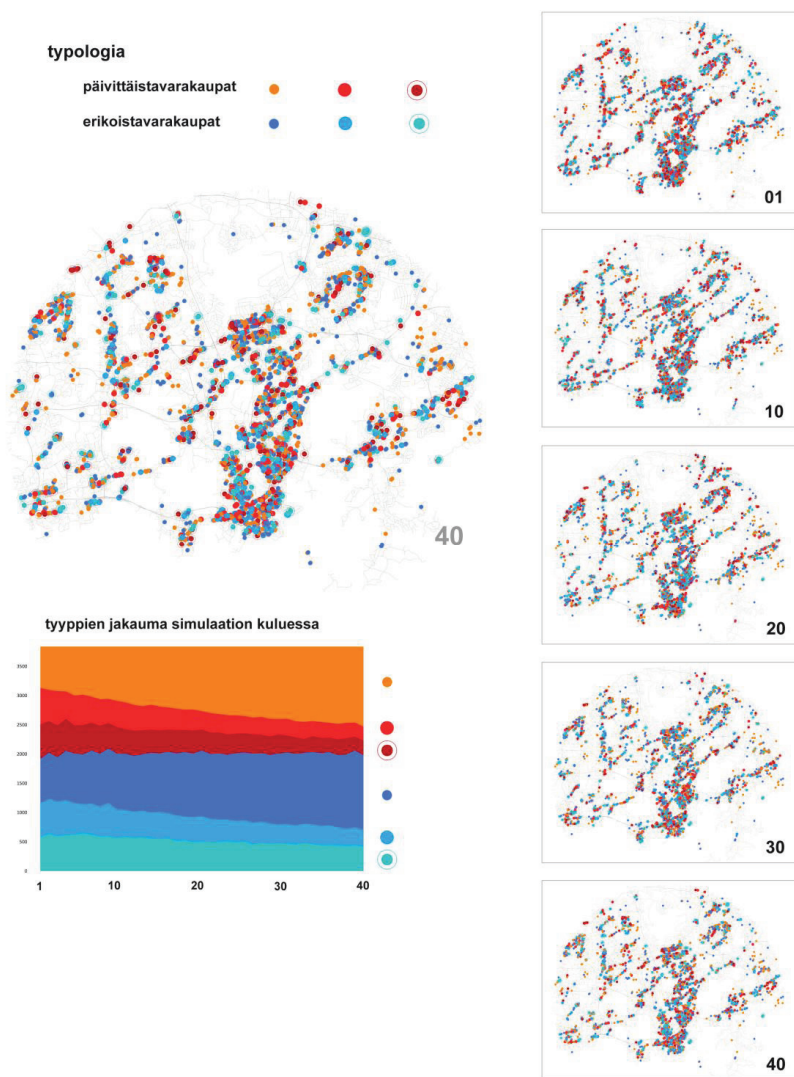
Teknisesti malli toimii 64-bittisessä Windows-ympäristössä yhdessä Microsoft .Net Framework'in ja Mapinfo paikkatieto-ohjelmiston kanssa. Simulaatiomalli muodostuu kahdesta osiosta, joista toinen on ohjelmoitu Mapinfo-ohjelmiston Mapbasic-kielellä (versio 11.0) ja varsinaisen laskentaosuuden suorittava osio C#-ohjelmointikielellä. Simulaation laskenta-aika ja muistin käyttö riippuu aineistojen koosta sekä haluttujen simulaatiokierrosten määrästä. Esimerkiksi 20000 segmentin aineistolla yhden simulaatiosyklin suorittaminen kestää tehokkaalla palvelimella noin

30–40 min ja muistinkulutus on noin 5 GB. Lisäksi simulaatioiden syöteaineistolta vaaditaan tiettyjä vakioituja ominaisuuksia ja kansiorakennetta. Teknisesti mallin käyttöönotto vaatii hyvät perustiedot Mapinfo-ohjelmistosta sekä jonkin verran yleistietoja ohjelmoinnista.

Simulaatiot ja niiden hyödyntäminen

Malli tuottaa simulaatioiden avulla tietoa kaupan dynamiikasta suhteessa kaupunkiympäristön rakenteellisiin ominaisuuksiin sekä kaupan toimijoiden ja kotitalouksien preferensseihin. Mallilla on suoritettu sarja alustavia simulaatioita. Testausvaiheen simulaatioiden perusteella nähdään, että mallin avulla on mahdollista tarkkailla erilaisten reunaehtojen vaikutusta kaupan yksiköiden sijoittumiseen kaupunkiseudulla. Simulaatioiden perusteella voidaan myös havaita, että mallilla pystytään tuottamaan kehityspolkuja, jossa esiintyy variaatioita sekä tilallisen että typologisen jakauman suhteen. Simulaatioiden tuloksia voidaan hyödyntää arvioitaessa vaihtoehtoisia kehityspolkuja kestävyyden kolmen ulottuvuuden – ekologisen, sosiaalisen ja taloudellisen kestävyyden – suhteen. Ekologisen kestävyyden näkökulmasta malli tarjoaa tietoa kunkin tilallisen jakauman asiointimatkojen kokonaismäärästä. Tämän perusteella energian kulutusta voidaan arvioida ainakin siinä määrin, että vertailuja tilallisten jakaumien välillä voidaan suorittaa, vaikka absoluuttisen energiankulutusta ei pystyttäisikään määrittelemään riittävän tarkasti. Lisäksi voidaan tarkastella miten asiointimatkojen kokonaismäärä kehittyy simulaation edetessä. Sosiaalisen kestävyyden näkökulmasta simulaatioita on mahdollista tarkastella vertailemalla kehityspolkuja toisaalta asiointimatkojen kokonaismäärän suhteen ja toisaalta kaupan yksiköiden typologisen jakauman suhteen. Voidaan esimerkiksi tarkastella suppeneeko yksiköiden typologinen jakauma joillakin tietyillä reunaehdoilla tai vaihtoehtoisesti voidaanko löytää reunaehtoja, jotka vaikuttavat typologisen diversiteetin kasvuun. Diversiteetin kehitystä voidaan tarkastella sekä kaupunkiseudun tasolla että pienemmässä mitta-kaavassa. Tällöin voidaan havaita esimerkiksi mahdollinen pienempien osaluueiden erilaistuva kehitys. Kestävyyden taloudellinen ulottuvuus tulee simulaatioissa esille ennen kaikkea kehityksen stabiiliuden tai epästabiiliuden kautta. Vakaampi kehitys kertoo kaupan yksiköiden vakaammasta taloudellisesta asemasta. Typologisen jakauman kehitys kertoo mitkä kaupan yksikkö tyypit menestyvät kullakin reunaehtojen kombinaatiolla. Kuvasarjoissa 3 ja 4 esitetään esimerkkejä erilaisista simulaatioista ja simulaatiotulosten visualisointimahdollisuuksista.

Simulaatiomalli tarjoaa uuden metodologian analysoida kaupunkikehityksen vuorovaikutuksia perinteisten maankäyttö- ja liikennemallien rinnalle. Tutkimuksessa kehitetty malli ei perustu maankäyttö- ja liikennemalleissa käytetylle tasapainoajattelulle vaan mahdollistaa myös epälineaarisen dynamiikan mukaisten kehityskulkujen tarkastelun. Agenttipohjaiset mallinnusmenetelmät mahdollistavat disaggregoitujen, yksityiskohtaisten paikkatietoaineistojen hyödyntämisen vuorovaikutusten tarkastelussa. Agenttien dynamiikkaan pureutuva työkalu mahdollistaa vuorovaikutuksesta syntyvien kumulatiivisten ilmiöiden analysoinnin perinteisiä luonteeltaan staattisia työkaluja paremmin. Tässä esitetyn protomallin saattaminen käytännön suunnittelua palvelevaksi työvälineeksi edellyttää vielä jatkokehitystä.



Kuva 3. Esimerkki simulaatiosta, jossa käytetty pelkistettyä typologiaa: kolmen tyyppisiä päivittäistavarakauppoja ja kolmen tyyppisiä erikoistavarakauppoja. Karttaotteita simulaation eri sykleistä (01, 10, 20, 30, 40) sekä graafina tyyppien jakauman kehittyminen simulaation edetessä.

Keskeisimpiä asioita jatkokehityksen kannalta ovat mm. vakiintuneen kalibrintimenetelmän kehittäminen sekä suuremman diversiteetin käyttöönotto. Diversiteettiä voidaan kasvattaa esimerkiksi lisäämällä keskinäisiä kytköksiä ja strategioita sisältäviä agenttityyppejä. Myös tulosten visualisointitapojen kehittäminen on oleellista mallin käytettävyyden kannalta.



Kuva 4. Kolme esimerkkiä simulaatioiden (A, B, C) tyyppien tilallisesta jakaumasta simulaation lopussa. Simulaatiossa A tuloksena on tilallisesti tasainen jakauma, mutta tyyppi 1:en osalta jakauma on painottunut. Simulaatioissa B ja C tapahtuu selvää klusteroitumista ja alueellista painottumista, mutta niissäkin tyyppien välinen jakauma on erilainen.

2.2 Kaupan typologinen evoluutio dynaamisissa monitoimijaisissa verkostoissa

Annuska Rantanen, Tampereen teknillinen yliopisto/EDGE

Pyrittäessä edistämään kestävästä kehityksestä mukaista kaupaa ja palveluiden sijoittumista erityisesti rakennetun ympäristön kehittämisen strategioilla, on tarkasteltava aluksi, miten nykyinen kauppa kaupungissa toimii. Tässä osiossa käsitellään kaupan typologisia muotoutumisperiaatteita. Kauppatyypit eivät ole konkreettisia myymälöitä, vaan ne ovat luokittelutapoja kuvata toimintatapaa ja liittymistä laajempiin suhdejärjestelmiin. Tarkastelu keskittyy typologian kehittymiseen tiettyjen reunaehtojen vallitessa, ei todellisen palveluverkon muotoutumiseen.

Tutkimusosion näkökulma perustuu luentaan kaupungista kompleksisena, dynaamisena ja itseohjautuvana systeeminä (Roo & Silva 2010). Urbaanissa systeemissä yhdyskuntasuunnittelun, kaupan toimijoiden ja asukkaiden-asiakkaiden strategiat kohtaavat tilassa mahdollistaen toisensa käytäntöjä. Kaupan tilalliset käytännöt syntyvät ja muuntuvat jatkuvasti osana kaupungin taloudellista ja sosiaalista toimintaympäristöä, risteäviä toimintojen verkostoja ja ihmisten liikkumisen logiikkoja. On siis tarkasteltava, millaisia reunaehtoja toimijaverkostot sekä liikenneverkosto muodostavat kauppatyypeille sekä millaisia vuorovaikutteisia ja itseään vahvistavia kehityskulkuja kauppatyyppien kehitykseen liittyy.

Tavoitteena on lisätä ymmärrystä kaupan tilalliseen organisoitumiseen vaikuttavista itseohjautuvista prosesseista avaamalla toimijoiden välisiä systeemisii kytkeäntöjä sekä sen pohjalta pohtia kysymystä kestävästä kehityksestä. Gabriel Dupuyn verkostokaupunkimallia sovelletaan menetelmällisenä tulkintakehyksenä kaupan verkostokytkentöjen tarkasteluun. Käsitellään kaupunkitilan ja kaupan muotoutumiseen vaikuttavia taloudellisen itseorganisoitumisen mekanismeja, tarkastellaan typologioiden kehitystä verkostojen vuorovaikutuksessa sekä lopuksi hahmotellaan kehityspotentiaaleja esitetyn pohjalta.

Kaupungin ja kaupan itseorganisoituminen

Verkostonäkökulma

Tutkimusintressi on dynaamisessa kaupunkiprosessissa staattisen kaupunkitilan sijaan. Tutkimuksen näkökulma nivoutuu morfologiseen tut-

kimusperinteeseen, jolle kaupunkitila on informaation lähde. Kaupunkien tutkimuksessa morfologisille tutkimusotteille on ominaista tilan näkeminen sosiaalisten ja taloudellisten prosessien lopputulemana ja kehyyksenä, muutosten tarkastelu suhteellisinä ilmiöinä monella mittakaavallisella ja ajallisella tasolla sekä ajatus itseorganisoidumisesta. Tällaisen systeemi-kuvaavien avulla korostuu tulkinta kaupungista erityisenä ekosysteeminä, jossa käyttäjät ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa toistensa ja kaupunkirakenteen kanssa itseä hyödyttävien kilpailun ja yhteistyön muodoin. Toimijat muodostavat verkostoja ja sovittavat toimintansa muuttuvaan ympäristöön. Muutokset toimijoiden osasysteemeissä vaikuttavat kokonaissysteemin dynamiikkaan keskinäisten kytkeytyneisyyksien välityksellä. Gabriel Dupuy'n malli pyrkii selvittämään kaupungin kompleksisuutta identifioimalla systeemin keskeiset toimijaverkostotasot ja niiden kytkennät. Mallissa erotetaan infrastruktuurien ja fyysisten elementtien (morfologia), tuotannon ja kulutuksen sijaintien (toimintojen) ja kotitalouksien (toimijoiden) transaktioiden sosiotekniset verkostot omille verkostotasolleen ajallisen pysyvyyden mukaan (Dupuy 1991/2008, Ylä-Anttila 2010). Keskeistä tässä ajattelussa on verkostojen systeeminen keskinäisriippuvuus, sopeutuminen muutoksiin (adaptaatio) ja kyky muodostaa toisilleen potentiaaleja.

Vuorovaikutus ja itseohjautuvuus on sisäänrakennettuna kaupunkien taloudellista muotoutumista tutkivien tieteenalojen kuten kaupunkitalouden mikroekonomista näkökulmaa edustavissa lähestymistavoissa (Laakso & Loikkanen 2004). Ymmärryksen lisääntyminen taloudellisten vuorovaikutusprosessien kompleksisuudesta, johon sisältyy jatkuva muutos ja ennustamattomuus, on muuttanut käsityksiä kaupunkisysteemin tasapainotilasta ja kaupunkien hierarkkisista järjestymisperiaatteista (Krugman 1996). Kaupunkimuoto ja siinä tapahtuva taloudellisen toiminnan tilallinen organisoiduminen nähdään dynaamisena eri tekijöiden keskinäisriippuvan toiminnan kautta konfiguroituvana eikä staattisena tilana. Kaupungin tilalliset prosessit eivät ole palautettavissa tarkoitukselliseen suunnitelmaan, vaan prosessi luo emergenttiä järjestystä ohjaten itse itseään omista valinnoistaan ja annetuista lähtökohdista polkuriippuvasti ja palautejärjestelmien avulla (Marshall 2009, Batty 2010). Tämä ei tarkoita sitä, etteikö prosessin osatekijöissä ilmenisi tarkoituksellista ohjausta ja suunnittelua. Suunnittelu on yksi toimija muiden joukossa itseorganisoidumisen reunaehtojen määrittelijänä (esim. Kim & Batty 2011). Kehitys ei myöskään pysähdy suunnitelman toteutumiseen. Siten ohjauksen ja sille tavallisesti vastakkaisenakin ymmärretyn itseohjautumisen sfäärit ovat yhteenkiedottavissa.

Typologia

Kaupan tilallisia konsepteja tarkastellaan niiden arkkitehtonista konseptia laajemmin morfologisina tyypeinä. Näkökulma sitoo ne kaupungin muihin tilallisiin prosesseihin. Toisin sanoin kauppatyypit eivät ole konkreettisia myymälöitä, vaan ne ovat luokittelutapoja kuvata toimintatapaa ja liittymistä laajempiin suhdejärjestelmiin (Caniggia & Maffei 2001). Typologinen kehitys on emergenssin tulosta: uusi tyyppi syntyy vanhan muuntautuessa uusiin tilallis-toiminnallisiin reunaehtoihin, kuten muuttuvaan käyttöön ja kaupunkirakenteelliseen kontekstiin (adaptaatio). Tästä seuraa, että uudet reunaehdot tuottavat uusia tilallisia konstellatioita ja uuden tyylin synty edellyttää suhdejärjestelmien muutosta useilla tilallis-toiminnallisilla tasoilla. Tyyppi syntyy konseptista vasta menestyksekkään monistamisen tuloksena, ja eri konseptit varioivat olemassa olevia tyyppejä alatyyppeinä ja vaihtelevina muotoina perustavien reunaehtojen pysyessä muuttumattomina (Kropf 2001).

Kaupan typologian menestymisen reunaehdot muodostuvat eri toimijoiden rationaliteeteista, kuten liiketaloudellisesta kannattavuusvaatimuksesta, sopivuudesta kuluttajalle, kilpailutilanteesta ja yhdyskuntasuunnittelun määrittämistä reunaehdoista (Heinimäki 2006). Yhteiskunnalliset kustannukset määrittävät toiminnalle omat reunaehdonsa. Näillä on vaikutusta typologioiden käyttökelpoisuuteen, säilymiseen ja muuntautumiseen. Typologinen vaihtelu ja (evolutiivinen) kehitys alkaa paineesta sopeutua muuttuneisiin reunaehtoihin kilpailutilanteessa ja kriittisen massan olemassaolosta. Evoluution luonteeseen kuuluu tyyppien moninaisuus, sovittautuminen erilaisiin tarpeisiin ja sijainteihin, ja ne joko lakkaavat kannattamasta tai muuntautuvat saaden elinkykyisempiä muotoja (esim. ostoskeskukset ja kauppakeskukset, ks. raportin luku 3).

Kasautuminen (agglomeraatio)

Kaupunkirakenne kehystää taloudellista ja sosiaalista toimintaa - tilallisia käytäntöjä, liikkumista ja aktiviteetteja - samalla kun se on taloudellisten aktiviteettien emergentti lopputulema. Tehokkuuden tavoittelu taloudellisena rationaliteettina näkyy kaupunkitilassa kustannusten minimoimisena käyttäjien liikkumisessa, kaupan toimijoiden tilallisissa strategioissa ja suunnittelun niukkojen resurssien jakelussa. Kilpailu ja yhteistyö ovat taloudellisen tilallisen organisoitumisen, kuten yritystoiminnan klusteroitumisen itsesäätelymekanismeja. Itseorganisoitumisen ajatus on aluetalouden näkökulmassa sisäänrakennettuna maankäyttöön liittyvien kasautumisen, keskittämisen ja maan hinnan määräytymisen

teorioihin. Itseorganisoidumista havainnollistaa Jane Jacobsin kuvaus kaupunkien synnystä ja kasvusta polkuriippuvaisena prosessina, jossa kaupunkien perusta on keskittymisen ja erikoistumisen mahdollistama suurempi tuottavuus, mutta varsinainen kasvuimpulssi on vaihto kaupunkien välillä (1969). Tuonnista ja viennistä syntyvät ylijäämät mahdollistavat positiivisen kasvusyklin, toimialojen erikoistumisen, tuottavuuden, varallisuuden ja kaupunkiväestön kasvun. Keskeinen tekijä prosessissa ovat liikenneyhteydet. Vaihdon menestyksellisyys, ja siten kasvu, on ollut aina riippuvaista liikenneväylien välityskyvystä eli kuljetuskustannusten minimoinnista. Kauppa muun taloudellisen toiminnan tavoin on kasautunut kautta historian liikenteellisesti saavutettavimpiin sijainteihin.

Kaupunkien kasvu liittyy olennaisesti toimintojen fyysisestä läheisyydestä syntyviin tuottavuusetiuihin. Positiiviset tai negatiiviset ulkoisvaikutukset (eksternaliteetit) ovat toimijoiden vuorovaikutuksesta kolmansille osapuolille koituvia hyötyjä ja haittoja, ja niitä voidaan tarkastella joko yrityksille, kaupungille tai yhteiskunnalle kohdistuvina. Toimintojen kasautumisesta seuraavat ulkoisvaikutukset, kasautumisedut tai -haitat, liittyvät alojen keskittymiseen sekä kaupunkiin toimintaympäristönä. Lokalisatioeduilla tarkoitetaan toimialalle yritysten keskittymisestä nousevia etuja, jotka käsittävät yhteisesti jaettavissa olevat osaavat työmarkkinat, erikoistuneet tuotantopanokset ja palvelut sekä tiedon ylijäämät. Kaupungistumisedut viittaavat positiivisiin ulkoisvaikutuksiin, yritystoiminnalle ja kotitalouksille koituviin hyötyihin, jotka kaupungin koko ja monipuolinen kulutus ja tuotanto mahdollistavat (Jacobs 1969). Monipuolisuus, diversiteetti, on siten kaupunkien taloudellisen kasvun, sosiaalisen elinvoimaisuuden ja vetovoimaisuuden sekä syy että seuraus. Kaupungistumisetuihin luetaan myös markkinoiden saavutettavuus, julkiset palvelut ja yhteiset infrastruktuurit. Keskittymisen kääntöpuolena kaupungistumisen haittoihin (negatiiviset ulkoisvaikutukset) kuuluvat sosiaaliset ja ympäristölliset haitat, ruuhkautuminen, tilanpuute ja korkeat hinnat, joilla on vastakkainen, tuottavuutta laskeva ja kaupunkia hajaannuttava vaikutus. (Laakso & Loikkanen 2004, Rosenthal & Strange 2008)

Kauppa hyödyntää kasautumisetua muodostamalla suurempia keskittymiä, joilla se hyödyntää samoja asiakasvirtoja, suuremman keskittymän näkyvyyttä ja vetovoimaa. Sijoittumalla erilleen kilpailijoista yksittäinen kaupan toimija voi tehdä enemmän tuottoa, kun taas kilpailijoiden läheisyys laskee hintoja, mitä taas suuremmat asiakasvirrat kompensoivat. Tärkeä vaikutus on suurilla yksittäisillä toimijoilla, "ankkureilla", joiden veto voima hyödyttää pienempiä toimijoita (Gibbs 2012). Kaupungistumisetuina kaupalle ja kuluttajalle voidaan nähdä kaupunkien suurempi ostovoima sekä tehokkaiden liikenneyhteyksien sallima liikkuvuus, joka mahdollistaa

laajan ja syvän kysynnän ja tarjonnan (Laakso & Loikkanen 2004). Kaupungin laajentumisella tehokkaan infrastruktuurin tukemana on ollut evolutiivinen vaikutus kaupan toiminnalle, joka on kääntänyt keskustojen ruuhkautumishaitan hyödyksi uusilla keskustan ulkopuolisilla kauppatyypeillä.

Kaupan tuottamat kansantaloudelliset ulkoishyödyt kaupungeille liitetään taloudelliseen elinvoimaisuuteen ja kilpailukykyyn; ja kaupunkiympäristössä kaupunkitilan taloudelliseen ja sosiaaliseen elävyyteen. Samalla kun kuluttaja on hyötynyt kaupan suuryksiköitymisestä, haitallisiksi ulkoisvaikutuksiksi ovat nousseet epätasa-arvoinen saavutettavuus, ruuhkautuminen, liikenteen päästöt ja kilpailun puute. Kaupan sijoittumisen ulkoishaittoina pidetään lähialueilla asiakas- ja tavaraliikenteen tuomia häiriöitä. Tämä on yksi syy, miksi asuinalueille on vaikeaa sijoittaa kaupaa.

Typologinen kehitys: saavutettavuuden ja elämäntapojen muutos

Kaupan kilpailuluonteesta johtuu, että sen on reagoitava nopeasti toimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin eli sopeuttamaan toimintansa talouden ja teknologian, väestörakenteen ja kulutuskäyttäytymisen, ohjauksen ja yhteiskunnallisen kehityksen käänteisiin (Heinimäki 2006). Edellä mainitut tekijät vaikuttavat suoraan tai välillisesti kaupan toimintaan, kuluttajien käyttäytymiseen ja edelleen typologioiden muotoutumiseen. Tässä käsittelen typologioiden emergoitumista kaupan, kuluttajan ja kaupunkikudoksen välisten vuorovaikutusten kautta silti muistaen, että vaikkakin typologiat edustavat ensisijaisesti tietyn mittakaavan prosesseja, niiden kehitys tapahtuu monimittakaavaisissa keskinäisvaikutteisissa suhdeverkostoissa.

Kauppatyypit kuvastavat jakelutapaa. Kauppatyyppejä luokitellaan yleisesti mm. palvelumuodon, asiakkaiden, vuokralaiskirjon ja tilallisten attributtien suhteen luokittelutarpeen mukaan. Tässä kuvauksessa jaetaan tyypit karkeasti morfologisiin pääluokkiin kivijalkakaupat (kadunvarsiliiketila), marketmyymälät, ostoskeskukset, retail park ja kauppakeskukset, jotka edustavat erilaisia tilallisia suhteita, palvelumuotoja ja ostotapoja (sekä ohjausstrategioita, ks. Kanninen, raportin luku 3.7). Verkostomallia sovellettaessa erotetaan Dupuyn mallista kuluttajien liikkuminen ja valinnat tila-aika -tasolla, kaupan typologia kaupallisten toimintojen tasolla ja erilaisia saavutettavuuksia ja sijainteja ilmentävä kaupunkikudoksen taso. Tarkastelen näiden keskinäissuhdetta kuvaavia välitysmekanismeja

keskinäisriippuvien konseptin, saavutettavuuden ja lokaliteetin käsitteiden avulla.

Konsepti, saavutettavuus, lokaliteetti

Konsepti kuvaa kaupan suhdetta kuluttajaan: kaupan konseptit syntyvät vastaamaan kysyntää, pyrkimyksestä parantaa palvelua ja saada kilpailuetua. Konseptit määrittävät markkina-alueen ja -segmentin, asiakkaiden ja tavaraliikenteen saavutettavuuden ja vastaavasti sijainnin ja formaatin. Saavutettavuus välittää kuluttajan liikkumista kaupunkikudoksessa vaikuttaen palvelujen käyttökelpoisuuteen. Tällä tarkoitetaan sekä koettua että fyysistä saavutettavuutta, matkaan kuluvaan aikaan ja vaivaa eri kulkumuodoilla liikenneverkossa, jotka kaikki osaltaan vaikuttavat kuluttajan mahdollisuuksiin käyttää palveluja. Saavutettavuudella tarkoitetaan myös liikenneverkon laskennallista saavutettavuutta eri etäisyyksillä liikuttaessa. Tieverkon ominaisuuksista riippuu mihin syntyy asiakasvirtoja houkuttelevia keskeisiä ja siten kaupallisille toiminnoille potentiaalisia sijainteja (Van Nes 2005, Joutsiniemi 2010a). Markkina-alueen laajuus on suhteessa kuljetuskustannuksiin (Laakso & Loikkanen 2004). Tehokas liikenneverkko parantaa saavutettavuutta ja laajentaa markkina-aluetta vähentämällä matkakustannuksia matka-ajan säästönä. Mitä toistuvampia matkoja (enemmän matkakustannuksia), sitä pienempi on markkina-alue. Jos matkoja tehdään harvoin, markkina-alue voi kasvaa.

Sekä kaupan logistiikkaa että kuluttajien liikkumista ohjaa pyrkimys tehokkuuteen. Ostoskäyttäytyminen on taloudellis-talallista toimintaa rakennetussa ympäristössä ja sitä määrittävät pyrkimys ajalliseen tehokkuuteen eli lyhyisiin matkoihin ja tehokkaaseen liikkumiseen sekä taloudelliseen tehokkuuteen eli oikeaan hinta-laatu -suhteeseen. Tarjonnan vertailu edellyttää lyhyttä etäisyyttä eri liikkeiden välillä. Tilallis-ajallisella tehokkuudella tarkoitetaan sitä, että etäisyyden myyjän ja ostajan välillä on oltava optimaalinen kulkumuodon, sijainnin ja ostajan liikkumisen suhteen. Kaupunkirakenteen tilallisuus vaikuttaa siihen, kuinka asiakkaat hakeutuvat ja löytävät palvelun luo: kauppa hakee asiakasvirtoja kulkumuotoa vastaavalta urbaanilta mittakaavatasolta sille optimaalisella tilallisella ratkaisulla. Eri liikkumisetäisyyksillä eri kulkumuodot ovat tehokkaampia infrastruktuurin tukemana (kuten auto keskustan ulkopuolella, kävely keskustassa). (Van Nes 2005)

Kaupan ja kaupunkikudoksen välittävät sijaintitekijät, joita tässä kutsutaan lokaliteeteiksi, ovat muita paikkariippuvia fyysisiä ja suhteellisia tekijöitä, jotka vaikuttavat liikepaikan syntymiseen (esim. Ciari et al. 2008). Liikenneverkon saavutettavuus luo logistisia potentiaaleja ja vaikuttaa

maan hintaan, kustannustasoon ja työvoiman saatavuuteen, luoden edelleen kasautumis- ja kilpailuetua (Laakso & Loikkanen 2004). Paikkariipuvat tekijät käsittävät myös kaavaohjauksen sekä vaikuttavat liikepaikan konseptiin soveltuvuuteen, tilojen ja liikenteen järjestelyihin sekä näkyytyteen. Eri toimialat sijoittuvat kustannusten minimoimiseksi vuokramaksukyvyn mukaan eri sijainteihin. Liiketilojen koko suhteutuu liikepaikan kustannustasoon, esimerkiksi korkeiden vuokrien keskustassa toimitaan pienissä yksiköissä, ja suuremmat yksiköt sijoittuvat kaupungin laidalle (em.).

Mittakaavamuutos

Markkinapaikka syntyy sinne, missä asiakas- ja jakeluvirrat kohtaavat. Kadunvarsiliiketilä eli ns. kivijalkakauppa on vanhimpia kaupungin kauppatyyppejä, joka on syntynyt katuverkon saavutettavimpiin kohtiin kuten katujen risteykseen. Kaupunkien ostoskaduilla kaupallinen monimuotoisuus on syntynyt itseohjautuvasti kilpailun kautta. Perinteisesti kivijalkakauppa edustaa mittakaavaltaan lähimarkkinoita, sijaintia kanta-kaupungissa ja itsenäistä kauppiasta. Ennen 1960-luvun kaupan ja kaupungin rakennemuutosta Suomessakin toimi vielä erilliset kaupat eri elintarvikkeille. Vaikka lähikauppa toimii vielä kivijaloissa valintamyymälöillä ja supermarketilla, nykyinen päivittäistavarakauppa ei enää mahdu alle 100 m² tiloihin: tätä pienemmät ruokakaupat vertautuvat erikoiskauppaan, joka houkuttelee rajattua asiakaskuntaa (esim. luomuruokakauppa, etniset kaupat). Lähikaupan markkina-alue perustuu paikalliseen kysyntään ja pääsääntöisesti jalan tehtäviin kauppamatkoihin. Kivijalkakaupalla tarkoitetaan kuitenkin yleensä erikoiskaupan myymälää, jonka markkina-alue on lähialuetta laajempi. Erikoiskaupan myymälöiden elinvoimaisuutta ylläpitävät keskustan vilkkaat asiakasvirrat tai erityinen asiakaskunta sekä toimialojen sijoittuminen konseptiaan vastaaville "vyöhykkeille" (Santasalo & Heusala 2002). Keskustan korkea vuokrataso kompensoituu pienillä myymäläyksiköillä. Erikoiskaupassa kilpailevat toimijat hyödyntävät kasautumisetua klusteroitumalla yhteen ostosalueiksi, joiden markkina-alue on seudullinen. Keskustan kaupunkikudos on yleensä tiivis, jalan kuljettavissa ja jakelu hoituu pienemmällä kuljetuskalustolla.

Keskustojen ulkopuolisten suuryksikkötyyppien, automarketin ja ostoskeskuksen kehityslinjojen emergoitumisessa on nähtävissä sekä suunnitelmallista palveluiden uudelleenjärjestämistä että itseohjautumista. Samalla havaitaan useita systeemiseen muutokseen johtaneita toisiaan vahvistavia kehityskulkuja teknisten järjestelmien kehityksestä teknologisiin innovaatioihin. Autoistuminen, kaupungin kasvu ja tehokkaat liikenne-

väylät laajensivat fyysistä markkina-aluetta; kylmäsäilytystekniikka mahdollisti itsepalvelumyymälät ja auto suuret kertaostokset (Hankonen 1994). Yhdysvalloissa esikaupunkien ostoskeskus (shopping centre) oli yksityisautoon perustuvan liikennejärjestelmän synnyttämä typologinen sovellus, joka samanaikaisesti hyödynsi autolla saavutettavuutta että käänsi sille selkän. Kehityksen katalysaattorina oli keskustojen ruuhkautuminen ja tarvatalokaupan hakeutuminen uusien markkinapotentiaalien luo (Wall 2005). Suomessa ostoskeskustyyppi vastasi suunnittelussa vallalla olevia lähiöiden asumisen ja palvelujen modernisoinnin ihanteita ja palvelujen järjestämistä hierarkkisen keskusverkkomallin mukaisesti. Ostoskeskusten kehitys taantui kaupan alkaessa ohjautua liikenneväylähankkeiden muodostamille uusille saavutettavuuden huippualueille. Automarketit ja hypermarketit alkoivat siirtää kaupallista painopistettä asuinalueilta niiden välisille alueille kehätiesijainteihin (Alppi 2008).

Suuryrityksien menestys perustuu eri tekijöiden yhteisvaikutukseen: seudullisesti saavutettavimpiin sijainteihin, jotka mahdollistavat suuret asiakasvirrat ja keskitetyn logistiikan; suuren koon mittakaavahyötyihin, jotka halvempina hintoina kompensoivat asiakkaan matkakustannuksia ja laajentavat markkina-aluetta sekä liikepaikkaan kaupungin reuna-alueella, jossa liikepaikan edullisuus ja väljä tontti mahdollistavat tilaa vievät logistiset järjestelyt. Yhdenkin tekijän puuttuminen muuttaa tilannetta oleellisesti.

Kauppakeskus (shopping mall), hypermarketkeskus ja retail park ovat ostoskeskuksen typologisia kehityslinjoja, kauppojen klustereita, jotka toimivat samoilla logistisilla periaatteilla kuin typologiset edeltäjänsä ja edustavat seudullista sekä yliseudullista saavutettavuutta. Keskustojen ulkopuolella keskustaa edullisempi maanhinta on mahdollistanut suuremman yksikököön. Kaupalliset keskittymät kokoavat toistensa läheisyyteen useita yksiköitä, jotka hyötyvät toistensa asiakasvirroista, kilpailusta ja näkyvyydestä. Asiakas hyötyy mahdollisuudesta tarjonnan vertailuun samalla ostosmatkalla. Saavutettavuuden lisäksi kaupan vetovoimaisuus on verrannollinen yksikön suuruuteen. Kauppakeskuksen tyyppi hyödyntää kasautumisetua: mm. suomalaisessa tyypissä hypermarketit toimivat ankkuriliikkeinä pienemmälle erikoiskaupalle ja suuren keskittymän vetovoima toimii kaikkien liikkeiden eduksi. Kauppakeskuksen enklavin sisällä liikkeiden sijoittelu muistuttaa kaupunkikeskustan kaupallista rakennetta, mutta sieltä puuttuu keskustan palveluiden monimuotoisuus ja itseohjautuvuus (myös keskustatyypeissä). Tyypin suosio on kuitenkin perustunut juuri shoppailun helpouteen, jonka keskitetty ja kontrolloitu kauppaympäristö tarjoaa (Reimers & Clulow 2004).

Monivalintaisuus

Markkina-aluetta ei voi tarkastella vain yksisuuntaisena vaikutusalueasuhteena. Tarjonnan kohdentaminen edellyttää vaikutusalueen ostovoiman lisäksi tietoa kuluttajien kulutuspreferensseistä. Sen lisäksi liikenneverkon ominaisuudet vaikuttavat saavutettavuuteen. Paitsi että kaupan konseptit muodostavat monimuotoisen tarjonnan typologian, myös kuluttajan psyko- ja demografisista tekijöistä syntyy yhtälailla monimuotoinen kysyntä. Kuluttajat käyttävät eri aikoina eri palveluita, eikä vain lähintä palvelua, jonka teoreettisella vaikutusalueella he asuvat (ks. Syrman, Culley, raportin luvut 2.3 ja 2.5). Silti sijainnin läheisyydellä on merkitystä: ostopaikan valinnassa suositaan lähintä valikoimaltaan soveltuvinta myymälää (Pitkäaho et al. 2005a; ks. Kohijoki, raportin luku 2.6). Vaikutusalueetarkastelu ei myöskään tavoita asuinpaikasta riippumattomia ostosmatkoja: päivittäinen seudullinen ja yliseudullinenkin liikkuvuus on kuitenkin suurta.

Kauppatyypin kehityksen ja sijoittumisen sekä kuluttajien ostostentien motiivien välillä vallitsee keskinäisriippuvuus, joka kuvaa ostostilanteiden monivalintaisuutta (Davies & Clarke 1994, sit. Marjanen 1997). Karkeasti jaoteltuna ostokset voidaan jakaa autolla kuljetettaviin volyymiestoksiin ja pieniin kantamuksiin. Ostosmatkat voidaan edelleen jakaa ajan ja tarpeen mukaan rationaalisin jokapäiväisiin ostoksiin ja elämykselliseen shoppailuun. Näissä vaihtelevat painotus hintaan, valikoimaan, läheisyyteen tai helppouteen. Autolla saavutettavissa retail parkeissa korostuvat edullisuus, volyymiestokset ja vapaa-ajan vietto; isoissa marketeissa helppous, hinta, volyymit ja aikabudjetti. Joukkoliikenteellä ja jalan kuljettavissa keskustoissa korostuvat laadukas erikoiskaupan valikoima, vapaa-ajan shoppailu muihin virkistykseen (ravintolat, kulttuuri); asuinalueella kaupan läheisyys, asiointin nopeus ja pienet kantamukset. (em.) Kauppakeskukset yhdistelevät näitä ominaisuuksia panostaen lisäksi elämyksellisyyteen. Monivalintaisuus pitää kaupan näkemyksen mukaan myös eri kauppatyypit elinvoimaisina: kilpailua ei siten olisi kauppatyypin vaan ketjujen välillä (Kontio et al. 2010).

"Elämyksellinen mobiliteetti" on laajentanut kuluttajien toiminta- ja valintahorisonttia paikallisesta seudulliseksi. Kuluttajat arvostavat laajoja valikoimia, valinnan mahdollisuuksia ja ajan säästöä, mihin markkinat ovat vastanneet toimialaliukumia hyödyntävillä innovaatioilla ja pääsääntöisesti suuremmilla tilallisilla ratkaisuilla. Kaupan evoluutiossa monimuotoisuus on itse asiassa lisääntynyt, tarjonta ja typologinen vaihtelu on laajempaa kuin koskaan, mutta samalla tarjonta on keskittynyt ja polarisoitunut. Nykykuluttajaa tyydyttävä palvelutaso löytyy kaupallisista kes-

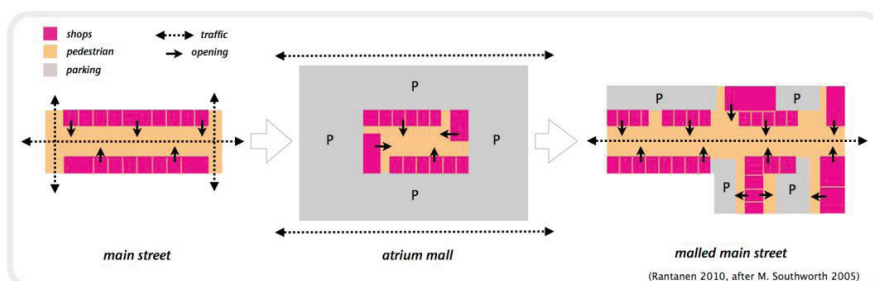
kittymistä ja suurempien kaupunkien keskustoista aluekeskusten, asuinalueiden, kunta- ja kyläkeskusten jäädessä palvelutasosta sivuun. Tätä voidaan tarkastella yhteydessä maankäytön ja liikenteen erottamiseen. Jos kaupan ja kaupunkisuunnittelun tilalliset strategiat ovat kovin erisuuntaisia, niiden yhteisvaikutuksena syntyy vähintään kaksi toisiaan hylkivää tilallista järjestystä, kuten yhtäältä tehokkaan liikennejärjestelmän tukemat kaupalliset alueet ja toisaalta kaikilta häiriöiltä eristetyt asuinalueet. Voidaan todeta, että kaupan kaupunkisuhde on sinetöinyt autolla saavutettavuuden ja elämäntapojen liiton, joista kummankaan yhtäkkinen muuttaminen ei ole todennäköistä. Siten kehityspotentialit on löydettävä olemassa olevien käytäntöjen sisältä sekä mahdollistamalla vielä ennakoimattomat muutokset.

Kehityspotentiaaleja

Kompleksisuus tarkoittaa yhtäaikaista vastakkaisiakin kehityssuuntia: keskiahkuisia ja -pakoisia kehityskulkuja ja painopisteiden muutoksia pitkällä aikavälillä. Myös lyhyellä aikavälillä havaitaan dynaamista heilahtelua reuna-alueiden muuttuessa (ks. Iltanen, raportin luku 2.1). Nykyinen typologinen jakauma noudattaa tiettyä eri toimijoita yhdessä parhaiten hyödyttävää vakiintunutta tilannetta, joka hahmottuu itseään vahvistavana logiikkana (ks. luku 2, kuva 2). On ennustettu, että kauppa keskittyy entisestään samalla kun viimeisetkin kivijalkaliikkeet katoavat (Heinimäki 2006). Toisaalta on havaittavissa merkkejä toisensuuntaisestakin kehityksestä: lähikaupan paluusta asuinalueille (kauppiaslähtöisesti) ja yrityksistä kivijalkakauppojen palauttamiseen (asukas- ja kaavoittajalähtöisesti). "Vihreät arvot" alkavat näkyä kuluttajien ostostoiveissa lähi- ja luomuruoan arvostuksena. Yhdysvalloista lähtenyt New Urbanism -liike peräänkuuluttaa perinteistä sekoittunutta kaupunkirakennetta ja kaupallista monimuotoisuutta (Gibbs 2012). Systeemin muutoksen mahdollistava kehityskulku voi olla hidas mutta hyppäksenomainen: vakiintuneen tasapainotilan keikahtaminen tapahtuu saavutettaessa kriittinen piste, jossa muutos toiseen käytäntöön tapahtuu (Krugman 1996). Muutos voi tapahtua myös kriisiytymisen kautta. Matkakustannusten nousu polttoaineen kallistumisen, muiden auton käytön esteiden tai tieverkon hidastamisen johdosta pienentää markkina-aluetta. "Mittakaavahyppy" alaspäin siirtää painopisteen seudulliselta tasolta lähialueen palveluihin (Alppi 2008). Urbanin systeemin palikoita uudelleen järjestämällä nykyisistä käytännöistä voitaisiin todennäköisesti irrottaa enemmän lisäarvoa seuraavassa esitetyillä uudelleenjärjestäytymisen (re-aggregaatio) ja pilkkoutumisen (de-aggregaatio) taktiikoilla. Yrityksiä tähän suuntaan on toistaiseksi tehty valitettavan vähän.

Kaupunkimuodon potentiaalit, kytkeminen ja klusteroituminen

Kaupunkimuoto muodostaa potentiaalisia sijainteja kaupalle luomalla asiakasvirtoja ja paikkoja erilaisille kauppatyypeille. Kauppaa ei tietysti kannata suunnitella sinne, missä ei ole asiakasvirtoja, mutta ei voida myöskään sivuuttaa sitä, että kauppa myös itse luo virtoja ja agglomeraatioetua, jotka muokkaavat liikkumistottumuksia. Palvelujen sijainteja tulisi arvioida dynaamisesti suhteessa vaihteleviin tila-aika -polkuihin. On tunnistettava eri liikkumiskäytännöt ja kaupunkirakenteen liikkumista ja toimintojen kasautumista mahdollistavat potentiaalit. Keskeistä on kiinnittää huomiota infrastruktuurin kytkeytyneisyyteen, vetovoimaisiin toiminnallisiin kokonaisuuksiin ja erikoistumiseen.



Kuva 1. Perinteinen ostoskatu, kauppakeskusmalli ja edelliset yhdistävä multimodaalinen malli

Pienimittakaavaisen kaupan sijoittamisessa tulee hyödyntää agglomeraatioetua sijoittamalla kaupat lähekkäin. Klusteri mielletään suuremmaksi ja vetovoimaisemmaksi kuin hajallaan sijaitsevat toiminnot. Kauppakatuksen myymälärivit muodostuvat itseohjautuvasti hyödyntäen muiden myymälöiden vetovoimaa ja kilpailuasetelmaa, ja ne syntyvät vilkkaimmille kulkureiteille saavutettavimpiin sijainteihin (Van Nes 2005). Kadun suuntaaminen on kuitenkin oleellista: tarvitaan vetovoimaiset noodit, ankkurit, joiden väliin syntyy luontaisia virtoja, ja joka voi olla kaupallinen toimija, muu palvelu tai liikenneasema. Kaupallisen vyöhykkeen koherenssi ja jatkuvuus on keskeistä, jotta ei synny esteitä liikkeelle ja näkyvyydelle. Jo 25 m etäisyys muodostaa esteen kaupallisen vyöhykkeen jatkuvuudelle liikuttaessa jalan (Santasalo & Heusala 2002). Siten kivijalkaliikkeitä ja suuryksiköitä yhdistämällä voidaan keskinäistä vuorovaikutusta tukea kauppakeskuksen tapaan. Kivijalkaliikkeiden ja kauppakeskuksen yhdistäminen samalla tavoin on taasen riskialtista, sillä kauppakeskuksella on jo suuren kokonsa vuoksi taipumus vetää asiakasvirrat kokonaan, vaikkakin kauppakeskuksen markkina-alueen ostopotentiaali voi myös hyödyttää ympäristön liikkeitä.

Maankäytön tiivistäminen on kestävyysvaatimusten mukaista, mutta tosiasiaa tulisi puhua hajautuneiden alueiden yhteyksien lisäämisestä ja vajaakäyttöisten liikennealueiden maankäytön tehostamisesta eli rakenteellisesta integraatiosta markkina-alueiden kasvattamiseksi, vuorovaikutuksen lisäämiseksi ja uusien kasautumiskehitysten mahdollistamiseksi. Tiiviissä kaupunkikudoksessa kauppa voi toimia pienemmillä ja useammilla yksiköillä edellyttäen, että alueet suunnitellaan liikenteen läpäiseväksi ja kytketään toisiinsa laajemmiksi markkina-alueiksi. Erillisten asuin- ja kaupan alueiden enklaavien sijaan alueiden kytköksiä lisätään "palvelukäytävillä", joita pitkin jakelureitit kulkevat ja jotka mahdollistavat toiminnallisen sekoittumisen. Jakeluhaittoja voidaan vähentää kehittämällä jakelupalustoa. Rakenteellinen integraatio ja pienemmät yksikkökoot yhdistettynä "jakelun suunnan kääntämiseen" eli kotiinkuljetusjärjestelmien käyttöönottoon vähentää autopaikkojen tarvetta ja sallii joustavammat pysäköinnin järjestelyt. Multimodaalinen eli moneen liikkumismuotoon tukeutuva liikennejärjestelmä yhdistettynä "shared space" -periaatteeseen, joka purkaa katualueen tilallisen erottelun, mahdollistaa välttämättömän saavutettavuuden kaikilla liikkumismuodoilla – myös henkilöautolla

Käyttäjälähtöisyys, kustomointi ja älykkäät palvelut

Rakenteelliset muutokset ovat hitaita toteuttaa mutta käyttäjämuutokset nopeampia. Kehittyvä ICT-tekniikka mahdollistaa kustomoidut logistiset ratkaisut, joilla on muutospotentiaalia tilan- ja ajankäytön tehostamiseen, kotiinkuljetusratkaisuihin, yksikkökokojen pienenemiseen ja pysäköinnin yhteisjärjestelyihin. Tämän seurauksena kaupan kehityksessä on jo käynnissä muutossuuntauksia. Suurten kaupan ketjujen alle voi syntyä pienempiä yksilöllisiä konsepteja ja transaktiokustannusten pieneneminen voisi mahdollistaa yksikkökokojen pilkkoutumisen. Hypermarkettien korvaaminen useammalla pienemmällä yksiköllä voisi vähentää henkilöautolla tehtäviä ostosmatkoja ja siten liikenteen kokonaispäästöjä (Alppi & Kalenoja 2008, sit. Alppi 2011). Pilkkoutumista puolustaisi myös se, että kauppa kilpailee enenevästi kuluttajan ajasta. Ostovoimaisin kuluttajasegmentti on aktiivinen, liikkuva ja kriittinen, jolloin ostotapahtumalta vaaditaan nopeutta, sujuvuutta ja laadukkuutta (Reimers & Clulow 2004). Nettikaupan suosio ja teknologian mahdollistama tuotteiden kuljetus asiakkaan luo kiinnittyy siihen, ettei osa kuluttajista halua tai ehdi käydä kaupassa. Tästä huolimatta, kauppa on kuitenkin mitä suurimmassa määrin myös kohtaupaikka (vrt. Kohijoki luku 2.6) ja ns. kolmas paikka, mikä edellyttää sen integraatiota ympäristöön.

Kivijalkamyymälöiden ongelmana on vastata nykyisin valikoiman kysyntään ja hintakilpailuun. Lähikauppojen säilymisen edellytyksiä on asiakkaan tarpeiden parempi tunnistaminen. Pidennetyt aukioloajat ja sijoittuminen muiden aktiviteettien lähelle parantaa kannattavuutta (Gibbs 2012). Kotiinkuljetus, toimialaliukumat ja väliaikaiset "pop-up -kaupat" voisivat olla pikkukaupoille piristysruiske. Kivijalkakaupan etu on nopea asiointi: sen elinvoimainen muunnos on kioski- ja delimyymälä, joilla tavoitetaan kiireiset ja valikoivat pistäytyjät. Kivijalkakaupan ja "ostarin" tulevaisuuden kilpailukyky ei olekaan volyymissä eikä hinnassa vaan erikoistumisessa ja konseptien nykyaikaistamisessa (esim. ostoskeskus yhdistettynä asumiseen). Kivijalkakauppa sopii mittakaavallisesti tiiviiseen kaupunkikudokseen mutta edellyttää kiinteistönhallinnan pelisäännöistä sopimista.

Johtopäätöksiä ja keskustelua kestävydestä

Kuluttaja on hyötynyt keskittämisestä halvempina hintoina ja laajempi-na valikoimana sekä kauppiaas kustannusetuina ja tuottoina, mutta tällä on myös negatiivisia ulkoisvaikutuksia. Pyrittäessä kestävämpään kaupan ja kaupunkikehityksen suhteeseen, tulee pohtia tavoitteita ja keinoja. Kaupan normiohjaus lähtee suurten yksiköiden sijoittamisesta keskustalualueille. Onko se kestävää tilanteessa, jossa kaupunkimainen elämä ele-tään keskustan ulkopuolella? Ei ole mielekästä ohjata kehitystä sellaiseen suuntaan, jossa sillä ei ole menestymisen edellytyksiä.

Kaupan sijainnarvioinnin kytkeminen kaupunkirakenteen kestäviin kehittämistavoitteisiin edellyttää ymmärrystä kaupunkiprosessin kompleksisesta luonteesta. Suunnittelun idealistinen regulaatio tai kauppiaiden eko-trendikkäät suunnitteluratkaisut eivät riitä aikaansaamaan toivottua uudelleenjärjestymistä ilman samansuuntaisia emergenttejä käyttäjäprosesseja, kasautumista ja logistiikkaa. Kaupan, asumisen ja työpaikkojen kasautuminen on itseään vahvistava sykli, joka kuuluu erottamattomasti kaupunkikehitykseen. Kaupan jakelulogiikka tulee käsittää osana monikeskuksista ja -mittakaavaista kaupunkia; sen erilaisia saavutettavuuksia ja preferenssejä. On tunnistettava, miten rakennettu ympäristö ohjaa liik-kumista ja luo toiminnallisia mahdollisuuksia. Kaupunkimuodosta ja ku-lutuskäyttäytymisestä voidaan hahmottaa potentiaaleja erilaisten kauppa-tyyppien menestykselle ja edelleen suunnittelussa tukea sellaisia raken-teellisia ja toiminnallisia ratkaisuja ja prosesseja, jotka edistävät palvelu-jen tasapuolista saavutettavuutta, liikkumisen kestävyyttä ja kaupan kan-nattavuutta. Rakenteellinen integraatio lisää alueiden välistä vuorovaiku-tusta, jota hierarkkiset ja funktionalistiset jakolinjat vain kahlitsevat.

Markkinoiden saturaatio, tarpeeksi suuri kysyntä tai kriisiytyminen voi toimia kimmokkeena systeemisellet uudelleenjärjestymiselle, joten tulevaisuutta ei voida suunnittelulla kahlita tiettyyn hetkelliseen tilanteeseen. Muutosten eliminoinnin sijaan suunnittelussa voidaan antaa joustavuutta toimintojen itsejärjestäytymiseen lisäämällä systeemin kapasiteettia sopeutua muutoksiin (resilienssi). Kaupunkisuunnittelu on myös rajallinen ohjausmekanismi ja lainsäädäntö on säätelyyn robustimpi keino (Joutsiniemi 2010b).

Suunnittelun arvovalinnat tehdään välillä "monopolisuus vs. monipuolisuus" tavoiteltaessa taloudellista aktiviteettia ja samalla sosiaalista turvallisuutta (vrt. Jacobs 1969). Tulevaisuuden kaupunkitutkimuksen kannaltakin kiinnostavat avaukset ovat ekologisen talousteorian esittämät laajemmat systeemiset pohdinnat, jotka haastavat ortodoksisen talousteorian ja vallitsevan kestävyysajattelun lähtökohdat esittämällä, että taloudellinen ja sosiaalinen sfääri tulisi nähdä ympäristöllisen ulottuvuuden sisäisinä eikä rinnakkaisina systeemeinä. Ulkoisvaikutukset sekä diversiteetin huomioiva kaupunkiprosessi on lähtökohtaisesti kestävämmällä pohjalla lisäarvon syntyessä "positiivisista kierroista", resurssien kiertoon perustuvasta uusiutumuksesta ja vaihtokaupoista, "trade-offeista" (Ring et al. 2010). Jo nykyymmärryksen valossa palvelurakenteen kehitykseen peilattuna tämä tukee tarjonnan parempaa kohdentamista, käyttäjälähtöisyyttä, jakelun monimuotoisuutta, kaupunkirakenteen integraatiota ja resursseja tuhlaavien käytäntöjen ulkoishaittojen hinnoittelua osaksi transaktiokustannuksia. Yksinkertaistaen: suunnittelun tehtävänä on edistää sellaisen kaupunkirakenteen ja -prosessin syntymistä, jolla monipuoliset palvelut tulevat kannattaviksi.

2.3 Kotitalouksien ostosasioinnin suuntautuminen ja siihen vaikuttavat tekijät

Simo Syrman, Aalto-yliopisto/YTK

Viime vuosikymmenien teknologinen ja yhteiskunnallinen kehitys on muovannut niin kaupunkirakennetta kuin sen asukkaitakin. Liikenne-
muotojen monipuolistuminen on mahdollistanut kaupungin fyysisen laa-
jenemisen ja perinteisesti keskustassa sijaitsevien toimintojen, kuten
kaupan ja työpaikkojen, siirtymisen alakeskuksiin ja kaupungin laidalle
(Fishman 1990). Lisääntynyt mobiliteetti on puolestaan avannut mahdol-
lisuuden tuotantoketjujen tehostamiselle, mikä näkyy esimerkiksi kaupan
yksiköiden koon kasvussa ja lukumäärän laskussa (Hankonen 1994; Alppi
& Ylä-Anttila 2007). Kaupungit ja kaupunkiseudut ovat muodostumassa
yhä enemmän monikeskuksisiksi kokonaisuuksiksi, joissa fyysisen raken-
teen lisäksi myös hallinnon muodot, toiminnallinen riippuvuus ja identi-
fioituminen järjestyvät uudella tavalla (Kloosterman & Musterd 2001).
Monikeskuksinen rakenne kehittyi kohti verkostomaisuutta, jossa perin-
teinen hierarkkinen pääkeskus-alakeskus-suhde heikentyy. Verkostoihin
liittyy olennaisesti odotus jatkuvasta saavutettavuudesta ja liikkeestä
(Dupuy 2008). Myös kaupalliset palvelut laajenevine aukioloaikoineen
kuvaavat tätä verkostoyhteiskunnan trendiä.

Yhtä aikaa verkostokaupunkikehityksen kanssa myös väestölliset ja
kulttuuriset muutokset muuttavat vähittäiskaupan kenttää. Väestön van-
heneminen, yhden ja kahden hengen talouksien lisääntyminen sekä
muuttoliike ovat niin Suomessa kuin muuallakin koettuja ilmiöitä, joita
on yritetty yhdistää myös kaupunkirakenteen muutokseen (Champion
2001). Yleinen elintason nousu näkyy eriävissä elämäntyyleissä, jotka
heijastuvat kulutukseen, asuinpaikan valintaan ja liikkumiseen (Ratvio
2012). Suomessa on havaittavissa ostospaikkavalintojen vähittäinen siir-
tyminen pois kaupunkikeskustoista (Marjanen ym. 2005). Suuret seudul-
lisen tason kauppakeskukset luovat ympärilleen uutta kaupunkirakennet-
ta ja muuttavat tapaa hahmottaa kaupunkiseutua (Lowe 2000). Elintason
noususta huolimatta kaikkien kuluttajaryhmien valintoja eivät rajoita
pelkät elämäntyylien erot. Kotitalouskohtaisten resurssien ja yhdyskunta-
rakenteen mahdollisuuksien erojen vuoksi kotitaloudet voivat kokea riip-
puvuutta niin lähipalveluista kuin auton käytöstä (Dupuy 2008). Helsin-

gin seudulla yleistä hajaantumiskehitystä ovat tasapainottaneet sekoittunut liikennejärjestelmä ja kaupan keskittymien sijaintien ohjaus joukkoliikenneyhteyksien varrelle (Rajanti 2002; Hankonen 1994). Siksi on oletettavaa, että kotitalouksien rakenteen ja mieltymysten muutos sekä niiden suhde kaupallisten palveluiden verkostoon näkyvät Helsingin seudulla toisistaan poikkeavina tapoina valita eri ostostarpeita parhaiten tyydyttävät keskittymät. Tässä tutkimusosiossa selvitetään kuluttajakyselyaineiston perusteella, minkälaisiin suuntautumisryhmiin kuluttajat pääkaupunkiseudulla jakaantuvat ja minkälaisia nämä ryhmät ovat sosioekonomiselta koostumukseltaan ja mieltymyksiltään.

Ostospaikan valinta tutkimuskohteena

Vaikuttimet ostospaikan valinnassa lienevät kaikille ymmärrettäviä, mutta silti kuluttajakäyttäytymisessä on riittänyt työnsarkaa tutkijoille. Yleisimpiä julkilausuttuja perusteluita ostospaikan valinnalle ovat läheisyys tai hyvä sijainti, edulliset hinnat ja hyvä valikoima (Briesch ym. 2009). Kun kuluttajien todellista käyttäytymistä on tutkittu, kuva on kuitenkin monimutkaisempi. Eri kuluttajaryhmät kokevat kaikkien tunnistamat perustelut eri tavalla, elämäntapavalinnat heijastuvat käytöksessä ja elämäntilanteen rajoitteet kaventavat valintamahdollisuuksia (Handy & Clifton 2001; Arentze & Timmermans 2005). Eroja on havaittavissa myös tuoteryhmien välillä. Ruokaostoksia tehdessä ostospaikan koolla ja sijainnilla on suhteessa suurempi merkitys kuin esimerkiksi vaateostoksilla, jolloin laadulliset tekijät korostuvat määrällisen valikoiman lisäksi (Oppewal ym. 1997). Valintakriteerit riippuvat myös ostospaikan koosta: pieniin, läheisempiin keskuksiin ei sovelleta samoja kriteerejä kuin suuriin kauppakeskuksiin (emt.). Tärkeä, mutta vähemmälle empiiriselle huomiolle jäänyt näkökulma on myös ostosmatkojen yhdistäminen. Suuremmissa kaupallisissa keskuksissa kuluttajilla on mahdollisuus yhdistää usein tehtäviä ostoksia, kuten päivittäistavaroita, harvemmin tehtäviin hankintoihin. Dellaert ym. (1998) mukaan näin myös tapahtuu, mutta harvemmin kuin olisi optimaalista: yhdistelyä tapahtuu erikoistavarahankinnoissa, mutta selvästi vähemmän päivittäistavaraostosten yhteydessä.

Laadullisten ja kuluttajakohtaisten kriteerien merkitys tunnustetaan, mutta ne taipuvat hankalasti ylemmän tason analyyseihin ja ennusteisiin. Siksi kaupallisten keskusten vetovoimamallinnus nojaa vahvasti kahteen helpommin mitattavaan suureeseen, etäisyyteen ja kokoon (Timmermans 1993). Vähittäiskaupan vetovoimamallit ovat kehittyneet deterministisistä laeista (esim. Reilly 1931) kohti todennäköisyyksiin perustuvia ennusteita. Kenties merkittävin sovellus on David Huffin (1964) esittämä malli, joka

ottaa huomioon tutkimusalueen kaikki määritellyt ostospaikkavaihtoehdot. Malli laskee todennäköisyyden asioinnille tietyssä keskuksessa ja tämä todennäköisyys on suoraan verrannollinen vetovoimatekijän, yleensä myyntipinta-alan, kokoon ja käänteisesti verrannollinen matkustetäisyyteen tai -aikaan. Sekä vetovoima- että etäisyystekijälle on mahdollista laskea kalibrointiparametri, joka vaihtelee tuotekategorian ja tutkimusväestön mukaan. Kalibrointiparametrien estimointiin ovat esittäneet keinon esimerkiksi Nakanishi ja Cooper (1982).

Aineisto ja menetelmät

Analyysin pääasiallisena aineistona toimi Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkirakennetta (KOKKKA) -hankkeen yhteydessä kerätty kuluttajakysely vuodelta 2009. Kyselyyn vastasi Helsingin, Vantaan, Espoon ja Kauniaisten alueella 4582 kotitaloutta. Laajassa kyselyssä vastaajilta tiedusteltiin muun muassa asiointitiheyksiä eri keskuksissa, kulkumuodon valintaa, kuluttamiseen ja ostopaikan valintaan liittyviä mieltymyksiä ja preferenssejä sekä kysymyksiä erikseen päivittäis- ja erikoistavaraostosten tekemisestä. Tässä tutkimuksessa tarkastelussa oli erityisesti kysymys, jossa tiedusteltiin sopivinta ostospaikkaa eri tuoteryhmille. Tuoteryhmät ja vastausvaihtoehdot on esitetty taulukossa 1. Lisäksi analyysissä käytettiin sosioekonomisia taustamuuttujia ja kuluttamiseen ja erikoistavaroiden ostopaikan valintaan liittyviä mieltymyksiä.

Jotta kotitalouskohtaisten muuttujien vaikutusta ostosmatkojen suuntautumiseen voitaisiin arvioida, asuinpaikan sijainti kaupallisten palveluiden verkostossa otettiin huomioon vetovoimamallin avulla. Etäisyys laskettiin fyysisenä etäisyytenä asuinpaikasta tieverkkoa pitkin. Vetovoimatekijänä käytettiin myyntipinta-alaa, jonka lähteenä käytettiin erityisesti Kauppakeskukset 2009 -julkaisua (Suomen Kauppakeskusyhdistys ry 2009). Vetovoimamallinnusta kauppakeskusten myyntipinta-alan avulla ja vertailua KOKKKA-aineistoon on aikaisemmin tehnyt Malmari (2011). Kaupallisen toiminnan pinta-aloja on Helsingin osalta selvitetty myös Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston toimesta (Santasalo & Koskela 2009). Kattavaa listausta erikoistavaran myyntipinta-alasta on hankala muodostaa (emt.). Koska kauppakeskukset eivät kuvaa yksin koko erikoistavaran tarjontaa, eri lähteitä ja empiiristä havainnointia yhdistelemällä kauppakeskuspinta-aloja täydennettiin huomioimalla erityisesti tavaratalot, hypermarketit ja tilaa vievän kaupan keskittymät. Kalibrointiparametrien estimointi tehtiin usealla eri pinta-alavaihtoehdolla ja parhaiten KOKKKA-vastauksia ennustanut malli valittiin. Yksittäisen keskuksen pinta-alaan ja siten ennustettuun asiointitodennäköisyyteen liittyv

paljon epävarmuustekijöitä, mutta koska analyysin fokus oli yksittäistä keskusta ja kotitaloutta suuremmissa kuluttajajoukoissa, tämän ei katsottu vääristävän varsinaista analyysia.

Taulukko 1. Tuoteryhmät ja ennalta määritellyt ostospaikat kysyttäessä oman kotitalouden kannalta sopivinta ostospaikkaa KOKKKA-kyselyssä.

Tuoteryhmät	Ennalta määritellyt ostospaikat
Aikuisten käyttövaatteet	Helsingin keskusta
Lastenvaatteet	Ruoholahti
Juhlavaatteet ja -asusteet	Arabianranta
Jalkineet	Malmi
Kosmetiikka ja hygieniatuotteet	Herttoniemi
*Elintarvikkeet ja muut päivittäistavarat	Itäkeskus
Kirjat ja paperitarvikkeet	Vuosaari
Urheilu ja harrastusvälineet	Tikkurila
Korut ja kellot	Myyrmäki
Kodin sisustus (tekstiilit, astiat, yms.)	Pakkala/Tammisto
Lelut	Petikko/Varisto
Kodinkoneet ja viihde-elektroniikka	Tapiola
*Huonekalut ja kalusteet	Leppävaara
*Rakennus- ja korjaustarvikkeet	Espoon keskus
	Matinkylä
	Suomenoja
* ei lopullisessa analyysissä	Espoonlahti

Kun kotitalouden todennäköisin ostopaikka eri tuoteryhmille oli mallinnettu, laskettiin kotitalouskohtaiset osuudet vastauksille sopivimmasta ostopaikasta, jotka olivat joko ennustuksen mukaisia tai siitä poikkeavia. Eri-tyishuomio kiinnitettiin vastauksiin, jotka olivat fyysisesti lähempänä kuin ennustettu kohde tai kohdistuvat Helsingin keskustaan tai suuriin seudullisiin kauppakeskuksiin. Näiden osuuksien avulla vastaajat ryhmiteltiin suuntautumisryhmiin medoidiryhmittelyn avulla. Medoidiryhmittely vastaa yleisemmin käytettyä k-means-ryhmittelyalgoritmia, mutta käyttää ryhmäkeskiarvon sijasta mediaaniarvoa, mikä tekee siitä robustimman ryhmittelymenetelmän (Vehkalahti 2008). Ryhmittelyssä muodostuneita suuntautumisryhmiä kuvattiin niin ristiintaulukoinnin avulla kuin erotteluanalyysilläkin. Erotteluanalyysi on erinomainen työkalu tutkiessa usean muuttujan yhteyttä ennalta määriteltyjen ryhmien eroihin (Hair ym. 2006).

Vetovoimamallin muodostaminen

Tutkimuksessa vetovoimamallina käytettiin Huffin (1964) mallin yksinkertaista sovellusta, jossa etäisyysmittana oli etäisyys tieverkkoa pitkin ja

vetovoimatekijänä myyntipinta-ala, joka arvioitiin pääasiallisesti kauppakeskustietojen pohjalta. Kokonaispinta-alan lisäksi Suomen kauppakeskukset 2009 -julkaisussa on ilmoitettu myyntipinta-ala toimialoitain. Tämä toimialajako ei täysin täsmää KOKKKA-kyselyn tuoteryhmien kanssa, mutta toimialojen suhdetta eri keskuksissa käytettiin silti hyväksi analyyssissä. Kun tuoteryhmäkohtaisia parametrejä kalibroitiin, keskuksen kokonaispinta-ala jettiin toimialojen suhteessa. Tämän toivottiin ottavan huomioon keskusten erilaisen roolin esimerkiksi tilaa vievässä kaupassa ja lähipalveluissa. Kauppakeskusjulkaisun ja muiden vuoden 2009 tietojen perusteella rajattiin tuoteryhmittäin analyyseistä pois ne keskuksat, joissa kyseistä tuoteryhmää ei ollut saatavilla erikoisliikkeissä tai tavaratelomyymälöissä. Tuoteryhmistä päätettiin jättää pois elintarvikkeet ja muut päivittäistavarat, huonekalut ja kalusteet sekä rakennus- ja korjaustarvikkeet. Näiden kolmen tuoteryhmän osalta myymäläverkosto ei osu hyvin yhteen ennalta määriteltyjen keskusten kanssa, mikä näkyi myös vastauksissa kysymykseen sopivimmasta ostospaikasta. Vastaajilla oli mahdollisuus täsmentää suosituin ostospaikka myös ennalta annettujen vaihtoehtojen ulkopuoleltakin, mutta tätä mahdollisuutta käytettiin varsin vähän hyväksi.

Taulukko 2. Vetovoimamallin kertoimet ja selityskyky

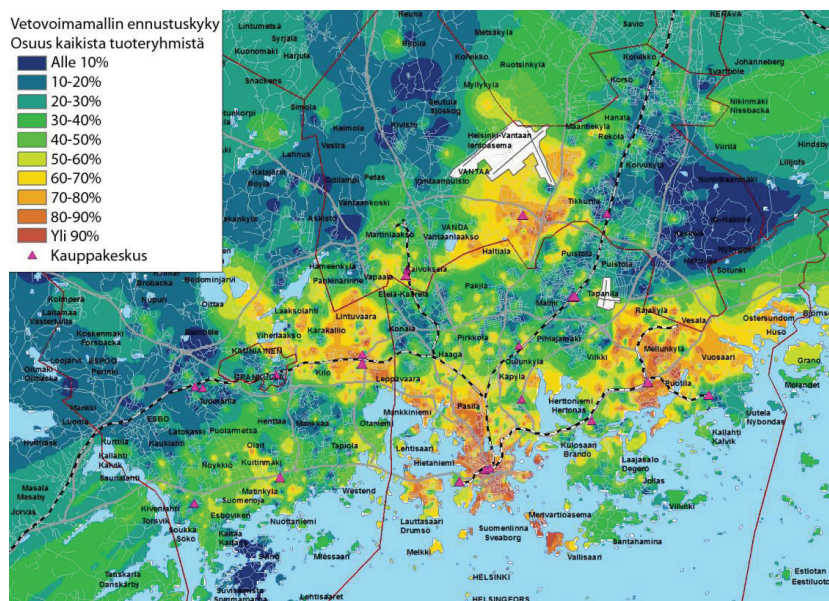
	Etäisyyskerroin	Vetovoi-makerroin	Mallin selityskyky
Aikuisten käyttövaatteet	-0,976	0,712	52,4 %
Lastenvaatteet	-0,804	0,483	52,1 %
Juhlavaatteet ja -asusteet	-0,717	0,783	56,1 %
Jalkineet	-0,859	0,671	51,6 %
Kosmetiikka ja hygieniatuotteet	-1,076	0,791	52,9 %
Kirjat ja paperitarvikkeet	-1,067	0,621	56,9 %
Urheilu ja harrastusvälineet	-0,927	0,652	50,6 %
Korut ja kellot	-0,893	0,669	53,9 %
Kodin sisustus (tekstiilit, astiat, yms.)	-0,769	0,422	43,0 %
Lelut	-0,892	0,608	53,1 %
Kodinkoneet ja viihde-elektroniikka	-0,673	0,265	37,9 %

Aineiston valmistelun jälkeen tuoteryhmäkohtaiset etäisyyttä ja pinta-alaa painottavat kalibrointiparametrit laskettiin KOKKKA-aineistosta. Estimointia varten kotitalouksien vastaukset suosituimmasta ostospaikasta aggregoitiin pienaluetasolla. Tarvittaessa pienalueita yhdistettiin harkiten, jos vastaajia oli alueella liian vähän. Estimoidut parametrit on kuvattu taulukossa 2. Parametrien perusteella elektroniikkaostoksille ollaan valmiita matkustamaan pidemmällekin, kun taas kosmetiikka- ja kirjaostoksilla etäisyyskitka on suurempi. Vetovoimakertoimissa vaihtelua on

enemmän, mikä suurelta osalta johtunee käytetyistä pinta-ala-arvoista ja myyntiartikkelien erilaisista ominaisuuksista. Mielenkiintoinen vertailuasetelma syntyy eri vaateryhmiä välillä, joissa on käytetty samoja pinta-aloja. KOKKKA-aineiston perusteella vaikuttaisi siltä, että lastenvaatteissa myyntipinta-alalla on pienempi merkitys kuin aikuisten vaatteissa ja juhla-vaatteiden osalta ollaan valmiita matkustamaan pidemmälle suurempiin keskuksiin.

Estimoituja kertoimia käytettiin varsinaisessa mallinnuksessa, jossa jokaiselle vastanneelle kotitaloudelle laskettiin asiointitodennäköisyys kussakin keskuksessa jokaisen tuoteryhmän osalta. Taulukossa 2 on esitetty osuudet vastauksista, jotka osuivat yhteen mallinnuksessa suurimman todennäköisyyden saaneen keskuksen kanssa. Kautta tuoteryhmien oikein ennustettuja kohteita on hieman yli puolet, tilaa vievissä tuoteryhmissä hieman vähemmän. Huomionarvoista on, että pääkaupunkiseudun suhteellisen tiheän kauppaverkon vuoksi kotitalouden lähellä voi sijaita useitakin eri kauppakeskuksia. Myös mallinnuksessa absoluuttinen ero eri keskusten asiointitodennäköisyyksien välillä oli monilla alueilla pieni. Todennäköisimmästä vaihtoehdosta poikkeavat vastaukset sopivimmasta ostospaikasta eivät siis mallinkaan valossa olleet välttämättä ”epätodennäköisiä”. Kuvassa 1 on esitetty mallin teho vastausvaihtoehtojen ennustamisessa pääkaupunkiseudun eri osissa.

Kartassa on havaittavissa selvä maantieteellinen riippuvuus. Malli toimii parhaiten kantakaupungissa ja Itäkeskuksen, Leppävaaran ja Pakkalan alueiden läheisyydessä – toisin sanoen seudun suurimpien kaupallisten keskit-



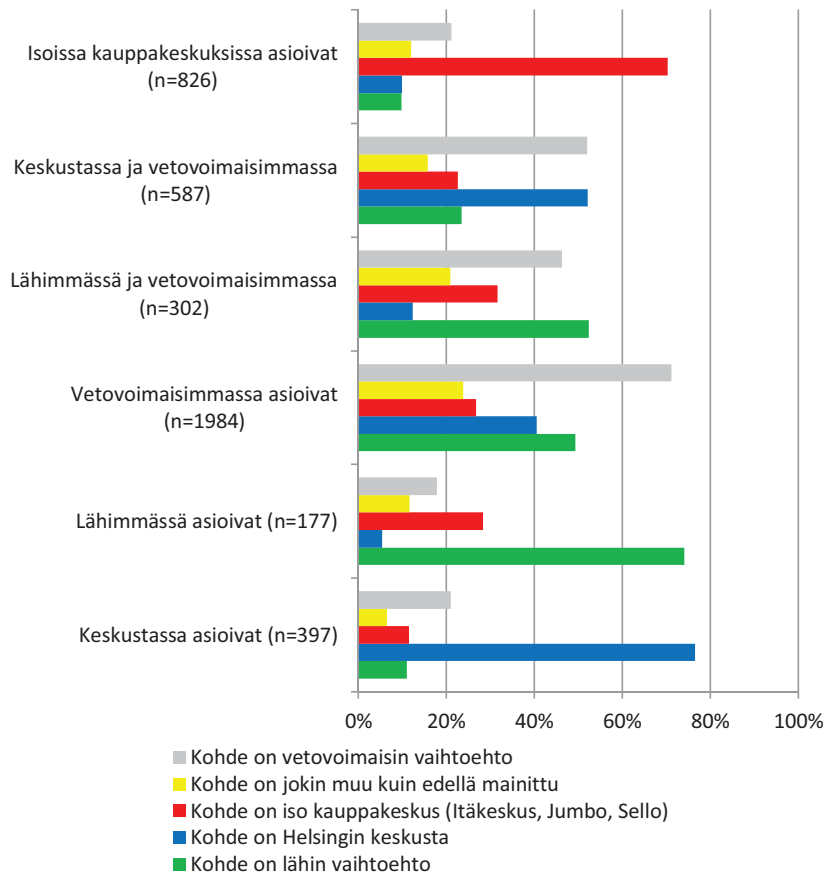
Kuva 1. Vetovoimamallin kyky ennustaa kotitalouksien suosituinta ostospaikkaa.

tymien vaikutuspiirissä. Huonoiten malli ennustaa valintoja Espoon keskuksen, Pohjois-Helsingin ja Itä-Vantaan alueilla. Vaikuttaisi siltä, että näiden alueiden kaupallinen tarjonta ei täytä laadullisesti merkittävän väestöosan toiveita, vaikka karkea määrällinen analyysi näin antaisikin ymmärtää.

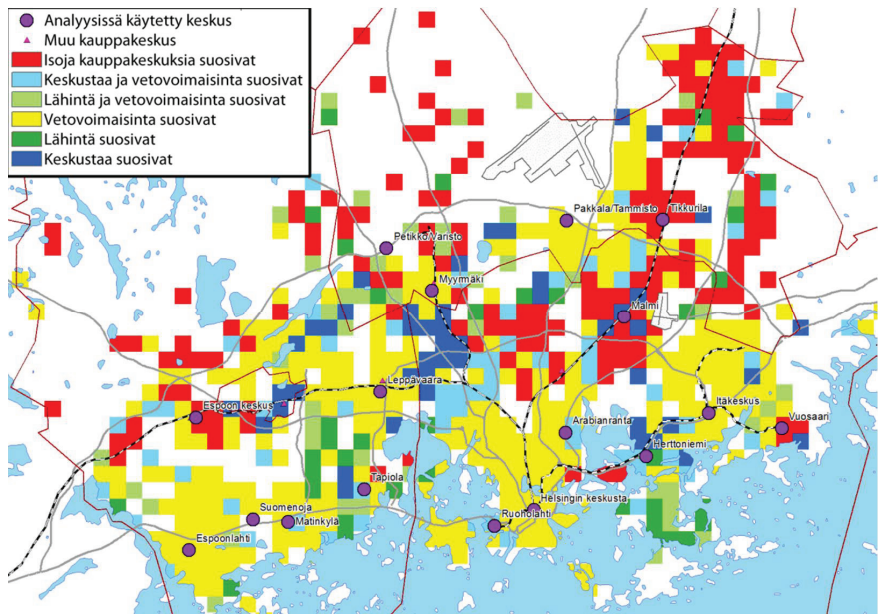
Erikoiskaupan suuntautumisryhmät

Jatkoanalyysyjä varten vastaajat jaettiin ryhmiin sen perusteella, mihin erikoistavaraostomatkat suuntautuivat suhteessa mallinnukseen todennäköisimmästä ostospaikasta. Koska vetovoimamalli ottaa huomioon keskusten koon, asuinpaikan ja todennäköisimmän keskuksen väliin voi jäädä pienempiä keskuksia. Toisaalta matkat voivat suuntautua kauemmaksi, kuten edellinen kartta-analyysi antaa olettaa. Ostomatkat voivat suuntautua Helsingin keskustaan asti, tai toisaalta suuriin seudullisiin kauppakeskuksiin, joissa autoilun yhteydet ovat paremmat. Vastajakotitalouksille laskettiin osuudet vastauksista, jotka suuntautuivat ennustettuun todennäköisimpään vaihtoehtoon, lähempänä kotia sijaitsevaan vaihtoehtoon, Helsingin keskustaan ja suuriin kauppakeskuksiin. Suuriksi kauppakeskuksiksi tulkittiin tässä yhteydessä Itäkeskuksen, Leppävaaran (Sello) ja Pakkala/Tammiston (Jumbo) vaihtoehdot. Näillä alueilla sijaitsevat kauppakeskukset ovat seudun ja koko Suomen suurimpia ja lisäksi mallinnuksen perusteella pystyvät muita keskuksia paremmin pitämään ympäröivän ostovoiman alueellaan. Näitä suhteellisia osuuksia käytettiin medoidiryhmittelyssä, jossa usean ryhmäluvun kokeilun kautta päädyttiin kuuteen ryhmään. Kuusi ryhmää valittiin, koska tällä määrällä ryhmien väliset erot muodostuivat selkeimmiksi. Ryhmät ovat huomattavan erikoisia, mikä on luonnollista, koska ylivoimaisesti suurin ryhmä koostuu vastaajista, joiden vastaukset sopivat parhaiten yhteen mallin kanssa, joka on kalibroitu osaltaan heidän omilla vastauksilla. Täten mielenkiintoisempia ovat pienemmät ryhmät, jotka nimenomaisesti eroavat mallin ennusteesta. Ryhmien nimet, koot ja ostospaikkavalintojen suuntautuminen käyvät ilmi kuvasta 2. Huomattavaa on, että kuviossa kuvatut osuudet eivät summaudu sataan prosenttiin, koska niissä on osaksi päällekkäisyyttä.

Kuvassa 3 on esitetty ryhmien alueellinen jakautuminen laskemalla ruuduittain moodi eli eniten esiintyvä ryhmä. Ruutujen sisään jää siis varsin paljon eri ryhmien edustajia, mutta kartta antaa kuvan ryhmien maantieteellisestä painotuksesta. Vetovoimaisinta vaihtoehtoa suosivat asuvat enimmäkseen kantakaupungissa ja kolmen suuren kauppakeskuksen lähistöllä, mutta myös Myyrmäen välittömässä läheisyydessä ja Etelä-



Kuva 2. Erikoiskaupan suuntautumisryhmät ja niiden ostosmatkojen suuntautuminen.



Kuva 3. Suuntautumisryhmien alueellinen painotus.

Espoossa tämä ryhmä on parhaiten edustettu. Ryhmän suurta kokoa selittää omalta osaltaan sen painottuminen tiiviisti rakennetulle Helsingin niemelle ja muihin seudun väestökeskittyisiin. Helsingin keskustaa ostospaikkana suosivia löytyy eri puolilta seutua, mutta erityisesti vanhemmalta lähiövyöhykkeeltä hyvien joukkoliikenneyhteyksien varrelta. Mielenkiintoisin alue on Luoteis-Helsinki, jossa Leppävaaran ja Myyrmäen kauppakeskukset olisivat lähellä, mutta valinta kohdistuu silti kantakaupunkiin. Tämä voi osaltaan kertoa ryhmän elämänpiirin suuntautumisesta tai joukkoliikenteen tariffirajojen vaikutuksesta. Suuria kauppakeskuksia suosivat asuvat keskimäärin kauempana keskustasta, kuten Pohjois-Helsingin omakotitaloalueilla ja Itä-Vantaalla. Kauppakeskusten näkökulmasta on mielenkiintoista, että Espoon keskuksen, Malmin ja Tikkurilan väestö näyttää suosivan lähikeskuksen sijasta kauempana sijaitsevia seudullisia keskuksia. Läheisintä vaihtoehtoa suosivien suurimmat keskitymät löytyvät Lounais-Espoosta ja Laajasalosta. Espoossa Tapiolalla vaikuttaa olevan kokoaan suurempi vetovoima lähialueilla. Laajasalon osalta Helsingin keskustalla ja Itäkeskuksella on molemmilla suunnilleen yhtä suuri vetovoima Laajasalon eri osissa, vaikka Itäkeskus on monessa tuoteryhmässä maantieteellisesti lähin ostopaikka. Näin alue määrittyy lähikeskusta suosivaksi, vaikka keskus itsessään ei kovin lähellä sijaitse ja Helsingin keskustassa asioiviakin on runsaasti.

Ryhmien profilointiin käytettiin useita muuttujia KOKKKA-kyselystä, kuten vastaajan ikää, perhetaustaa, vastaajan koulutustasoa, autonomistusta ja bruttotuloja. Lisäksi profiloinnissa käytettiin kulutusmieltymys- ja erikoiskaupan preferenssimuuttujia, jotka oli muodostettu kyselyn kysymyksistä 14 ja 16 faktorianalyysillä KOKKKA-hankkeen aikana. Ristiintaulukoinnin perusteella lähes kaikilla muuttujilla oli tilastollisesti merkitsevä yhteys ryhmäjakoon. Nominaali- ja järjestysasteikollisista muuttujista autonomistus vaihteli selvästi ryhmien välillä: keskustassa asioivat ovat selvästi useammin autottomia ja suurissa kauppakeskuksissa asioivat kahden auton talouksia keskiarvoon verrattuna. Yllätyksettömästi keskustassa asioivat olivat keskimääräistä useammin yksiasujia ja suurissa kauppakeskuksissa asioivat kahden aikuisen lapsiperheitä. Myös koulutustaustalla oli tilastollisesti merkitsevä yhteys: keskustaa suosivissa akateemisesti koulutettujen osuus oli suurempi, kun taas suurissa kauppa-keskuksissa asioivissa painottui ammatillinen koulutus keskimääräistä enemmän. Lähintä keskustaa suosivissa kansakoulutaustaisten osuus oli selvästi suurin, mikä viittaa tämän ryhmän korkeaan ikään.

Taulukko 3. Viiden poikkeavan ryhmän erotteluanalyysin rakennematriisi.

	Eroittelija			
	1	2	3	4
k16: Liikennejärjestelyt	0,672	-0,181	-0,215	0,097
k14: Ajan hermolla oleminen	-0,313	-0,279	0,254	-0,044
Vastaajan ikä	0,083	0,754	0,062	0,217
k14: Ostoksilla käynnin rasittavuus	-0,029	-0,422	0,118	-0,159
k14: Nautiskeleva shoppailu	0,112	-0,420	0,063	0,212
k16: Asiakaspalvelu	-0,191	0,367	-0,125	-0,153
k14: Lähipalveluiden arvostus	-0,066	0,326	0,035	-0,150
k16: Valikoima	-0,183	-0,288	-0,249	0,048
k14: Eettinen kuluttajuus	-0,219	0,254	0,028	0,016
k16: Populaarisuus	-0,041	-0,232	-0,005	0,232
k16: Edullisuus	0,293	0,048	0,553	0,188
Talouden bruttotulot kuukaudessa (satoja euroja)	-0,048	0,025	-0,549	-0,067
k14: Laadun hakeminen	-0,153	-0,005	-0,222	0,220
k14: Säästäväisyys	0,220	0,121	0,100	0,587
Etäisyys lähimpään kauppakeskukseen (sadoissa metreissä)	0,459	0,150	-0,139	-0,496
k16: Saavutettavuus	0,158	-0,105	0,064	-0,248
k16: Alueen palvelut	0,033	0,043	0,068	0,202
Etäisyys lähimpään päivittäistavarakauppaan (sadoissa metreissä)	0,187	0,074	-0,082	-0,201

Kokonaiskuvan saamiseksi suoritettiin erotteluanalyysi, johon saattoi ottaa mukaan vain asteikoltaan jatkuvat muuttujat. Koska suurin, vetovoimaisinta vaihtoehtoa suosiva ryhmä leikkaa käytännössä kaikkien ryhmien kanssa, analyysiin otettiin vain poikkeavat ryhmät. Taulukossa 3 on esitelty neljän erottelijafunktion rakennematriisi, eli miten alkuperäiset muuttujat korreloivat muodostettujen erottelijoiden kanssa. Kaksi ensimmäistä erottelijaa vastaavat 95% erottelijoiden selittämästä vaihtelusta. Ryhmien erottelu onnistui varsin huonosti, eli erottelussa käytetyt muuttujat eivät selitä tyhjentävästi ryhmäeroja. Rakennematriisista käy silti ilmi selittävien muuttujien selvät korrelaatiot ryhmäerojen kanssa. Eroittelija 1, joka erottelee ennen kaikkea keskustahakuiset ja suuriin kauppakeskuksiin suuntaavat asiakkaat, korreloi ennen kaikkea liikennejärjestelyjen arvostamisen kanssa. Tämä kaksijakoinen muuttuja saa positiivisia arvoja, jos vastaaja on arvostanut hyvää ja ilmaista pysäköintiä, ja negatiivisia arvoja, mikäli pysäköinnin sijaan julkisen liikenteen yhteydet ovat vastaajalle tärkeitä. Samansuuntainen yhteys löytyi myös tutkittaessa päivittäistavaroiden ostopaikkavalintoja (ks. luku 2.5). Toinen, hieman heikommin korreloiva muuttuja on muodin ja muiden ajankohtaisten teemojen seuraaminen, mikä näyttäisi liittyvän keskusta-asiointiin vahvemmin kuin seudullisiin kauppakeskuksiin. Eroittelija 2 vetää lähiasioijia kauemmaksi muista ryhmistä ja korreloi

ennen kaikkea iän kanssa. Kuten edelläkin on todettu, lähintä ostospaikkaa suosivat painottuvat vanhimpiin kuluttajiin. Erottelijan 2 kanssa korreloivat myös monet kulutusmieltymys- ja preferenssifaktorit. Lähintä ostospaikkaa suosivat arvostavat keskimääräistä enemmän asiakaspalvelua ja eettisiä valintoja, mutta eivät juuri tunne sen paremmin räsistusta kuin nautintoakaan ostosten tekemisestä. Muut muuttajat, kuten etäisyys kaupallisista palveluista ja tulotaso korreloivat ennen kaikkea kahden muun erottelijan kanssa, mutta nämä erottelijat selittävät siis ryhmäeroja vielä huomommin kuin kaksi ensimmäistä erottelijaa.

Keskustelua tuloksista

Analyysissä on tarkasteltu pääkaupunkiseudun kotitalouksien näkemyksiä sopivimmasta ostopaikasta eri erikoistavaroille. Pääasiallisesti voidaan todeta, että kaupallisen keskuksen koolla ja etäisyydellä on suurin vaikutus siihen, valitaanko tätä kohdetta ostospaikaksi seudun lukuisien vaihtoehtojen joukosta. Tuoteryhmien välillä voi havaita eroja halukkuudessa matkustaa kauemmaksi tekemään ostoksia. Tämä vastaa hyvin Dellaertin ym. (1998) oletusta vähäisemmästä ennakkotiedosta ja suuremmasta halusta vertailuun harvoin ostetuissa tuotteissa, kuten juh-lavaatteissa ja elektroniikassa. Toisaalta usein ostettuja tai vähän variaa-tiota sisältävissä tuoteryhmissä, kuten kosmetiikassa ja hygieniatuotteissa, kirjoissa ja paperitarvikkeissa ja lastenvaatteissa pieni lähikeskuskin voi tyydyttää tarpeet.

Keskuksen läheisyys tai kokokaan ei silti ratkaise kaikkea. Joka puolella seutua asuu kuluttajia, jotka valitsevat ostopaikan muuten kuin läheisyyden tai koon perusteella. Erityisesti pienempien kauppakeskusten ympäristössä asuvat suosivat kauempana sijaitsevia kohteita, jotka ovat joko hyvien joukkoliikenneyhteyksien päässä tai joissa autoilun järjestelyt ja sijainti tieverkostossa ovat hyvät. Lähipalveluita pitävät parhaimpana iäkkäämmät kotitaloudet. Tähän voi olla syynä elämänrytmi, ostosten teon vaikeudet tai mahdollisesti identifioituminen omaan asuinalueeseen tasa-arvoisemman verkostokaupunkirakenteen sijasta (Dupuy 2008). Ikääntyvien kuluttajien heterogeenisuudesta kirjoittaa tässä julkaisussa Anna-Maija Kohijoki (luku 2.6). Kuitenkaan kotitalouden elämäntilanne tai sosioekonomiset tekijätkään eivät selitä ostospaikkavalintojen eroavaisuutta tyhjentävästi. Ryhmäeroihin liittyvät preferenssit ja kulutusmieltymykset antavat ymmärtää, että ostospaikkavalinnat ovat osa elämänpiirin kokonaisuutta, johon pakollisten menojen, kuten työn ja opiskelun, lisäksi liittyvät kotitalouksien ja yksilöiden elämäntyyliin ja identiteettiin liittyvät vapaaehtoiset valinnat.

2.4 Pääkaupunkiseudun kauppa- keskusmatkat liikennetutkimus- aineiston valossa

Jari Kurri, Aalto-yliopisto/Liikennetekniikka

Ostoksilla käynti muodostaa merkittävän osan ihmisten arjen liikkumisesta. Ajankäytön ja liikenteen yhteiskunnallisten vaikutusten sekä erityyppisten kauppapaikkojen menestysmahdollisuuksien kannalta ei ole merkityksetöntä, missä määrin kaupassa käydään muiden matkojen yhteydessä eli osana jotain matkaketjua (esimerkiksi koti–päiväkoti–työpaikka–kauppakeskus–koti). Esimerkiksi työmatkan yhteydessä hoidettavat ostokset voidaan tehdä matkan varrella paikassa, jonne ei kotoa käsin edes lähdetäisi. Matkaketjulla on vaikutusta myös ostosmatkan kulkutavan valintaan: jos päivän ensimmäiselle matkalle lähdetään henkilöautolla tai polkupyörällä, niin kulkuvälinettä pitää luultavasti kuljettaa mukana myös päivän myöhemmillä matkoilla.

Matkaketjuista ja matkoilla käytetyistä kulkutavoista saadaan tietoja muun muassa valtakunnallisista ja alueellisista henkilöliikennetutkimuksista, joista etenkin pääkaupunkiseudulla on käytetty nimitystä liikkumistottumustutkimus. Näissä otantatutkimuksissa matkalla tarkoitetaan yksisuuntaista siirtymistä paikasta (rakennuksesta) toiseen. Matkan määritelmän takia kävely Helsingin Aleksanterinkadulla kaupasta toiseen tuottaa periaatteessa paljon erittäin lyhyitä matkoja, kun taas siirtymistä kauppakeskuksen sisällä kaupasta toiseen ei katsota matkaksi. Käytännössä liikkumistottumustutkimusten tapaisissa haastattelu- ja kyselytutkimuksissa ei ole aina mahdollista pitää johdonmukaisesti kiinni matkan määritelmästä.

Työssä hyödynnetään päätutkimusaineistona Helsingin seudun liikenne -kuntayhtymältä (HSL) saatua matkapäiväkirja-aineistoa (HSL 2010a, HSL 2010b), joka kerättiin Helsingin seudun vuosien 2007–2008 laajan liikennetutkimuksen yhteydessä. Liikkumistottumustutkimuksen aineisto sisältää tiedot yli 20 000 seudun asukkaan yhtenä satunnaisesti valittuna syys-arkipäivänä (maanantai–torstai) tekemistä matkoista. Tässä työssä aineistosta on poimittu ne pääkaupunkiseudun matkat ja matkaketjut, joissa poiketaan jossain kauppakeskuksessa tai muussa kauppapaikkakesittymässä. Pääkaupunkiseudun sisäisiä matkoja tehdään arkipäivisin noin kolme miljoonaa, joista reilu kymmenesosa on ostosmatkoja. Ostosmatkojen ja ostosmatkaketjujen erottaminen aineistosta ei ole täysin yksikäsitteistä, sillä monilla matkoilla on useita tarkoituksia. Lisäksi teknisistä ja tietosuojasyyis-

tä matkakohteiden tarkka sijainti ei ole käytettävissä, vaan tarkastelu perustuu osa-aluejakoon, jossa pääkaupunkiseutu on jaettu 150 alueeseen.

Täydentävänä tutkimusaineistona käytetään vuosien 2010–2011 valtakunnallisen henkilöliikennetutkimuksen (HLT) aineistoa (Liikennevirasto 2012). Pääkaupunkiseudun osuus koko aineistosta (koko Suomessa yhteensä 12 318 vastaajaa) on selvästi pienempi kuin HSL:n tutkimuksessa, mutta toisaalta tutkimus kattaa kaikki viikonpäivät ja koko vuoden (1.6.2010–31.5.2011). Matkojen lähtö- ja määräpaikkojen tyypit on jaettu 44 luokkaan, joista otetaan mukaan tarkasteluun luokan ”Kauppakeskus” lisäksi luokka ”Liike- tai tavaratalo (esim. 2-kerroksiset Prismat, Citymarketit, joissa muitakin liiketiloja)”, jotta tulokset olisivat mahdollisimman vertailukelpoisia päätutkimusaineiston kanssa. Koska kyse on valtakunnallisesta tutkimuksesta, jonka osa-aluejakona on kuntajako, kauppakeskuksia ei voi tästä aineistosta tunnistaa samalla tarkkuudella kuin HSL:n liikkumistottumistutkimusaineistosta. Matkojen lähtö- ja määräpaikkojen osoitteet on kyllä geokoodattu, mutta osoitetietoja ei tietosuojasyistä luovuteta tutkimuskäyttöön.

Kauppakeskusmatkat

HSL:n liikkumistottumustutkimuksen matkojen lähtö- ja määräpaikkojen tyyppien luokittelu sisältää noin kaksikymmentä luokkaa, joista Kaveri-hankkeen kannalta olennaisia ovat ”päivittäisosostus” (yli 5 % matkoista), ”kauppakeskus” (yli 4 %) ja ”muu ostospaikka” (lähes 2 %). Kun otetaan mukaan pääkaupunkiseudun sisäisistä matkoista vain ne, joissa joko matkan lähtö- tai määräpaikka on ”kauppakeskus”, niin kolmesta osa-alueesta vastaa yli 80 prosentista kaikista vastaajien ilmoittamista kauppakeskusmatkoista (taulukko 1). Pääkaupunkiseudun sisäisiä kauppakeskusmatkoja tehdään noin neljännesmiljoona päivässä, mikä tarkoittaa, että kauppakeskuskäyntejä on selvästi yli satatuhatta päivässä. Muun muassa Espoon keskuksen Entresse-kauppakeskus ja Itäkeskuksen Prisma-hypermarket avattiin vasta aineiston keräämisen jälkeen.

Osa-aluejakoon perustuvassa tarkastelussa on ongelmana, että jos mukaan otetaan muitakin ostospaikkoja kuin kauppakeskuksia, niin aineiston perusteella ei voi tietää, onko kyse pienestä päivittäistavarakaupasta vai hypermarketista. Toisaalta ei ole myöskään selvää, millaisia kauppakeskittymiä vastaajat ovat pitäneet kauppakeskuksina. Käsityksiin voivat vaikuttaa myös vaikkapa kauppakeskus-sanan käyttö markkinoinnissa sekä kauppakeskuksen kompaktius. Esimerkiksi Malmintorin ja Malmin Novan kauppakeskukset sijaitsevat radan eri puolilla, mutta Arabian kauppakeskus koostuu yhdestä rakennuksesta. On mahdollista, että osa

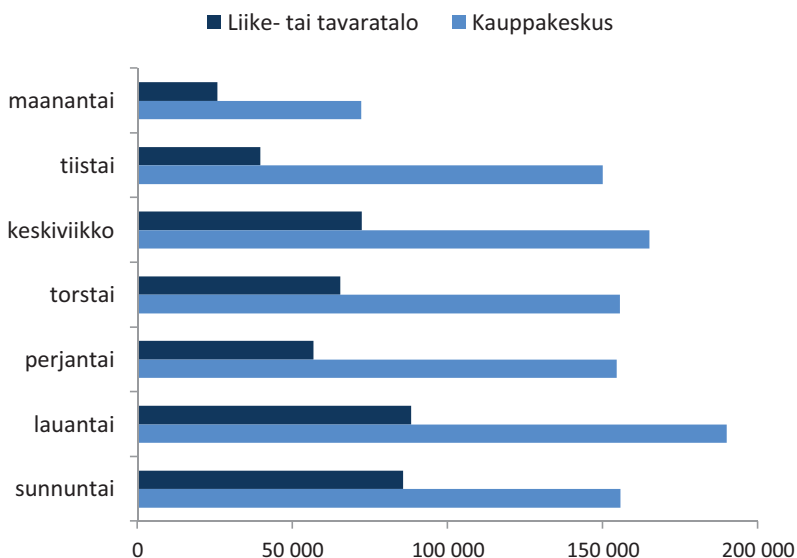
esimerkiksi Tapiolan liikekeskukseen ostoksille tai asioimaan tulleista on ilmoittanut kohteeksi jonkin muun kuin kauppakeskuksen. Lisäksi ainakin Kontulan kauppapaikkakeskittymä on selvästi ostoskeskus eikä kauppakeskus.

Taulukko 1. Yleisimmin vieraillut kauppakeskukset pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla HSL:n liikkumistottumustutkimuksessa 2007–2008.

Itäkeskus (Itis, Citymarket, Puotinharjun Puhos)	15 %
Kamppi + Forum	11 %
Jumbo	10 %
Sello	9 %
Helsingin ydinkeskusta (Stockmann, Kluuvi ym.)	7 %
Iso Omena	6 %
Myyrmäki (Myyrmanni + Isomyyri)	6 %
Malmi (Malmintori + Malmin Nova)	4 %
Columbus	3 %
Tapiola	3 %
Arabia	2 %
Lippulaiva	2 %
Kontula	2 %

Liikkumistottumustutkimuksen aineisto ei sisällä tietoja perjantain eikä viikonlopun matkoista, koska aineiston keräämisen tavoitteet ovat liittyneet ensisijaisesti liikennejärjestelmäsuunnitteluun, jossa arjen ruuhka-aikojen merkitys on suuri. HLT-aineiston mukaan vähiten kauppakeskusmatkoja tehdään maanantaisin ja eniten lauantaisin (kuva 1). Arvio eri viikonpäivien osuudesta perustuu vain 507 matkan tietoihin, joten esimerkiksi maanantain matkamäärä voi olla selvästi aliarvioitu. Lisäksi on otettava huomioon, että HSL:n päätutkimusaineiston ja Liikenneviraston HLT-aineiston luokituksissa kauppakeskus-sanana merkitys ei ole täysin sama, koska matkojen määränpäiden luokittelut eroavat muilta osin toisistaan.

HSL:n matkapäiväkirjatutkimuksen mukaan ostoksilla käynti kauppakeskuksessa työmatkan yhteydessä ei ole kovinkaan yleistä, vaan selvästi yleisin tapaus on yksinkertainen kotiperäinen matkaketju koti–kauppakeskus–koti. Matkaketjujen luokittelua vaikeuttaa se, että aineis-



Kuva 1. Kauppakeskusvierailujen viikonpäiväosuudet pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla Liikenneviraston valtakunnallisessa henkilöliikennetutkimuksessa 2010–2011.

Taulukko 2. Kauppakeskusvierailujen kulkutapaosuudet pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla HSL:n liikkumistottumustutkimuksessa 2007–2008.

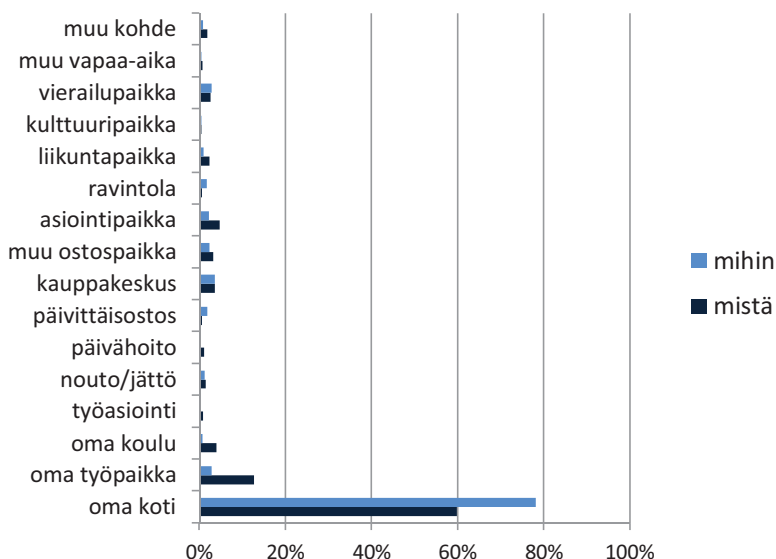
Alue	Osuus matkoista		Kulkutapaosuudet			
			Joukko-liikenne		Kevyt liikenne	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
101 Kluuvi (Stockmann ym.)	7 %	8 %	60 %	60 %	37 %	38 %
102 Kamppi + Forum	12 %	10 %	53 %	60 %	41 %	35 %
125 Arabia	2 %	3 %	48 %	23 %	11 %	44 %
146 Malmi	5 %	4 %	44 %	26 %	29 %	31 %
163 Itäkeskus	15 %	15 %	51 %	37 %	13 %	21 %
165 Kontula	3 %	1 %	12 %	17 %	41 %	60 %
169 Columbus	4 %	3 %	24 %	32 %	34 %	22 %
203 Tapiola	3 %	3 %	33 %	20 %	15 %	22 %
208 Iso Omena	8 %	5 %	11 %	12 %	18 %	30 %
213 Lippulaiva	2 %	2 %	10 %	11 %	17 %	36 %
219 Sello	7 %	10 %	24 %	23 %	24 %	18 %
403 Myyrmäki + Isomyyri	5 %	7 %	8 %	13 %	43 %	29 %
417 Jumbo	10 %	10 %	1 %	6 %	9 %	7 %

tossa esiintyviä päivän matkojen muodostamia yhdistelmiä on yhteensä 594 erilaista, joista tosin suuressa osassa on mahdollista pilkkoa päivän matkaketju pienempiin osiin. Neljä selvästi yleisintä päivän matkaketjua ovat koti–kauppakeskus–koti (159 kpl), koti–työpaikka–koti–kauppakeskus–koti (70 kpl), koti–työpaikka–kauppakeskus–koti (57 kpl) ja koti–koulu–koti–kauppakeskus–koti (48 kpl). Osana koko päivän matkaketjua yleisin osamatkaketju koti–kauppakeskus–koti on peräti 588 tapauksessa, kun vähintään kerran tutkimusvuorokauden aikana jossain kauppakeskuksessa käyneitä vastaajia on aineistossa yhteensä 1 182. Kotiperäiset kauppakeskusmatkat vastaavat siis puolta kaikista kauppakeskusmatkoista.

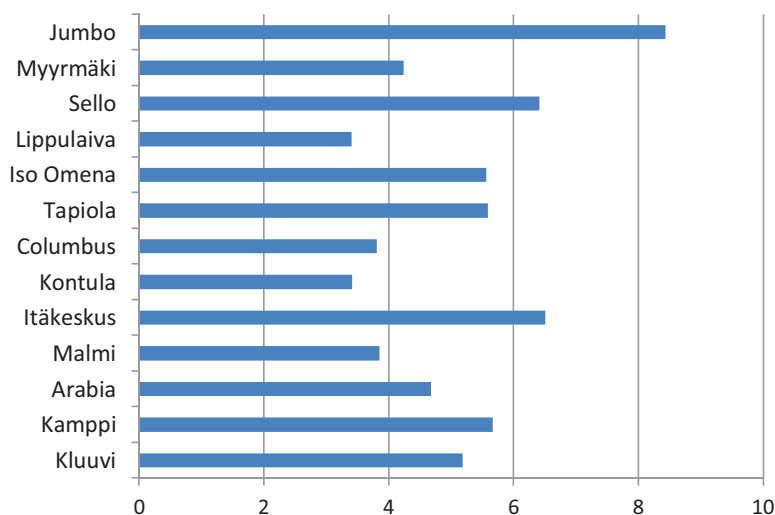
Joukkoliikenteen osuus matkoista on keskimäärin 28 prosenttia, mutta kauppakeskusten väliset erot ovat suuria (taulukko 2). Selvimmin kaikista muista eroaa Jumbo, jonne suuntautuvilla pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla joukkoliikenteen osuus on vain pari prosenttia, ja kävellen tai polkupyörällä tehtäviä matkojakin on vähemmän kuin joka kymmenes. Sen sijaan Helsingin keskustan kahdella alueella (Kluuvi ja Kamppi) henkilöautomatkojen osuus on vain muutama prosentti. Ydinkeskustan jälkeen suurin joukkoliikenteen osuus on Itäkeskuksen kauppakeskukseen suuntautuvilla matkoilla, lähes puolet matkoista. Joukkoliikenteen osuus on melko suuri muilla raideliikenteen varrella olevilla alueilla paitsi Myyrmäessä ja Kontulassa, joilla taas kevyen liikenteen osuus on suuri.

Taulukon 2 lukuarvot perustuvat 2 449 arkipäivän matkan tietoihin. Liikennetutkimusten matkan määritelmän (yksisuuntainen siirtyminen paikasta toiseen) vuoksi kukin kauppakeskusvierailu on aineistossa yleensä kahtena matkana (tulo kauppakeskukseen ja lähtö sieltä). Koska pienimmät taulukon kauppakeskuksista edustavat noin kahta prosenttia kaikista kauppakeskusmatkoista, taulukon kulkutapaosuudet perustuvat pahimmillaan vain noin kymmenen hengen vastauksiin. Otantavirheen (satunnaisvaihtelun) suuruuden havainnollistamiseksi taulukossa on esitetty erikseen syksyn 2007 ja syksyn 2008 matkapäiväkirjatutkimusten luvut. Satunnaisvaihtelu näkyy selvimmän kulkutapaosuuksissa.

Noin 60 prosenttia kauppakeskukseen tulijoista tulee kotoa ja lähes 80 prosenttia menee kauppakeskuksesta kotiin (kuva 2). Hieman alle neljä prosenttia havaintoaineiston matkoista on siirtymisiä kauppakeskuksesta toiseen. Näistä kauppakeskusten välisistä matkoista reilu kolmannes on Kampin ja Kluuvin välisiä lyhyitä siirtymisiä Helsingin keskustassa. Havaintojen vähäisen määrän vuoksi paljon enempiä ei voi sanoa, mutta näyttäisi siltä, että kauppakeskusten väliset lyhyitä siirtymisiä pitemmät matkat ovat tyypillisempiä Espoossa ja Vantaalla kuin Helsingissä. Saman päivän aikana käydään useammassa kuin yhdessä kauppakeskuksessa lähes joka



Kuva 2. Kauppakeskusvierailujen matkaketjut pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla HSL:n liikumistutkimuksessa 2007–2008: mistä kauppakeskukseen tultiin ja minne matka jatkui.



Kuva 3. Kauppakeskusvierailujen matkaketjut pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla HSL:n liikumistutkimuksessa 2007–2008: kuinka kaukaa tultiin (kilometreinä) ja kuinka kauas matka jatkui.

kymmenennessä tapauksessa. Melko yleinen matkaketju on koti–kauppakeskus–koti–kauppakeskus–koti.

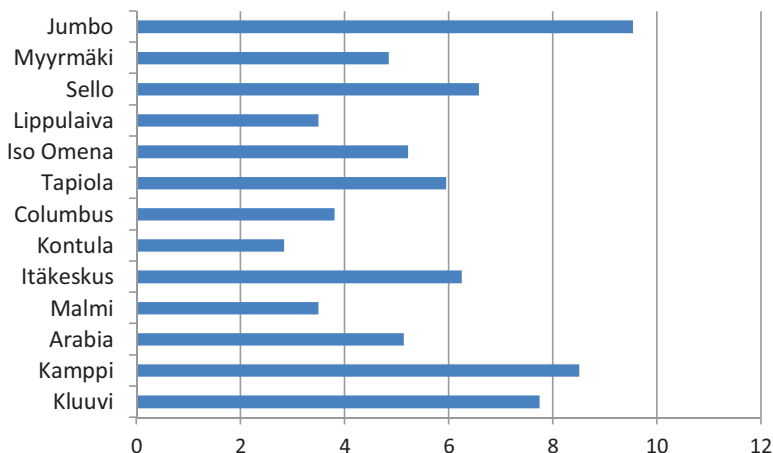
Henkilöauton ja toisaalta joukko- ja kevyen liikenteen käyttäminen kauppakeskusmatkoilla liittyy muun muassa yhdyskuntarakenteeseen ja näkyy esimerkiksi siinä, kuinka kaukaa kauppakeskus kerää kävijöitä. Matkapäiväkirja-aineiston perusteella pisimmät matkat koskevat Jumbon

kauppakeskusta, jonne suuntautuvien pääkaupunkiseudun sisäisten matkojen keskipituus on yli kahdeksan kilometriä (kuva 3). Tarkasteltavista kauppakeskuksista lyhimmat matkat koskevat Kontulan ostoskeskusta, jonne kuljetaan usein kävellen.

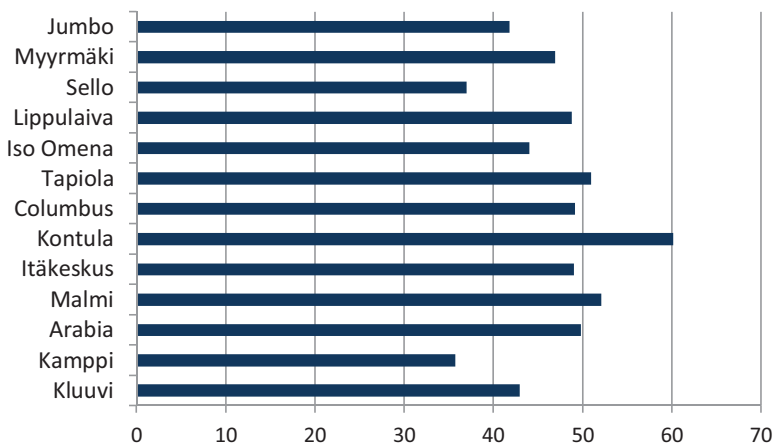
Kun tarkastellaan kauppakeskuksen ja asiakkaan kodin välistä etäisyyttä (kuva 4) eikä matkan pituutta, havaitaan muun muassa, että Jumbon lisäksi myös Helsingin keskustan alueet vetävät muualla asuvia puoleensa. Monet keskustan työntekijöistä käyvät työpäivän yhteydessä keskustan kaupoissa. Suurten kauppakeskusten lisäksi myös Tapiolan vetovoima on suuri. Arabian kauppakeskuksessa vierailevien noin viiden kilometrin keskitäisyys selittyy osittain lähialueen työpaikka- ja opiskelijamäärillä.

Tarkasteltavat kauppakeskukset (osa-alueet) eroavat toisistaan muullakin tavoin kuin niihin suuntautuvilla matkoilla käytettävien kulkutapojen suhteen. Yhdellä luvulla eroja havainnollistaa matkoja tehneiden keski-ikä (kuva 5). Keski-ikänsä selvästi vanhimpia ovat Kontulan ostoskeskukseen matkoja tehneet. Kontulan ostoskeskuksen palvelutarjonta painottuu selvästi enemmän päivittäistavaroihin kuin reilun kolmen kilometrin päässä sijaitsevan Itäkeskuksen. Sen vuoksi asiakaskunta muodostuu enimmäkseen lähialueen asukkaista, joista suuri osa on eläkeläisiä. Ei ole myöskään yllättävää, että keski-ikänsä nuorimpien tekemät kauppakeskusmatkat koskevat Kampin osa-alueetta, jossa sijaitsevat Kampin ja Forumin kauppakeskukset. Myös Sellossa kävijät ovat keski-ikänsä yhtä nuoria, noin 35-vuotiaita. Toisin kuin Sellon ja Jumbon kävijät, kolmesta suuresta kauppakeskuksesta suurimman eli Itäkeskuksen vierailijat ovat keski-ikänsä suunnilleen yhtä vanhoja kuin hieman pienempien ja luonteeltaan paikallisten kauppakeskusten, kuten noin neljän kilometrin päässä Itäkeskuksesta sijaitsevan Vuosaaren Columbus-kauppakeskuksen. Helsingin keskustassa Kluuvin osa-alue sisältää Stockmannin tavaratalon ja Kluuvin kauppakeskuksen lisäksi muitakin tavarataloja ja kauppakeskittyymiä, jotka liikemistottumustutkimuksen vastaajat ovat mahdollisesti luokitelleet kauppakeskuksiksi. Näin ollen Kluuvin kävijöiden keski-ikää ei voi suoraan verrata muihin.

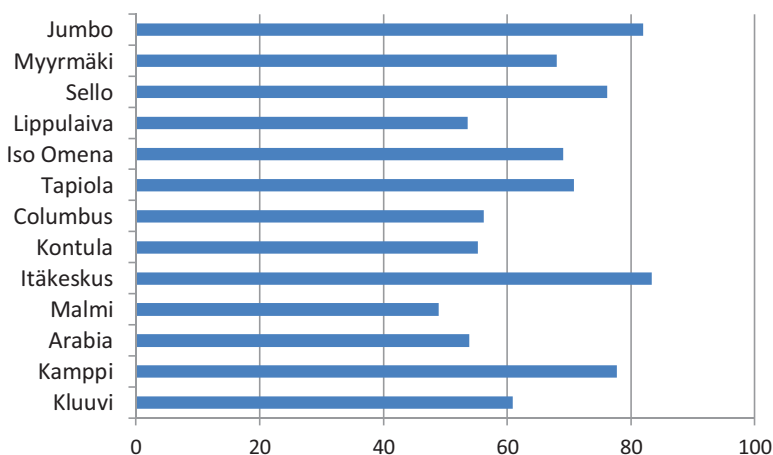
Matkapäiväkirja-aineistosta on mahdollista laskea epäsuorasti myös muun muassa kauppakeskuksessa vietetty aika (kuva 6). Koska luku lasetaan vähentämällä kauppakeskuksesta lähdön kellonajasta edellisen matkan lähtöajan ja matka-ajan summa, siihen sisältyy huomattavasti enemmän epävarmuutta kuin muihin tuloksiin. Lienee kuitenkin totta, että suurissa ja Kampin kauppakeskuksissa vietetään arakisinkin hieman enemmän aikaa kuin pienemmissä kauppakeskitymissä.



Kuva 4. Kauppakeskusvierailujen matkaketjut pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla HSL:n liikkumistottumustutkimuksessa 2007–2008: kuinka kaukana kotoa (kilometreinä) kauppakeskus on.



Kuva 5. Kauppakeskuksissa vierailijoiden keski-ikä (vuosina) pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla HSL:n liikkumistottumustutkimuksessa 2007–2008.



Kuva 6. Kauppakeskuksissa vierailujen kestot (minuutteina) matkatietojen perusteella karkeasti arvioituna pääkaupunkiseudun sisäisillä matkoilla HSL:n liikkumistottumustutkimuksessa 2007–2008.

Kulikutapamalli

Kauppakeskusmatkojen kulkutavanvalintaa selitettiin hyvin yksinkertaisella logittimallilla (taulukko 3), joka estimoitiin erikseen henkilöauton pääasiallisille käyttäjille (HAP) ja muille (EHAP). Logittimalli on liikennealalla yleisesti käytetty menetelmä tilanteissa, joissa matemaattisen mallin selitettävä muuttuja on diskreettiarvoinen ja laadullinen. Matkalla käytetty kulkutapa on tyypillinen esimerkki tällaisesta muuttujasta, sillä se voi saada vain äärellisen määrän arvoja (tässä kolme: kevyt liikenne, joukkoliikenne ja henkilöauto), eikä arvoja ole mielekasta asettaa suuruusjärjestykseen (vaikka datatiedostossa kevyt liikenne olisi koodattu numerolla 1 ja joukkoliikenne numerolla 2, niin joukkoliikenne ei ole suurempi kuin kevyt liikenne). Logittimalli on myös todennäköisyysteoreettinen malli: mitä suurempi vaihtoehtoon (kulkutapaan) liitetty hyöty on, sitä todennäköisemmin kyseinen vaihtoehto mallin mukaan valitaan. Kunkin vaihtoehdon hyöty on painotettu summa valintaan vaikuttavista tekijöistä. Useimmat painokertoimet ovat negatiivisia, sillä kasvava matka-aika, kustannukset jne. ovat matkan tekijän kannalta epätoivottavia eli laskevat vaihtoehdon hyötyä.

Pääkaupunkiseudun ja myöhemmin Helsingin seudun liikenneennustemalleissa (HSL 2011) pitkään käytetty tapa jakaa väestö HAP- ja EHAP-ryhmiin perustuu liikkumistottumustutkimuksen vastaajien omaan ilmoitukseen siitä, onko heillä henkilöauto käytettävissään aina tai melkein aina. Aineiston kauppakeskusmatkoista 51 prosenttia on HAPien tekemiä. HAPien kulkutapaosuudet ovat kevyt liikenne 19, joukkoliikenne 10 ja henkilöauto 71 prosenttia. EHAPien osuudet ovat kevyt liikenne 39, joukkoliikenne 43 ja henkilöauto 18 prosenttia. Henkilöauto-vaihtoehto sisältää sekä auton kuljettajana että matkustajana tehtävät matkat. Muuttujien arvot ovat pääosin samoja kuin mitä on käytetty Helsingin seudun liikenneennustemalleissa (HSL 2011). Erityisesti on huomattava, että joukkoliikenteen matka-aika on painotettu matka-aika (matkavastusminuutteina). Painokertoimet kuvaavat muun muassa eri joukkoliikennevälineiden erilaista täsmällisyyttä ja joukkoliikennematkan eri osien suhteellista rasittavuutta (joukkoliikennevälineen odottaminen on epämiellyttävämpää kuin istuen joukkoliikennevälineessä vietetty aika jne.).

Logittimallin kertoimista voidaan laskea muun muassa ajan arvo. HAP-mallin mukaan ajan arvo on $(-0,1451)/(-1,368) \times 60 = 6,36$ euroa tunnilta ja EHAP-mallin mukaan 4,44 euroa tunnilta. On kuitenkin huomattava, että logittimallien kertoimista laskettavat ajan arvot riippuvat täysin ratkaisevasti siitä, mitä muuttujia ja missä muodossa malli sisältää. Mallista nähdään, kuinka olennainen tekijä mahdollisuus käyttää henkilöautoa on kulkutavan valinnalle, sillä henkilöautovaihtoehdon vakiotekijät eroavat maleissa suuresti toisistaan.

Taulukko 3. Kauppakeskusmatkojen kulkutavanvalintaa selittävän yksinkertaisen logittimallin kertoimet (pääkaupunkiseudun sisäiset matkat HSL:n liikkumistottumustutkimuksessa 2007–2008).

muuttuja	koskee vaihtoehtoja	HAP		EHAP	
		kerroin	t-arvo	kerroin	t-arvo
vakio	kvl	0		0	
vakio	jkl	-0,5582	(-1,8)	-0,5734	(-2,2)
vakio	ha	-0,6085	(-3,7)	-2,587	(-15,3)
etäisyys (km)	kl	-1,300	(-14,5)	-1,018	(-13,8)
matka-aika (min)	jkl, ha	-0,1451	(-8,7)	-0,08013	(-5,7)
kustannukset (€)	jkl, ha	-1,368	(-7,8)	-1,082	(-5,6)

Päätelmiä

Liikkumistottumustutkimusten aineistojen perusteella arvioituna pääkaupunkiseudun sisäisiä matkoja kauppakeskuksiin tehdään noin neljännesmiljoona päivässä. Kauppakeskusten välillä on yllättävänkin suuria eroja siinä, millä kulkuvälineellä kauppakeskukseen saavutaan. Liikkumistottumustutkimuksen osa-aluejakoon perustuvassa tarkastelussa kolmellatoista alueella sijaitsevista noin viidestätoista kauppakeskuksesta ääripäitä ovat henkilöautoilun hallitsema Jumbo ja Helsingin Kampin kaksi kauppakeskusta, joihin matkustetaan pääasiassa joukkoliikenteellä. Joukkoliikenteen kulkutapaosuus on keskustan lisäksi keskimääräistä suurempi raideliikenteen asemien vieressä sijaitseviin kauppakeskuksiin suuntautuvilla matkoilla. Kyse ei kuitenkaan ole pelkästään hyvistä tai huonoista joukkoliikenneyhteyksistä, sillä maankäytön kannalta keskeisesti sijaitseviin kauppakeskuksiin pääsee hyvin myös kävellen ja pyörällä. Jos henkilöauto on käytettävissä, sitä käytetään yleensä myös kauppatmatkoilla.

Matkojen ketjuttaminen eli esimerkiksi ostosten hoitaminen työmatkojen yhteydessä ei näyttäisi olevan niin yleistä kuin ehkä olisi mahdollista. Noin puolet kauppakeskuskäynneistä tehdään kotoa käsin. Useammassa kuin yhdessä kauppakeskuksessa samalla kertaa (samassa matkaketjussa) vierailuja on pari prosenttia kaikista matkaketjuista. Näistä suuri osa on siirtymiä Helsingin keskustassa kaupasta toiseen.

Vaikka sekä Helsingin seudun että valtakunnallisen henkilöliikennetutkimuksen otoskoot ovat suuria, havaintojen määrät eivät siltikään riitä tilastollisesti luotettavien tulosten saamiseen, kun aineistosta poimitaan kauppakeskusmatkat, jotka luokitellaan kauppakeskuksen, viikonpäivän jne. suhteen. Tämän takia esitetyt tulokset ovat parhaimmillaankin vain suuntaa-antavia.

2.5 Päivittäistavara-asiointi lähintä supermarketia kauempana

James Culley, Aalto-yliopisto/REG

Tässä tutkimusosiossa tarkastellaan sitä, missä määrin etäisyys vaikuttaa kuluttajan päätökseen suosia tiettyä elintarvikekauppaa. Etäisyyden merkitystä kaupan valinnassa on tutkittu jo pitkään. Koko maantieteen vuorovaikutusmalli (Spatial Interaction Model) perustuu tälle periaatteelle (Huff, 1964; Bowlby, Breheny & Foot 1985; Simkin 1990; Rogers 1992, Birkin, Clarke & Clarke 2002). Aiemmat tutkimukset, esimerkiksi Fotheringham ja Trew 1993, ottivat kaupan etäisyyden suhteessa muihin kauppoihin muuttujaksi maantieteelliseen vuorovaikutusmalliinsa. Tulokset antoivat viitteitä päätelmiin siitä, missä määrin etäisyys lähimpään kauppaan vaikuttaa kaupan valintaan eri sosio-ekonomisilla kuluttajaryhmillä. Heli Marjasen (2000) tutkimuksessa puolestaan todettiin, että tärkein kriteeri kaupan valinnassa oli sijainti lähellä kotia.

Tämä tutkimus keskittyy ensinnäkin sen selvittämiseen, kuinka moni KOKKKA-kyselyyn vastanneista suosii lähintä kauppaansa. Toiseksi, olemme tutkineet sitä, millaiset tekijät vaikuttavat joidenkin vastaajien päätökseen mennä heitä kauempana sijaitsevaan kauppaan lähempänä sijaitsevan vaihtoehdon sijaan.

Keskityimme tässä tutkimuksessa suuriin supermarketteihin (yli 1000m², alle 4500m²) ja hypermarketteihin (yli 4500m²). Pääkaupunkiseudulla on kahdeksantoista hypermarkettia ja viisikymmentäviisi suurta supermarketia. Supermarketeista kolme kuuluu Suomen Lähikauppa -ketjuun, muut K-tai S-ryhmään. Päätimme jättää tämän tutkimuksen ulkopuolelle Lidl-kaupat kahdesta syystä. Ensinnäkin, niitä pidetään yleensä selvästi erillisenä formaattiryhmänä, joista käytetään nimitystä halpamyymälä (discount store) (Gonzalez-Benito, Munoz-Gallego & Kopalle 2005). Toiseksi, niistä 3099:sta vastaajasta, jotka listasivat suosimansa elintarvikekaupat, vain yhdeksän nimesi Lidl-kaupan eniten suosimakseen kaupaksi.

Kaikki vastaajat ja kaupat paikallistettiin osoitteiden perusteella ja syötettiin paikkatietojärjestelmään (GIS, digital space mapping). Tämän jälkeen kunkin vastaajan etäisyys lähimpään suurikokoiseen päivittäistavarakauppaan laskettiin käyttäen kahta erilaista menetelmää, linnuntietä ja tieverkostoa. Tässä tutkimuksessa käytetään tieverkoston mukaan laskettuja etäisyyksiä, sillä ne antavat todenmukaisemman kuvan vastaajan etäisyydestä kauppaan.

Sen jälkeen, kun jokaisen vastaajan etäisyys kaikkiin kauppavaihtoehtoihin oli laskettu, oli mahdollista identifioida vastaajat, jotka kävivät ostoksilla heitä lähinnä olevassa kaupassa sekä vastaajat, jotka valitsivat kauempana sijaitsevan vaihtoehdon. Kun poistettiin sellaiset vastaajat, jotka olivat jättäneet vastaamatta kyselyn tämän tutkimuksen kannalta tärkeisiin kysymyksiin, aineiston kooksi jäi 2746. Tulokset tästä alkupe- räisestä kaupan valinnan analyysistä ovat taulukossa 1.

Taulukko 1. Asiointi lähimmissä suurissa päivittäistavaramyymälöissä.

	Lähin	Toiseksi lähin	Kolmanneksi lähin	Muu
Vastaajien lukumäärä	1186	461	291	808
Vastaajien osuus	43 %	17 %	11 %	29 %

Aineisto viittaa siihen, että osassa vastauksista muut tekijät kuin kaupan läheinen sijainti ovat tärkeämpiä (vrt. Fotheringham & Trew 1993).

Yksi pian ilmennyt ongelma oli se, että pääkaupunkiseudulla monet super- tai hypermarketit sijaitsevat vierekkäin. Tästä syystä päätimme käyttää lähimmän kaupan etäisyyden määrittelyssä lisäksi sadan metrin etäisyyspuskuria. Mikäli valittu kauppa oli tämän etäisyyden sisällä, se luokiteltiin niin, että vastaaja käyttää lähintä kauppaansa. Tähän oli kaksi syytä. Ensinnäkin, suurissa kauppakeskuksissa on saman katon alla useita kauppia, joilla on sama katuosoite, mutta ne saattavat sijaita hyvinkin kaukana toisistaan. Toiseksi, aineiston tarkempi tutkiminen viittasi siihen, että alle sadan metrin etäisyyseroja vastaajan oli vaikea hahmottaa arvioitaessa vastaajan kotia lähinnä olevaa kauppa. Kun tämä seikka huomioitiin, lähintä kauppa käyttävien määrä kasvoi 1186:sta 1324:een.

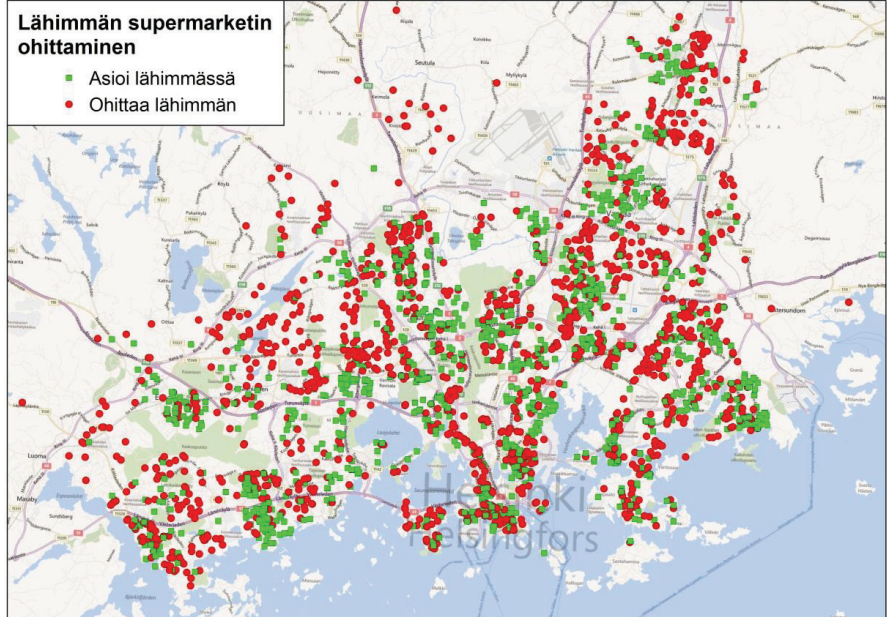
Sen jälkeen, kun vastaajat oli koodattu, pystyimme laskemaan aineistosta muita perustilastoja. Taulukosta 2 ilmenee niiden ihmisten lukumäärä, jotka suosivat hypermarkettia verrattuna supermarketiin.

Taulukko 2. Hypermarketin suosiminen suhteessa supermarketiin.

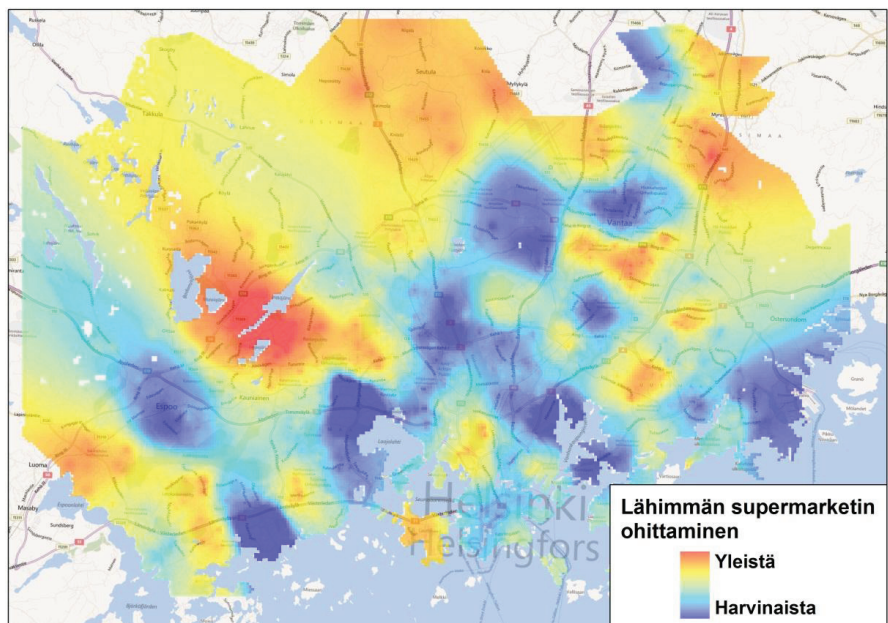
	Käy ostoksilla suuressa supermarketissa	Käy ostoksilla hypermarketissa
Käyttää lähintä kauppaansa	957 (35%)	367 (13%)
Käyttää kauempana sijaitsevaa kauppa	662 (24%)	760 (28%)
Yhteensä	1619 (59%)	1127 (41%)

Taulukko 3. Lähimmässä suuressa päivittäistavaramyymälässä asiointi ketjuittain

	Käy ostoksilla K-ryhmässä	Käy ostoksilla S-ryhmässä	Käy ostoksilla Suomen Lähikauppa -ketjussa
Käyttää lähintä kauppaansa	537 (20%)	771 (28%)	16 (1%)
Käyttää kauempaa sijaitsevaa kauppaa	650 (24%)	764 (28%)	8 (0%)
Yhteensä	1187 (43%)	1535 (56%)	24 (1%)



Kuva 1. Lähimmän supermarketin ohittavat vastaajat.



Kuva 2. Lähimmän supermarketin ohittaminen alueittain.

Taulukossa 3 on K- ja S-ryhmässä tai Suomen Lähikauppa-ketjussa asioiden prosenttiosuudet.

Taulukko 2 osoittaa, että 957:llä näistä vastaajista oli suuri supermarket lähimpänä kauppanaan ja 367:llä hypermarket. Oli odotettavaa, että hypermarkettien lukumäärä oli pienempi, sillä niitä oli tutkimusalueella huomattavasti vähemmän kuin suuria supermarketteja. Taulukosta 3 voidaan havaita, että 56% kyselymme vastaajista valitsi ostospaikakseen suurikokoisen S-ryhmän päivittäistavarakaupan. 43% valitsi ostospaikakseen K-ryhmän kaupan ja vain 1% valitsi Suomen Lähikauppa -ketjuun kuuluvan kaupan. Useiden yrityksen uudelleenjärjestelyjen jälkeen, kahden ryhmän hallitessa markkinoita, Suomen Lähikauppa keskittyy lähinnä tarjoamaan lähikauppal palveluja suurten päivittäistavarakauppojen sijaan.

Taulukko 4. Vastaajien ryhmittely kaupan valinnan perusteella.

	Vastaajien lukumäärä	Vastaajien osuus
1 – Käyttävät lähintä kauppaansa	1324	48 %
2 – Suosii toista suurta supermarketia lähimmän suuren supermarketin sijaan* *	531	19 %
3 – Suosii hypermarketia lähimmän suuren supermarketin sijaan* *	668	24 %
4 – Suosii kauempaa suurta supermarketia lähimmän hypermarketin sijaan* *	131	5 %
5 – Suosii kauempaa hypermarketia lähimmän hypermarketin sijaan	92	3 %

Taulukko 4 osoittaa viisi luomaamme ryhmää, jotka perustuvat vastaajien preferensseihin kaupan valinnan ja etäisyyden suhteen. Lähes puolet kyselymme vastanneista valitsi ostospaikakseen lähimmän suurikokoisen päivittäistavarakaupan. Toiseksi suurin osuus, lähes neljäsosa vastanneiden kokonaismäärästä, ohitti lähimmän suuren supermarketin matkustaakseen pidemmälle, hypermarkettiin. Tämä vastaajien osuus oli suurempi kuin niiden vastaajien, jotka ohittivat yhden suuren supermarketin mennäkseen toiseen suureen supermarkettiin.

Analyysin seuraavassa osiossa muodostettiin malli, jolla voitiin tutkia oliko olemassa korrelaatiota seuraavien muuttujien välillä: elintarvikkeiden ostoon liittyvät preferenssit, sosioekonominen asema, lähimpien kauppojen houkuttelevuuteen ja kilpailukykyyn liittyvät muuttujat sekä päätös ohittaa lähin kauppa.

Mallin kalibrointi

Käytimme logistista vuorovaikutusmallia tutkiaksemme variaatioita vastaajien päätöksessä valita joko lähin tai kauempi kauppa. Analysoimme tätä suhteessa heidän sosio-ekonomiseen taustaansa, heidän elintarvikkeiden ostopreferensseihinsä sekä useisiin spatiaalisiin näkökohtiin, jotka saattavat vaikuttaa heidän valintoihinsa. Esittelemme lyhyesti nämä muuttujat, jotka kuvaavat eri puolia vastaajien elintarvikkeiden ostopreferensseissä. Sen jälkeen käymme läpi sosio-ekonomisten muuttujien muodostamisen ja lopuksi, yksityiskohtaisemmin, spatiaalisten muuttujien muodostamista ja teoriaa.

Elintarvikekaupan suosimiseen liittyvät muuttujat

Ensimmäinen malliin sisällytetty muuttujajoukko heijasteli vastaajan preferenssejä suhteessa elintarvikkeiden ostamisen eri puoliin. Kokkka-kyselyn kysymys 15 koostui kahdestakymmenestäviidestä alakysymyksestä, jotka koskivat sitä, kuinka tärkeitä elintarvikkeiden ostamisen eri puolet olivat vastaajille asteikolla yhdestä viiteen, ykkösen ollessa ”ei vaikuta lainkaan” ja viitosen ”vaikuttaa erittäin paljon”. Käytimme pääkomponenttianalyysia muodostaaksemme näistä kahdestakymmenestäviidestä kysymyksestä kuusi elintarvikekaupapreferenssien valintaorientaatiota. Mitä korkeammat pisteet, sen tärkeämpi kyseinen valintaorientaatio oli kaupan valinnassa. Ainoa poikkeus tähän oli liikenneyhteydet. Mitä korkeammat pisteet olivat liikenneyhteydet-valintaorientaatiossa, sitä enemmän vastaaja suosi autolla ajamiseen liittyviä puolia, kuten hyviä ja ilmaisia pysäköintitiloja, ja mitä alhaisemmat pisteet, sitä enemmän vastaaja suosi julkista liikennettä. Kuusi valintaorientaatiota voidaan esittää seuraavasti:

- Orientaatio 1 – Kaupan palvelut
- Orientaatio 2 – Liikenneyhteydet
- Orientaatio 3 – Saavutettavuus ja liikkeen etäisyys
- Orientaatio 4 – Tunnelma ja yhteisöllisyys
- Orientaatio 5 – Hinta
- Orientaatio 6 – Kotiinkuljetus

Sosio-ekonomiset muuttujat

Vastaajan perhetausta määriteltiin vertaamalla aviosäätyä, taloudessa asuvien, eri-ikäisten ihmisten lukumäärää sekä tietoa vastaajien mahdollisesta puolisoista. Yhdistimme nämä muuttujat välttääksemme multikollinaarisuuden mallin muuttujien välillä. Näin saimme viisi niin sanottua dummy-muuttujaa. Ensimmäinen muuttuja edustaa yhdessä asuvia parisuntia. Toinen muuttuja kuvaa yksinhuoltajavanhempien kotitalouksia,

kolmas kotitalouksia, joissa on kaksi vanhempaa ja lapsia ja neljäs kotitalouksia, joiden perheasemaa ei voitu päätellä aineistosta. Viidentenä ja viitekategoriana tässä osiossa oli naimattoman henkilön kotitalous.

Ikä-muuttuja jaoteltiin kolmeen luokkaan. Ensimmäiseen luokkaan kuuluivat 40–60 -vuotiaat ja toiseen yli 60-vuotiaat vastaajat. 20–40 -vuotiaat vastaajat toimivat viitekategoriana.

Tarkoituksenamme oli tutkia myös sitä, oliko tuloilla vaikutusta päätökseen ohittaa lähin kauppa. Tulokset ovat kuitenkin osoittautuneet käyttökelvottomiksi analyysiä varten epätäydellisten vastausten suuren määrän takia. Tästä syystä sovitimme kunkin vastaajan siihen Tilastokeskuksen ruututietokannan ruutuun, jossa hän asui. Kyseinen aineisto on kerätty kyselymme kanssa samana ajanjaksona ja se koostuu 250m kertaa 250m ruudukoista, jotka käsittävät koko pääkaupunkiseudun. Aineistosta ilmenee kunkin solun asukasmäärä sekä asukkaiden keskitulo. Luokittelimme vastaajat käyttäen sen solun keskituloa, jossa hän asui ja jaoimme heidät matalaan, keski- ja korkeaan tuloluokkaan. Mallimuuttujat, jotka kuvasivat keski- ja korkean tuloluokan yksilöitä, muodostettiin jättämällä matalan tuloluokan alueiden vastaajat viitekategoriaksi.

Spatiaaliset muuttujat

Eräs ongelma multinominaalisten logit-mallien käytössä on, että niitä vaivaa niin sanottu IIA-ominaisuus, jossa kaikki vaihtoehdot ovat laskennallisesti yhtä arvokkaita (Train, K. 1993, 18).

Siinä, missä tämä ominaisuus voi onnistuneesti kuvata todellisuutta joissakin olosuhteissa, se voi aiheuttaa ongelmia kun painovoimamallia käytetään diskreettinä valintamallina. Kun päätetään, mitä kauppaa suositetaan, kaupan sijainnilla suhteessa sen kilpailijoihin on todennäköisesti suuri vaikutus. Mikäli kauppojen agglomeraatio (kasaantuminen) on hyödyllistä, esimerkiksi vaatteita ostettaessa, on selvä etu siinä, että kauppa on helposti saavutettavissa suhteessa muihin määränpäihin. Vastaavasti, mikäli kauppojen välillä on paljon kilpailua, mikä on odotettavissa yhden pysähdyksen elintarvikeostoksilla, mitä kauempana kauppa on suhteessa muihin vaihtoehtoihin, sitä enemmän se saattaa olla sille eduksi (Fotheringham 1986).

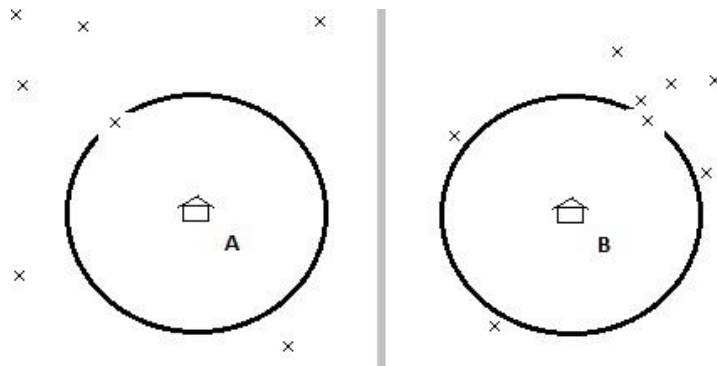
Spatiaalisen rakenteen vaikutuksista on esitetty lukuisia malleja, kuten Borgers ja Timmermans (1985) tai Lo (1991). Tämä tutkimus ammentaa Fotheringhamin kilpailevien määränpäiden mallista (Competing Destinations Model). Kyseinen malli lähtee siitä olettamuksesta, että useimmissa spatiaalisissa konteksteissa vaihtoehtojen määrä, joita kuluttajalla on kaupan valinnan suhteen, on liian suuri, jotta kuluttaja voisi arvioida kaikkia vaihtoehtoja yksilöllisesti. Näin ollen on todennäköistä, että spati-

aalinen valinta on hierarkkisen informaatioprosessoinnin strategian tulosta, joka alkaa vaihtoehtoisten kauppojen jonkinlaisella spatiaalisella ryhmittelyllä. Ensin valitaan sopiva kaupparyhmittymä, sen jälkeen sopiva kauppa kyseisestä ryhmittymästä (Fotheringham 1986).

Todellisuudessa ihmiset kuitenkin näkevät ryhmittymät epäselvinä spatiaalisina yksikköinä, joilla ei ole tarkasti määrittyneitä rajoja. Ottaaksemme tämän huomioon mallimme ensimmäinen spatiaalinen muuttuja perustuu teoriaan, jonka mukaan mitä lähempänä vaihtoehdot sijaitsevat maantieteellisesti toisiaan, sen todennäköisemmin niitä käytetään korvaamaan toinen toisiaan. Muuttuja lasketaan ottamalla painotettujen etäisyyksien summa yhdestä vaihtoehdosta kaikkiin muihin etäisyyksiin. Tässä tapauksessa paino, S_k , yhtälössä 1 alla on kaupan lattiapinta-ala ja d_{jk} on etäisyys j :stä k :hon (Fotheringham & O'Kelly 1989 pg.80, Fotheringham & Trew 1993).

$$c_j = \sum_{k \neq j} \frac{W_k}{(d_{jk}^\lambda)} \quad (1)$$

Päätimme myös sisällyttää toisen muuttujan ottaaksemme huomioon eri kauppavaihtoehtojen kilpailun kuluttajan kaupan valinnassa. Yllä esitelty kilpailumuuttuja tuntui toimivan hyvin tutkittaessa vertailuun perustuvaa päätöksentekoa. Tämä pätee yleensä ostettaessa muita kuin elintarvikkeita, esimerkiksi vaatteita. Kun tutkitaan elintarvikekaupan valintaa, kuluttajan voi olettaa ohittavan lähimmän kauppansa valitakseen toisen, kohtuullisen matkan päässä olevan vaihtoehdon jos kaupat ovat agglomeroituneet eli jos kauppojen kilpailuarvo on korkea. Näin ollen tällä muuttujalla saattaa olla vaikutusta kaupan valinnassa. Lisäksi, halusimme ottaa huomioon kuvan 3 mukaisen tilanteen.



Kuva 3. Esimerkki lähimpien myymälöiden ryhmittymisestä-

Molemmissa kuvan 3 tilanteissa lähin kauppa sijaitsee samalla etäisyydellä kuluttajan kotiosoitteesta. Tilanne A:ssa kuluttajan täytyy kuitenkin matkustaa merkittävä etäisyys ensimmäisestä kaupasta seuraavaan vaihtoehtoon. Tilanne B:ssä seuraava vaihtoehto on vain vähän kauempana kuin lähin kauppa. Tarkemmin sanottuna, kuluttajan kotia lähellä on neljä muuta kauppaa lähimmän kaupan lisäksi. Useimmille ihmisille etäisyyden arvioiminen on epätarkkaa, joten päätelimme, että lähimmän kaupan suhteellinen houkuttelevuus tilanteessa B on paljon alhaisempi kuin tilanteessa A. Toisin kuin kilpailumuuttujassa, jossa kuvataan vastaajan hahmottamia kauppojen spatiaalisia ryhmittymiä, tässä kuvataan vastaajan hahmottamia etäisyyksiä kodin ja kaupan välillä. Molemmissa muuttujissa oletetaan, että vastaajien arvioimissa etäisyyksissä on epätarkkuutta.

Laskimme seuraavaksi yksinkertaisen arvon lähimmän kaupan suhteelliseen houkuttelevuudelle, kaikki muut vaihtoehdot huomioiden. Muuttuja laskettiin käyttäen Huff'n (1964) esittämää kaavaa vaihtoehtoisessa mallissa, jolla määritellään ja arvioidaan kaupankäyntialuetta. Tällä suhteellisen houkuttelevuuden muuttujalla saadaan laskettua todennäköisyys, jolla kuluttajat suosivat lähintä kauppaansa mikäli suosiminen riippuu vain etäisyydestä ja kaupan koosta. Muuttuja, H_i , lasketaan kuten yhtälö 2 esittää. Arvo λ jätettiin luvuksi 1 sillä sen huomattiin vähentävän muuttujien välistä multikollinearisuuden todennäköisyyttä.

$$H_j = \frac{\frac{S_j}{d_{ij}^\lambda}}{\sum_{j=1}^n \frac{S_j}{d_{ij}^\lambda}} \quad (2)$$

Tulokset

Mallin validointi

Mallin tilastollinen hyvyys on esitetty taulukossa 5. Sekä Nagelkerken R-neliötestin että Hosmer ja Lemeshow -testin tulokset osoittavat, että malli sopii aineistoon. Taulukossa on esitetty myös luokittelun onnistuminen.

Preferenssit elintarvikekaupan valinnassa

Taulukossa 5 on esitetty yhteenveto kaikkien muuttujien tuloksiin. Kuudesta valintaorientaatiosta neljä muuttujaa on mallissamme tilastollisesti merkitseviä. Niillä on toisin sanoen vaikutusta vastaajien valintaan

suosia heitä lähinnä sijaitsevaa kauppaa. Käymme tässä osiossa lyhyesti läpi tulokset, jonka jälkeen käsittelemme niitä perusteellisemmin seuraavassa osiossa.

Vastaajien preferenssit kaupan palveluihin olivat tilastollisesti merkitseviä ($p = 0.039$). Mitä enemmän vastaaja suosii kaupan palveluja, sitä todennäköisemmin hän ohittaa lähimmän kauppansa mennäkseen kauempana sijaitsevaan vaihtoehtoon. Myös hinta-muuttujan tulokset osoittavat, että se on tilastollisesti merkitsevä ($p = 0.003$). Mitä suurempi on vastaajan preferenssi hintaa kohtaan, sitä todennäköisemmin hän ohittaa lähimmän kauppansa.

Vastaajan preferenssit liikenteeseen liittyvissä kysymyksissä ovat merkitseviä tasolla 1 %. Tämä muuttuja muodostettiin niin, että muuttujan matalimmat arvot osoittavat julkisen liikenteen ja korkeammat pisteet autolla ajamisen suosimista. Tulokset ($p = 0.020$) viittaavat siihen, että mitä suurempi on vastaajan preferenssi autolla ajamiseen julkisen liikenteen käyttämisen sijaan, sitä suurempi on todennäköisyys ohittaa häntä lähin suuri-kokoinen elintarvikekauppa.

Vastaajan preferenssi suhteessa kaupan saavutettavuuteen on myös merkitsevä tasolla pienempi kuin 1 %. Tulokset ($p = 0.000$) viittaavat siihen, että mitä tärkeämpää kaupan saavutettavuus on vastaajalle, sitä paljon pienemmällä todennäköisyydellä hän ohittaa lähimmän suurikokoisen elintarvikekauppansa.

Loput kaksi valintaorientaatiota, tunnelma ja yhteisö sekä kotiinkuljetusmahdollisuus, eivät ole mallissamme tilastollisesti merkitseviä. Niillä on siis vain rajallinen vaikutus vastaajan päätökseen kaupan valinnassa.

Sosio-ekonomiset muuttujat

On mielenkiintoista, että vain yksi sosio-ekonominen muuttuja on tilastollisesti merkitsevä tasolla 5 %. Tämä muuttuja edustaa yli kuusikymmentävuotiaiden vastaajien joukkoa. Kyseisen muuttujan tulokset ($p = 0.013$) viittaavat siihen, että vanhemmilla vastaajilla on pienempi todennäköisyys ohittaa heitä lähinnä oleva kauppa kuin 20–40 -vuotiailla. Löysimme myös joitain viitteitä siihen, että korkean tuloluokan alueen asukkailla on pienempi todennäköisyys ohittaa lähin kauppa, mutta tulos ei ole aivan tilastollisesti merkitsevä. Muilla sosio-ekonomisilla muuttujilla ei näytä olevan vaikutusta tässä mallissa.

Spatiaaliset muuttujat

Kaikki kolme muuttujaa, joilla pyrimme huomioimaan spatiaalisia vaikutuksia kaupan valinnassa, on todettu tilastollisesti merkitseviksi. Suhteelli-

sen houkuttelevuuden muuttuja muodostettiin edustamaan lähimmän kaupan suhteellista houkuttelevuutta, laskettuna kaupan koon ja vastaajan kodin etäisyyden mukaan ja verrattuna kaikkiin pääkaupunkiseudun suurikokoisiin elintarvikekauppoihin. Tämän muuttujan tulokset ($p = 0.000$) viittaavat siihen, että mitä houkuttelevampi lähin kauppa on suhteessa muihin mahdollisiin kauppavaihtoehtoihin, sitä pienemmällä todennäköisyydellä vastaaja ohittaa kyseisen kaupan.

Taulukko 5. Malli lähimmän supermarketin ohittamisen selittämiseksi.

	OR	p-arvo
Orientaatio 1: Kaupan palvelut	1,094	0,039
Orientaatio 2: Liikenneyhteydet	1,115	0,02
Orientaatio 3: Saavutettavuus ja liikkeen etäisyys	0,824	0
Orientaatio 4: Tunnelma ja yhteisöllisyys	0,992	0,854
Orientaatio 5: Hinta	1,131	0,003
Orientaatio 6: Kotiinkuljetus	0,983	0,686
Perhetausta		
<i>Yksinasuja</i>	1	
<i>Pariskunta</i>	0,914	0,447
<i>Yksinhuoltaja</i>	1,01	0,968
<i>Kahden aikuisen lapsiperhe</i>	0,864	0,293
<i>Muu useamman henkilön talous</i>	0,993	0,966
Ikä		
<i>Alle 40 v</i>	1	
<i>40-60 v</i>	1,056	0,587
<i>Yli 60 v</i>	0,75	0,013
Asuinalueen varallisuus		
<i>Matalan tulotason alue</i>	1	
<i>Keskituloinen alue</i>	0,989	0,908
<i>Korkean tulotason alue</i>	0,843	0,141
Lähin suuri pt-myymälä kuuluu S-ryhmään	0,757	0,029
Kilpailumuuttuja	0,999	0
Lähimmän kaupan suhteellinen houkuttelevuus (Huff)	0,956	0
Etäisyys lähimpään suureen pt-myymälään (km)	1,487	0

Log-likelihood = 3358,429; Cox&Snell $R^2 = 0,15$; Nagelkerke $R^2 = 0,199$

Samalla tavalla lähimmän kaupan etäisyys on myös merkitsevä ($p = 0.000$), viitaten siihen, että mitä kauempana lähin kauppa sijaitsee vastaajan kotoa, sitä todennäköisempää on, että hän jättää sen valitsematta.

Muodostimme kilpailumuuttujan tutkiaksemme onko se huomio mallisamme tilastollisesti merkitsevä (tasolla 1 %), että mitä maantieteellisesti läheisempiä vaihtoehtot ovat keskenään, sitä todennäköisemmin niitä käytetään rinnakkain. Tulokset ($p = 0.000$) ovat hieman yllättäviä. Ne viittaavat siihen, että mitä eristäytyneempi kauppa on, sitä todennäköisempää on, että vastaaja ohittaa kaupan, vaikka se olisi lähin vaihtoehto.

Mallimme viimeinen muuttuja oli dummy-muuttuja, jolla tutkittiin sitä, kuuluiko vastaajan lähin kauppa S-ryhmän ketjuun. Tämän muuttujan tulokset ($p = 0.029$) viittaisivat siihen, että mikäli lähin kauppa kuuluu S-ryhmään, on pienempi todennäköisyys, että vastaajat ohittavat sen kuin jos lähin kauppa kuuluu K-ryhmään tai Suomen Lähikauppa -ketjuun.

Yhteenveto

Lähimmän suurikokoisen elintarvikekaupan etäisyydellä on edelleen merkitystä kuluttajalle, kun hän valitsee mitä kauppaa suosia. Kyselytutkimuksessamme 43 % vastaajista valitsi ensisijaiseksi vaihtoehtokseen lähimmän suurikokoisen elintarvikekauppansa. Kaikkiaan 71 % valitsi suosikikseen joko lähimmän tai toiseksi tai kolmanneksi lähimmän kaupan. Myös muut tekijät kuin etäisyys voivat siis vaikuttaa pääkaupunkiseudulla asuvan kuluttajan elintarvikekaupan valintaan.

Mallimme osoittaa selvästi, että se, mitä kauppaa suositaan, riippuu siitä, mitä puolia ostosten tekemisessä katsotaan tärkeäksi. Kaupan saavutettavuus ja hinta näyttävät vaikuttavan suuresti siihen, valitaanko lähin vai kauempana sijaitseva kauppa, samoin kuin liikenneyhteydet. Kaupan palveluilla on myös merkitystä, mutta tuo merkitys on vähäisempi.

Lisäksi, spatiaalisilla tekijöillä on vaikutusta lähimmän kaupan valintaan. Mitä lähempänä vastaajan kotia lähin kauppa sijaitsee, sitä todennäköisemmin hän valitsee sen. Tästä voidaan päätellä, että mikäli vastaajan on matkustettava pitkä matka lähimpään kauppaansa, hän on halukkaampi jatkamaan matkaansa vielä pidemmälle, kauppaan, joka vetoaa häneen enemmän. Lisäksi, mitä suurempi on läheisimmän kaupan suhteellinen houkuttelevuus suhteessa lähialueen muihin kauppoihin, sitä todennäköisemmin kuluttaja suosii kyseistä kauppaa. Houkuttelevuus muodostuu kaupan ja kodin välisestä etäisyydestä ja kaupan koosta.

Yllättävästi, vastaajien sosio-ekonomisilla tekijöillä ei ole merkitystä elintarvikekaupan valinnassa pääkaupunkiseudulla. Poikkeuksena oli ikä. Yli 60-vuotiailla vastaajilla oli paljon suurempi todennäköisyys suosia lähintä kauppaansa kuin tätä nuoremmilla vastaajilla. Tämä tulos on yhteneväinen Kaveri-projektin muiden tutkijoiden havaintojen kanssa.

2.6 Ostopaikan valintaorientaatioon perustuvat kuluttajatyypit - ikääntyvät kuluttajat

Anna-Maija Kohijoki, Turun yliopisto/TuKKK

Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Väestön ikääntyminen on yhteiskuntamme suurimpia haasteita. Vuoteen 2030 mennessä vanhusten huoltosuhteen on ennustettu nousevan nykyisestä 26 prosentista 43 prosenttiin (Eurostat 2012). Kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti hyvän elin- ja toimintaympäristön rakentamisessa tulee huolehtia eri väestöryhmien nykyisistä ja tulevaisuuden tarpeista. Erityisesti ikääntyvän väestön mahdollisuudet saavuttaa tarpeitaan tyydyttävät palvelut ovat herättäneet varsin vilkasta keskustelua. Valmisteilla olevan ns. vanhuspalvelulain (ks. STM 2012) tavoitteena on turvata iäkkäiden henkilöiden sosiaali- ja terveyspalvelujen saanti. Suomalaisen kaupan alan tutkimuksessa ikääntyvät kuluttajat ovat kuitenkin saaneet lukumääränsä nähden varsin vähän huomioita, ja esimerkiksi heidän palvelutarpeitaan on tutkittu suhteellisen vähän (esim. Laurinkari 1987; Ruonakoski et al. 2005; Kohijoki 2011). Perinteisesti ikääntyvät kuluttajat on nähty passiivisena, valtavirtakulutukseen kuulumattomana ryhmänä (Lumpkin 1985; Timonen 2008). Päivittäistavarakaupassa heidän on todettu olevan palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa. Syiksi luetaan muun muassa ikääntyvien kuluttajien heikko ostovoima, alhainen autonomistusaste sekä heikentynyt terveydentila. Myös kaupan palveluverkon harventuminen ja suuryksiköityminen nähdään heikentäneen ikääntyvien mahdollisuuksia saavuttaa tarpeitaan tyydyttävät palvelut. (esim. Hare 2003; Kohijoki 2010; 2011.) Näkemys ikääntyvistä kuluttajista on kuitenkin muuttumassa suhteellisen hyvinvoivan suuren ikäluokan siirtyessä eläkkeelle. Heidät kuvaillaan usein valvutuneiksi ja liikkuvaisiksi kuluttajiksi, jotka ovat valmiita maksamaan korkeatasoisista tuotteista ja palveluista. (Reisenwitz & Iyer 2007; Kohijoki & Marjanen 2011.) Ikääntyvät kuluttajat tarjoavat kaupalle uuden liiketoimintamahdollisuuden, mutta pystyäkseen paremmin vastaamaan kysyntään ja takaamaan menestymisensä kaupan on ymmärrettävä ikääntyvien asiakkaidensa erilaiset tarpeet ja toiveet.

Tutkimuksessa tarkastellaan ikääntyvien kuluttajien ostopaikan valintaan liittyviä tarpeita ja arvostuksia sekä kokemuksia kaupan palvelujen saavutettavuudesta. Pääkaupunkiseudulla kerätyn kuluttajakyselyaineiston (KOKKKA) perusteella tavoitteena on osoittaa ikääntyvien kuluttajien heterogeenisyys muodostamalla erikois- ja päivittäistavaroiden ostopaikan valintaorientaatioihin perustuvia kuluttajatyyppejä. Kaveri-hankkeen yhteisen teoreettisen viitekehyksen, Dupuyn (2008) verkostokaupunkimallin näkökulmasta, tutkimus keskittyy ensisijaisesti kolmanteen verkostotasoon, eli yksittäisten toimijoiden (ikääntyvien kuluttajien preferenssit ja kokemukset) näkökulmaan. Lisäksi tarkastellaan ikääntyvien suhdetta ensimmäisen ja toisen tason verkostoihin, eli tuotannon ja kulutuksen (erikois- ja päivittäistavaroiden ostopaikat) sekä infrastruktuurin (palvelujen fyysinen saavutettavuus) verkostoihin.

Ikääntyvät kuluttajat ja segmentointi

Väestön *ikäntyminen* on prosessi, jossa ikääntyneistä muodostuu suhteellisesti suurempi osa väestöä. Vaikka väestön ikääntyminen ja sen merkitys yhteiskunnan toiminnoille puhututtaa, määritellyt termit *ikäntyvä* ovat vaihdelleet asiayhteyksittäin. (Timonen 2008.) Kaupan alan tutkimuksissa ikä on ollut selkein tapa määritellä ”nuoret” ja ”vanhat” kuluttajat. Määrittelyissä käytetyt ikärajat ovat kuitenkin vaihdelleet noin 50 vuodesta 65 ikävuoteen (ks. Bone 1991; Kohijoki, 2011). Tarkasteltaessa iän vaikutusta kuluttajakäyttäytymiseen kuluttajat on usein jaettu ikäryhmiin (esim. 18–24, 25–34, 35–44, 45–54 ja 55+). Näin määriteltynä ikääntyviä kuluttajia on käsitelty yhtenä joukkona, vaikka se kostuu hyvin eri-ikäisistä ja eri elämäntilanteissa olevista kuluttajista. Esimerkiksi noin kolmannes suomalaisista lukeutuu 55+ kuluttajiin. Heistä reilu neljännes on vielä mukana työelämässä. (Tilastokeskus 2011a; 2011b.) Vasta noin 75 vuoden iässä kuluttajien valintaorientaatioiden on havaittu alkavan erota nuoremmista kuluttajista (Kohijoki & Marjanen 2012). Kyseessä ovat vanhuutta, eli neljättä ikää elävät ikääntyneet kuluttajat. Tässä tutkimuksessa *ikäntyvillä* siten viitataan 55–75-vuotiaisiin kuluttajiin. Kyseiset kuluttajat elävät vasta kolmatta ikää, jolla tarkoitetaan työiän ja vanhuuden väliin kehittyntä uutta aktiivista elämänvaihetta.

Koska myös samanikäisten kuluttajien asenteet, arvot ja käyttäytyminen ovat erilaisia (Moschis, 1992), segmentointien, joissa kuluttajat määritellään muun muassa elämäntapaan tai kuluttamiseen ja ostamiseen liittyvien käyttäytymismallien ja asenteiden mukaan, on todettu olevan avuksi myös ikääntyviä kuluttajia tarkasteltaessa. Segmentoinnilla voidaan esimerkiksi löytää sopivimmat kohderyhmät tiettyjen tuotteiden tai palvelujen markki-

noimiseksi. (Moschis et al. 2004.) Segmentointitutkimuksella on kansainvälisesti pitkä historia (esim. Stone 1954), ja myös ikääntyviä kuluttajia tyypitteleviä tutkimuksia on tehty paljon. Esimerkiksi vaatteiden osto-orientaatioon perustuvassa tutkimuksessa (Lumpkin 1985) havaittiin kolme ikääntyvää kuluttajatyyppeä (active, uninvolveds, economic). Ikääntyvien kuluttajien tarpeita, asenteita, elämäntapaa ja käyttäytymistä tarkastelevissa tutkimuksissa (Moschis 1992; Moschis et al. 2004) muodostettiin neljä erilaista kuluttajatyyppeä (healthy hermits, ailing outgoers, frail recluses, healthy indulgers). Myös kauppakeskuksen valinnan, tilojen käytön ja saavutettavuuden perusteella löydettiin (Myers & Lumbers 2008) neljä ikääntyvää kuluttajaryhmää (targeted, shopaholics, occasional leisure shoppers, reluctant shoppers). Päivittäistavaraostosten tekoon liittyvät segmentointitutkimukset ovat harvinaisempia, mutta hiljattain (Angell et al. 2012) myös päivittäistavarakaupasta löydettiin erityyppisiä ikääntyviä asiakkaita (product-oriented, prudent, selective-convenience, restricted-convenience, store-oriented, personalising shoppers). Kuluttajien segmentointitutkimuksia on tehty varsin paljon myös Suomessa (esim. Boedeker & Marjanen 1993; Pitkäaho et al. 2005b; Hyvönen 2010), mutta yksinomaan ikääntyviä kuluttajia segmentoivia tutkimuksia on tehty vähän (esim. Kohijoki & Marjanen 2011; 2012). Esimerkiksi eri-ikäisiä kuluttajia segmentoivassa tutkimuksessa (Pitkäaho et al. 2005b) muodostettiin kuusi erikoistavarakaupan kuluttajatyyppeä, joista keskimääräistä vanhimman ryhmän muodostivat *perinteiset* kuluttajat. He arvostivat ostostenteon edullisuutta, laadukkaita tuotteita, hyvää asiakaspalvelua sekä hyviä ja ilmaisia parkkipaikkoja. Päivittäistavarakaupan osalta muodostui viisi ryhmää, joista vanhin määriteltiin *kiireettömiksi kontaktinhakuisiksi*. He arvostivat nuorempia ryhmiä enemmän ostostenteon sosiaalista ulottuvuutta.

Aineisto ja menetelmät

Tutkimusaineistona hyödynnetään pääkaupunkiseudulla (Helsinki, Espoo, Vantaa ja Kauniainen) vuonna 2009 kerättyä KOKKKA-kuluttajakyselyä, jossa ikääntyvien (55–75-vuotiaiden) vastaajien määrä oli 1956. Ostopaikan valintaorientaatioihin perustuvat kuluttajatyypit määritellään analysoimalla ostopaikan valintakriteerien tärkeyttä viisiportaisella asteikolla (ei vaikuta lainkaan – vaikuttaa erittäin paljon). Valintaorientaatioulottuvuudet luodaan faktorianalyysin avulla ja ikääntyvien kuluttajien segmentointi tehdään ryhmittelyanalyysin avulla. Ikäänty-

vät kuluttajatyypit muodostetaan erikseen erikois-³ ja päivittäistavaraostosten osalta. Kuluttajatyypien kuvauksessa ja keskinäisessä vertailussa hyödynnetään vastaajien ikää, elämäntilannetta, tulotasoa ja auton käyttöä ostosmatkoilla (taulukot 1 ja 2) sekä asuinpaikkaa (kuvat 1 ja 2) ja ostosten tekemiseen ja kuluttamiseen liittyviä näkemyksiä. Edellisissä tutkimusosioissa Syrman (luku 2.3) ja Culley (luku 2.5) havaitsivat ikääntyvien kuluttajien suosivan lähipalveluja. Erikoistavaroiden osalta tarkastellaan, missä pääkaupunkiseudun ostopaikoissa kukin ikääntyvä kuluttajaryhmä pääasiallisesti asioi. Päivittäistavaraostosten osalta tarkastellaan suosituimpia kauppatyyppejä (valintamyymälä, supermarket, hypermarket), ostosmatkojen pituuksia sekä kuluttajien kokemuksia palvelujen saavutettavuudesta. Näin selvitetään ikääntyvien suhdetta palvelu- ja infrastruktuuriverkostoon (vrt. Dupuy 2008).

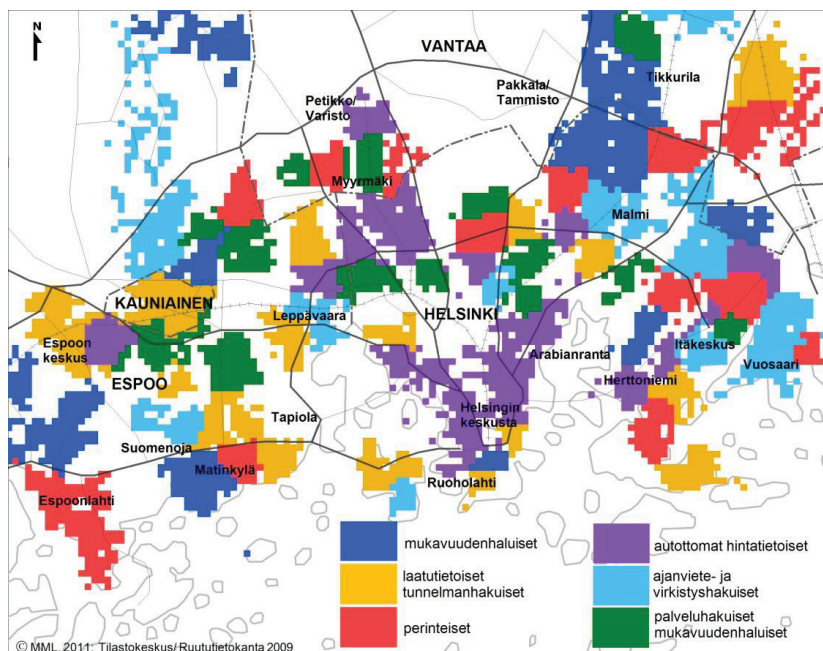
Erikoistavarakaupan kuluttajatyypit

Erikoistavaroiden ostopaikan valintakriteereistä syntyi seitsemän valintaorientaatiota, *ajanviete ja virkistäytyminen, laatu ja valikoima, autoiluun perustuva vaivattomuus, hintatietoisuus, sijaintiin perustuva vaivattomuus, ostosilmapiiri* sekä *palvelu*, joiden perusteella muodostui kuusi kuluttajatyyppeä:

(1) *Mukavuudenhaluiset* (n=280) muodostivat nuorimman (62,7 v.) ryhmän (taulukko 1). Heistä 60 % oli vielä mukana työelämässä. Ostopaikkaa valitessa he arvostivat autoiluun perustuvaa vaivattomuutta ja mukavaa ostosympäristöä. Ryhmä piti kauppakeskuksia yksittäisiä liikkeitä mukavampina ostosympäristöinä. Helsingin ostopaikkojen (49 %) lisäksi he asioivat suhteellisen usein Espoossa (30 %). Yksittäisistä ostopaikoista Matinkylä (Iso Omena) ja Pakkala/Tammisto (Jumbo) korostuivat muita ryhmiä enemmän. He asuivat pääasiassa pääkaupunkiseudun itä- ja länsiosissa (kuva 1).

(2) *Laatutietoiset tunnelmanhakuiset* (n=270) olivat ostovoimaisin ryhmä. He arvostivat korkeaa laatua ja laajaa valikoimaa. Myös laadukas palvelu ja mukava ostosympäristö olivat heille tärkeitä. He olivat valmiita ajamaan pitkiä matkoja saavuttaakseen tarpeitaan tyydyttävät palvelut. Ryhmä asioi enimmäkseen Helsingin (51 %) tai Espoon ostopaikoissa (31 %). Yksittäisenä ostopaikkana korostui Tapiola. He asuivat eripuolilla pääkaupunkiseutua, mutta enimmäkseen sen länsiosissa.

³ Tarkempi kuvaus erikoistavarakaupan kuluttajatyyppien muodostamisesta tutkimuksessa Kohijoki & Marjanen (2011).



Kuva 1. Erikoistavarakaupan kuluttajatyypien pääasialliset asuinalueet pääkaupunkiseudulla. Kuvassa on korostettu vain ne postinumeroalueet, joissa kunkin kuluttajatyypin edustus on muita tyyppijä suurempi.

Taulukko 1. Erikoistavarakaupan kuluttajatyypit järjestettyinä keski-ikä, mediaanitulojen, eläköitymisasteen ja auton käytön perusteella. Taulukon vasemmalla puolella ovat keskimääräistä nuoremmat ja oikealla puolella keskimääräistä vanhemmat ryhmät.

keski-ikä v.			
mukavuudenhaluiset	62,7	autottomat hintatietoiset	63,7
laatutietoiset tunnelmanhakuiset	63,1	ajanviete- ja virkistyshakuiset	64,1
perinteiset	63,2	palveluhakuiset mukavuudenhaluiset	64,5
kotitalouden mediaanitulot €/kk			
laatutietoiset tunnelmanhakuiset	5 500	ajanviete- ja virkistyshakuiset	4 000
perinteiset	5 000	palveluhakuiset mukavuudenhaluiset	4 000
mukavuudenhaluiset	4 550	autottomat hintatietoiset	3 000
eläköitymisaste %			
perinteiset	37	autottomat hintatietoiset	46
mukavuudenhaluiset	38	ajanviete- ja virkistyshakuiset	47
laatutietoiset tunnelmanhakuiset	41	palveluhakuiset mukavuudenhaluiset	55
auton käyttö ostosmatkoilla*			
laatutietoiset tunnelmanhakuiset	1,9	ajanviete- ja virkistyshakuiset	2,3
perinteiset	2	palveluhakuiset mukavuudenhaluiset	2,3
mukavuudenhaluiset	2	autottomat hintatietoiset	4,3

*1=lähes aina; 2=usein; 3=joskus; 4=harvoin; 5=ei juuri koskaan

(3) *Perinteiset* muodostivat suurimman (n=322) ryhmän. Ryhmä arvosti ostostenteon perinteisiä asioita, kuten laatua, valikoimaa, edullisuutta, palvelua ja hyviä paikoitusmahdollisuuksia (vrt. Pitkäaho et al. 2005b). Ostostenteon ajanvietteellisyys ei heitä kiinnostanut. He asuivat enimmäkseen Kehä I:n ja II:n välimaastossa, mutta enimmäkseen pääkaupunkiseudun itäosassa. He asioivat suhteellisen vähän Helsingin keskustassa

(11 %), mutta muita ryhmiä enemmän Leppävaarassa (Sello, Galleria) ja Tikkurilassa (Tikkuri).

(4) *Autottomat hintatietoiset* (n=268) arvostivat ostopaikan valinnassa edullisuutta, sijaintiin perustuvaa vaivattomuutta sekä julkisten palvelujen käyttömahdollisuutta. Ryhmä liikkui vähän eikä heitä kiinnostanut kuluttamiseen ja ostostentekoon liittyvät asiat. Kyseessä oli pääasiassa yksinasuvat, matalatuloiset naiset. He asuivat pääasiassa Helsingin keskustassa tai sen tuntumassa. He myös asioivat Helsingin ostopaikoissa (73 %), erityisesti Helsingin keskustassa (22 %).

(5) *Ajanviete- ja virkistyshakuisten* (n=295) keskuudessa eläkeläisten määrä oli korkea (47 %). He olivat vaativia arvostaen ensisijaisesti ostostentteon ajanvietteellisuutta, kuten kahvila- ja ravintolapalveluja. He asuivat enimmäkseen itäisessä Helsingissä. He suosivat kauppakeskuksia. Yksittäisistä ostopaikoista korostuivat Itäkeskus, Vuosaari (Columbus), Malmi (Nova, Malmintori) ja Myyrmäki (Myyrmanini, Iso Myyri). He eivät juuri asioineet Helsingin keskustassa (9 %).

(6) *Palveluhakuiset mukavuudenhaluiset* muodostivat pienimmän (n=196) ja keski-ikänsä vanhimman (64,5 v.) ryhmän. Heistä 55 % oli eläkkeellä. He arvostivat laadukasta palvelua sekä hyviä paikoitusmahdollisuuksia. Heitä ei kiinnostanut valikoiman runsaus eikä ostostentteon viiheteellisyys. He kokivat yksittäiset liikkeet kauppakeskuksia miellyttävämmiksi ostospaikoiksi. He asioivat enimmäkseen Helsingissä (48 %), mutta muihin ryhmiin verrattuna suhteellisesti useammin Vantaalla (25 %). He asuivat pääasiassa Kehä I:n tuntumassa tai tutkimusalueen länsiosassa.

Päivittäistavarakaupan kuluttajatyypit

Päivittäistavaroiden ostopaikan valintakriteerien perusteella syntyi kuusi ulottuvuutta, *palvelu, laatu ja valikoima, muut palvelut ja sosiaalisuus, nopeus ja tehokkuus, hintatietoisuus, autoilu* sekä *ympäristötietoisuus*, joista muodostui seitsemän kuluttajatyypin:

(1) *Kiireiset hintatietoiset* muodostivat (n=225) nuorimman (62,2 v.) ryhmän, josta vasta kolmannes oli siirtynyt eläkkeelle (taulukko 2). Ryhmää kuvasi hintatietoisuus ja autoiluun tukeutuva tehokas ostostenteko. He tekivät ostoksensa pääasiassa supermarketeissa, mutta hyvin paljon myös hypermarketeissa. Ostosmatkojen mediaanipituus oli muihin ryhmiin verrattuna suhteellisen pitkä (1,8 km). Ryhmällä oli keskimääräistä vähemmän

(8 %) hankaluuksia palvelujen saavutettavuudessa. He asuivat enimmäkseen pääkaupunkiseudun itäpuolella (kuva 2).

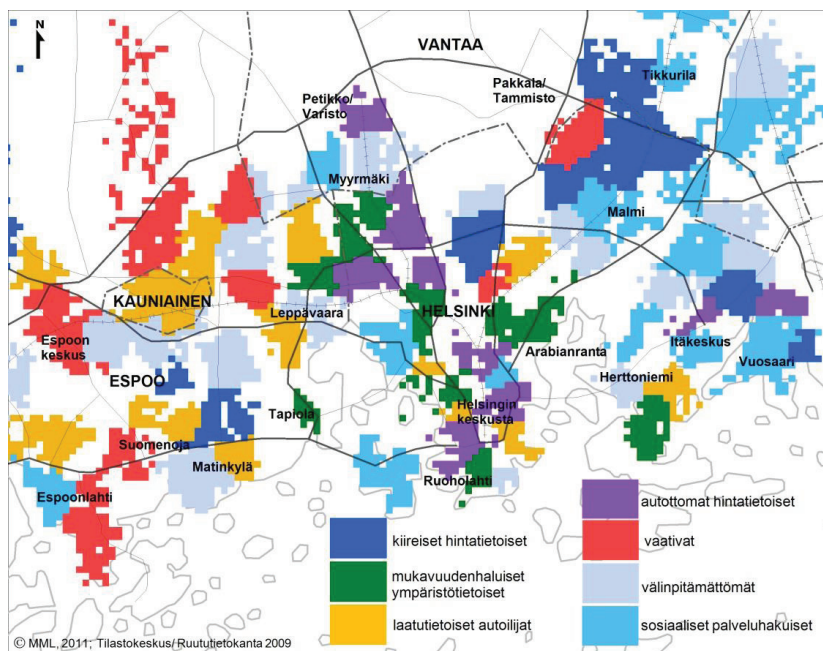
(2) *Mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset* (n=147) oli suhteellisen ”nuori” ja korkeatuloinen ryhmä. He arvostivat ostostenteon nopeutta ja tehokkuutta sekä ympäristöasioiden huomioimista. He suosivat erityisesti luomu- ja lähiruokaa. He suosivat lähimymälöitään eivätkä he olleet valmiita matkustamaan palvelujen luo. Vaikka he omistivat auton, he käyttivät sitä melko vähän ostosmatkoihin. Heillä oli hyvin paljon hankaluuksia ostosten teossa (16 %), erityisesti ostosten kuljettamisessa kotiin. Ryhmä asui Helsingin keskustan tuntumassa.

(3) *Laatutietoiset autoilijat* (n=236) erottuivat muista ryhmistä korkeammilla tuloillaan. He arvostivat laatua ja valikoima sekä mahdollisuutta mennä ostoksille autolla. He suosivat suuria päivittäistavarakauppoja. Heidän ostosmatkansa olivat kaikista pisimmät (2 km) ja he myös käyttivät autoa muita ryhmiä useimmin. Heillä ei ollut hankaluuksia palvelujen saavutettavuudessa. He asuivat enimmäkseen pääkaupunkiseudun länsipuolella.

(4) *Autottomat hintatietoiset* (n=230) olivat useimmiten yksinasuvia, pienituloisia naisia. Harvalla heistä oli oma auto, joten myymälää valitessaan he arvostivat sen läheistä sijaintia tai hyviä joukkoliikenneyhteyksiä. He asuivat lähellä päivittäistavarakaupan palveluja ja he myös suosivat lähipalveluja. Heillä oli kuitenkin suhteellisen paljon hankaluuksia (13 %) palvelujen saavutettavuudessa. Merkittävin hankaluuksien aiheuttaja oli lähimymälöiden huono valikoima ja tuotelaatu. Moni heistä asui Helsingin keskustan tuntumassa.

(5) *Vaativat* muodostivat suurimman ryhmän (n=263). He olivat valmiita kuluttamaan aikaa ostosten tekemiseen. He olivat vaativia tuotteiden ja ostopaikan ominaisuuksien suhteen. Ympäristöasioiden huomioiminen, mutta toisaalta hyvät paikoitusmahdollisuudet olivat heille erityisen tärkeitä. He asuivat enimmäkseen Espoossa. He suosivat hypermarketteja ja heillä ei ollut hankaluuksia saavuttaa haluamiaan palveluja.

(6) *Välinpitämättömät* oli pienin ryhmä (n=137). He olivat vastuussa kotitaloutensa ostostenteosta, mutta he eivät olleet erityisen kiinnostuneita ostopaikan tai tuotteiden ominaisuuksista. He olivat kuitenkin lievästi kontaktinhakuisia. He asuivat eripuolilla pääkaupunkiseutua, mutta vähiten Helsingin keskustassa.



Kuva 2. Päivittäistavarakaupan kuluttajatyypin pääasialliset asuinalueet pääkaupunkiseudulla. Kuvassa on korostettu vain ne postinumeroalueet, joissa kunkin kuluttajatyypin edustus on muita tyyppiä suurempi.

Taulukko 2. Päivittäistavarakaupan kuluttajatyypit järjestettyinä keski-ikä, mediaanitulojen, eläköitymisasteen ja auton käytön perusteella.

keski-ikä v.			
kiireiset hintatietoiset	62,2	vaativat	63,6
mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset	62,9	välinpitämättömät	63,9
laatu-tietoiset autoilijat	63	sosiaaliset palveluhakuiset	64,2
autottomat hintatietoiset	63,3		
kotitalouden mediaanitulot €/kk			
laatu-tietoiset autoilijat	6 000	vaativat	4 000
kiireiset hintatietoiset	5 500	sosiaaliset palveluhakuiset	3 650
mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset	5 000	välinpitämättömät	3 500
		autottomat hintatietoiset	3 000
eläköitymisaste %			
kiireiset hintatietoiset	33	vaativat	44
mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset	34	välinpitämättömät	47
laatu-tietoiset autoilijat	40	sosiaaliset palveluhakuiset	49
autottomat hintatietoiset	41		
auton käyttö ostosmatkoilla*			
laatu-tietoiset autoilijat	1,7	sosiaaliset palveluhakuiset	2,5
kiireiset hintatietoiset	1,9	välinpitämättömät	2,7
vaativat	2,1	autottomat hintatietoiset	4,3
mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset	2,4		

*1=lähes aina; 2=usein; 3=joskus; 4=harvoin; 5=ei juuri koskaan

(7) *Sosiaaliset palveluhakuiset* (n=168) muodostivat vanhimman (64,2) ryhmän. Eläkeläisten osuus oli korkein (49 %). Suosituin kauppatyyppe oli supermarket. Ryhmä oli vaativa arvostaen asiantuntevaa henkilökuntaa,

korkealaatuista ja laajaa valikoimaa sekä ostostenteon sujuvuutta. Mahdollisuus tavata tuttuja ja käyttää muita palveluja (esim. julkiset palvelut) ostosteon ohessa oli heille erityisen tärkeää. Vaikka ostosmatkat olivat suhteellisen lyhyet (1,1 km), autoa käytettiin suhteellisen usein. Ryhmällä oli paljon hankaluuksia ostostenteossa (16 %). Sairaus tai vamma vaikutti hankaluuksien taustalla. He asuivat pääasiassa pääkaupunkiseudun itäosassa.

Kuluttajatyypien vertailua

Ikääntyvien kuluttajien keskuudessa pääasialliset ostopaikan valintasyyt olivat laatu, valikoima, palvelu ja ostostenteon mukavuus riippumatta siitä oliko kyseessä erikois- tai päivittäistavaroiden hankinta. Myös valintaorientaatioihin perustuvat kuluttajatyypit olivat erikois- ja päivittäistavarakaupan kesken hyvin samantyyppisiä ja -nimisiä. Kuluttajat kuitenkin osoittautuivat hyvin heterogeenisiksi, kun verrattiin, minkälaisia päivittäistavarakaupan kuluttajatyypit olivat erikoistavarakaupassa. *Kiireiset hintatietoiset, mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset ja välinpitämättömät* olivat erityisen heterogeenisiä. *Välinpitämättömien* ryhmää ei edes muodostunut erikoistavarakaupan osalta. Kussakin ryhmässä kuitenkin korostui lievä mukavuudenhaluisuus erikoistavaraostosten osalta. *Kiireisten hintatietoisien* mukavuudenhaluisuus tosin perustui autoiluun ja ostostenteon tehokkuuteen kun vähän autoilevat *mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset* arvostivat palvelujen läheiseen sijaintiin perustuvaa mukavuutta. *Vaativat* kuluttajat jakautuivat erikoistavaraostosten osalta kahteen suurempaan ryhmään, *perinteisiin* (31 %) sekä *ajanviete- ja virkistyshakuisiin* (34 %) kuluttajiin. Sen sijaan moni ikääntyvä kuluttaja arvosti samoja asioita erikois- ja päivittäistavarakaupan ostopaikkaa valitessa. Esimerkiksi 45 prosenttia *laatutietoisista autoilijoista* arvosti laatua myös erikoistavarakaupaa valitessaan (laatutietoiset tunnelmanhakuiset). Samoin 44 prosenttia *sosiaalisista palveluhakuisista* oli *ajanviete- ja virkistyshakuisia* erikoistavarakaupan osalta. Huomattavin yhtäläisyys oli *autottomien hintatietoisien* keskuudessa, koska jopa 73 prosenttia oli *autottomia hintatietoisia* myös erikoistavarakaupassa.

Kuluttajatyyppejä vertailtaessa ryhmät oli mahdollista jakaa karkeasti kahteen osaan iän ja siten myös eläköitymisasteen, tulotason ja autonkäytön perusteella (ks. taulukot 1 ja 2). Nuorempiin ja erityisesti enimmäkseen työelämässä oleviin ryhmiin lukeutuivat ostostenteon vaivattomuutta arvostavat kuluttajat. Vanhemmissa ryhmissä korostui palvelujen ja ostostenteon ajanvietteellisuuden arvostaminen. Erikoistavarakaupassa keskimääräistä nuorimmat ja samalla korkeatuloisimmat ryhmät olivat *mukavuudenhaluiset, laatutietoiset tunnelmanhakuiset ja perinteiset*

kuluttajat. Vanhimmat ja siten eläköityneimmät ryhmät olivat *palveluhakuiset mukavuudenhaluiset, ajanviete- virkistyshakuiset ja autottomat hintatietoiset*. Päivittäistavarakaupassa nuorimmat ja korkeatuloisimmat ryhmät olivat *kiireiset hintatietoiset, mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset ja laatutietoiset autoilijat*. Vanhimmat ryhmät olivat *sosiaaliset palveluhakuiset, välinpitämättömät ja vaativat* kuluttajat. *Autottomat hintatietoiset* sijoittuivat iän ja eläköitymisasteen mukaan edellisten ryhmien väliin, mutta auton käytön ja tulotason perusteella ryhmä piti viimeistä sijaa.

Ryhmiä tarkasteltiin myös asuinpaikan (kuvat 1 ja 2) ja palvelujen saavutettavuuden suhteen. Kunkin kuluttajatyypin edustajia asui eri puolilla pääkaupunkiseutua, mutta tarkasteltaessa asuinalueiden painopisteitä postinumerotasolla osassa ryhmistä oli havaittavissa vahva alueellinen painotus. Erityisesti päivittäistavarakaupassa kuluttajatyypit olivat keskittyneet tiettyille alueille erikoistavarakaupan osalta asuinpaikkojen ollessa hieman sekoittuneempi. Karkeasti määriteltynä pääkaupunkiseudun itäosassa asuivat nuorimmat ja vanhimmat ryhmät (*mukavuudenhaluiset, perinteiset, ajanviete- ja virkistyshakuiset, kiireiset hintatietoiset ja sosiaaliset palveluhakuiset*). Länsiosassa asuivat ostovoimaisimmat sekä tuotteiden laadun ja ostopaikan ominaisuuksien suhteen vaativat kuluttajaryhmät (*mukavuudenhaluiset, laatutietoiset tunnelmanhakuiset, laatutietoiset autoilijat ja vaativat*). Tutkimusalueen keskellä asuvia (*mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset ja autottomat hintatietoiset*) yhdisti riippuvaisuus lähipalveluista. Eri puolilla pääkaupunkiseutua, joskin vähiten Helsingin keskustassa, asuivat *välinpitämättömät ja palveluhakuiset mukavuudenhaluiset* kuluttajat.

Erityisesti Helsingin keskustan ulkopuolella asuvien kuluttajaryhmien näkökulmasta palvelujen saavutettavuus oli hyvä. Kyseisten ryhmien ostos-
tenteko perustui oman auton käyttöön. Siten monella oli mahdollisuus tehdä ostoksia oman asuinalueen ulkopuolella. Näistä ryhmistä ainoastaan *sosiaalisilla palveluhakuisilla* kuluttajilla oli merkittävästi hankaluuksia saavuttaa kaupan palvelut. Kyseessä oli vanhin ryhmä, jonka ostosten tekoa hankaloitti heikko terveydentila. Helsingin keskustan tuntumassa asuneet *autottomat hintatietoiset ja mukavuudenhaluiset ympäristötietoiset* käyttivät vähän autoa ostoksia tehdessään (vrt Syrman luku 2.3; Culley luku 2.5). Molemmilla ryhmillä oli hankaluuksia palvelujen fyysisessä saavutettavuudessa, muun muassa ostosten kuljettamisessa kotiin. *Autottomat hintatietoiset* myös kokivat, että he eivät saaneet tarpeitaan tyydyttäviä palveluja lähimyymälöistään. Asuinalueen ulkopuolella asioiminen perustui julkisen liikenteen varaan. Kyseessä olivat pääasiassa yksiasuvat, pienituloiset naiset. Useissa päivittäistavarakaupan saavutettavuutta käsittelevissä tutkimuksissa (vrt. Hare 2003; Kohijoki 2008) kyseiset ominaisuudet on lii-

tetty palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa ole-
viin kuluttajiin.

Lopuksi

Väestön ikääntyessä korostuu tarve turvata kuluttajien tasapuoliset mahdollisuudet saavuttaa tarpeitaan tyydyttävät palvelut. Ikääntyvän väestön merkitys kaupan asiakasryhmänä on entistä tärkeämpi. Aktiivis-
ta, kolmatta ikää elävä suuri ikäluokka on tullut haastamaan perinteiset mallit ikääntyvistä kuluttajista. Ikääntyvien kuluttajien tarpeet ja -toiveet ovat siten tunnistettava ja huomioitava kaupan palveluja kehitettäessä. Ikääntyviä kuluttajia tutkittaessa tai palveluja markkinoidessa heitä ei tule kuitenkaan käsitellä yhtenä kuluttajajoukkona. Ostopaikan valinta-orientaatioihin perustuen tutkimuksessa havaittiin ikääntyvien keskuudessa olevan hyvin erilaisia asioita arvostavia ja eritavalla käyttäytyviä kuluttajia.

Ikääntyviä kuluttajia ei tule myöskään nähdä passiivina ja valtavirtakulutukseen kuulumattomana ryhmänä. Tutkimuksen mukaan vain kymmenys ikääntyneistä päivittäistavarakaupan asiakkaista voitiin luokitella välinpitämättömiksi ostopaikan ominaisuuksien suhteen. Suurimat ryhmät vaativat korkeatasoista ja laajaa tuotevalikoimaa, ja erityisesti vanhimmat ryhmät vaativat hyvää asiakaspalvelua. Erikoistavaraostosten osalta ei välinpitämättömiä löytynyt. Suurimpia ryhmiä luonnehtivat perinteisten ostostentekoon liittyvien asioiden arvostaminen tai ajanvietehakuisuus (vrt. Pitkäaho et al. 2005b). Myös päivittäistavarakaupassa erottui sosiaalisia kontakteja hakeva kuluttajaryhmä, osoittaen, että päivittäistavaroiden ostaminen on ikääntyville muuta kuin rutiininomaista suorittamista (vrt. Kohijoki 2010). Ostoksilla käynti on usealle ikääntyväle, erityisesti eläköityneelle kuluttajalle ainoa keino päästä pois kotinurkista ylläpitämään sosiaalisia suhteita.

Ikääntyvien kuluttajien erilaisten preferenssien lisäksi tutkimuksessa tarkasteltiin kuluttajien suhdetta palvelu- ja infrastruktuuriverkostoon (vrt. Dupuy 2008). Tutkimuksen perusteella ei voida yleistää, että ikääntyvät olisivat palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa. Varsin moni ikääntyvä asoi pääkaupunkiseudun kauppakeskuksissa erikoistavaroita hankkiessaan. Päivittäistavarakaupassa suurin osa suosi suuria myymälöitä. Kaupan palvelujen saavutettavuus koettiin hyvänä erityisesti niiden kuluttajaryhmien keskuudessa, jotka asuivat Helsingin keskustan ulkopuolella. Näiden ryhmien ostoksilla käynti perustui kuitenkin oman auton käyttöön ja tarpeita tyydyttävien palvelujen luo ajettiin pitkiäkin matkoja. Myös suhteellisen lyhyet matkat ajettiin autolla,

koska auto toimi hyvänä ostosten kantovälineenä, erityisesti päivittäistavarakaupassa.

Tutkimuksessa löydettiin kuitenkin pieni joukko kuluttajia, joilla oli hankaluuksia saavuttaa haluamansa palvelut. Varsin moni heistä asui lähellä palveluja. Hankaluudet liittyivät usein palvelujen fyysiseen saavutettavuuteen tai lähipalvelujen huonoon tarjontaan. Kyseessä oli usein autottomat kuluttajat tai kuluttajat, jotka eivät halunneet/voineet käyttää autoaan asuinalueellaan asioidessaan. Tutkimuksen mukaan kaupan palvelujen saavutettavuus ei välttämättä ole hyvä, vaikka palvelut sijaitsisivat kodin läheisyydessä. Ikääntyvien kuluttajien näkökulmasta lähipalvelumuotojen monipuolistaminen helpottaisi päivittäisten asioiden hoitoa. Kaupan palvelujen lisäksi myös julkisten palvelujen olisi oltava saavutettavissa. Myös mahdollisuudet asioida suuremmissa ja monesti kauempana kotia sijaitsevissa kaupan yksiköissä tulisi turvata, myös tilanteessa, jossa kuluttaja ei voi enää tukeutua oman auton käyttöön.

Yhteenvedona voidaan kuitenkin todeta, että valtaosa ikääntyvistä kuluttajista oli aktiivisia ja sosiaalisia sekä vaativia kaupan valinnan suhteen. Kuluttajien ikääntymistä ei siten tule nähdä ongelmana vaan mahdollisuutena.

2.7 Yhteenveto

Anssi Joutsiniemi, Tampereen teknillinen yliopisto/EDGE & Simo Syrman, Aalto-yliopisto/YTK

Nykytilanteessa Helsingin seudun kaupallinen tarjonta vaikuttaa aidosti monikeskuiselta. Eri keskusten ja kauppojen vaikutusalueet eivät ole selvärajaisia, vaan vaikutusalueet lomittuvat toistensa päälle kauppojen tarjonnasta ja liikenneinfrastruktuurista riippuen. Tämä avaa yksittäisillä asuinalueilla mahdollisuuden hyvin toisistaan poikkeaviin asiointitapoihin. Naapurukset voivat asioida aivan eri suunnilla, eri kulkuvälineillä ja eri määränpäitä yhdistellen. Mahdollisuuksien moninaisuus on avainedellytys kestävyydelle.

Eri kuluttajien ja kotitalouksien välillä on kuitenkin eroja niin kyvyssä kuin halussakin muotoilla asiointikäyttäytyminen toisin. Sosioekonomisten erojen vaikutukset tiivistyvät erityisesti kahteen ominaisuuteen, autonomistukseen ja ikään. Kaikista kuluttajaryhmistä erityisen huonossa asemassa ovat autottomat vanhukset. Nuorilla, hyvin toimeentulevilla kotitalouksilla, jolla auton käyttöön on hyvät mahdollisuudet, toimintaa määrittävät rajoitteiden sijasta elämäntapavalinnat. Näiden ääripäiden väliin jää suurin osa kuluttajista, joilla arjen toimintojen organisoiminen, aikamaantieteen käsittein tila-aika-polun rakentaminen, on tasapainotetta ajallisten, rahallisten ja liikkumiskyvyn rajoitteiden sekä kulutukseen liittyvien mieltymysten välillä.

Kaupan sijainnin ohjauksessa ekologinen kestävyys liittyy ennen kaikkea liikennesuorituksen pienentämiseen. Eri kuluttajaryhmien kannalta rajoittavien ohjaustoimenpiteiden ongelma on kuitenkin kahtalainen: mobiliteetiltään vahvat ryhmät kykenevät väistämään ohjausta, kun taas negatiiviset vaikutukset iskevät ennen kaikkea heikkoihin ryhmiin. Yksisilmäinen autoilun rajoittaminen ei nykytilanteessa ole sosiaalisesti kestävä. Toisaalta kaupan sijaintien ja konseptien taloudellinen kestävyys määrittyy ennen kaikkea liikenneinfrastruktuurin ja asiointikäyttäytymisen reunaehtojen kautta. Radikaalit sääntelyn muutokset vain yhdellä verkostotasolla eivät takaa ekologisesti kestävämpää asiointiliikennettä, mutta voivat aiheuttaa niin sosiaalisen kuin taloudellisen kestävyysuudelleen. Onko julkisella sektorilla kykyä ottaa huomioon tai hallita muutosprosessin kaikkia vaikutuksia?

Kuluttajien ostosasioinnin kehittäminen kestävämpään suuntaan alkaa kivuttomammin jo olemassa olevien ilmiöiden vahvistamisesta. Näin ko-

ko ajan muutoksessa olevalle dynaamiselle kaupunkijärjestelmälle annetaan mahdollisuus omaehtoiseen muutokseen kohti kestävyttä. Keskusta-asiointi joukkoliikenteellä on jo nyt yleistä etenkin autottomissa talouksissa, mutta myös urbaania elämää arvostavissa autollisissa talouksissa. Joukkoliikenneterminalien kaupallisten palveluiden kehittäminen ja liikennevälineen vaihtamiseen liittyvän tavaroiden siirtämisen vaivan minimointi tekevät tästä asiointitavasta entistä houkuttelevampaa. Iäkkäämpien kuluttajien taipumus suosia lähimpiä ostoskeskittymiä tulisi ottaa huomioon suosimalla kiireettömiä, asiointin sosiaalisen aspektin huomioivia lähikeskuksia, parantaen samalla keskusten kytkeytymistä kävelyn ja pyöräilyn väyläverkostoon.

Autoiluun perustuvalla asioinnilla suurissa seudullisissa keskuksissa on vankka asema monissa kuluttajaryhmissä. Keskuksia ja niiden palveluja kehittämällä tulisi tehostaa asiointia siten, että asiointikerrat ja matkasuoritte pienenisivät määränpäiden ja asiointitarpeiden yhdistelyn kautta. Matkojen ketjuttaminen on tällä hetkellä suhteellisen harvinaista. Sitä mukaa, kun auton käytön kustannukset nousevat, yhdisteltyjen asiointimatkojen houkuttelevuutta suhteessa erillisiin matkoihin tulisi entisestään parantaa. Tässä erilaisten showroom-toimintojen ja ICT-pohjaisen asiointin yhdistäminen ja kehittäminen voi olla avuksi.

Siinä mitassa, kun elämäntavat ja asuinalueet eriytyvät entisestään, myös kaupalliset palvelut erikoistunevat alueensa asukkaiden tarpeiden ja mieltymysten mukaisesti. Tämä kehityskulku tulisi huomioida myös asuinaluetta laajemmilla suunnittelun tasoilla ja tukea sen ekologista, taloudellista ja sosiaalista kestävyttä edistäviä piirteitä.

3 Kauppapaikkojen suunnittelu ja johtaminen

Raine Mäntysalo, Aalto-yliopisto/YTK

Edellisessä luvussa tarkasteltiin kauppapaikkojen saavutettavuutta, asiantuntijavirtoja ja sijainnin logiikkaa ja dynamiikkaa verkostokaupunkiteorian valossa. Tässä luvussa siirrytään tällaisesta eri kauppapaikkojen ympäristöllisestä tarkastelusta niiden suunnittelun ja johtamisen kysymyksiin. Myös tässä tematiikassa palataan verkoston käsitteeseen - nyt verkostohallintana. Verkostohallinnan käsitteen avulla Vesa Kanninen luvun lopuksi jäsentää suunnitteluyhteistyön ja kaupunki- ja kauppapaikkakehityksen hallinnan edellytyksiä ja toimintamalleja kaupan toimijoiden ja kaupunkisuunnittelijoiden välillä.

Luvun pääpaino on ymmärtävässä tutkimusotteessa. Historiallisesti taustoittavan tarkastelun kautta pyritään yhtäältä hahmottamaan kaavoittajien ja kaupan toimijoiden suhteen kehitystä nykytilanteen taustalla. Toisaalta pyritään hahmottamaan kaupan eri historiallisten konseptien ”kitkaa”, joka luo haasteita niiden nykyaikaiselle, kun olemassa olevia kauppapaikkoja pyritään mukauttamaan tämän päivän kaupan rakenteellisiin ja kilpailullisiin ehtoihin sekä asiakkaiden ja vuokralaisten tarpeisiin ja kysyntään. Jälkimmäisessä tarkastelussa huomio kohdistuu lähinnä ostoskeskusten ja kauppakeskusten johtamisen kysymyksiin sekä näiden rinnakkain olon mahdollisuuksiin. Tärkeäksi tiedon lähteeksi nousevat tällöin haastattelut, joilla valotetaan kauppapaikkojen johdon ja kaupunkisuunnittelijoiden käsityksiä ja kokemuksia siitä, miten ja millaisin keinoin kauppapaikkojen kehityksen kestävään hallintaan on pyritty ja miten aiempien kokemusten valossa voidaan vastata kauppapaikkojen kestävyden haasteeseen jatkossa.

Luvun aloittaa Laura Yrjänän taustoittava tarkastelu kaupan sijainnin ohjauksen ja siihen liittyvän lainsäädännön muutoksista Suomessa. Yrjänän artikkelissa perehdytään kaupan sijainnin ohjauksen viimeaikaiseen muutokseen johtaneisiin keskusteluihin ja perusteluihin, erityisesti kaupan suuryksiköiden osalta. Vertailua tehdään Englantiin, missä tiukennuksia kaupan suuryksiköiden yhdyskuntarakenteellisen sijoittumisen ehtoihin on tehty Suomea ennen.

Yrjänän artikkelista alkava ympyrä ikään kuin sulkeutuu Vesa Kannisen artikkelissa, jossa palataan kaupan sijainnin ohjauksen kysymyksiin, nyt eteenpäin katsoen ja verkostohallinnan mahdollisuuksia luodaten. Ver-

kostohallinta voi edistää kauppapaikkojen kestäväää kehittämistä. Sen puitteissa voidaan kehittää sellaisia julkis-yksityisen yhteistoiminnan muotoja, joiden piirissä voidaan hahmottaa konkreettisia win-win -ratkaisuja. Näillä ratkaisuilla Kanninen viittaa kaavoituksen sellaiseen kehittämiseen, joka tuottaa sekä yhdyskuntarakenteellisesti kestävämpiä että liiketoiminnallisesti tehokkaampia kauppapaikkoja.

Yrjänän ja Kannisen artikkeleiden välissä on sarja artikkeleita, joissa keskitytään kauppakeskusten ja ostoskeskusten johtamiseen. Tämän sarjan aloittaa Lauri Paavolan artikkeli, jossa valotetaan Suomen vanhimpiin kauppakeskuksiin lukeutuvan Itäkeskuksen (Itis) johtamisen kehityskulkuja ja selviytymisstrategioita kaupan ja kaupunkirakenteen muutoksissa. Kauppakeskusjohdon näkökulmaan ja yksittäiseen tapaukseen keskittyvä pitkittäistutkimus tarjoaa syventävän ymmärryksen ja reflektoinnin eväitä myös muihin konteksteihin.

Ostoskeskusten osalta tarkastelun aloittaa Karitta Laitisen ja Eija Huuhkan kahdessa artikkelissaan raportoitu selvitys Helsingin metropolialueen ostoskeskusten rakentumisen historiasta, niiden nykytilasta, liikekokoonpanoista sekä kehittämisen tarpeista ja edellytyksistä. Karttatarkasteluun pohjaavaa arviointia tehdään myös kauppakeskusten läheisyyden vaikutuksista ostoskeskusten toimintaedellytyksiin. Tältä osin tarkastelua täydentävät Karin Krokforsin haastattelut ostoskeskusten erityyppisten omistajatahojen näkemyksistä kauppakeskusten mahdollisesta uhasta ostoskeskusten elinvoimaisuudelle. Sekä karttatarkastelut että ostoskeskusjohdon haastattelut tuovat esiin, että kysymys kauppakeskusten ja ostoskeskusten rinnakkain olosta jälkimmäisten menestymisen kannalta ei ole yksinkertainen. Kuten Krokfors toteaa, tähän haasteeseen vastaaminen edellyttäisi ostoskeskusten määrätietoista ja yksilölliset lähtökohdat tiedostavaa johtamista sekä selkeämpiä omistus- ja hallintorakenteita ostoskeskuksilta. Juuri omistussuhteiden ja hallinnan fragmentoituneisuuteen liittyvät ongelmat näyttävät nousevan keskeisimpinä pullonkauloina nykyisten ostoskeskusten säilyttämiselle, vaikka monet tekijät sinänsä puoltavatkin lähipalvelukeskuksia pääkaupunkiseudulla, kuten ikääntyvän väestön ja maahanmuuttajien muita suurempi lähipalveluiden tarve sekä lähiövyöhykkeiden tiivistäminen. Toki nykyisten ostoskeskusten kehittämiseen liittyy muitakin ongelmia, kuten rakennusten usein huono kunto sekä rakenteellinen, tilallinen ja suojellinen joustamattomuus kilpailukyvyyn ylläpitämisen edellyttämiin toiminnallis-tilallisiin muutoksiin, kuten kirjoittajat toteavat.

Markku Norvasuon, Terttu Nupposen ja Jukka Hirvosen artikkelissa keskitytään Espoon Suvelan ostoskeskukseen erityisesti kaupungin omien lähiökehittämistoimien ja -hankkeiden sekä aiempien tutkimusten kontekstissa. Suvelan tapaus on sikäli erityisen kiinnostava, että alue on väestöltään

suhteellisesti maahanmuuttajavaltaisimpia alueita pääkaupunkiseudulla ja nostaa siten ikään kuin edelläkävijänä esiin kysymyksiä, joita muissakin lähiöissä on odotettavissa maahanmuuton jatkuessa ja mahdollisesti voimistuessa. Suurimpia maahanmuuttajaryhmiä edustaville asukkaille järjestetyt tarrakartta-työpajat valottavat näiden ryhmien ympäristökokemuksia ja ympäristön käyttöä Suvelassa, mukaan lukien ostoskeskuksen ja läheisen Espoon keskuksen palveluineen.

3.1 Aukioloajoista ilmastonmuutoksen hillitsemiseen – kaupan sijainnin ohjauksen diskurssit vuosina 1992–2012

Laura Yrjänä, Aalto-yliopisto/REG

Kaupan sijainnin ohjaus on kokenut muutoksia viimeisen parinkymmenen vuoden aikana sekä Suomessa että muualla Euroopassa. Isot, kaupunkirakenteen ulkopuolella sijaitsevat kauppakeskukset ovat herättäneet huolta negatiivisten ympäristövaikutustensa takia. Erityisesti pienten kyläkeskusten näivettyminen ja kauppamatkojen aiheuttamien päästöjen lisääntyminen on herättänyt keskustelua. Suomessa ympäristöministeriö on huolestunut isojen kaupan hankkeiden suuresta määrästä ja on poistanut joidenkin hankkeiden varauksia maakuntakaavoista.

Iso-Britanniassa jo 1980-luvulla isojen seudullisten kauppakeskusten vaikutukset kaupunkien ja kylien keskustojen elinvoimaisuuteen herättivät huolta. Tämän seurauksena kaupan kaavoituksellista ohjausta lähdettiin muuttamaan keskustojen suosimisen suuntaan. Suomessa sama huoli suurten kaupan yksiköiden vaikutuksista nousi esiin 1990-luvulla ja vuonna 1999 annettuun maankäyttö- ja rakennuslakiin lisättiin kaupan suuryksiköitä koskevaa ohjausta. Uutta lakia on kuitenkin arvosteltu siitä, että se ei ole tarpeeksi selkeä kaupan sijainnin ohjauksen suhteen.

Iso-Britanniassa kaupan alan edustajat ovat reagoineet kaupan sijainnin ohjauksen muutoksiin usealla eri tavalla. Osa ketjuista on lähtenyt tekemään tiiviimpää yhteistyötä viranomaisten kanssa, osa on etsinyt porsaanreikiä ohjauksesta ja käyttänyt niitä hyödykseen ja osa on muuttanut omaa toimintakonseptiaan isojen suuryksikköjen rakentamisesta pieniin myymälöihin. Lisäksi erityisesti Tescon kohdalla on todettu tiukentuneen kaavoituksen olleen vahva sysäys kohti ruoan verkkokaupan aktiivisempaa kehittämistä sekä kansainvälisille markkinoille lähtemistä. Vielä on vaikea sanoa, miten kaupan ketjut Suomessa tulevat reagoimaan ohjauksen kiristymiseen.

Tämän tutkimusosion tavoitteena on tarkastella kuinka kaupan sijainnin ohjausta on Suomessa lähdetty muuttamaan ja mitkä tekijät ovat olleet muutoksen suurimpia eteenpäin viejiä. Erityisesti keskitymme kaupan sijainnin ohjauksen muutoksen takana oleviin diskursseihin. Kaupan sääntely ja kaavallinen ohjaus on vaihdellut tiukemmasta löysemppään. Miksi suuriin kaupan yksiköihin on reagoitu niin vahvasti? Mitkä diskurssit ovat olleet osana kaupan sijainnin ohjauksen muutosta? Mitkä ovat olleet päätaivoitteet kaupan sijainnin ohjauksen muuttamisessa?

Kaupan sijainnin ohjaus

Miksi kauppaa ohjataan? Dawson (1983) kiteyttää Boddewyn ja Hollanderin (1972) luomat viisi tavoitetta kaupan ohjaukselle: pienten kauppojen suojelu, hintojen kontrollointi, kaupan tehokkuuden lisääminen, kuluttajien suojelu ja ympäristönsuojelu. Maasta riippuen kaikki tai osa tavoitteista voi olla kaupan ohjauksen taustalla. Euroopassa kaupan ohjaus on vaihdellut edestakaisin kireämmästä löysemppään ohjaukseen. Bell et al (1997) painottaa, että virkamiesten on vaikea löytää tasapainoa kaupan ohjaukseen, sillä heidän pitää samaan aikaan vastata kaupan alan tarpeisiin, kannustaa kilpailua ja luoda kuluttajille riittävät kaupan palvelut sekä suojella vanhoja perinteitä. Suuret kaupunkirakenteen ulkopuoliset kaupan yksiköt herättävät useita huolenaiheita, joita kaupan ohjauksen tulisi huomioida: niillä on usein negatiivinen vaikutus kaupunkien keskustojen elinvoimaisuuteen, ne voivat heikentää pienten kaupan toimijoiden menestymistä, eivät usein kompensoi näiden pienten kauppojen häviämisen aiheuttamaa työpaikkojen menetystä, eivätkä autottomat kuluttajat pääsee nauttimaan suuren kaupan yksikön halvemmasta hintatasosta tai paremmasta valikoimasta (Bell et al 1997).

Kaupan sijainnin ohjauksen instituutio

Kaupan sijainnin ohjaus voidaan nähdä instituutiona, joka käy läpi muutosta. Näin ollen viitekehyksemme perustana ovat teoriat instituutioiden muutoksesta (katso esim. Mahoney & Thelen 2010). Instituutiolla tarkoitetaan systeemiä, jossa on vallitsevia ja vakiintuneita sääntöjä, jotka jäsentävät sosiaalista vuorovaikutusta (Hodgson 2006). Kieli, laki, yritykset ja muut organisaatiot ovat siis kaikki instituutioita. Jokaisella instituutiolla on omat asetelmansa, puheensa, jäsenensä ja norminsa (Fairclough 1995). Fairclough (1995) huomauttaa, että instituutiot tarjoavat jäsenilleen toimintakehyksen, joka mahdollistaa heidän toimintansa, mutta samanaikaisesti rajoittaa heitä. Kauppa on käynyt läpi monia muutoksia, jotka ovat vaikuttaneet kaupan ohjauksen instituutioon (esim. uudet formaatit, valikoiman laajeneminen). Isojen suuryksiköiden nopea leviäminen kaupan markkinoille voidaan nähdä eksogeenisena shokkina kaupan ohjauksen instituutiolle. Ohjauksen ja sääntelyn on pitänyt vastata tähän muutokseen. Tässä tutkimuksessa keskitytään siihen, miksi muutos kaupan ohjauksessa on tapahtunut. Mikä sai reaktion isoihin kaupan suuryksiköihin olemaan sellainen kuin se oli? Käyttämällä diskurssianalyysiä teemoittelun välineenä saamme kuvan siitä, miksi muutos on tapahtunut, mitä diskursseja on käytetty ja kuinka niitä on käytetty. Keskitymme eri-

tyisesti niihin ympäristöministeriön käyttämiin diskurssiteemoihin, jotka oikeuttivat kaupan ohjaukseen tehdyt muutokset.

Diskurssianalyysi

Todellisuutemme muotoutuu diskurssien avulla. Näin ollen instituutiotkin ovat diskurssien tuotoksia (Phillips et al. 2004). Diskursseja tutkimalla voimme paljastaa sosiaalisen konstruktion prosesseja. Yleisesti ajateltuna diskurssit ovat tekstejä ja puhuttua kieltä. Diskurssiksi voidaan määritellä joukko toisiinsa liittyviä tekstejä ja ne käytännöt (tuottaminen, levittäminen, vastaanottaminen), jotka tuovat nämä tekstit olevaksi (Phillips & Hardy 2002). Phillips & Hardy (2002) jakavat diskurssianalyysin neljään suuntaukseen: sosiaalinen kielellinen analyysi, kriittinen kielellinen analyysi, tulkitseva strukturalismi ja kriittinen diskurssianalyysi. Kielelliset eli lingvistiset analyysit keskittyvät yksittäisiin teksteihin, kun taas tulkitseva strukturalismi ja kriittinen diskurssianalyysi keskittyvät enemmän diskurssien kontekstiin. Sosiaalinen kielellinen analyysi ja tulkitseva strukturalismi ovat konstruktivisia, ne ovat enemmän kiinnostuneita sosiaalisen konstruktion prosesseista, kun taas kriittinen diskurssianalyysi ja kriittinen kielellisen analyysi ovat kiinnostuneet enemmän vallan dynamiikasta (Phillips & Hardy 2002). Tämä tutkimus lähestyy diskursseja tulkitsevan strukturalismin näkökulmasta, sillä olemme kiinnostuneita siitä miten diskursseja on muodostettu ja hyödynnetty kaupan ohjauksen muutoksessa. Pohdimme myös valtasuhteita ja niiden ylläpitämistä, josta kriittinen diskurssianalyysi on kiinnostunut. Van Dijk (1993) mielestä kriittinen diskurssianalyysi on erityisesti kiinnostunut parantamaan ymmärtämystä uhkaavista yhteiskunnallisista kysymyksistä ja niistä syistä, olosuhteista ja seurauksista, joita näillä kysymyksillä on. Tässä tutkimuksessa olemme käyttäneet diskurssianalyysia teemoittelun välineenä käyttämällä esimerkkinä Spicer & Fleming (2007) tutkimusta globalisaatiodiskurssista julkisen sektorin organisaatiossa.

Aineisto ja tutkimuskysymykset

Aineisto on kerätty ympäristöministeriön julkaisuista ja raporteista, sanomalehdistä ja kaupan alan tiedotteista. Kaupan sijainnin ohjauksen tapahtumista on muodostettu kronologia, jonka tarkoituksena on avata ne kriittiset tapahtumat, jotka ovat vaikuttaneet kaupan ohjaukseen vuosina 1992–2012. Tarkastelu painottuu kaupan sijainnin ohjauksen muutoksiin, syihin muutosten takana sekä muutosten herättämään keskusteluun. Tulokset kertovat, mitkä kaupan sijainnin ohjauksen diskurssit nousevat esiin, miten ne ovat vaikuttaneet kaupan sijainnin ohjauksen muutokseen ja kuka

niiden esiintuomisessa on ollut aktiivinen. Kronologiasta selviää mitkä teemat ja diskurssit ovat olleet tärkeitä ympäristöministeriölle kaupan sijainnin ohjauksen eteenpäinviemisessä ja miten niitä on käytetty perusteluina muutokselle. Toisaalta esille nousee myös kaupan alan reagointi kiristyvään ohjaukseen.

Avaan ensiksi kaupan sijainnin ohjauksen kronologian ja sieltä löytyneet diskurssit. Kronologiasta selviää tutkimuksen pohjalta löydetty tärkeimmät kaupan sijainnin ohjauksen tapahtumat viimeisen kahdenkymmenen vuoden ajalta. Kronologia on jaettu kahteen osaan, 1990-lukuun ja 2000-lukuun. Kronologian jälkeen tarkastelen ympäristöministeriön tavoitteita kaupan sijainnin ohjauksessa ja sitä miten ne ovat verrattavissa tutkimushankkeemme pohjalla oleviin ajatuksiin verkostokaupungista.

Kaupan sijainnin ohjauksen kronologia ja diskurssit 1992–2012

1990-luku: Automarketit ja aukioloajat

Kaupan suurten yksiköiden sijainnin ohjauksen aktiivinen kehittäminen alkoi Suomessa 1990-luvulla. Suurmyymälöitä rakennettiin kiivasta vauhtia kaupunkien liepeille. Suurista kaupan yksiköistä puhuttiin 90-luvulla vielä usein automarketteina. Nähtiin, että erityisesti edulliset hinnat vievät kuluttajia suurin kaupan yksiköihin. Markettien sijoittumista keskustojen ulkopuolelle kritisoitiin lehdissä ja useissa mielipiteissä puhuttiin kaupan suuryksiköiden ohjaamisesta keskustoihin. Suuria kaupunkien ulkopuolella olevia kaupan yksiköitä kritisoitiin mm. siksi, että niihin oli vaikeaa päästä ilman autoa. Autottomien ja ikääntyvän väestön kauppareissujen pidentymisestä oltiin huolestuneita. Ympäristöministeri⁴ Pekka Haavisto ilmaisi vuonna 1996 halunsa ohjata suurmyymälöiden ja kaupakeskusten sijoittumista erityissäädöksillä. Taustalla oli ympäristöministeriössä noussut huoli suurten kaupan yksiköiden negatiivisista vaikutuksista kaupunkien keskustoihin ja liikenteeseen. Myös kuntien välinen kilpailu suurista hankkeista ja keskusliikkeiden asema kuntien peluuttajana nousi 90-luvulla keskustelun aiheeksi.

Ympäristöministeriö nimitti suurmyymälätyöryhmän pohtimaan suurten myymälöiden ohjausta. Osmo Soininvaaran johdolla toiminut ryhmä luovutti lausuntonsa ympäristöministeriölle 1997. Tärkeinä teemoina työryhmä toi esiin kaupan toimintaedellytysten parantamisen keskustoisissa ja asuntoalueilla, yhteistyön kehittämisen kaupan palveluverkon suunnitte-

⁴ Ympäristö- ja kehitysyhteistyöministeri vuosina 1995–1999

lussa kaupunkiseudun kuntien yhteistyönä sekä suurten yksiköiden ohjauksen. Työryhmän esityksen mukaan kaavoituksella olisi ohjailtu yli 1500 neliön ja sitä suurempien päivittäistavarakauppojen sijoittumista. Yli 3000 neliön automarketin sijainnista olisi neuvoteltava yhdessä naapurikuntien kanssa ja mahdollisten kiistojen sattuessa asian olisi ratkaissut ympäristöministeriö.

Taulukko 1. Kaupan sijainnin ohjaus 1990-luvulla.

Ympäristöministeriö nimittää suurmyymälätyöryhmän pohtimaan suurten myymälöiden ohjausta.	1996	Ympäristöministeri Pekka Haavisto haluaa erityissäännöksiä suurten kauppakeskusten sijoittumisen ohjaukseen.
Syksyllä 1997 perustettu suurmyymälätyöryhmä antaa lausuntonsa.	1997	Työryhmä ehdottaa päivittäistavarakaupan merkitsemistä erikseen kaavaan (aiemmin liikepaikkana merkitylle paikalle on saanut rakentaa mitä vaan liiketilaa).
Laki kaupan sijoittumisen ohjauksesta eduskunnan valiokuntakäsittelyssä.	1998	
Maankäyttö- ja rakennuslain uudistaminen. Vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevat säädökset voimaan 1.3.1999.	1999	Hyväksytyjen säädösten mukaan yli 2000 kerrosneliömetrin suurista vähittäiskaupan myymälää ei saa sijoittaa keskustan ulkopuolelle, jos sille ei ole varausta asemakaavassa.
Maankäyttö- ja rakennuslain voimaan tulo 1.1.2000.	2000	Laki tuli kokonaisuudessaan voimaan vuoden 2000 alussa (edellinen laki oli tullut voimaan vuonna 1958).

Maankäyttö- ja rakennuslakia (MRL) oltiin uudistamassa vuosituhannen vaihteessa. Muutoksen yhteyteen haluttiin kirjata nyt myös kaupan suuryksiköiden sijainnin ohjausta. Suuryksiköiden ohjaus koettiin kuitenkin niin tärkeäksi, että lakimuutos vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevien säädösten osalta tuli voimaan jo 1.3.1999, vaikka MRL kokonaisuudessaan tuli voimaan vasta 1.1.2000. Kauppaa koskevat säännökset koettiin tärkeäksi saada pikaisesti voimaan, jotta suuryksiköiden lisääntymiseen voitaisiin puuttua heti. Lakimuutosta varten ympäristöministeriö selvitti muiden Euroopan maiden kaupan ohjausta. Vuonna 2000 Pohjoismaiden ympäristöministeriöt julkistivat yhdessä selvityksensä kaupan suunnittelusta Pohjoismaissa. Selvityksessä todettiin kaupan markkina-alueiden levittyvän usein jo yli kuntarajojen ja jopa yli maan rajojen (Ministry of Environment and Energy Denmark et al).

Kaupan suuryksiköiden sijainnin ohjauksen lisäksi toinen merkittävä kaupan ohjauksen diskurssi 1990-luvulla oli kauppojen aukiolo. Yksi isoimmista kysymyksistä oli sunnuntaiaukiolon salliminen. Kaupan sunnuntaiaukiolo sallittiin haja-asutusalueilla 1989 ja vuonna 1994 myös taajama-alueilla joulukuussa sekä kuutena erikseen määrättävänä sunnuntaina. Vuonna 1997 sunnuntaiaukiolo laajeni koko kesälle ja aukiolo arkipäivinä pidennettiin jatkumaan kello 21:een. Vuonna 2000 lähi- ja pienkauppojen (alle 400 m²) toimintaa kannustettiin sallimalla niiden sunnuntaiaukiolo ympärivuotiseksi ja myöhemmin vuonna 2009 lähi- ja pienkauppojen aukiolo muutettiin kellonajoista riippumattomaksi. Isompien myymälöiden tilannetta selkeytettiin vuonna 2000 niin että yksittäisten sunnuntaiden sijaan aukiolo sallittiin sunnuntaisin toukokuun loppuun sekä marras-joulukuussa. Aukioloajat herättivät paljon keskustelua puolesta ja vastaan.

2000-luku: Ilmastonmuutos ja kauppakeskuslaki

Uusien kauppaa koskevien säädösten voimaantulon jälkeen ympäristöministeriö julkaisi useita oppaita⁵ tukemaan kaavoittajien työtä. Tukea kaivattiin mm. paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnassa, joka ei silloin vielä kuulunut säädösten alaiseen kaupan ohjaukseen. Kaupan sijainnin ohjauksen selkeyttämistä varten Ympäristöministeriö julkaisi vuonna 2004 laajemman oppaan *'Kauppa kaavoituksessa'*. Oppaassa todetaan, että kauppa ja yhdyskuntasuunnittelu toimivat eri aikaperspektiiveillä. Kauppa reagoi nopeasti ympäristön ja kilpailutilanteiden muutoksiin, kun taas yhdyskuntasuunnittelu pyrkii pitkäjänteiseen suunnitteluun (Ympäristöministeriö 2004). Tästä johtuvat useat kaupan ja kaupan ohjauksen väliset ristiriidat. Kauppakeskustoimijoiden haastatteluissa (Yrjänä & Uotinen 2010, Heikkinen & Yrjänä 2010) tuli selkeästi ilmi kaavoitusjärjestelmän hitaus ja kankeus kaupan toimijoiden näkökulmasta. Myös maakuntakaavoituksen rooli kaupan ohjauksessa nousi esille toimijoiden keskusteluissa. Uudenmaan maakuntakaavan uudistamisen yhteydessä on ollut paljon puhetta kaupan suuryksikköalueiden sijaintipaikoista. Maakuntakaavassa yritetään ennustaa alueen kehitystä noin 25 vuotta eteenpäin. Kauppa kokee näin pitkän ajan ennustamisen mahdottomaksi juuri erilaisen aikaperspektiivinsä ja markkinoiden nopeiden muutosten takia, joihin kaupan tulee reagoida.

⁵ Ympäristöministeriö julkaisi lakimuutosten jälkeen Maankäyttö- ja rakennuslaki 2000-sarjan, jossa oli lukuisia oppaita mm. *Opas 2* Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta ja *Opas 4 Kaupan suuryksiköiden vaikutusten selvittäminen ja arviointi*

Taulukko 2. Kaupan sijainnin ohjaus 2000-luvulla.

Ympäristöministeriön selvitys sedullisista kaupan hankkeista 2008. Valtakunnalliset alueidenkäyttötavoitteet tarkistettiin ja eduskunta päätti muutoksista joulukuussa.	2008	Selvityksessä todettiin meneillään olevan 196 seudullisesti merkittävää kaupan hanketta. Selvityksessä painotettiin kaupan sijainnin vaikutusta ilmastomuutoksen hillintään.
Selvitys seudullisista kaupan hankkeista 2008 julkaistiin. Purasjoen raportti tonttipolitiikasta ja vähittäiskaupan kilpailusta. Kaupan sijainnin ohjauksen arviointityöryhmän (Matti Auran työryhmä) raportti.	2009	Purasjoen mielestä tonttipolitiikka ja kaavoitus eivät ole ratkaisevia vähittäiskaupan kilpailun edistämiseksi. Kaupan sijainnin ohjauksen työryhmä ehdotti useita muutoksia kaupan sijainnin ohjaukseen, kuten tilaa vievän kaupan lisäämistä ohjauksen piiriin.
	2010	
Vähittäiskauppaa koskevat lainmuutokset Maankäyttö- ja rakennuslaissa tulivat voimaan 15.4.2011.	2011	Vähittäiskauppaa koskevat säännökset koottiin laissa yhteen lukuun. Tilaa vievä kauppa lisättiin kaupan sijainnin ohjauksen piiriin.
Kaupan sijainnin ohjauksen opas valmistelussa Ympäristöministeriössä.	2012	

Ilmastomuutos nousi yleisesti keskustelun aiheeksi Suomessa 2000-luvulla. Ilmastomuutoksen hillintä ja kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen löytyivät pian mm. Kansallisesta kestävästä kehityksen strategiasta (Valtioneuvoston kanslia 2006) sekä ympäristöministeriön strategiasta (2002 & 2010). Yleisen ilmastokeskustelun myötä myös kaupan ohjauksen yhteyteen tuli tavoite ilmastomuutoksen hillitsemisestä⁶. Erityisesti kauppatilkojen aiheuttamien päästöjen lisääntyminen koettiin huolestuttavaksi. Keskustelua 2000-luvulla käytiin myös kuntien yhteistyön kehittämiseksi, joka koettiin tärkeäksi teemaksi suurmyymälätyöryhmän lausunnossakin. Yhteistyön malleja kaupan hankkeissa pohditaan Vesa Kannisen tekstissä (luku 3.7).

Kovan debatin suurten kaupan yksiköiden rakentamisesta 2000-luvulla voidaan sanoa alkaneen Lempäälän Ideaparkin rakentamisen aiheuttamasta voimakkaasta reagoinnista sekä silloisen asuntonministeri Jan Vapaavuoren selkeistä kannanotoista kaupan sijainnin ohjauksen puolesta. Vapaa-

⁶ Myös EU:n tasolla on käyty keskustelua kaupan ja ilmastomuutoksen hillitsemisen yhteydestä ja Eurooppa 2020 – strategiaan lisättiin uutta kauppapolitiikkaa, joka reagoisi vahvemmin kaupan aiheuttamiin ympäristöhaittoihin.

vuori nosti ilmastonmuutoksen hillinnän yhdeksi selkeimmiksi syiksi puuttua kaupan sijoittumiseen. Ideapark-yrittäjä Toivo Sukari ja Jan Vapaavuori edustivat 2000-luvulla mediassa vastakkaisia ajatuksia kaupan sijainnin ohjauksesta. Asuntopoliittisena (2007–2011) toiminut Vapaavuori oli selkeästi yksi vahvimista kaupan sijainnin ohjauksen kiristämisen kannattajista, kun taas Sukari oli yksi kovimmasta kiristämisen vastustajista. Vapaavuori kritisoi vahvasti uusien Ideaparkien rakentamista ja totesi julkisesti ettei Vihtiin rakenteilla ollut Ideapark täyttänyt kaavallisia edellytyksiä. Kauppakeskusalan edustajat kritisoivat ryhmäkeskusteluissa (Yrjänä & Uotinen 2010) Lempäälän Ideaparkin ja uusien Ideapark-hankkeiden saaneen liikaa huomiota mediassa ja antaneen väärän kuvan Suomen kauppakeskushankkeista. Ideaparkin koettiin vieneen huomiota monilta ”enemmän kestävän kehityksen” mukaisilta kauppakeskushankkeilta.

Ympäristöministeriö teetti vuonna 2008 selvityksen meneillään olevista seudullisista kaupan hankkeista. Syynä selvityksen tekemiseen oli kaupallisten hankkeiden määrän lisääntyminen sekä hankkeiden koon suureneminen. Selvityksen mukaan meneillään oli 196 seudullisesti merkittävää kaupan hanketta. Kaupan hankkeet sisältävät yhteensä yli 5 000 000 kerrosneliömetriä uutta kaupan liiketilaa. Selvityksessä todetaan selkeästi kaupan sijoittumisella olevan suuri merkitys ilmastonmuutoksen hillintään ja yhdyskuntarakenteen eheyttämistä koskevien tavoitteiden toteuttamisessa. Selvityksen mukaan kaupan hankkeiden koot olivat jopa kymmenkertaisuneet viimeisen kymmenen vuoden aikana. Kaupan toimijat ovat todenneet, että selvityksen mukainen hankkeiden määrä on liioiteltu sillä käynnissä on aina useita hankkeita, jotka eivät kuitenkaan toteudu.

Vuonna 2008 Ympäristöministeriö asetti erityisen työryhmän (Matti Auran työryhmä) selvittämään kaupan sijainnin ohjausta ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi Matti Purasjokea pyydettiin selvittämään vähittäiskaupan kilpailua ja tonttipolitiikkaa. Kaupan sijainnin ohjauksen työryhmä luovutti raporttinsa asuntopoliittiselle Jan Vapaavuorelle syksyllä 2009. Työryhmä ehdotti raportissaan useita muutoksia maankäyttö- ja rakennuslakiin: mm. paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan siirtämistä vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevan ohjauksen piiriin. Raportti herätti paljon julkista keskustelua kaupan sijainnin ohjauksesta. Kaupan alan edustajat eivät olleet tyytyväisiä raportin sisältöön erityisesti siksi, että suuryksikön kokorajaa ei ehdotettu nostettavaksi 2 000 m^2 :stä 3 500 m^2 :iin. Kaupan toimijat perustelivat suurempaa kokorajaa toivettaan erityisesti valikoiman kasvamisella ja kuluttajien preferensseillä. Toinen kaupan alan huoli liittyi maakuntakaavoituksen vahvistuvaan rooliin ja sen myötä kaavoitusaikojen mahdolliseen pidentymiseen ja kaavapaikko-

jen vähentymiseen. Yhtä mieltä oltiin lähikauppojen elinmahdollisuuksien parantamisesta, erityisesti ikääntyvää väestöä ajatellen. Kaupan puolelta kuitenkin kritisoiitiin sitä, ettei keskustaan sijoittumisen vaikeudesta oltu keskusteltu tarpeeksi, eikä keskustojen kehittämisen edistämistä ollut huomioitu raportissa tarpeeksi vaikka se on selkeästi yksi ympäristöministeriön tavoitteista.

Pian kaupan sijainnin ohjauksen työryhmän lausunnon jälkeen syntyi uusi lakiehdotus, joka sisälsi suuren osan työryhmän ehdotuksista. Lakiehdotusta kutsuttiin mediassa mm. kauppakeskuslaiksi. Eduskunnassa ja hallituksessa laki jakoi mielipiteitä. Eduskunnan ympäristövaliokunnassa Keskustan jäsenet vastustivat lakiehdotusta. Myös Kilpailuvirasto arvosteli uutta lakiesitystä siitä, että se ei huomionnut tarpeeksi kilpailun edistämistä ja saattoi jopa hankaloittaa sitä. Tilaa vievän kaupan lisääminen kaupan sijainnin ohjauksen alle herätti paljon keskustelua mediassa. Useat maakuntaliitot vastustivat lakia, sillä sen koettiin vaikeuttavan kaupan toimintaedellytyksiä. Uusimmat lainmuutokset tulivat kuitenkin voimaan 15.4.2011. Kaikki vähittäiskauppaa koskevat säännökset koottiin laissa yhteen lukuun ja tilaa vievä kauppa lisättiin ohjauksen piiriin. Vähittäiskaupan ensisijainen sijaintipaikka on lain mukaan keskustatoimintojen alue ja maakunta-kaavoissa tulee määritellä myös kaupan mitoitus.

Yksi huomiota herättäneistä keskustelun aiheista 2000-luvulla on ollut kaupan ja poliittisten toimijoiden väliset suhteet ja mm. politiikkojen toimiminen kaupan luottamustehtävissä. Kaupan ohjauksen liittyi 2000-luvulla myös vaalirahoituskohu ja lahjontasyytteet. Varsinais-Suomen maakuntaliiton puheenjohtajana ja 2007–2008 ulkoasiainministerinä toimineen kansanedustaja Ilkka Kanervan epäiltiin saaneen yli 50000 euron lahjukset Nova Group liikemiesnelikolta Kehittyvien maakuntien suomen ry:n kautta. Lahjusepäily liittyy siihen, että Kanerva olisi voinut vaikuttaa kyseisten liikemiesten eduksi maakuntakaavoituksen suunnittelussa toimissaan Varsinais-Suomen liiton hallituksen puheenjohtajana. Nova Groupin⁷ johto (Arto Merisalo ja Tapani Yli-Saunamäki) haastettiin oikeuteen kyseisen lahjusepäilyn ja muiden rikosepäilyjen, kuten kirjanpitorikosten, vuoksi 2011. Myös Ilkka Kanerva sai syytteen lahjonnan vastaanottamisesta. Helsingin käräjäoikeus tuomitsi Nova-yhtiöiden johtajat ehdottomiin vankeusrangaistuksiin ja Ilkka Kanervan ehdolliseen vankeusrangaistukseen huhtikuussa 2012⁸. Kansanedustaja Ilkka Kanerva tuomittiin ehdollisen

⁷ Nova Group ja sen tytäryhtiö Nova Kiinteistökehitys ajautuivat konkurssiin ke-säkuussa 2009

⁸ Myös liikemies Toivo Sukari tuomittiin törkeästä lahjuksen antamisesta kahdeksan kuukauden ehdolliseen vankeusrangaistukseen. Sekä Nova Groupin johto, Ilkka Kanerva, että Toivo Sukari aikovat valittaa päätöksistä hovioikeuteen.

vankeusrangaistuksen lisäksi pantavaksi viralta julkisista luottamustehtävistä ja hän erosi maakuntahallituksen puheenjohtajuudestaan heti tuomion jälkeen.

Yhteenveto

Kaupan suuryksiköiden ohjaus nousi puheenaiheeksi 1990-luvulla. Yleisenä kaupan ohjauksen keskustelunaiheena olivat aukioloajat ja niiden vaikutukset pienten kauppojen elinvoimaisuuteen. Suurien kaupan yksiköiden kritisoiitiin aiheuttavan keskustojen näivettymistä ja lisäävän autoilua. 1990-luvulla alkanut puhe ikääntyvän väestön huomioimisesta kaupan sijoittumisessa jatkui myös 2000-luvulla. Suurimpana erona 90-luvun ja 2000-luvun välissä on ilmastonmuutos diskurssin ilmaantuminen kaupan sijainnin ohjaukseen. Julkisen sektorin edustajat käyttivät ilmastonmuutoksen hillitsemistä ja päästöjen vähentämistä selvästi yhtenä tärkeimpänä syynä puuttua kaupan sijoittumiseen.

Kun 1990-luvulla mediassa puhuttiin vielä automarketeista tai joskus jopa ”peltomarketeista”, puhuttiin 2000-luvulla lähinnä kauppakeskuksesta tai kaupan suuryksiköistä. Tämän voisi olettaa kuvastavan sitä, että suurten yksiköiden olemassaolon ja autolla kauppaan menemisen koettiin jo olevan enemmänkin normi kuin uusi trendi.

Kaupan toimijat ovat vastustaneet kaupan ohjauksen kiristämistä jokaisessa vaiheessa. Suurimmat huolet kaupalla ovat liittyneet kaavoituksen hitauden lisääntymiseen ja kaupan toimintamahdollisuuksien vähentymiseen. Myös politikoinnin vaikutusta kaupan ohjaukseen on kritisoitu. Kronologiasta on huomattavissa ympäristöministeriössä toimineiden ministerin suuri rooli kaupan sijainnin ohjauksen eteenpäin viejinä. Valta-asetamalla on siis ollut suuri merkitys kaupan sijainnin ohjauksen edistämisessä.

Ympäristöministeriön tavoitteet ja kestävä verkostokaupunki

Ympäristöministeriö on parhaillaan kokoamassa kaupan sijainnin ohjauksen opasta, jonka tarkoituksena on helpottaa ja auttaa kuntien ja maakuntien kaupan sijainnin ohjausta ja kaavoitusta. Oppaan tämän hetkessä luonnoksessa⁹ (Ympäristöministeriö 2012) on selkeästi tuotu esiin kaupan sijainnin ohjauksen taustalla olevat tavoitteet, joissa taustalla on eri toimijoiden tavoitteiden ja toiveiden yhteensovittaminen. Kaikille toi-

⁹ Kysymyksessä on luonnos, joten tässä esitetyt tavoitelinjaukset eivät vielä esitä ympäristöministeriön virallista kantaa. Opas on kuitenkin jo pitkällä ja siksi suuret linjaukset luultavasti pysyvät hyvin samankaltaisina myös lopullisessa versiossa.

mijoille yhteiseksi tavoitteeksi koetaan toimiva yhdyskunta ja hyvä elinympäristö. Oppaassa nousee esille kolme isoa teemaa, joiden alla on useita pienempiä tavoitteita. Isot tavoitteet ovat kestävän palveluverkon kehittäminen, toimivan kilpailun edellytykset ja asukkaiden arjen sujuvuus.

Opasluonnoksessa kestävän palveluverkon kehittämisen tavoitteena on edistää kestävää yhdyskuntakehitystä ja parantaa palvelujen saatavuutta, painottaen kaupallisten palvelujen sijoittumista keskustoihin ja asuinalueille. Myös eri kulkumuotojen käyttömahdollisuuksien lisääminen asiointiliikenteessä on tavoitteena erityisesti kasvavilla kaupunkiseuduilla. Toimivan kilpailun edellytyksien taustalla opasluonnoksessa on tavoite toimivan kilpailun edellytysten ja kestävän yhdyskuntakehityksen turvaamisen yhteensovittamisesta osoittamalla kaupalle kilpailukykyisiä liikepaikkoja alue- ja yhdyskuntarakenteen sekä olemassa olevan kaupan palveluverkon kannalta järkeville paikoille. Toimivan kilpailun näkökulmana tähän tuodaan esille väljyys, joustavuus, vaihtoehtoisuus ja alalle tulon mahdollisuuksien turvaaminen. Asukkaiden arjen sujuvuuden tavoitteena tuodaan esille edulliset, laadukkaat ja monipuoliset palvelut sekä niiden hyvä saavutettavuus.

Kestävän kehityksen ulottuvuudet			
	Ekologinen kestävyys	Taloudellinen kestävyys	Sosiaalinen kestävyys
Verkosto- kaupungin rakenne	Taso III: kuluttajat	Asukkaiden arjen sujuvuus	
	Taso II: kaupan sijainnit	Toimivan kilpailun edellytykset	
	Taso I: tie- ja muut verkostot	Kestävän palveluverkon kehittäminen	

Kuva 1. Kaupan ohjauksen diskurssit suhteessa kestävän kehityksen ja verkostokaupungin ulottuvuuksiin.

Tässä tutkimushankkeessa verkostokaupunkia tarkastellaan kolmitasoisena verkostojen järjestelmänä, joka muodostuu (1) infrastruktuurin, (2) tuotannon ja kulutuksen sekä (3) yksilöiden ja kotitalouksien toiminnallisista verkostoista. Ajattelutapa perustuu kaupunkiteoreetikko Gabriel Dupuy'n 1990-luvun alun ensimmäisiin yrityksiin ymmärtää kaupunkiseutujen muutoksen keskinäisiä vuorovaikutussuhteita (ks. luku 2). Ympäristöministeriön tavoitteet voidaan myös jakaa näille kolmelle eri tasolle: infrastruk-

tuurin toimivuus (kestävä palveluverkko, tiet, yhteydet), toimintojen sijoittuminen (kaupan sijoittuminen, kilpailukykyiset liikepaikat) ja kuluttajien tarpeiden tyydyttäminen (asukkaiden arjen sujuvuus). Kuvassa 1 on asetettu ympäristöministeriön tavoitteet taulukkoon, jossa tarkastellaan niiden sijoittumista kestävän kehityksen ulottuvuuksien ja verkostokaupungin rakenteen eri tasoille.

Kestävän palveluverkon kehittämisen voidaan nähdä vaikuttavan kaikilla eri verkostokaupungin tasoilla, mutta eniten se vaikuttaa tasolla I, jossa tehdään päätöksiä maankäytön verkoston luomisesta. Tällä on vaikutukset kestävän kehityksen kaikilla kolmella tasolla. Toimivan kilpailun edellytykset vaikuttavat kaupan sijaintipaikkojen suunnitteluun tasolla II ja sitä kautta erityisesti taloudelliseen kestävyYTEEN. Asukkaiden arjen sujuvuutta suunnitellaan tasolla III, jossa pyritään huomioimaan kaikki kestävän kehityksen ulottuvuudet. Kaupan sijoittumisen ohjauksella pyritään kaikkien kolmen eri verkostokaupungin tason mahdollisimman hyvään ja kestäväan toimivuuteen kauppaan liittyvien toimintojen osalta.

Kaupan sijainnin ohjaus maankäyttö- ja rakennuslaissa

Tärkeimmät kauppaa koskevat säädökset maankäyttö- ja rakennuslaissa ovat:

- alueiden käytön suunnittelun yleiset tavoitteet (MRL 5§) ja kaavojen sisältövaatimukset (MRL 39 §, MRL 54 §),
- sisältötavoitteita tarkentavat valtakunnalliset alueidenkäyttötavoitteet (MRL 22§),
- alueiden käytön suunnittelujärjestelmä (MRL 4§), jossa eri kaavamuodoilla: maakuntakaavalla, yleiskaavalla ja asemakaavalla, on kullakin omat tehtävänsä ja laissa määritelty työnjako,
- maankäyttö- ja rakennuslain erityisesti vähittäiskauppaa koskevat säännökset

9 a luku (8.4.2011/319)

Vähittäiskauppaa koskevat erityiset säännökset

71 a § (8.4.2011/319)

Vähittäiskaupan suuryksikkö

Vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan tässä laissa yli 2 000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää.

71 b § (8.4.2011/319)

Vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevat erityiset sisältövaatimukset maakunta- ja yleiskaavalle

Osoitettaessa maakunta- tai yleiskaavassa vähittäiskaupan suuryksiköitä on sen lisäksi, mitä maakunta- ja yleiskaavasta muutoin säädetään, katsottava, että:

- 1) suunnitellulla maankäytöllä ei ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia keskusta-alueiden kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen;
- 2) alueelle sijoittuvat palvelut ovat mahdollisuuksien mukaan saavutettavissa joukkoliikenteellä ja kevyellä liikenteellä; sekä
- 3) suunniteltu maankäyttö edistää sellaisen palveluverkon kehitystä, jossa asiointimatkojen pituudet ovat kohtuulliset ja liikenteestä aiheutuvat haitalliset vaikutukset mahdollisimman vähäiset.

Maakuntakaavassa tulee esittää merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja. Vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus on osoitettava maakuntakaavassa riittävällä tarkkuudella.

71 c § (8.4.2011/319)

Vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittuminen

Vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu.

Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön sijoittaminen maakuntakaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle edellyttää, että vähittäiskaupan suuryksikön sijoituspaikaksi tarkoitettu alue on maakuntakaavassa erityisesti osoitettu tähän tarkoitukseen.

71 d § (8.4.2011/319)

Asemakaavan oikeusvaikutukset vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittumiseen

Vähittäiskaupan suuryksikköä ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle, ellei alue ole asemakaavassa erityisesti osoitettu tätä tarkoitusta varten.

Mitä 1 momentissa säädetään, koskee myös olemassa olevan vähittäiskaupan myymälän laajentamista tai muuttamista vähittäiskaupan suuryksiköksi, vähittäiskaupan suuryksikön laajentamista sekä sellaista myymäläkeskittymää, joka vaikutuksiltaan on verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön. Mitä 1 momentissa säädetään, ei kuitenkaan koske vähittäiskaupan myymälän, vähittäiskaupan suuryksikön tai myymäläkeskittymän laajentamista, joka ei ole merkittävä.

71 e § (8.4.2011/319)

Vähittäiskauppaa koskevat asemakaavamääräykset

Sen lisäksi, mitä 57 §:ssä säädetään, asemakaavamääräykset voivat koskea vähittäiskaupan laatua ja kokoa, jos se kaupan palvelujen saatavuuden kannalta on tarpeen (Maankäyttö- ja rakennuslaki)

3.2 Kaupan keskittymien johtaminen

Lauri Paavola, Aalto-yliopisto/REG

Suomen kauppakeskukset ovat kehittyneet ja kasvaneet merkittävästi viimeisen 30 vuoden aikana (SKKY 2011). Samanaikaisesti muutamat kansainväliset kauppaketjut ovat nostaneet profiiliaan ja toimivat nykyisin kauppakeskusten halutuimpina ja yleisimpinä ankkurimyymälöinä (Ainoa et al. 2009). Näiden kehityssuuntien seurauksena suosituimmat kauppakeskukset ovat nykyisin entistä suurempia, ja sisältävät samat halutuimmat ankkurimyymälät tiloissaan. Kasvaneen kilpailun seurauksena kauppakeskusten liikekokoontulo ja kyky houkutella asiakkaita muodostavat nykyisin merkittävimmän menestystekijän kauppakeskusliiketoiminnassa (Kirkup 1994).

Koko suomalainen vähittäiskaupan kenttä on käynyt läpi merkittäviä muutoksia, ja siinä toimivat organisaatiot ovat muuttuneet markkinoiden mukana. Reynoldsin (1993) mukaan myös koko muun Euroopan markkinat ovat seuranneet vastaavaa kehitystä. Suomalaisten kauppakeskusten kehitys lähti liikkeelle, kun ensimmäinen kauppakeskus, Heikintori, avattiin Tapiolaan vuonna 1968. Kauppakeskusten kokonaismyynti vuonna 2010 oli 5,1 miljardia euroa muodostaen merkittävän osan suomalaisessa vähittäiskaupassa. Kauppakeskusten myynnin keskimääräinen vuosittainen kasvu on ollut viimeisen viiden vuoden aikana noin 6 %. Kaiken kaikkiaan kauppakeskukset muodostivat 14 % koko Suomen vähittäiskaupan myynnistä vuonna 2010. Tutkimusten mukaan vähittäiskaupan rakenteelliseen muutokseen ja siitä seuranneeseen kauppakeskusten roolien kasvuun ovat vaikuttaneet kaupunkien kaavoituspäätökset, kaupan kansainvälistyminen, muuttunut väestörakenne, kysynnän kasvu ja kasvanut kilpailu. Kauppakeskusten kasvun myötä myös niiden johtaminen on kasvattanut rooliaan merkittävänä johtamisen osa-alueena.

Teorian mukaan onnistunut kauppakeskusjohtaminen vaatii laajaa vähittäiskaupan markkinoiden ymmärtämistä, sekä oman organisaation vahvuuksien ja heikkouksien tiedostamista (Carlson 1996). Yksinkertaistaen ilmaistuna kauppakeskusjohtajan tulee pystyä vastaamaan sekä asiakkaiden että kauppakeskuksen vuokralaisten muodostamaan kysyntään organisaationsa vahvuuksien ja resurssien avulla, jotta saavutettaisiin mahdollisimman hyvä kannattavuus (Carlson 1996; Muhlebach & Alexander 2005). Nopeasti kehittyvillä markkinoilla ovat menestyneet ne kilpailijat, jotka ovat onnistuneet muuntautumaan markkinoilla vallitse-

vaan jatkuvaan muutokseen ja tuomaan tarvittavat innovaatiot markkinoille (Carlson 1996).

Itäkeskus rakennettiin vuonna 1984; tällä hetkellä se on yksi Suomen vanhimmista kauppakeskuksista. Pitkän historiansa vuoksi Itäkeskus on kokenut lähes kaikki vähittäiskaupan markkinoiden muutokset, mitä Suomessa on tapahtunut kauppakeskusten olemassaolon aikana. Läpi koko historiansa Itäkeskus on ollut yksi maan menestyneimmistä kauppakeskuksista, ja onnistunut kehittämään markkinoiden mukana säilyttäen kilpailukykyänsä. Tämän tutkimuksen päätavoitteena on ollut selvittää, miten erilaiset muutokset on johdettu Itäkeskuksessa ja kuinka ne on saavutettu onnistuneesti.

Itäkeskusta koskeva päätutkimuskysymys on näin ollen selvittää:

Mitkä johtamisen tekijät ovat edesauttaneet tai hidastaneet Itäkeskuksen onnistunutta organisaation kehitystä?

Jotta tutkimus osattaisiin kohdentaa oikeille muutoksen osa-alueille jotka ovat olleet kriittisiä Itäkeskuksen kehityksen kannalta, vastaan tutkimusprosessin aikana seuraaviin kolmeen esitutkimuskysymykseen:

1. *Millainen on ollut Itäkeskuksen kehitys sen historian aikana?*
2. *Mitkä tapahtumat ovat olleet kriittisiä sen kehityksessä?*
3. *Kuka ja mitkä asiat ovat vaikuttaneet kriittiseen kehitykseen?*

Metodit ja aineistot

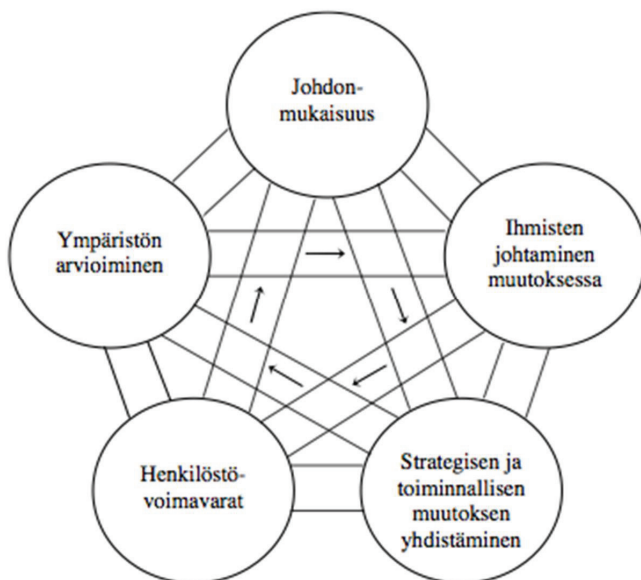
Tutkimuksessa sovelletaan prosessinäkökulmaa, jonka tarkoituksena on paljastaa miten Itäkeskuksen kehitys on tapahtunut ajan saatossa (Poole 2000). Valittu lähestymistapa on systemaattinen ja iteratiivinen ja se pyrkii selvittämään, kuinka Itäkeskus on kehittynyt ja millaisia käännekohtia sen historiassa on tapahtunut. Samanaikaisesti ymmärrys kehityksestä paranee ja tutkimus osataan keskittää osa-alueille, joilla on ollut keskimääräistä suurempi vaikutus Itäkeskuksen evoluutioon. Pettigrew (esim. 1997) on toteuttanut useita vastaaventyyppisiä tutkimuksia, joissa vastaus päätutkimuskysymykseen iteroidaan esitutkimuskysymysten avulla sekä luodaan kronologia organisaation historiasta. Prosessitutkimus on tutkimusnäkökulmana varsin yleinen, eikä tässä tutkimuksessa sovellettu Pettigrewn (1997) lähestymistapa juurikaan poikkea Van de Venin (1993), Langleyn (1999) tai Koistisen (2006) lähes vastaavista lähestymistavoista.

Organisaatiot ovat jatkuvan muutoksen alla ja niissä tapahtuu tuhansia pieniä muutoksia, tehden organisaation kehityksen tutkimuksen haastavaksi. Flanagan (1954) esitteli menetelmän, jossa organisaation kehitystä tarkastellaan muutamien kriittisten hetkien avulla. Flanaganin (1954) mukaan

muutamilla organisaation historiassa tapahtuneilla muutoksilla on ollut keskimääräistä suurempi vaikutus sen kehitykseen, ja tarkastelemalla kyseisiä muutoksia voidaan tutkia syitä niihin. Tyypillisesti organisaation kehitystä voidaan kuvata yhdellä tai useammalla kriittisellä ketjulla, joiden tapahtumilla on keskinäisiä vaikutuksia ja jotka luovat muun vähemmän kriittisen kehityksen ympärilleen. Koska muutamat kriittiset hetket luovat suunnan organisaation kehitykselle, voidaan näiden johtamista tarkastelemalla luoda samanaikaisesti ymmärrys koko organisaation kehityksen johtamisesta.

Tutkimuksen tiedonkeruu on toteutettu kahdessa osassa. Ensimmäisen osan tavoitteena oli kerätä materiaalia ja luoda ymmärrys Itäkeskuksen historiasta sekä pääpiirteittäisestä kehityksestä. Ensimmäisen vaiheen pääasiallinen tutkimusaineisto perustuu sanomalehtikronologiaan erilaisista Itäkeskusta koskevista sanomalehtiartikkeleista. Artikkelit on kerätty Kauppalehdestä sekä Helsingin Sanomista vuodesta 1986 alkaen. Lisäksi käyttöön on saatu Itäkeskuksen kokonaisliikevaihtoa käsittelevä data, jonka avulla tapahtuneiden muutosten vaikutusta menestykseen voidaan arvioida. Käytettyjen tietolähteiden perusteella on valittu viisi kaikkein kriittisintä tapahtumaa Itäkeskuksen historiassa, joita tutkitaan lisää aineistonkeruun toisessa vaiheessa. Aineistonkeruun toinen vaihe perustui kymmenen henkilön haastatteluun, joilla on ollut merkittävin rooli valittujen hetkien toteutumiseen.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on siis ollut selvittää, miten Itäkeskuksen muutosta on johdettu, ja näin päästy onnistuneisiin toteutuksiin.



Kuva 1. Organisaation muutoksen viitekehys.

Tutkimuskenttänä organisaation muutoksen johtaminen on kuitenkin laaja, ja siksi työn sisältö on rajattu Pettigrew'n ja Whippin (1991) kehittämän viitekehityksen avulla (Kuva 1).

Viitekehitys määrittelee viisi olennaisinta osa-aluetta, jotka tulee ottaa huomioon jotta muutoksen johtaminen onnistuu. Tässä tutkimuksessa kyseistä viitekehystä on käytetty kriittisten tapahtumien tutkimiseen, ja sen avulla on mm. tuotettu haastattelurunko. Tutkimus on rajattu viitekehityksen kartoittamiin teemoihin.

Itäkeskuksen kronologia lyhyesti

Itäkeskuksen suunnitteluprosessi käynnistyi jo 70-luvulla ja johti lopulta kauppakeskuksen rakentamiseen vuonna 1981–1984. Hyvin pian rakennuksen valmistuttua käynnistyi laajennusprojekti, jonka myötä Itäkeskuksen ensimmäisen osan pinta-ala kolminkertaistui vuonna 1992. Tämän jälkeen se on ollut Pohjoismaiden suurin kauppakeskus. Laajennuksen yhteydessä kauppakeskuksessa jo olleen Anttilan tavaratalon pinta-ala kolminkertaistui, ja uusina kauppiaina Itäkeskukseen muuttivat Stockmannin ja Sokoksen tavaratalot. Laajennuksen jälkeen Itäkeskuksessa toimi kolme suurta tavarataloa, joiden ankaran kilpailun seurauksena Sokoksen myynti laski rajusti aiheuttaen Sokoksen lähtemisen kauppakeskuksesta. Sokoksen tilalle tuli vuonna 1997 myymäläketju H&M, jota Itäkeskuksen johto oli houkutellut keskukseen aina laajennuksesta lähtien. H&M:n merkitys kauppakeskukselle oli suuri, ja esimerkiksi se aloitti kansainvälisten ketjujen vyöryn Suomeen. Aina tähän päivään saakka H&M, Anttila ja Stockmann ovat olleet Itäkeskuksen kantavia voimia ja suurimpia vuokralaisia. Itäkeskuksen kasvu jatkui vuonna 2002, kun sen toinen laajennus avattiin. Tämän jälkeen kauppakeskukseen muutti toinen merkittävä kansainvälinen myymäläketju Zara.

Kootun kronologian, liikevaihdon kehityksen sekä haastattelujen perusteella rakentaminen, ensimmäinen laajennus, Anttilan pinta-alan kasvataminen sekä Stockmannin ja H&M:n vuokrasopimusten kirjoittaminen valikoituivat merkittävimmiksi kriittisiksi tapahtumiksi Itäkeskuksen historiassa. Nämä alueet valittiin jatkotutkimukseen ja tapahtumia koskevat haastattelujen rungot muodostettiin Pettigrew'n ja Whippin (1991) viitekehystä hyväksikäyttäen.

Johtopäätökset kriittisistä tapahtumista

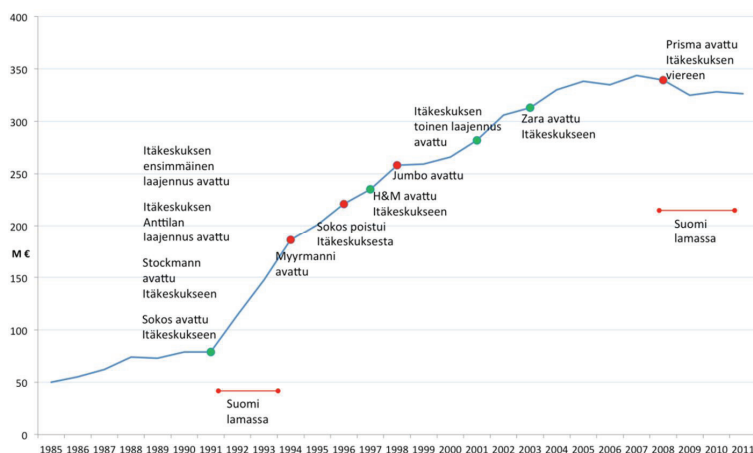
Seuraavaksi käsitellään johtopäätöksiä suoritettujen haastattelujen perusteella. Koska Pettigrewin ja Whippin viitekehys loi haastatteluille rungot, on myös tämä osio jaettu samojen aihepiirien mukaan.

Liiketoimintaympäristön ja organisaation seuranta

Kirjallisuuden mukaan liiketoimintaympäristön ja organisaation aktiivinen seuranta ovat edellytys onnistuneelle muutokselle ja kehitykselle. Kriittisiä hetkiä käsittelevät haastattelut tukivat seurannan merkitystä. Haastatteluiden perusteella seuranta oli tehty kolmella tavalla: asiakastutkimusta, kilpailijaseuranta ja ns. esikuva-analyysiä (benchmarking). Kirjallisuus painottaa tasapainon roolia ympäristön ja organisaation välillä, ja ympäristön muutokset ovat usein nähtävissä organisaation muutoksissa.

Asiakastutkimuksia on suoritettu vuositasolla, ja niillä on ollut vaikutusta liikekokoonpanon palveluiden tasapainoon, kuten esimerkiksi ravintoloiden ja kenkäkauppojen määrään. Tutkimus osoittaa, ettei asiakastutkimuksella ole tuotu uusia innovaatioita Itäkeskukseen, vaan sen rooli on ollut pääasiassa tasapainottaa jo keskuksessa olevien palveluiden määrää.

Haastattelut osoittivat, että kilpailijaseurannan rooli on ollut Itäkeskuksessa melko vähäinen. Koska Itäkeskus on ollut vuodesta 1992 yksi Suomen markkinajohtajista, sen on täytynyt keskittyä oman suoritustason kehittämiseen ja mittaamiseen. Kilpailijoiden toimet ovat nähtävissä Itäkeskuksen liikevaihdon kehityksestä, (Kuva 2) ja tätä kautta Itäkeskuksen johto on reagoinut kilpailijoiden toimiin ilman suoraa seuranta. Se miten



Kuva 2. Itäkeskuksen liikevaihdon kehitys.

muutoksiin on reagoitu, on kuitenkin määräytynyt pääasiassa oman strategian mukaan. Kuten Itäkeskuksen liikevaihto osoittaa, on esimerkiksi kilpailijoiden aiheuttamaan myynninlaskuun reagoitu uusien palveluiden hankkimisella sekä toisella laajennuksella.

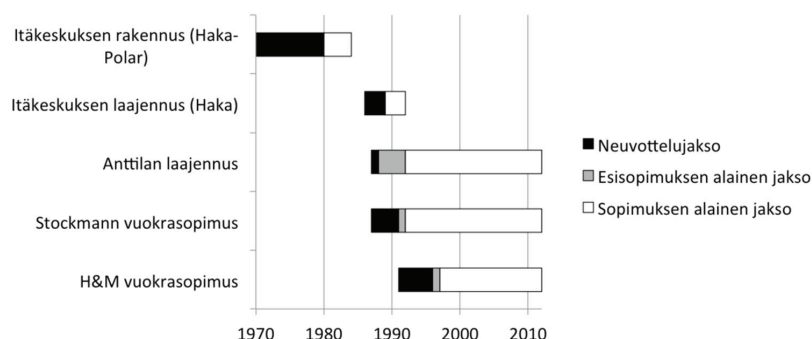
Tutkimuksen mukaan ehkä kaikkein tärkein innovaatioiden lähde kehitykselle on ollut ulkomaille suunnattu ns. esikuva-analyysi. Jotta markkinajohtajan asema säilyy, täytyy organisaation onnistua olemaan kehityksen kärjessä ja tuomaan uusia innovaatioita ja houkuttelevia kansainvälisiä ketjuja markkinoille. On siis luonnollista, että johdon katseet ovat olleet suunnattuina ulkomaille, jonne on järjestetty useita tutkimusmatkoja erityisesti rakentamisen ja laajentamisen yhteydessä, joiden seurauksena tyhjiä toimitiloja on ollut runsaasti. Lisäksi on huomionarvoista, että kansainvälisten kauppakeskusten seuranta on luonut käsityksen markkinoiden dynamiikasta ja Suomea edellä olevasta kehityksestä. Ulkomaalaiset esimerkit ovat mm. luoneet käsitystä tulevaisuuden liikekokoonpanojen tasapainosta ja siitä, mikä on jatkostrategian kannalta kaikkein tärkeintä. Esikuva-analyysi on näkynyt mm. Itäkeskuksen liikekokoonpanon tasapainossa ja H&M:n, Stockmannin ja Anttilan vuokrasopimuksissa, jotka olivat ensimmäiset tyyppiään Suomessa. Muina innovaatioina voidaan pitää huvipuiston, elokuvateatterin ja lääkäriaseman rakentamista, sekä suuren bulevardialueen suunnittelemista kauppakeskukseen. Voidaan kuitenkin todeta, että vielä tehokkaammalla analyysillä olisi todennäköisesti vältetty kolmen suuren tavaratalon samanaikainen mukaanotto, joka myöhemmin johti Sokoksen lähtemiseen kauppakeskuksesta.

Muutoksen johtaminen ja henkilöstön osaamisen hyödyntäminen

Tutkimuksen taustakirjallisuus painotti kommunikaation merkitystä muutoksen ilmapiirin luomisessa, joka on myös tärkeä tekijä onnistuneen muutoksen johtamisessa. Kauppakeskusympäristö on uniikki organisaatiorakenteensa puolesta, koska se koostuu hyvin pienestä johtoryhmästä ja suuresta määrästä sidosorganisaatioita. Haasteen muutoksen johtamiseen tuokin yli organisaatiorajojen ulottuva hallinta sellaisista organisaatioista, joilla on omat tavoitteensa ja päämääränsä. Kirjallisuus painottaa ryhmähengen ja yhteisten tavoitteiden luomista myös erillisten organisaatioiden välillä. Muutoksen johtaminen voidaan karkeasti jakaa kahteen kategoriaan: organisaation sisäiseen ja ulkoiseen hallintaan.

Itäkeskuksen johtoryhmä on ollut tiivis ja yhtenäinen läpi koko kauppakeskuksen historian. Se on koostunut kriittisten hetkien aikana pääsääntöisesti kolmesta komponentista: kauppakeskuksen johdosta, rakennusyhtiö Hakasta sekä kehityskonsulteista. Nämä organisaatiot ovat muodostaneet

Itäkeskuksen johtoryhmän ja suunnitelleet keskuksen yhdessä. Kukin johtoryhmän organisaatio on edustanut omaa erityisosaamistaan, mikä on selkeyttänyt päätöksentekoa projekteissa. Tämä ei ole ollut sattumaa, sillä tätä kuvastaa myös kronologiasta ilmikäynyt rakennusyritys Polar in poistiputtaminen ennen ensimmäistä laajennusta kommunikaation selkeyttämiseksi. Itäkeskuksen hanke on ollut suurin jokaiselle sen johtamiseen osallistuneelle organisaatiolle, ja siksi se on saanut erityishuomiota. Organisaatioiden ylimmät johdot ovat osallistuneet projektiin sen suuren laajuuden vuoksi, minkä seurauksena sitä on priorisoitu myös yksittäisten organisaatioiden sisällä. Uusia ankkurivuokralaisia houkuteltaessa Itäkeskuksen johto on epäonnistunut luomaan yhteisiä päämääriä, minkä pääsyyksi tutkimus osoitti kilpailun puutteen. Kauppakeskusten määrä markkinoilla on kasvanut rajusti. Itäkeskuksen johto ei ole onnistunut hankkimaan tarpeeksi vuokralaisia kilpailemaan samoista tiloista, minkä seurauksena vuokralaisen neuvotteluasema on parantunut selkeästi. Tämä nähtiin erityisesti Stockmannin ja H&M:n sopimuksista, joiden neuvottelut käynnistyivät jo ensimmäisen laajennuksen yhteydessä. Rakentamisen suunnittelun vaiheessa Itäkeskus herätti runsaasti kiinnostusta, mutta vuokrasopimusten lykkääminen rakennusvaiheeseen siirsi paineet Itäkeskuksen johdolle, jonka täytyi tämän jälkeen vuokrata rakennetut toimitilat edullisesti saadakseen niistä jotain katetta.



Kuva 3. Itäkeskuksen kriittisten vaiheiden ajankohdat ja kestot.

Muutoksen linkittäminen kauppakeskuksen strategiaan

Kauppakeskuksia käsittelevä kirjallisuus painottaa tehtyjen päätösten linkittämistä kauppakeskuksen pitkän aikavälin strategiaan erityisesti liikekokoonpanon osalta. Vuokrasopimukset ovat tyypillisesti pitkäkestoisia, ja niihin sitoutuminen rajoittaa kauppakeskuksen kehittämistä vuosia eteenpäin. Näin ollen on tärkeää ymmärtää markkinoiden dynamiikkaa ja

kysynnän kehityssuunta päätöksiä tehtäessä. Edellä kuvattu kansainvälinen esikuva-analyysi on tässä merkittävässä roolissa, ja se antaa viitteitä siitä, kuinka tulevaisuus tulee kehittymään (Poppo 2008). Muutoksen linkittäminen strategiaan korostuu eritoten organisaation joustavuudessa, joka ilmeni Stockmannin ja H&M:n vuokrasopimusten yhteydessä. Kilpailun puutteen ja hyvien ankkurivuokralaisten tarpeen vuoksi Itäkeskuksen johdon neuvotteluasema on ollut heikko. Tästä huolimatta johto ymmärsi näiden vuokralaisten roolin osana Itäkeskuksen tulevaisuutta ja jousti merkittävästi vuokraehdoissa ja hinnoissa.

Taulukko 1. Onnistumiset Itäkeskuksen kriittisten vaiheiden muutoksen johtamisessa.

	Ympäristön arviointi	Muutoksen johtaminen	Henkilöstön vahvuuksien ja heikkouksien ymmärtäminen	Muutoksen liittäminen strategiaan
Raken- taminen	Innovaatio kaup- pakeskuksen ra- kentamiseen Suomessa Markki- noiden kehittämi- sen ennakointi Ajatus liike- kokoonpanosta	Suuri määrä neuvotteluja suunnittelu- vaiheessa Johtoryhmällä selkeä yhteinen tavoite ja pää- määrä Kaupunki otettiin mukaan suunnit- teluun	Pieni ja tiivis johto- ryhmä, jossa suuri määrä monenlaista osaamista	Ymmärrys asiakkaiden tarpeiden kehittymisestä
Ensimmäinen laajenus	Esikuva-analyysi kansainvälisistä tyylisuunnista Esikuva-analyysi kansainvälisten kauppakeskusten liikekokoonpanois- ta	Selkeä työnjako Itäkeskuksen hanke suurin kaikille sen joh- toon osallistuneil- le organisaatioille	Yhtenäinen johto, jolla pitkä yhteinen historia Johto tiivistynyt entisestään alkupe- räisen rakennus- vaiheen jälkeen	Määrätietoi- nen tavoite suunnitella keskus tulevil- le vuosikym- menille
Anttilan vuokra- sopimus	Aktiivinen sopivien ankkuri- myymälöiden haku	Yhteiset tavoit- teet Tehokas yhteis- työ Molemminpuoli- nen sitoutuminen		Ymmärrys hyvien ankku- reiden tärkei- destä
Stock- mannin vuokra- sopimus	Aktiivinen sopivien ankkuri- myymälöiden haku	Useita neuvotte- luita Itäkeskuksen jousto sopimuk- sen saamiseksi		Ymmärrys hyvien ankku- reiden tärkei- destä
H&M:n vuokra- sopimus	Aktiivinen sopivien ankkuri- myymälöiden haku	Useita neuvotte- luita Itäkeskuksen jousto sopimuk- sen saamiseksi		Ymmärrys hyvien ankku- reiden tärkei- destä

Tämän seurauksena kauppakeskuksen vuokratulot laskivat, mutta samalla koko kauppakeskuksen myynti kasvoi merkittävästi.

Yhteenveto

Suoritetun tutkimuksen mukaan johdon ymmärrys vähittäiskaupan markkinoiden toiminnasta ja tasapainotettu liikekokoonpano muodostavat avaimen kauppakeskuksen menestykseen. Ympäristön arvioinnin on oltava tehokasta ja muodostettava selkeä kuva tulevaisuudesta mahdollistaakseen toimenpiteiden priorisoinnin ja tietyillä osa-alueilla vaadittavan joustavuuden. Kommunikaation kaikkien osapuolten välillä on oltava tiivistä yhteisten tavoitteiden asettamiseksi. Tärkeää on myös, että kaikki osapuolet nähdään kehityksen keskeisinä osina, ja että tärkeät sidosryhmät sitoutetaan projektiin heti sen alkuvaiheessa. Taulukoissa 1 ja 2 on listattu onnistumiset ja epäonnistumiset Itäkeskuksen kriittisten vaiheiden johtamisessa Pettigrew'n ja Whippin tutkimusviitekehysten mukaan.

Taulukko 2. Puutteet Itäkeskuksen kriittisten vaiheiden muutoksen johtamisessa.

	Ympäristön arviointi	Muutoksen johtaminen	Henkilöstön vahvuuksien ja heikkouksien ymmärtäminen	Muutoksen liittäminen strategiaan
Rakentaminen				
Ensimmäinen laajennus	Kolmen suuren tavaratalon mukaan ottaminen			
Anttilan vuokrasopimus				
Stockmannin vuokrasopimus	Ei kilpailevia vaihtoehtoja uusille toimitiloille nostamaan hintoja	Ei kykyä sitoa uusia vuokralaisia projektiin ennen sen käynnistämistä	Luottamuksen puute Yhteisten päämäärin puute	
H&M:n vuokrasopimus	Ei kilpailevia vaihtoehtoja uusille toimitiloille nostamaan hintoja	Ei kykyä sitoa uusia vuokralaisia projektiin ennen sen käynnistämistä	Luottamuksen puute Yhteisten päämäärin puute	

3.3 Metropoliseudun ostoskeskus- rakennusten historiaa ja nykyisyyttä

Karitta Laitinen, Aalto-yliopisto/YTK & Eija Huuhka, Aalto-yliopisto/YTK

Metropoliseudulla, Helsingissä, Espoossa, Vantaalla ja Lahdessa on yhteensä 90 ostoskeskusta, jotka on rakennettu ennen 1990-lukua. Ostoskeskuksia rakennettiin ensin esikaupunkeihin ja sittemmin lähiöihin kaupallisia palveluja varten. Ostareilla on ollut monenlaisia vaiheita niiden toimialarakenteen muutosten vuoksi. On ollut aikoja, jolloin pankkisaleilla oli keskeinen asema, posti oli jokaisessa ostoskeskuksessa sekä erikoisliikkeitäkin. Myöhemmin tulivat ravintolat ja joihinkin myös julkisia palveluja.

Ostoskeskusten merkitys on nykyisin kasvamassa maahanmuuton ja väestön ikääntymisen takia. Molempien väestöryhmien kannalta on tärkeää, että kauppaan pääsee jalkaisin tai pyörällä. Ostoskeskusten tilanne paranee sijoittamalla julkisia palveluja joko itse ostoskeskukseen tai sen lähelle. Toisena vaihtoehtona on asuinrakennusten rakentaminen ostarin läheisyyteen, jolloin ostovoima lisääntyy.

Osa ostoskeskuksista on huonokuntoisia ja tarvitsee peruskorjaustasaisen remontin, mutta monen ongelmana on myös tilanpuute, joka vaikeuttaa päivittäistavaroiden myyntiä. Helsingin kaupunki antoi lausunnon vuonna 2007 Tuomas Rantasen toivomusponnesta, joka koski silloin säilytettäväksi aiottujen ostoskeskusten kunnostamista ja rahoituksen selvittämistä. Lausunnon osaksi tuli ”Ostoskeskusten kehittäminen tilannekatsaus”, jossa todettiin purettujen ostoskeskusten paikalle tulevista suunnitelmista, purettavaksi aiotuista ostoskeskuksista ja ostoskeskusten lisärakentamisesta sekä asuinrakentamisen lisäämisestä lähiseudulle turvaamaan palvelut.

Purettaviksi ja korvattaviksi uudisrakennuksilla nähtiin Laajasalon, Mäkelän ja Myllypuron ostoskeskukset, jotka ovat arkkitehti Erkki Karvisen suunnittelema. Osittain uudisrakentamisen tieltä olisi purettava Munkkiavuoren ostoskeskuksen pohjoisosa päivittäistavarakauppojen vaatiman tilantarpeen vuoksi. Roihuvuoren ostoskeskuksen keskeisten aukion ympärillä olevien rakennusten oletettiin korvautuvan uudisrakennuksilla. Pihlajamäen ostoskeskuksen vanha osa on asemakaavassa suojeltu, mutta uudelle osalle ollaan laatimassa asemakaavan muutosta. Vaihtoehtoina ovat liikerakennuksen purkaminen ja korvaaminen uudella sekä säilyttäminen ja laajentaminen. Pihlajamäentien varten on tarkoitus rakentaa asuntoja.

Helsingin kaupunginmuseo on kirjassaan (2004) Ostari - lähiön sydän arvottanut Helsingin ostoskeskukset niiden rakennushistoriallisen arvon ja säilyneisyyden mukaan kolmeen luokkaan:

Taulukko 1. Helsingin ostoskeskusten luokittelu.

Luokka 1	Sisältää arkkitehtuuriltaan erittäin harkittuja ja viimeistelyjä, hyvin säilyneitä tai ympäristöarvoltaan erittäin merkittäviä ostoskeskuksia.
Luokka 2	Sisältää arkkitehtuuriltaan harkittuja ja viimeistelyjä, melko hyvin säilyneitä tai ympäristöarvoltaan merkittäviä ostoskeskuksia.
Luokka 3	Ostoskeskusten arkkitehtoniset, ympäristö- tai säilyneisyysarvot eivät ole merkittäviä.

Vantaan ostoskeskukset on luokiteltu neljään ryhmään niiden rakennushistoriallisen, kaupunkikuvallisen ja historiallisen arvon sekä arvojen säilyneisyyden mukaan.

Taulukko 2. Vantaan ostoskeskusten luokittelu.

Luokka 1	Kohde on rakennushistorialliselta arvoltaan kansainvälisesti tai valtakunnallisesti merkittävä.
Luokka 2	Kohde on rakennushistorialliselta arvoltaan alueellisesti (Vantaan kaupunki) merkittävä.
Luokka 3	Paikallista (kaupunginosa) rakennushistoriallista ja / tai kaupunkikuvallista arvoa sisältävä rakennus.
Luokka 4	Kohteen rakennushistoriallinen merkitys on vähäinen.

Kahden ensimmäisen luokan ostoskeskuksia esitetään suojeltavaksi, kolmannen luokan säilytettäväksi ja neljänteen luokkaan kuuluviin ostoskeskuksiin sallitaan muutoksia, mutta suunnittelijoilta edellytetään asiantuntemusta (Helasvuo & Vainio, 2008). Espoon eikä Lahden ostoskeskuksia ole inventoitu.

Ostoskeskukset Amerikan tuliaisina

”Amerikan Yhdysvalloissa liikenteen vallankumous on ehtinyt pisimmälle ja myös näkyvimmin mullistanut jakelua. Auto on siellä jokaisen kulkuväline, keskimäärin lienee maassa jonkin verran yli yksi auto perhettä kohti. Autolla kuljetaan työhön, mutta myös ostoksille. Amerikkalainen ei enää juuri kävele (Jalava 1960, sit. Hankonen 1994, 228).”

Otto-Iivari Meurman kuvaa kirjassaan Asemakaavaoppi kaupunkien hajakeskityspäätettä, jota asemakaavan yleissuunnittelussa piti noudattaa. Asumakunnat jakaantuvat asumalähiöihin, joissa on paikallinen myymäläkeskus. Lähiön sopiva koko on 6000 asukkaalle (Meurman 1947, 78–79). Meurmanin esittelemistä esimerkeistä suurin osa on Yhdysvalloista.

Ostoskeskuksen kehittymisen alkuna voidaan pitää 1930-luvun USA:a, jossa laaja autoistuminen oli mahdollistanut nk. lähiöistymisen (suburbanisation) Lähiöiden rakentaminen perustui yksityisautoiluun. Silloisen politiikan mukaisesti perheitä avustettiin muuttamaan lähiöihin (Hankonen 1994, 244). Vallalla oli normi, jonka mukaan lähikaupan piti sijaita korkeintaan 250–500 metrin päässä asunnoista. Yhdysvalloista oli tullut kuitenkin kokemukseen perustuva käytäntö, jossa myymäläryhmät kasvativat toistensa myyntiä paremmaksi yhdessä kuin että ne olisivat olleet erillään. Toisin sanoen yksi plus yksi on enemmän kuin kaksi (Hankonen 1994, 244).

Helsingin yleiskaavaehdotuksessa 1953–60 kaupan kannalta oli hyvä sijoittaa liikkeet lähelle toisiaan ostoskeskuksen tyyppiseen myymäläkeskitymään. Tällaisen sijainnin valinnassa edellytyksenä oli - päinvastoin kuin Yhdysvalloissa – vilkas jalankulkuliikenne. Tästä syystä julkisen liikenteen pysäkin läheisyys oli tärkeä (Yleiskaavaehdotus 1953-60, sit. Saresto 2004, 25–26).

Suomessa ostoskeskusajatuksen pioneerina toimi työväen osuustoimintaliike. Kulutusosuuskuntien keskusliiton (KK) pääsihteeri Jorma Jalava kirjoitti teoksen *Yhteiskuntarakenteen muuttuminen, jakelun vallankumous ja osuuskauppaliike* vuonna 1960. Jalavan innoituksen lähteenä oli opiskelu ASLA:n Leader-stipendiaattina USA:ssa vuonna 1958. Hänen ihannoimansa kaupan rationalisoinnin periaate vähensi yksikkökustannuksia. Tämän hän katsoi myös parantavan kuluttajan elinehtoja. Itsepalvelu ja järkevä myymäläverkko olivat keinoja yksikkökustannusten pienentämiseen (Jalava 1960, sit. Hankonen 1994, 226–227). Rationalisoinnin periaatteen isänä voidaan pitää Frederick Winslow Tayloria, joka perusteli rationalismia kansan suuren enemmistön etujen vaalimisena (Taylor 1914, sit. Hankonen 1994, 226). Ajatus osoittautui sopivaksi myös rationaaliseen tilasuunnitteluun. Funktionalistisen kaupunkisuunnittelun perusajatuksena oli kaupungin vyöhykemäisyys ja toimintojen erottaminen toisistaan (Meurman 1947, 78–81). Tähän ostoskeskusajatus sopi mainiosti.

Suomi ei ollut ostoskeskusrakentamisen pioneerimaa Euroopassa. Professori Olli Kivinen piti Hollantia, Saksaa ja Belgiaa Euroopan ostoskeskusten rakentamisen mallimaina (Hankonen 1994, 230). Arkkitehtien mielestä ostoskeskukset 1950-luvulta 1960-luvulle olivat myönteisiä uutuuksia (Hankonen 1994, 237).

Ostoskeskus ja puhos

The New Encyclopaedia Britannica -teoksessa ostoskeskus määritellään historiallisen kauppatorin sovellukseksi, jossa on mukana autojen pysä-

köintipaikat. Se on valikoima itsenäisiä liikkeitä, palveluja ja pysäköintitiloja. Yksittäinen yritys on rakennuttanut sen kokonaisuuden ja huolehtii myös siitä (Saresto 2004, 11).

Reino Castrén, joka keksi ostoskeskukselle suomenkielisen nimen ”puhos” määritteli ostoskeskuksen vuonna 1962 seuraavasti: *”Puhokset (köp-centra): tarkoitetaan pää-, alue- tai paikalliskeskusta, joka on toteutettu nykyaikaisten suunnitteluperiaatteiden mukaisesti mm. erottamalla kävelyliikenne ajoneuvoliikenteestä ja asuminen liiketoiminnasta sekä julkisista laitoksista. Vanhaan asutukseen sijoittuvia Liikekeskuksia on harvemmin mahdollista järjestää ainakaan yhtenäisiksi puhoksiksi* (Hankonen 1994, 252).”

Suomen Kauppakeskusyhdistys ry:n (2003) määritelmässä ostoskeskuksessa on vähintään 5 liikettä ja sen pinta-ala on tyypillisesti alle 5000 h-m². Se toimii yhdessä tai useammassa liikerakennuksessa. Liikkeet avautuvat yleensä ulkotilaan. Ostoskeskus poikkeaa kauppakeskuksesta kokonsa puolesta ja siinä, että kauppakeskuksen liiketilat avautuvat yhteiseen sisätilaan (Hankonen 1994, 252). Tässä selvityksessä on ostoskeskuksia, jotka eivät täytä vähimmäisvaatimusta viidestä liikkeestä. Mukaan otetut ostoskeskukset on sovittu kunkin kaupungin kanssa. Lähes kaikki ostoskeskukset on rakennettu ennen vuotta 1990, paitsi Lahden Ahtialan ostoskeskus, joka on rakennettu juuri kyseisenä vuonna. Ympäristöministeriön julkaisussa *Kauppa kaavoituksessa* ostoskeskus on määritelty yhdestä tai useammasta liikerakennuksesta koostuvaksi, ja sen liiketilat avautuvat yleensä ulkotilaan (Kauppa kaavoituksessa 2004, 116).

Ostoskeskusten pioneerit 1955–1959

1950-luvulla kehitetty uusi rakennustekniikka vaikutti liikerakennusten tilaratkaisuihin. Rakennerratkaisut, joita käytettiin, tekivät lähes mahdottomaksi asuinhuoneistojen rakentamisen liikehuoneistojen päälle (Saresto 2004, 32). Liimapuupalkit yhdessä joko pilareiden tai betonirungon kanssa tekivät suurten jännevälien rakentamisen mahdolliseksi. Tuloksena oli yksitasoisia, nauhaikkunaisia tiloja (Niskanen 1987, sit. Saresto 1994, 32). Julkisivut olivat rapattuja. 1950–1960-luvun ostoskeskuksissa oli useita pieniä liiketiloja, joita myöhemmin yhdistettiin suuriksi kokonaisuuksiksi (Saresto 2004, 33). Kirjassa *Ostari – lähiön sydän* (2004) ostoskeskusarkkitehtuurin kulta-ajaksi on määritelty 1950-luvun puolesta-avälistä kymmenisen vuotta eteenpäin. Ensimmäinen ostoskeskus, Eliel

Taulukko 3. Ote Suomen Kauppakeskusyhdistys ry:n taulukosta, jossa on erilaisten liikekeskustyyppien määritelmää

(http://www.rakli.fi/kky/ohjeitajasuosituksia/kaupallistenkeskustenmaaritelmat/).

Keskustyyppi	Ominaispiirteitä	Liikerakennusten lukumäärä
Kauppakeskus	Kauppakeskuksella on yhteinen johto ja markkinointi ja keskuksessa on yksi tai useampia ankkuriyrityksiä. Yksittäinen liike ei ole yli 50 % liike-tilan kokonaismäärästä. Kauppakeskuksessa on vähintään 10 liikettä ja sen pinta-ala on yli 5000 h-m ² .	Toimii tyypillisesti yhdessä liikerakennuksessa; liikkeet avautuvat yhteiseen sisätilaan.
Hypermarketkeskus	Toimii tavallisesti yhdessä tasossa. Hypermarketin osuus liike-tilan kokonaismäärästä on yli 50 %. Keskuksessa on vähintään 10 liikettä.	Toimii tyypillisesti yhdessä liikerakennuksessa; liikkeet avautuvat yhteiseen sisätilaan.
Ostoskeskus	Ostoskeskuksessa on vähintään 5 liikettä ja sen pinta-ala on tyypillisesti alle 5000 h-m ² .	Toimii yhdessä tai useammassa liikerakennuksessa; liikkeet avautuvat yleensä ulkotilaan.
Liikekeskus	Liikekeskus on yleismääritelmä, jota voidaan käyttää sellaisista keskuksista, jotka poikkeavat joltain osin muista kaupallisista keskuksista.	
Kauppiastavaratalo	Kauppiastavaratalossa toimii useampi vähittäiskauppa yhteisissä tiloissa. Kauppiastavaratalo toimii kaupungin keskustassa ja sillä on yhteinen johto ja markkinointi.	Toimii tyypillisesti yhdessä liikerakennuksessa; liikkeet avautuvat yhteiseen sisätilaan.
Kauppahalli	Kaupungin ydinkeskustassa sijaitseva ja ensisijaisesti elintarvikkeiden erikoismyymälöistä koostuva keskus. Ei yleensä yhteistä johtoa.	Toimii tyypillisesti yhdessä liikerakennuksessa; liikkeet avautuvat yhteiseen sisätilaan.

28.10.2003

Suomen Kauppakeskusyhdistys ry

Muoniovaaran Herttoniemen ostoskeskus, Erätori, rakennettiin vuonna 1956. Ostoskeskus suunniteltiin ennen Helsingin kauppakamarin helmikuussa 1958 antamaa lausuntoa, joka koski Helsingin yleiskaavaa (Hankonen 1994, 250–251).

Arkkitehti Esko Korhonen suunnitteli omien sanojensa mukaan Suomen ensimmäistä ostoskeskusta Roihuvuoreen 1950-luvun puolenvälin tienoilla. Kauppakamari oli mukana tässä suunnitteluprojektissa. Rakentaminen viivästy, ja se valmistui vasta vuonna 1959 (Hankonen 1994, 253).

5 000 hengen asunalähiön tyyppiostokeskus: yhdestä kahteen täydellistä elintarvikemyymälää, kaksi kemikalikauppaa, kaksi tekstiili-lyhyt-tavaraliikettä, paperikauppa, taloustarvikemyymälä, sähkö-radioliike, kukkakauppa, kahvila-baari, parturi-kampaamo ja jalkinekorjaamo. Liikkeissä oli tällöin tarjolla kunkin alan "yksinkertainen peruslajitelma". Myymälöiden lajitelmät olivat myös yhdistettävissä esim. sähkö-radio-taloustavaramyymäläksi.

12 000-13 000 hengen asunalähiön tyyppiostokeskus: myymälät olivat suurempia kuin edellä ja tavaralajitelmat monipuolisempia. Edellisessä tyyppissä yksittäin sijoittuja myymälöitä voitiin tässä sijoittaa "kaksittain kilpailemaan keskenään", lisäksi yksi tai kaksi elintarvikkeiden erikoisliikettä, rautakauppa, pesulan vastaanottomyymälä, kirjakauppa, apteekki, kello-kultaseppä, kenkäkauppa, valokuvaus-optiikkamyymälä, kaksi pankinkonttoria sekä standardilajitelmainen huonekaluliike. Mahdollista oli myös elokuvateatterin sekä kaupungin neuvola-, kirjasto- ja kerhotilojen sijoittuminen tällaiseen ostoskeskukseen.

Suurkeskus (storcentrum¹²³) tarvitsi vähintään 20 000 hengen primääriseen palvelupiiriin sekä useita "tytärpähiöitä". Suurkeskuksen tuli sijaita hyvin jäsentyneessä liikenneyhteysverkossa ja se saattoi tarjota esimerkiksi tavaratalo- ja erikoisliikepalveluita "kantakaupungin citymuodostumien" tapaan. Myymälöiden päivittäisen aukiolon pidentämistä painotettiin kaikkien ostoskeskusten kohdalla tärkeänä toimintaedellytyksenä. Myös vapaa-ajan lisääntyminen nähtiin tärkeänä ostokäyttäymisen muutostekijänä.



Kuva 1 (ylh.). Helsingin kauppakamarin lausunnossa oli hahmoteltuna ostoskeskusten prototyyppi ja myymälästandardit (Hankonen 1994, 251).

Kuva 2 (alh. vas.). Roihuvuoren ostoskeskus 27.10.2010. Ostoskeskus on luokiteltu 2. luokkaan.

Kuva 3 (alh. oik.). Näkymä Munkkivuoren ostoskeskuksen sisäpihalta Niemenmäen suuntaan. Kuva otettu 2.11.2010.

Samana vuonna valmistui Erkki Karvisen piirustusten mukaan Kannelmäen ostoskeskus ja Pohjois-Haagan ostoskeskus, joka oli arkkitehti Airi Seikkala-Viertokankaan käsialaa.

Munkkivuoren ostoskeskuksesta pidettiin arkkitehtikilpailu, joka oli ensimmäinen laatuaan (Arkkitehti 11-12 /1957, 27-29, ks myös Saresto 2004, 39). Sen järjesti Helsingin kauppakamari. Kilpailun voittivat arkkitehdit Antero Pernaja, N-H. Sandell, Pertti Pernaja ja Juhani Kivikoski, jotka saivat suunnittelutyön tehtäväksi. Munkkivuoren ostoskeskuksen ensimmäinen osa valmistui myös vuonna 1959, mutta sen loppuosa otettiin käyttöön 1963 (Saresto 2004, 50; 54). Monessa kirjassa tätä pidetään Suomen ensimmäisenä ostoskeskuksena vaikka todellisuudessa sitä ennen oli rakennettu muutama ostoskeskus (ks. Saresto 2004, 50 ja vrt. Hankonen 2004, 253).

Taulukko 4. 1950-luvulla Helsinkiin rakennetut ostoskeskukset.

Helsingin 1950-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Herttoniemen ostoskeskus, Erätori, 1956, Eliel Muoniovaara • Kannelmäen ostoskeskus, 1959, Erkki Karvinen • Roihuvuoren ostoskeskus, 1959, Esko Korhonen • Pohjois-Haagan ostoskeskus, 1959, Airi Seikkala-Viertokangas • Munkkivuoren ostoskeskus, 1959, 1963, Antero Pernaja, J.Kivikoski, N.H. Sandell, P.Pernaja

Espoossa rakennettiin tuona aikana kaksi ostoskeskusta, Tapiolan Mäntyviidan (1958) ja Tapiolan Tapiontorin ostoskeskukset (1959). Arkkitehti Aarne Ervi suunnitteli molemmat (Espoon kaupunki, rakennusvalvonnan arkisto). Vantaalla eikä Lahdessa rakennettu vielä 1950-luvulla ostoskeskuksia.

Ostoskeskusten kultakausi – rakentaminen uusille esikaupunkialueille 1960-luvulla

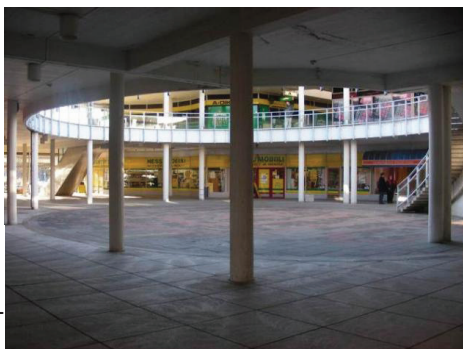
1960-luvulla ostoskeskuksia rakennettiin eniten verrattuna edelliseen ja seuraavaan vuosikymmeneen. Helsingissä uusia ostoskeskuksia otettiin käyttöön 16 kappaletta.

Keskeispihan ja käytävien varaan rakennetut ostoskeskukset olivat tyyppilisiä tuolle ajalle. Ostoskeskusten arkkitehtuuri muuttui uusien materiaali- valintojen myötä. Rappaus vaihtui joko teräsrakenteiseksi, Minerit-levy- tai peltipäällysteeksi tai betoniksi. Julkisivulasi, messinki ja kupari otettiin myös julkisivumateriaaleiksi. Pesubetoni tuli käyttöön 1960-luvun lopulta lähtien (Kemppinen 2002, sit. Saresto 2004, 32–33).

Helsingissä Herttoniemen ostoskeskuksen suunnitteli arkkitehti Ilkka Martas vuonna 1960 ja se otettiin käyttöön seuraavana vuonna. Julkisivupintana komeili Minerit-levypinta, joka oli tuolloin trendikästä. Siinä oli tuolloin kymmenen pientä liiketilaa. Samana vuonna otettiin käyttöön Kulosaaren ostoskeskus, joka oli ensimmäinen arkkitehti Erkki Karvisen suunnittelema (Hankonen 2004, 252). Hän suunnitteli myöhemmin Helsinkiin vielä kahdeksan ostaria lisää.

Vuonna 1961 otettiin käyttöön kolme ostoskeskusta: Pukinmäen, Puotilan ja Konalan pieni ostoskeskus. Viimeksi mainitun ostoskeskuksen erikoisuutena on sen omistuspohja: sen omistaa asunto-osaakeyhtiö. Lisäksi sen puujulkisivut poikkeavat sen ajan muista ostareista ja keskuskäytävän rakennuksia yhdistävät puupalkit olivat komea ratkaisu (Saresto 2004, 51; 53).

Erkki Karvinen suunnitteli mm. myös vuonna 1964 valmistuneen Puotinharjun puhoksen, jonka pyöreä sisäpiha on edelleenkin vaikuttava. Sen sijaan Karvisen käsialaa ollut, nyttemmin purettu Myllypuron ostoskeskus,



Kuva 4 (ylh.). Puotilan ostoskeskuk-
sen lähelle on rakennettu asuintalo-
ja. Kuva otettu 27.10.2010.

Kuva 5 (vas.). Tiilistä muurattu yksi-
tyiskohta Jakomäen ostoskeskuksen
edustalla. Kuvausaika 27.10.2010.

Kuva 6 (oik. kesk.). Kulosaaren ostoskeskuksen julkisivun rytmiä. Valokuvausaika
27.10.2010

Kuva 7 (oik. alh.). Puotinharjun puhoksen vanha osa kaareutuu sisäpihan ympärille. Kuva
otettu 27.10.2010.

aiheutti kovasti kritiikkiä myös arkkitehtipiireissä bunkkerimaisen ole-
muksensa vuoksi.

Pihlajamäen ostoskeskuksen vanhan osan suunnittelivat arkkitehdit
Kaija ja Heikki Sirén vuosina 1962–63, ja se otettiin käyttöön jälkimmäi-
senä vuonna. Rakennuksessa oli aluksi ainakin kolme pikamyymälää,
apteekki, erikoismyymälä, baari, pankki, kirjakauppa ja kiosk (Saresto
2004, 74). Rakennus on nykyisin suojeltu.

Vuosaaren pohjoinen ostoskeskus liittyy arkkitehti Lauri Silvennoisen
suunnittelemaan kerrostaloalueeseen. Rakennus otettiin käyttöön vuonna
1965. Siinä on ainakin yhdellä julkisivulla ulkoiset, kantavat pilarit (Sares-
to 2004, 87).

Olli Kivinen suunnitteli Lehtisaaren ostoskeskuksen, joka valmistui vuonna 1967. Rakennuksen julkisivut ovat voimakkaan horisontaaliset (Saresto 2004, 68). Samana vuonna valmistui Aino Tandefelt-Laurilan (Kultusosuuskuntien keskusliiton, KK:n arkkitehtiosasto) suunnittelema Kontulan ostoskeskus, jossa oli tilat aluksi 31 liikkeelle. Se oli suurempi kuin Puotinharjun ostoskeskus, joka aikoinaan oli Suomen suurin. Kontulan ostoskeskus oli ilmeisesti valmistuttuaan peräti Pohjoismaiden mittavin. Pysäköintipaikka, jossa oli tilat 400 autolle, oli suuri, samoin päivittäistavara-kauppojen koot olivat maan suurimpia (Kontula – elämää lähiössä 2002, 63–65).

Viljo Revellin ja Heikki Castrénin suunnittelema Vuosaaren eteläinen ostoskeskus valmistui myös vuonna 1967. Suunnitelmat perustuivat Revellin ideoihin ja luonnoksiin, mutta Revell ehti kuolla vuonna 1967 ennen hankkeen loppuvaiheita. Rakennus oli pesubetonipintainen. Se kuului Vuosaaren tunnetuimpaan asuin- ja liikerakennuskokonaisuuteen, joka esiteltiin mm. *Suomi rakentaa 1965–1970* näyttelyssä (Saresto 2004, 86).

Vuonna 1968 valmistuivat Toivo Korhosen suunnittelema Puistolan liikekeskus ja SOK-ryhmän Pauli Lehtisen suunnittelema Jakomäen ostoskeskus. Puistolan ostoskeskus poikkeaa sitä edeltävistä ostoskeskuksista julkisivumateriaaliensa puolesta, koska siinä on punatiiltä kantavan betonirungon väleissä. Jakomäen ostoskeskuksessakin on julkisivuissa tiilinen vaakakaistale (Saresto 2004, 60; 79).

Espoon ostoskeskusten rakentamisessa 1960-luku ei ollut vielä varsinainen kultakausi, koska kymmenen ostaria rakennettiin. Näistä ensimmäinen on arkkitehti Veikko Malmion suunnittelema vuonna 1960 rakennettu Tapiolan Oravannahkatorin ostoskeskus. Seuraavana vuonna rakennettiin Otaniemeen arkkitehti Alvar Aallon suunnitteleman ostoskeskuksen ensimmäinen osa. Rakennuksen kuparikatto on erikoinen ja vaikuttava. Nykyisin koko ostoskeskus on asemakaavassa suojeltu. Vuonna 1962 valmistui arkkitehti Jaakko Laapotin Haukilahteen suunnittelema ostoskeskus. Se edustaa arkkitehtuuriltaan yksinkertaista, sisäkäytävälle avautuvaa ostoskeskustyyppiä. Arkkitehtitoimisto Olli Kuusen (1962) Lintuvaaraan suunnittelema ostari on sikäli erikoinen, että sen toisessa kerroksessa on asuntoja. Arkkitehtitoimisto Kaija ja Heikki Sirénin suunnittelema Pohjantorin ostoskeskus sijaitsee kaupunkikuvallisesti merkittävässä paikassa Pohjois-Tapiolan keskuksena. Rakennuksessa on arkadiikäytäviä pilareineen ja keskikäytävät ovat katetut. Palkkirakenteet on piilotettu puisen alakaton ylle. Arkkitehtuuri on rauhallista, yksinkertaista ja luo tyylikkään taustan liike-toiminnalle. Viherlaakson ostoskeskus, jonka suunnitteli Arkkitehtuuritoimisto Ilmo Valjakka, on luonteeltaan horisontaalinen. Rinteeseen rakennettun ostarin liiketilat ovat ensimmäisessä kerroksessa ja huolto hoidetaan

vastakkaisen puolen pohjakerroksesta. Liiketilojen sisäänkäyntien suojana on ulokemainen katos, jonka rakenteet ovat puuvuorauksen suojissa, mutta muuten julkisivuja verhoaa Minerit-levytys. Kulutusosuuskuntien keskusliiton arkkitehtiosaston suunnittelema Karakallion ostoskeskus valmistui vuonna 1967. Myös tämä rakennus on verhoiltu Minerit-levyillä, paitsi käytävien alakatot, joissa on valkoisella maalattu raakalauta. Seuraavana vuonna rakennettiin Sato-arkkitehdit Oy:n suunnittelema Iiviniemen liikekeskus, jonka pihalla kasvavat komeat männyt. Arkkitehtuuritoimisto Aarne Ervin suunnittelema Tapiolan Heikintori (1969) on ilmeisesti Suomen ensimmäinen kauppakeskus, koska siinä liiketilat avautuvat pääasiassa sisätilaan ja ovet suljetaan yöksi.

Vantaallakaan, kuten Espoossa, 1960-luku ei ollut vielä ostoskeskusrakentamisen kultakautta. Rakennuksia valmistui yksitoista, joista yksi on purettu. Vuonna 1961 valmistui Dag Englundin suunnittelema Liiketalo Vakula, jossa oli alun perin Minerit-verhoilu. Se on korvattu muovipinoitettulla poimulevyllä ja pystylaudoituksin (Helasvuo & Vainio 2008, 117).

Arkkitehti Erik Andersonin Korsoon piirtämä Merikotkantie 1:n ostoskeskus ”*edustaa ostoskeskusarkkitehtuurin pienimittakaavaista alkua*”. Rakennuksen otsapinnassa on vielä alkuperäistä Minerit-levyä, joka on osin korvattu muovisella poimulevyllä (Helasvuo & Vainio 2008, 132–133). Korsoon rakennettiin ostareita lisää: Eija-Leena ja Elja Airaksisen suunnittelemat Korsontie 4 ja Korsontie 7 ostoskeskukset sekä arkkitehti G. Malmströmin suunnitelmien pohjalta rakennettu Rekolantie 49 ostoskeskus. Kaivokselan ostoskeskus, jonka ensimmäinen osa paloi vuonna 2004 ja loput todennäköisesti puretaan, valmistui vuonna 1962. Sen suunnitteli arkkitehti Aarre Ehojoki. Vuonna 1967 rakennettiin nyt jo purettu Louhelan ostoskeskus, jonka suunnittelijana oli myös Aarre Ehojoki. Arkkitehtuuritoimisto Aarne Ervin suunnittelema Vantaanpuiston ostoskeskus on arkkitehtuuriltaan tavanomainen. Ikkunat avautuvat pääosin sisäkäytäviin, ja ulospäin julkisivut ovat osin varsin umpinaiset. Vuonna 1968 valmistui arkkitehti Pauli Sulosen piirtämä Peltolantie 2 ostoskeskus puretun työväentalon paikalle (Helasvuo & Vainio 2001, 100–101). Hiekkaharjun ostoskeskus on arvioitu rakennushistoriallisesti kansainvälisesti ja kansallisesti merkittäväksi. Erkki Kuoppamäki Arkkitehtuuritoimisto Salonen-Yliseltä allekirjoitti massiivisten puurakenteiden leimaaman rakennuksen lupapiirustukset.

Taulukko 5. 1960-luvulla rakennetut ostoskeskukset.

Helsingin 1960-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Herttoniemen ostoskeskus, 1960, Ilkka Martas, purettu noin 2008 • Kulosaaren ostoskeskus, 1960, Erkki Karvinen • Puotilan ostoskeskus, 1961, Erkki Karvinen • Pukinmäen ostoskeskus, 1961, Toivo Korhonen, purettu noin 2008 • Konalan pieni ostoskeskus, 1961, Erkki Karvinen • Maunulan eli Suursuon ostoskeskus, 1962, Erkki Karvinen • Konalan ostoskeskus, 1963, Erkki Karvinen, purettu 2000-luvulla • Pihlajamäen ostoskeskus, 1963, Kaija ja Heikki Sirén • Puotinharjun ostoskeskus, 1964, Erkki Karvinen • Myllypuron ostoskeskus, 1965, Erkki Karvinen, purettu 2010 • Vuosaaren pohjoinen ostoskeskus, 1965, Lauri Silvennoinen • Lehtisaaren ostoskeskus, 1967, Olli Kivinen • Kontulan ostoskeskus, 1967, Aino Tandefelt-Laurila /KK:n arkkitehtiosasto • Vuosaaren eteläinen ostoskeskus, 1967, Viljo Revell ja Heikki Castrén, purettu 2003 • Puistolän liikekeskus, 1968, Toivo Korhonen • Jakomäen ostoskeskus, 1968, Pauli Lehtinen /SOK
Espoon 1960-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Tapiola, Oravannahkatori, 1960, arkkitehti Veikko Malmio • Otaniemen ostoskeskus, 1961, Arkkitehtitoimisto Alvar Aalto • Haukilahden ostoskeskus, 1962, arkkitehti Jaakko Laapotti • Lintuvaaran ostoskeskus, 1962, Arkkitehtitoimisto Olli Kuusi • Pohjantori, 1962, Arkkitehtitoimisto Kaija ja Heikki Sirén • Viherlaakson ostoskeskus, 1964, Arkkitehtuuritoimisto Ilmo Valjakka • Karakallion ostoskeskus, 1967, KK:n arkkitehtiosasto • Iivisniemen liikekeskus, 1968, Sato-Arkkitehdit Oy • Kauklahden ostoskeskus, 1969, Arkkitehtitoimisto Laitinen • Tapiola, Heikintori, 1969, Arkkitehtuuritoimisto Aarne Ervi
Vantaan 1960-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Liiketalo Vakula, 1961, Dag Englund • Merikotkantie 1, 1961, arkkitehti Erik Anderson • Kaivokselan ostoskeskus, 1962, arkkitehti Aarne Ehojoki • Korsonpolku 4, 1964, Eija-Leena ja Elja Airaksinen • Rekolantie 49, 1964, Arkkitehti G. Malmström • Korsontie 7, 1967, Eija-Leena ja Elja Airaksinen • Louhelan ostoskeskus, 1967 purettu 2011, arkkitehti Aarne Ehojoki • Ristipuron ostoskeskus, 1967, Jorma Lahti/ Rakennustoimisto A. Puolimatka Oy, suunnitteluosasto • Vantaanpuiston ostoskeskus, 1967, Arkkitehtuuritoimisto Aarne Ervi • Peltolantie 2, 1968, Arkkitehti Pauli Sulonen • Hiekkaharjun ostoskeskus, 1969, Erkki Kuoppamäki Arkkitehtuuritoimisto Salonen-Ylinen
Lahden 1960-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Ruolan ostoskeskus 1964, Arkkitehtitoimisto Olli Vahtera • Mukkulan ostoskeskus, 1967, Kesko Oy Rakennustoimisto

Ostoskeskuksissa oli 1960-luvulla pankkeja, posti, päivittäistavaraliikkeitä, apteekki ja erikoistavarakauppaa. Pankit lähtivät 1990-luvulla, apteekkiverkko harveni 2000-luvulla, posteja vähennettiin jo 1980-luvulta alkaen ja päivittäistavaraverkko harveni tuntuvasti. Erikoistavarakaupan tilanne on kahtalainen: yhtäältä kauppoja katosi ja toisaalta päivittäistavarakaupan siirtyessä muualle tilaa tuli uudentilalle erikoiskaupalle, mutta myös ravintoloille.

Ostoskeskukset 1970-luvulla

Ostoskeskuksia rakennettiin Helsingissä 1970-luvulla vain kuusi, ja nekin ennen 1970-luvun puoltaväliä. Rakentamisen hiipumiseen vaikutti Israelin ja arabien välinen lokakuun 1973 sota, jonka seurauksena Lähi-idän öljyntuottajavaltiot nostavat öljyn hintaa ja joihinkin Euroopan maihin öljyn myyntiä rajoitettiin. Sen seurauksena tuli taloudellisia ongelmia kaikkialla EU:ssa. Öljykriisi oli vuosina 1973–74. Sen vaikutukset talouteen ja rakentamiseen määrän romahtamiseen eivät kuitenkaan heti lopuneet.

Lauttasaaren ostoskeskuksen rakentamisen tieltä purettiin kaikki vanhat rakennukset pois. Tontilla oli kolme 1900-luvun alussa rakennettua puutaloa kasvihuoneineen, talousrakennuksineen ja käymälöineen sekä 1930-luvun puutalo. Elokvateatterikin meni purkamisen myötä. Uuden, vuonna 1970 valmistuneen ostoskeskuksen suunnitteli arkkitehti Olli Kivinen, joka toimi Teknillisen korkeakoulun arkkitehtiosastolla professorina Otto-Iivari Meurmanin seuraajana. Rakennus on pesubetonia (Saresto 2004, 67; Olli Kivisestä: http://www.hel2.fi/pihlajamaki_arkkitehtuuri-polku/arkkitehdit.html).

Arkkitehtuuritoimisto Pentti Ahola & kumppanit suunnitteli Mellunmäen palvelukeskuksen, joka sekin otettiin käyttöön vuonna 1970. Keskus on palvelukeskus, koska siinä on kaupallisten palvelujen lisäksi seurakunnan ja nuorisosiainkeskuksen tiloja (Saresto 2004, 70). Rakennuksen julkisivut ovat tiukan moduulijaon mukaiset betonipilareineen, ikkunoineen ja punatiliverhouksineen. Sama toimisto laati piirustukset Siltamäen ostoskeskukseen, jonka moduulimitoitukseen perustuvat pilaripalkkirakenteet näkyvät, mutta seinämät ovat pesubetonia ja palkit sekä otsapinnat on verhoiltu saumatulla pellillä (Saresto 2004, 85).

Pihlajamäen ostoskeskuksen laajennus valmistui vuonna 1970, ja sen suunnitteli arkkitehti Eino Tuompo (Saresto 2004, 74). Rakentamistavastaan se jatkoi vanhan, Kaija ja Heikki Sirénin suunnitteleman ostoskeskuksen horisontaalista tyyliä. Ostoskäytävä on tosin katettu lasilla ja yhdellä julkisivulla on voimakas ritiläaihe.

Laajasaloon alettiin tehdä lähiötä jo 1960-luvulla huvilakaupunginosan tilalle. Arkkitehti Olli Kivinen suunnitteli U:n mallisia kerrostaloja hieman Le Corbusierin innoittamaan tyylin, mutta vuonna 1970 käyttöön otetun ostoskeskuksen suunnittelijana oli arkkitehti Erkki Karvinen.



Kuva 8. Laajasalon ostoskeskuksen käytävä 27.10.2010.

Pitäjänmäen liiketalon suunnittelija on Rakennustoimisto Karme. Se valmistui juuri öljykriisin jälkeen 1975. Rakennus ei ole tyypillinen ostoskeskus, koska se on kolmikerroksinen liike- ja toimistorakennus. Rakennuksessa oli sen valmistumisen jälkeen pohjakerroksessa elintarvikemyymälä, ravintola ja posti. Kahdessa muussa kerroksessa oli toimistotiloja (Saresto 2004, 77). Tämä oli viimeinen ns. vanhojen ostoskeskusten sarjassa Helsingissä.

Espoossa Kulutusosuuskuntien keskusliiton arkkitehtiosaston suunnittelemaa Viherkallion ostoskeskusta varten haettiin rakennuslupaa vuonna 1970. Ostoskeskus on pieni, eikä siinä ole enää päivittäistavarakauppaa. Kahden vuoden kuluttua lupakäsittelyyn tuli Soukan ostoskeskuksen piirustukset, joiden suunnittelijana oli Keskus SATO. Rakennus edustaa oman aikansa betoniarkkitehtuuria. Yläkartanontien puolelta hallitsee pysäköintialue, joka jatkuu ostoskeskuksen alle. Tästä vaikutelmasta huolimatta pysäköintiongelma on todettu jo yli 20 vuotta sitten (Santasalo & Luukinen 1990, 28). Vesa Huolman Eero Valjakka Arkkitehdeistä allekirjoitti vuonna 1974 rakennuslupakäsittelyyn saapuneet Olarin ostoskeskuksen kuvat. Ostoskeskus on suunniteltu huolellisesti, mutta sen tämänhetkinen tila antaa rappeutuneen vaikutelman. Etenkin talvipuutarhaksi suunniteltu maanta-

son alapuolelle ulottuva tila on lohduttomassa kunnossa, eikä alkuperäisestä ajatuksesta ole mitään jäljellä. Sama arkkitehtitoimisto suunnitteli myös Kuitinmäen ostoskeskuksen (1975) ensimmäisen osan. Matinkylän ostoskeskus on viimeinen saman vuosikymmenen Kulutusosuuskuntien keskusliiton arkkitehtiosaston suunnittelema ostoskeskus. Sille haettiin lupaa vuonna 1977. Espoon ostoskeskuksista Matinkylän ostoskeskus tullaan purkamaan.

Toisin kuin Espoossa tai Helsingissä, Vantaalla ostoskeskusten rakentamisen kulta-aika ajoittuu 1970-luvulle, jolloin rakennettiin viisitoista ostoskeskusta. Jo vuonna 1970 rakennettiin kolme: Martinkeskus, Mikkolan ostoskeskus ja Tikkuraitti 17 ostoskeskus. Martinkeskus on tyypillistä 1970-luvun pesubetoniarkkitehtuuria, mutta Mikkolan ostoskeskus on moduuliarkkitehtuurin edustava esimerkki, jolla on kansainvälistä ja kansallista rakennushistoriallista merkitystä (Helasvuo & Vainio 2008, 143). Tikkuraitti 17 ostoskeskusta hallitsevat lipparakenteet, jotka ovat liima-puupalkkien varassa. Rajatorpan ostoskeskuksen ensimmäinen vaihe valmistui vuonna 1971 ja toinen vuonna 1974. Kalkkiahiekkatiilisen ostoskeskuksen suunnitteli Arkkitehtitoimisto Hyvärinen & Harlo. Arkkitehti Ilpo Hälvä Uniplan Ky:stä suunnitteli Kuohukuja 1 ja Arkkitehti Kalevi Ruokosuo Arkkitehtitoimisto Ruokosuo & Co:sta Kuulakuja 5 ostoskeskuksen. Ne valmistuivat molemmat vuonna 1972. Seuraavana vuonna valmistui Erkki Karvisen piirtämä Pähkinärinteen ostoskeskus. Vuonna 1974 rakennettiin kaksi ostoskeskusta, Korsotalo ja Martinlaakson ostoskeskus. Korsotalon suunnittelijana oli Pekka Viitanen ja puretun Martinlaakson ostoskeskuksen arkkitehti Into Pyykkö. Vaikka rakennusliike Puolimatka Oy rakensi Vantaalle mm. Martinlaaksoon ja Myyrmäkeen laajoja kerrostaloalueita ainoastaan Laajavuorentie 8 ostoskeskuksen suunnittelijana oli Rakennustoimisto A. Puolimatka Oy:n suunnitteluosasto. Arkkitehti Eero Kostiaisen Arkkitehtuuritoimisto Pentti Ahola ja kumppaneiden toimistosta suunnittelema Myyrinpuhos on rakennushistoriallisesti kansainvälistä tasoa (Helasvuo & Vainio 2008, 79).

Vantaan 1970-luvun ostoskeskuksista Tikkuraitti 17, Kuulakuja 5, Laajavuorentie 8, Heporinteen ja Suunnistajankuja 5 ostoskeskukset eivät täytä Kauppakeskusyhdistys ry:n luokituksen mukaista ostarien liiketilojen minimimäärää, joka on vähintään viisi. Siinä mielessä ne ovat liian pieniä ostoskeskuksiksi.

Lahdessa puolet ostoskeskuksista on rakennettu 1970-luvulla. Tenava-Tonttilan ostoskeskuksen ensimmäinen osa, Salonaukio 7, rakennettiin vuonna 1970, ja sen suunnitteli Arkkitehtitoimisto Jorma Vuorelma. Toinen osa valmistui kahden vuoden kuluttua (Salonaukio 5) ja suunnittelijana toimi Arkkitehtitoimisto Lukander & Vahtera. Rakennukset ovat

Taulukko 6. 1970-luvulla rakennetut ostoskeskukset.

Helsingin 1970-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Lauttasaaren ostoskeskus, 1970, Olli Kivinen • Mellunmäen palvelukeskus, 1970, Pentti Ahola & kumpp. • Pihlajamäen ostoskeskuksen laajennus, 1970, Eino Tuompo • Siltamäen ostoskeskus, 1972, Pentti Ahola & kumpp. • Laajasalon ostoskeskus, 1973, Erkki Karvinen • Pitäjänmäen liiketalo, 1975, rakennustoimisto Karme
Espoon 1970-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Viherkallion ostoskeskus, 1970, Kulutusosuuskuntien keskusliiton arkkitehtiosasto • Soukan ostoskeskus, 1972, Keskus SATO • Olarin ostoskeskus, 1974, Vesa Huolman, Eero Valjakka Arkkitehdit • Kuitinmäen ostoskeskus, 1973, Arkkitehtuuritoimisto Järvinen-Valjakka • Matinkylän ostoskeskus, 1977, Kulutusosuuskuntien keskusliiton arkkitehtiosasto
Vantaan 1970-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Mikkolan ostoskeskus, 1970, arkkitehti Ilmo Valjakka • Tikkuraitti 17, 1970, arkkitehti Pauli Sulonen • Simonkallion ostoskeskus, 1971, KK:n arkkitehtiosasto/ Jorma Ylihannu, Paavo Lehtinen • Rajatorpan ostoskeskus, 1971, Arkkitehtitoimisto Hyvärinen & Harlo • Kuohukuja 1, 1971, Arkkitehti Ilpo Hälvä/ Uniplan Ky • Kuulakuja 5, 1971, arkkitehti Kalevi Ruokosuo • Pähkinärinteen ostoskeskus, 1973, Arkkitehtitoimisto Erkki Karvinen Oy • Korsontie 14, Korsotalo, 1974, Pekka Viitanen • Martinlaakson ostari, 1974, Arkkitehti Into Pyykkö/Arkkitehtitoimisto Into, purettu • Laajavuorentie 8, 1975, Rakennustoimisto A. Puolimatka Oy, suunnitteluosasto/ Jorma Lahti • Myyrinpuhos, 1975, Arkkitehti Eero Kostiainen/Arkkitehtuuritoimisto Pentti Ahola ja knit • Rautkallionkatu 3, 1975, Jorma Ylihannu, Raimo Puronen/OTK Arkkitehtiosasto • Heporinteen ostoskeskus, 1976 ja 1977, arkkitehti Kai Inberg / Keskus-SATO Oy • Suunnistajankuja 2, 1977, Esa Rantanen/ Kulutusosuuskuntien keskusliitto, asunto-osasto
Lahden 1970-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Tenava-Tonttilan ostoskeskuksen ensimmäinen osa, Salonaukio 7, 1970, Arkkitehtitoimisto Jorma Vuorelma, Salonaukio 5, 1972, Arkkitehtitoimisto Lukander & Vahtera • Liipolan ostoskeskus, 1975, Arkkitehtitoimisto Ky Jorma Vuorelma & K:nit • Metsäkankaan ostoskeskuksen ensimmäinen osa, 1975, Arkkitehtitoimisto Lukander & Vahtera • Riihelän ostoskeskus, 1977 • Saksalan ostoskeskus, 1979, Kulutusosuuskuntien keskusliiton Asunto-osasto

tyypillisiä, ankeahkoja 1970-luvun punatiilisiä rakennuksia, mutta niiden välissä oleva aukio on viihtyisä. Arkkitehtitoimisto Ky Jorma Vuorelma & K:nit suunnitteli Liipolan ostoskeskuksen, joka valmistui vuonna 1975. Rakennuksia on kaksi ja ne sijaitsevat kadun varrella rinnakkain. Molemmissa on hallitsevat otsalipat, ja toinen niistä on päällystetty peltikaseteilla, mikä tekee tyylivaikutelman sekavaksi. Arkkitehtitoimisto Lukander & Vahteran Metsäkankaan ostoskeskuksen ensimmäinen osa on pesubetonipintainen, mutta lippanmaiset katokset antavat sille ilmettä. Purettava Riihelän ostoskeskus rakennettiin vuonna 1977 ja Saksalan ostoskeskus parin vuoden kuluessa. Jälkimmäisen suunnittelijana oli Kulutusosuuskuntien keskusliiton Asunto-osasto (KK). Rakennuksessa on osin umpinaiset julkisivut, mutta moduulijako ja puuverhoilu antavat lämpimän vaikutelman (Lahden kaupunki, Rakennusvalvonnan arkisto).

Arkkitehtuuriltaan 1970-luvun ostoskeskukset voi jakaa kolmeen ryhmään: pesubetonirakennuksiin, tiilitaloihin ja moduuliarkkitehtuuriin. 1970-luvun ostoskeskuksissa oli yleensä hyvä toimialatarjonta useine päivittäistavarakauppoineen pankkeineen jne. Edellä mainittujen palvelujen harveneminen on tuntunut erityisesti ostoskeskuksissa siten, että tyhjiin tiloihin on tullut mm. ravintoloita, fysioterapiaa ja joissakin tapauksissa Thai-hierontaa. Entiset pankkitilat ovat olleet erityisesti ravintoloiden suosiossa, ja sen näkee osin nimivalinnoissa, kuten ravintola Roskapan-kissa Helsingin Puotinharjun Puhoksessa.

Uusi ostoskeskustyyppi - 1980-luku

1980-luvulla ei enää rakennettu vanhan tyyliä ostoskeskuksia Helsinkiin. Tapulikaupunkiin rakennettu ostoskeskus (1981–1989) ei ole perinteinen ostoskeskus, vaan palvelut ovat hajautetusti Puistolan aseman tuntumassa Maatullinaukiolla, Ajurinaukiolla ja Tapulinaukiolla. Osa liiketiloista on asuinrakennusten alakerroksissa ja Kiinteistö Oy tapulikaupungin tiloissa toimii myös Helsingin kaupungin kirjasto ja nuorisotalo. Toiminnot ovat osittain sekoittuneita, kuten perinteisessä kaupungissa ennen modernia, toimintoja eriyttävää kaupunkisuunnittelua.

Uusi ostoskeskustyyppi, galleria, oli askel vanhojen ostoskeskusten ja nykyisten suurten kauppakeskusten kehityksen välissä. Helsingissä näitä *galleriatyyppejä* ostoskeskuksia on kaksi: Ogeli Oulunkylässä ja Heikkaan talo Lauttasaaressa. Galleria tarkoittaa ateljeeta, studiota, museota ja näyttelytilaa. Siihen liittyviä sanoja ovat kauppagalleria ja taidegalleria. Galleria-sana on italiaa ja se on käännettynä englantiin: “*an indoor area, or covered courtyard, containing shops*” (<http://suomisanakirja.fi/Galleria>). Eli suomeksi galleria on sisätila tai katettu piha, jossa on kauppoja.

Galleriatyyppisessä ostoskeskuksessa sisätila on suljettu kauppojen kiinnioloaikaan kuten isoissa kauppakeskuksissakin. Ero vanhoihin ostoskeskuksiin on julkisen tilan muuttuminen yksityiseksi. Tähän selvitykseen valitut galleriaostoskeskukset ovat kooltaan alle 5000 k-m², joten ne on katsottu kooltaan sopiviksi ostoskeskusluokitukseen piiriin ennemmin kuin kauppakeskuksiin (<http://www.rakli.fi/kky/ohjeitajasuosituksia/> kaupallisten keskusten maaritelmat/).

Suuria kauppakeskuksia rakennettiin, mm. Itäkeskukseen, mikä johti osin vanhojen ostoskeskusten asiakaskunnan vähenemiseen ja sitä kautta kurjistumiskierteeseen. Näin kävi mm. jo puretuille Herttoniemen, Myllypuron ja Vuosaaren eteläiselle ostoskeskukselle. Edellisten purettujen tilalle on rakennettu uudet liiketilat ja siksi kaupallinen tarjonta on nyt parantunut. Roihuvuoren ostoskeskus menetti Itäkeskuksen takia paljon asiakkaita. Toisaalta esimerkiksi Puotinharjun Puhos on hyötynyt Itäkeskuksen vieressä, koska osa asiakkaista poikkeaa siellä.

Länsi-Helsingin liikekeskus eli Heikkaan Talo on Lauttasaarella. Pääsisäänkäynti on Heikkiläntiehen rajoittuvan aukion puolella. Kiinteistö on valmistunut vuonna 1987 (Eisto 2004, 26). Rakennuksessa on sisäkäytävä, johon liikkeet avautuvat. Valo käytävään tulee kattoikkunoista.

Selvityksessään Selvitys Helsingin ostoskeskuksista 2004 Erkki Eisto kirjoittaa Ogelistä: ”Oulunkylän Liikekeskus sijaitsee Mäkitorpantien ja Kyllänpohjantien risteyksessä. Ostoskeskus on rakennettu vuonna 1987 ja se on niin sanottua galleria tyyppiä, jossa asiakkaat voivat liikkua katetuissa lämpimissä tiloissa (Eisto 2004, 43).” Lämmin tila on Eiston tuoma lisä aikaisempaan galleriatyyppiin määrittelyyn.

Kontulan ostoskeskuksen laajennusosa lähelle metroasemaa valmistui vuonna 1988. Palvelutalo, jossa ovat mm. kirjasto, nuorisotalo, uimahalli, mielenterveystoimisto ja terveyskeskus, on rakennettu tätä myöhemmin (Eisto 2004, 15). Laajennuksen suunnittelijana oli arkkitehtitoimisto Hyvämäki-Karhunen-Parkkinen eli HKP.

Espoossa rakennettiin 1980-luvulla kymmenkunta ostoskeskusta. Vuonna 1980 haettiin rakennuslupaa Kivenlahden ostoskeskuksen ensimmäinen osan, arkkitehti Jouni Kepsun suunnitteleman Merivalkama 2:n rakentamiseksi. Arkkitehtuuritoimisto Hanhiova & Co Ky laati lupapiirustukset kolmen vuoden päästä, 1983, Merenkäynti 3:n rakentamiseksi. Merivirta 3 ja 5 ovat Arkkitehtuuritoimisto Järvinen-Valjakan suunnitteleamia ja niiden rakennuslupia haettiin vuosina 1984 ja 1985. Ostoskeskus on edelleenkin toimiva kokonaisuus, vaikka toimialatarjonta on muuttunut. Punatiilisen Latokasken ostoskeskuksen suunnittelijana toimi Arkkitehtitoimisto Reijo Ailus, joka suunnitteli myös Kirkkojärven ostoskeskuksen ja Lippajärven



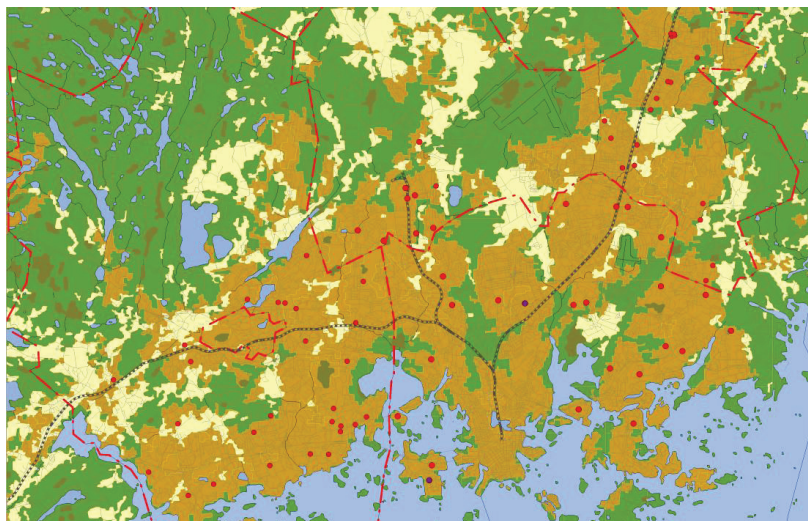
Kuva 9 (ylh.). Heikkaan talon galleria-käytävälläkin on myyntipaikkoja. Kuvattu 2.11.2010.
Kuva 10 (vas.). Ogelin galleriakäytävä on katettu lasilla ja se on huomattavasti valoisampi kuin Heikkaan talon käytävä. Kuva 2.11.2010.
Kuvat 11 ja 12 (oik.). Kontulan ostoskeskuksen 1980-luvun korjaustöiden ja laajennuksen arkkitehtuurissa on ajalleen tyypillinen postmoderni ilme. Kuvat on otettu 27.10.2010

ostoskeskukset. Latokasken ostoskeskus on pieni ja vaatimaton ostariksi, mutta toimiva. Samaa ei voi sanoa Kirkkojärven ostoskeskuksesta, jossa liikkeiden määrä on supistunut merkittävästi ja yleisilme ulkoapäin on rän-sistynyt. Lippajärven ostoskeskus on pieni, mutta yleisilmeeltään möhkä-lemäinen raskaine räystäslaudoituksineen. Kuitinmäen ostoskeskusta ra-kennettiin viidessä vaiheessa, joista 1980-luvun puolelle ajoittuvat Arkki-tehtuuritoimisto Järvinen-Valjakan suunnittelema Kuunkehrä 2 (1983) ja Puolimatka-yhtymä Oy:n arkkitehtiosaston suunnittelema Maapallokuja 1 vuonna 1985. Laaksolahden ja Suvelan ostoskeskusten rakennuslupia haet-tiin saman vuonna, 1983. Ensimmäisen piirsi suunnittelu Oy Mikla ja toi-sen Arkkitehtuuritoimisto Tuomo Timonen Ky. Vuonna 1985 käsiteltiin Arkkitehtitoimisto Innovarkin suunnitteleman Laajalahden ostoskeskuksen ja Arkkitehtitoimisto Kalevi Ruokosuo Ky:n laatimia lupapiirustuksia Lep-pävaaran Gallerian rakentamiseksi. Rakennuksessa on kuviolliset tiilijul-kisivupinnat. Samana vuonna Arkkitehdit Tavio haki lupaa vaalean Wes-tendin ostoskeskuksen rakentamiseksi. Viimeinen 1980-luvun ostari Es-poossa on Sato-Arkkitehdit Oy:n suunnittelema punatiilinen Kilon ostos-keskus (1987).

Vantaalla ostoskeskuksia ei rakennettu 1980-luvulla läheskään yhtä vilk-kaasti kuin Espoossa, jossa rakentaminen jäi alle puoleen Espoon luvuista. Arkkitehti Erkki Karvisen suunnittelemat Hakunilan ostoskeskuksen Lauk-karinne 4 valmistui vuonna 1981 ja Laukkarinne 6 vuonna 1986. Koivutori rakennettiin vuonna 1981 ja sen suunnittelivat Eero Valjakka ja Aarno Pas-soja Arkkitehtitoimisto Järvinen-Valjakalta. Eero Kostiaisen Arkkitehtitoi-misto Björkstam Heino, Kostiaisen Ky:ltä suunnitteli Vantaanlaakson vuonna 1982 rakennetun ostarin. Seuraavana vuonna valmistui Tapani Ni-rosen suunnittelema Rekolantie 53:n ostoskeskus.

Lahdessa rakennettiin 1980-luvulla yksi ostoskeskus, Arkkitehtitoimisto Sipponen - Teerenmaa Oy:n suunnittelema Möysän liiketalo, jolle haettiin rakennuslupaa vuonna 1988. Liiketalo muodostaa yhdessä Ruolan ostos-keskuksen ja Siwan kanssa toimivan liikekeskittymän. Lahden ostoskeskus-aineistossa on - toisin kuin muiden metropolialueen aineistossa – mukana myös 1990 ja 2000-luvulla rakennettu ostoskeskus. Ahtialan ostoskeskuk-sen ensimmäinen osa rakennettiin vuonna 1993. Sen suunnitteli Rakennus-arkkitehti Juha Laurila Ky. Naapurin rakennettiin Arktiira Oy:n suunnitte-leva Osuuskauppa Hämeenmaan S-market 200-luvun puolivälin tienoilla.

1980-luvun ostoskeskuksiin rakennettiin vielä pankkisaleja ja postejakin. Myös päivittäistavarakaupat ja apteekit kuuluivat itsestään selvästi suunni-telmiin. Pankkien ja postien kadottua tilalle tulivat ensin ravintolat, jotka



Kuva 13. Pääkaupunkiseudun ostoskeskukset. Lahden ostoskeskuksista ei ole karttaa. Kartta-pohja © Maanmittauslaitos 2009.

Taulukko 7. 1980- luvulla ja sen jälkeen rakennetut ostoskeskukset

Espoon 1980-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Kivenlahden ostoskeskus, Merivalkama 2, 1970, arkkitehti Jouni Kepsu, Merenkäynti 3, 1983, Arkkitehtuuritoimisto Hanhirova & Co Ky, Merivirta 3, 1984, Arkkitehtuuritoimisto Järvinen-Valjakka, Merivirta 5, 1985, Arkkitehtuuritoimisto Järvinen-Valjakka • Latokasken ostoskeskus, 1982, Arkkitehtitoimisto Reijo Ailus • Kirkkojärven ostoskeskus, 1983, Arkkitehtitoimisto Reijo Ailus • Kuitinmäen ostoskeskus, Kuunkehrä 2, 1983, Arkkitehtuuritoimisto Järvinen-Valjakka, Maapallokuja 1, 1985, Puolimatka-yhtymä Oy:n arkkitehtiosasto • Laaksoalahden ostoskeskus, 1983, suunnittelu Oy Mikla • Suvelan ostoskeskus, 1983, Arkkitehtuuritoimisto Tuomo Timonen Ky • Laajalahden ostoskeskus, 1985, Arkkitehtitoimisto Innovark • Leppävaaran Galleria, 1985, Arkkitehtitoimisto Kalevi Ruokosuo Ky • Lippajärven ostoskeskus, 1986, Arkkitehtitoimisto Reijo Ailus • Westendin ostoskeskus, 1986, Arkkitehdit Tavio • Kilon ostoskeskus, 1987, Sato-Arkkitehdit Oy
Vantaan 1980-luvulla rakennetut ostoskeskukset
• Hakunilan ostoskeskus, 1981 ja 1983, arkkitehti Erkki Karvinen • Koivutori, 1981, Eero Valjakka ja Aarno Passoja, Arkkitehtitoimisto Järvinen-Valjakka • Vantaanlaakson ostoskeskus, 1982, Eero Kostinen, Arkkitehtitoimisto Björkstam Heino, Kostinen Ky • Rekolantie 53, 1983, Tapani Nironen
Lahden 1980-luvulla ja sen jälkeen rakennetut ostoskeskukset
• Möysän liiketalo, 1988, Arkkitehtitoimisto Sipponen - Teerenmaa Oy • Ahtialan ostoskeskus, 1993, Rakennusarkkitehti Juha Laurila Ky, Osuuskauppa Hämeenmaa, 2005, Arktiira Oy

luovuttivat tilaa myöhemmin henkilökohtaisille palveluille, kuten fysioterapiaan, jalkahoitoille, kampaamoille sekä tatuointiliikkeille.

Kestävätkö ostoskeskukset?

Helsinkiin tulivat ensimmäiset ostoskeskukset jo 1950-luvulla ja pari Espooseenkin. Vantaalla eikä Lahdessa vielä tuolloin ostoskeskuksia rakennettu. Ostareiden rakentamisen kulta-aika osuu Helsingissä 1960-luvulle, mutta Espoossa, Vantaalla ja Lahdessa vasta 1970-luvulle. Helsingissä 1980-luvulla ei enää rakennettu entisen tyyppisiä ostoskeskuksia vaan ns. galleriatyyppisiä, mutta Espoossa ja Vantaalla pieniä ostoskeskuksia ilmaantui edelleen. Tässä näkyy selvästi se, että suurin kaupunki on suunnannäyttäjänä, jonka perässä muut ovat tulleet. Metropoliseudun ostoskeskusten määrä on merkittävä. Rakennuksina ne ovat yleensä esikaupunkien ja lähiöiden keskeisillä paikoilla, mutta moni on tullut elinkaarensa päähän joko peruskorjattavaksi tai purettavaksi.

Kestävyyden kannalta, ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen kestävyyden, ostoskeskusverkko puolustaa paikkaansa. Vanhin osa rakennuskannasta on rakennettu huolellisesti perinteisistä materiaaleista, kuten tiilestä siten, että niiden korjaaminen on mahdollista. Pahimpia ongelmia on todennäköisesti 1970-luvulla ja sen jälkeen rakennetuissa ostoskeskuksissa. Esimerkiksi tuolloin yleisesti käytetty sandwich-elementti on todettu aikaa ja säästä huonosti kestäväksi, koska betonisen ulkokuoren raudoituksessa on tullut esille korroosio-ongelmia sekä kosteuden pääsyä eristeisiin. Myös alapohjissa ja ulkoseinien alaosissa on kosteusongelmia valesokkelirakenteen takia, joka sekin on nykyisin määritelty virheelliseksi rakennusratkaisuksi. Toisaalta tietoa ja kokemusta 1970-luvun rakennusten kuntoselvityksistä sekä peruskorjaamisesta on jo paljon.

Rakennussuojelun kannalta on tärkeää yrittää pelastaa rakennushistoriallisesti merkittävät ostoskeskukset. Erityisesti Helsingin 1970-luvun ostoskeskukset ovat vaarassa hävitä. Ostoskeskuksilla on muitakin arvoja, kuin taloudellinen ja arkkitehtuurin historiallinen arvo. Niillä on merkitystä alueiden asukkaille tapaamis- ja asiointipaikkoina ja ne ovat tärkeitä lähipalveluverkostoa. Ostoskeskusten liiketilojen edullisuus on myös tärkeätä lähipalvelujen tuottajille, erityisesti mikroyrityksille.

3.4 Ostoskeskukset metropolialueella - toimialatarjonnasta

Karitta Laitinen, Aalto-yliopisto/YTK

”Useimmat ostoskeskukset rajallisine palveluvalikoimineen ja samankaltaisine rakenneratkaisuineen eivät ulkoisesti selvästi eroa toisistaan, pikemminkin päinvastoin. Niiden olemusta leimaa enemmänkin paikan hengettömyys kuin paikan henki (Priha 1996, 3).”

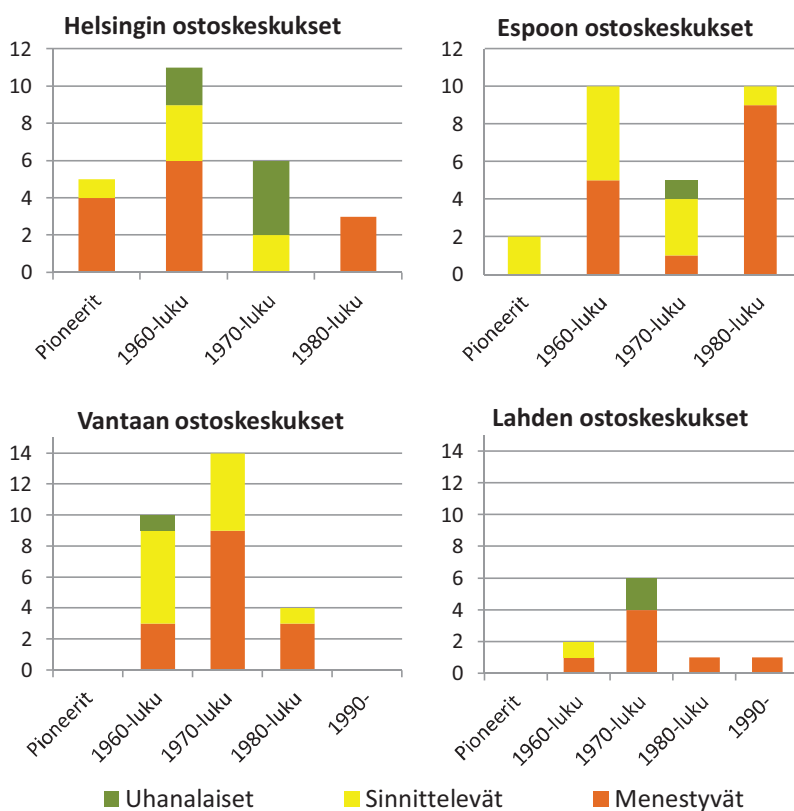
Edellinen käsitys ostoskeskuksista on Jaakko Prihan käsialaa opuksesta Lähi- ja paikalliskeskusten palvelurakenne (1996). Muitakin näköaloja nykyisin ns. vanhoista ostoskeskuksista on edellisen kuvauksen lisäksi, mm. Helsingin kaupunginmuseon kirjassa Lähiön sydän – ostari (2004). Samaan aikaan ilmestyi Selvitys Helsingin ostoskeskuksista 2004, jonka on kirjoittanut Erkki Eisto. Selvityksen pääpaino on ostoskeskusten toimialoissa ja tulevaisuuden mahdollisuuksien kuvaamisessa. Sekään ei luo yhtä pessimististä mielialaa kuin Priha. Ostoskeskusten tulevaisuuteen liittyy oleellisesti kaavoitus, kuinka tiloja on mahdollisuus laajentaa ja muokata, sekä alueen täydennysrakentaminen, joka tuo lisää asiakkaita.

Artikkeli liittyy metropoliseudun ostoskeskuksista tehtyyn tutkimukseen, joka on myös osa KatuMetro-hanketta. Tutkimuksessa on koottu 90 metropoliseudun ostoskeskuksen tietoja Helsingistä, Espoosta, Vantaalta ja Lahdesta. Tavoitteena oli saada kaikista omistaja- ja toimialatiedot, mutta ensin mainittuja tietoja saatiin puutteellisesti, koska osa isännöitsijätoimistoista kieltäytyi tietojen antamisesta. Toimialatiedoista valtaosa on esitetty ostoskeskusten pohjapiirroksissa siten, että tietty väri ilmaisee tiettyä toimialaa. Lupapiirustukset on saatu Helsingin, Espoon ja Lahden rakennuslupa-arkistoista. Vantaan aineistoja ei saatu ajoissa. Työssä Eija Huuhka on tehnyt suuren osan Espoon, Vantaan ja Lahden ostoskeskusten kartoituksesta ja toimialojen tulkinnassa. Allekirjoittanut vastaa Helsingin osuudesta sekä koko aineiston analysoinnista.

Ostoskeskukset ovat kaupunkiverkossa kauppakeskusverkoston lomassa. Miten ostoskeskukset selviävät kovan kilpailun puristuksessa? Tässä on tehty karttatulkinta siitä, onko kauppakeskuksen läheisyydellä vaikutuksia ostoskeskusten palveluvalikoimaan. Ostoskeskusten menestymistä kuvaa parhaiten niiden toimialatarjonnan monipuolisuus ja se, ettei tiloja ole tyhjillään. Toimialatarjonnan monipuolisuutta on verrattu ostoskeskusten tilallisiin tyyppeihin ja niiden pinta-aloihin.

Ostoskeskusten menestymisestä

Ostoskeskuksissa on selkeästi hahmottunut selviytymisen kannalta kolme kategoriala, jotka ovat menestyvät, sinnittelevät ja uhanalaiset. Ryhmittely perustuu tutkijan omiin havaintoihin, eikä todelliseen taloudelliseen menestykseen, mikä on liikesalaisuus. *Menestyvän* ostoskeskuksen kriteerinä on se, että siinä on vähintään yksi päivittäistavarakauppa. Tässä menestyminen tarkoittaa lähinnä selviämistä - mikä onkin menestyvä-sanan synonyymi- siten, ettei ostoskeskuksen lakkauttaminen ole lähimpien vuosien näköpiirissä. Menestyvä voi olla kuitenkin myös sellainen, jossa ruokakaupan puuttumisesta huolimatta kauppa käy. *Sinnittelevästä* ostarista päivittäistavaroita ei saa lainkaan, mutta ryhmässä on sellaisia poikkeuksia, joissa ruokakaupan lisäksi on merkittävästi tyhjillään olevaa liiketilaa. Uhanalainen ostoskeskus on kaupungin kaavoituspäätöksenä aikomus korvata nykyistä tehokkaammalla rakentamisella, mutta kuitenkin siten, etteivät palvelut katoa.



Kuva 1: Helsingin, Espoon, Vantaan ja Lahden ostoskeskusten luokittelu uhanalaisiin, sinnitteleviin ja menestyviin

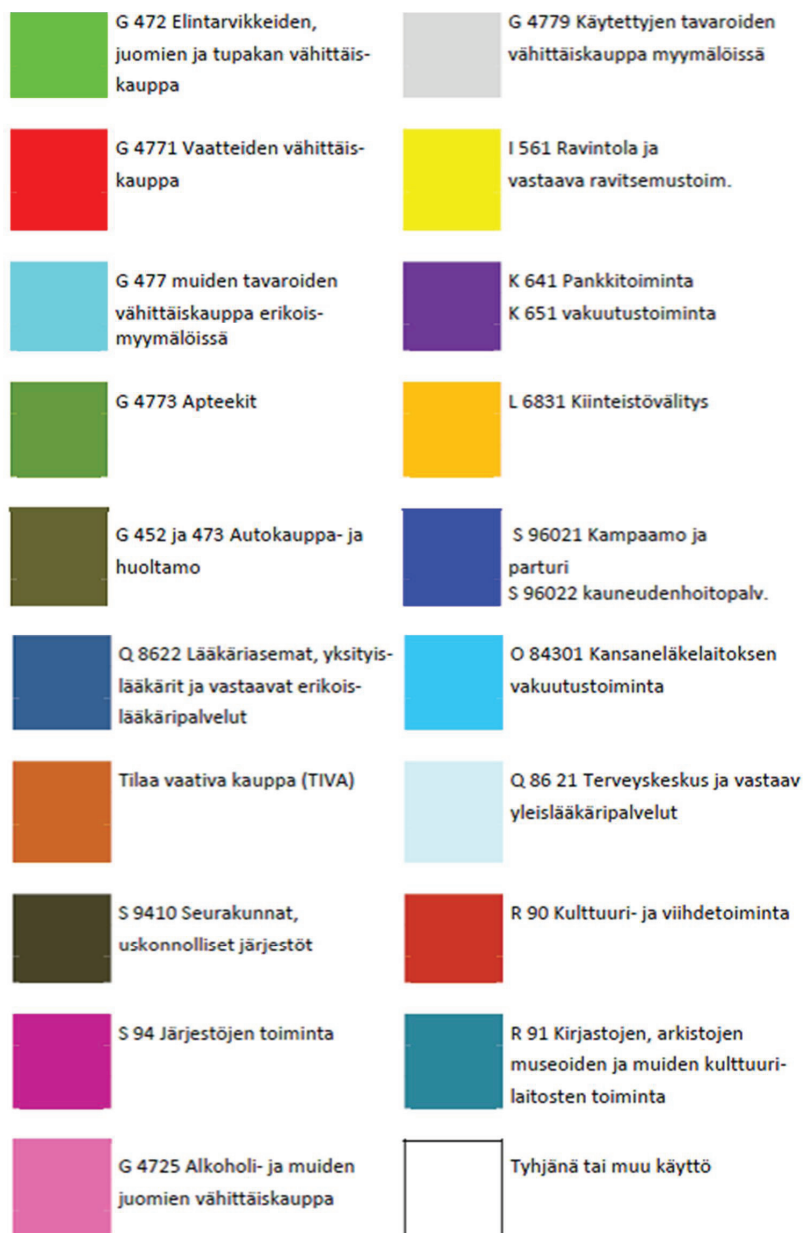
Menestyviä ostoskeskuksia on kaikissa eri aikakausina rakennettuissa, paitsi jo aiemmin mainituissa Helsingin 1970-luvun ostareissa. Lahden 1970-luvun ostoskeskuksista kaksi ostoskeskusta on uhanalaisia, koska niiden tonteilla on vireillä asemakaava myös asuntojen rakentamiseksi.

Ostoskeskusten toimialarakenteesta

Ostoskeskuksia on vertailtu toimialojen monipuolisuuden perusteella. Ostoskeskuksista on tehty toimiala-analyysit, suurimmasta osasta lisäksi havainnollistavat piirrokset pohjapiirroksiin. Vantaan ostareiden toimialat on esitetty suureksi osaksi ainoastaan luettelona piirustusten puuttumisen vuoksi. Toimialojen luokittelu on TOL-2008 mukainen. Eri toimialojen kokonaismäärää ei ole laskettu, koska tiedot ostoskeskusten liikeyritysten pinta-aloista eivät ole riittävän kattavia. Myöskään samasta syystä arviota tyhjien liikeyritysten osuudesta ei ole tehty. Toimialojen kattavuuden perusteella on kolme luokkaa: *monipuolinen*, *suppeahko ja yksipuolinen*. Monipuolisessa ostoskeskuksessa on vähintään neljä toimialaa, jotka ovat usein tarpeellisia, kuten päivittäistavarakauppa, apteekki, posti ja pankki sekä harvoin tarvittavia erikoistavarakauppoja. Suppeahkon ostoskeskuksen valikoimassa on päivittäistavaraliike, mutta puuttuu muita edellä mainittuja. Yksipuolisessa ostoskeskuksessa ei ole päivittäistavarakauppaa ja muu valikoima on vähäinen.

Esimerkkinä toimitilajakaumasta on Espoon Pohjantori:

1. **K-market Pohjantähti, Rolf Wallenius Oy** (G47113 Valintamyymälät (yli 100, alle 400 m²)) henkilöstöluokka 20-49 henkilöä
2. **SKV Kiinteistönvälitys Oy** (L68310 Kiinteistönvälitys) henkilöstöluokka 5–9 henkilöä
3. **Fysikaalinen Hoitolaitos Pohjantorin Kuntohoito Oy** (Q86901 Fysioterapia) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä
4. **Hot Lips, Hot Espoo Oy** (N77220 Videofilmien vuokraus) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä
5. **Ravintola Pizzeria San Luca** (I56102 Kahvila-ravintolat) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä
6. **Salon Prego, Savenko Tmi** (S96021 Parturit ja kampaamot) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä
7. **Salon Sun Hair: Nordberg Camilla tmi** (S96021 Parturit ja kampaamot) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä & **Tmi TainaMaarit** (S96021 Parturit ja kampaamot) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä
8. **TC-ink, Tattoo Cafe Oy** (S96090 Muualla luokittelemattomat henkilökohtaiset palvelut)
9. **Kampaamo MoKuSo Maarit Alavillamo, MoKuSo** (S96021 Parturit ja kampaamot) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä & **Parturi Leinonen Matti** (S96021 Parturit ja kampaamot) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä
10. **Länsiväylän asianajotoimisto** (M69101 Asianajotoimistot) henkilöstöluokka 1-4 henkilöä
11. **Chico' s Tapiola, HOK-Elanto Liiketoiminta Oy** (I56101 Ravintolat) henkilöstöluokka 5–9 henkilöä



Kuva 2. Ostoskeskuksen tilojen jakauma osoitetaan pohjapiirroksissa väreillä. Jako perustuu TOL-2008:aan (http://www.stat.fi/til/ttvi/ttvi_2008-09-26_luo_001.html). Oikeanpuolimmaisena sarakkeen viisi alinta luokkaa käsittävät julkista toimintaa.

Ostoskeskusten tarjonnan monipuolisuutta on verrattu niiden rakentamisajankohtaan. Kun tarkastellaan koko metropoliseutua, sen 90 ostoskeskusta, voi todeta, että monipuolisia ostoskeskuksia on eniten 1960-luvulla rakennetuissa ja yksipuolista valikoimaa on 1970-luvun ostoskeskuksissa. Suppeahko valikoima on voimakkaimmin esillä kaikissa aikaryhmissä. Poikkeuksena on Lahden Ahtialan ostoskeskus yksipuolisine vali-

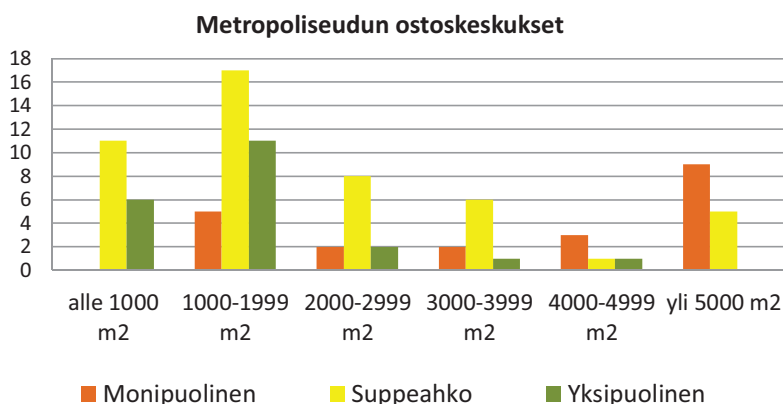


Kuva 3. Pohjantorin ostoskeskuksen pohjapiirros.

koimiseen, joka otettiin mukaan, vaikka aineiston rajausta on ajallisesti 1950–1989 rakennetut ostoskeskukset.

Metropoliseudun ostoskeskusten rakentamisajankohdan vertaaminen niiden toimialatarjontaan.

Ostoskeskusten monipuolisuuteen vaikuttaa myös niiden pinta-ala. Tässä vertailussa pinta-alat on ryhmitelty tuhannen neliön välein. Yllättävää ei ole, että isoissa ostoskeskuksissa on monipuolisempi valikoima kuin pienissä. On nähtävissä, ettei yksikään alle tuhannen neliön ostarista yllä monipuoliseen tarjontaan. Yksipuolinen toimialatarjonta on selvästi kuitenkin kaikissa kokoryhmissä pienimpänä ryhmänä. Tässä mielessä ostoskeskusten tilannetta voi pitää hyvänä.



Kuva 4. Metropoliseudun ostoskeskusten toimialatarjonta verrattuna pinta-alaan.

Ostoskeskusten tilalliset tyypit ja tarjonnan monipuolisuus

Ostoskeskusten tilarakennetta ja tyyppejä on aiemmin tutkittu jo 1950-luvulta lähtien. Ruotsalainen Arne Sjöberg matkusti Amerikkaan, ja näkemänsä perusteella luokitteli sikäläiset ostoskeskukset viiteen ryhmään.

Ruotsalainen Arne Sjöberg vertaili vuonna 1957 julkaisussaan Shopping-centra i USA och Sverige Yhdysvaltoihin ja Ruotsiin rakennettuja ja rakenteilla olevia ostoskeskuksia. Hän esitteli myös ostoskeskustyyppejä (Hankonen 1994, 237).

Taulukko 1. Arne Sjöbergin esittelemät ostokeskustyyppit

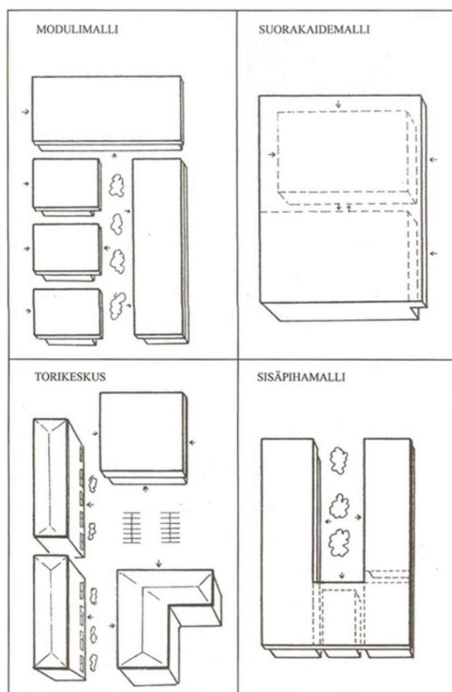
The Strip	Yksittäinen, suorakaiteen muotoinen rakennusmassa, jossa yksi pitkä julkisivu on avattu asiakkaille mainoksineen ja näyteikkunoineen ja toinen huoltoliikenteelle
The Mall	Kaksi pitkää rakennusmassaa on sijoitettu siten, että niiden väliin jää ostoskatu, johon kauppakeskus näyteikkunoineen avautuu. Huoltoliikenne on keskuksen ulkopuolelta.
U-tyyppi	"Käytännöllinen ja taloudellinen ratkaisu, jossa rakennukset on sijoitettu niin, että niillä on yhteiset päätyseinät. Pääjulkisivu on yhdenmukainen ja tavaroiden vastaanotto takapuolelta."
The Ring, kehä, rengas	Ostoskeskuksen rakennukset sulkevat sisäänsä aukion, johon liikkeet avautuvat. Tämä tyyppi sopii pieniin ostoskeskuksiin.
The Cluster	Rakennukset ovat ryhmänä aukion ympärillä. Tämä rakentamisen tapa soveltuu hyvin suuriin alueellisiin keskuksiin.

Suomessa Ari Luukinen ja Tuomas Santasalo ovat luokitelleet ostoskeskukset kirjassaan Vanhojen ostoskeskusten kaupallinen kehittäminen (1990) neljään tyyppiin.

Torikeskustyyppissä on yksi tai useampi rakennus kaupallisia palveluja tarjoavana alueena. Yleensä jokainen rakennus on oma kiinteistöyhtiönsä. Tällainen on esimerkiksi Helsingissä Herttoniemen Erätori.

Moduulimallissa usea pienehkö liikerakennus on keskusaukion tai sisäpihan ympärillä. Rakennusten osien, moduuleiden väliset kävelytiet ovat joko kattamattomia tai osin katettuja. Munkkiniemen ostoskeskus on esimerkki moduulimallista. Kulku kaikkiin liiketiloihin ei ole luontevaa, ja siksi jotkut tilat jäävät syrjäisiksi.

Suorakaidemalli on saanut nimensä muodostaan, suorakaiteesta. Se aukeaa suureksi osaksi ulospäin ja sen keskellä olevaan käytävään, jos sellainen on. Sisäkäytävän ongelmana on ilkivalta, koska sitä ei suljeta yöksi. Lehtisaaren ja Maunulan ostoskeskukset ovat tätä tyyppiä.



Kuva 5. Ari Luukisen ja Tuomas Santasalon ostoskeskusten tyyppiluokitus (Luukinen & Santasalo 1990, 24)

Sisäpihamallissa liiketilat aukeavat torille tai aukiolle. Rakennusten ulospäin antavat julkisivut ovat umpinaisia, eikä niissä ole yleensä sisäänkäyntiä liiketiloihin. Helsingin Vuosaaren, Puotilan ja Myllypuron ostoskeskukset ovat tällaisia (Luukinen & Santasalo 1990, 22–23).

Luukisen ja Santasalon luokittelusta jää puuttumaan Sjöbergin esittämä *strip*, joka vastaa suorakaidemallia perusmuodoltaan, mutta toiminnallinen tilajako ei ole sama. *Strip* on suomeksi mm. kaistale, liuska, suikale, kiitorata, sarka, liistake ja lentokenttä. Yksikään näistä sanoista ei suoraan riitä kuvaamaan *stripiä*. Pitkänomainen suorakaide -malli kuvaa parhaiten kyseistä ostoskeskustyyppiä. Toinen tyyppi, jota ei ole kummasakaan, on perusmuodoltaan L:n mallinen. Lisäisin siksi L-tyypin. Oivalinen esimerkki L-tyypistä on Jakomäen ostoskeskus.

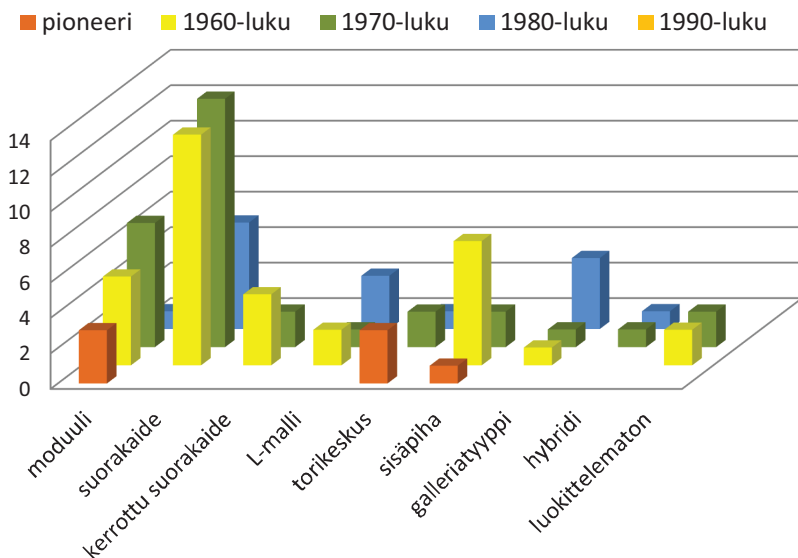
Moduulimalli on tyypiltään vastaava kuin Sjöbergin *cluster* eli ryhmä. Erkki Eiston *Selvitys Helsingin ostoskeskuksista 2004* on mukana pari ns. *galleriatyyppiä*, 1980-luvun loppupuolella rakennettua ostoskeskusta (Eisto 2004, 45).

Käytän tässä seuraavia osin soveltamiani ostoskeskustyyppisiä, jotka ovat seuraavat:

Taulukko 2. Tässä artikkelissa sovelletut ostoskeskustyytit.

Moduulimalli	Moduulimallissa on useita aukion ympärillä olevia rakennuksia, jotka useimmiten ovat erillisiä kiinteistöyhtiöitä
Suorakaide	Ostoskeskus on malliltaan suorakaide, johon käynti on suoraan ulkoa ja huolto toisen pitkän sivun puolelta
Kerrottu suorakaide	Kerrottu suorakaidemalli on synteesi ja sovellus Luukisen & Santasaloon suorakaidemallista ja Sjöbergin <i>The Mall</i> -tyypistä. Kerroksessa suorakaiteessa on suorakaiteen perusmuoto ja siinä on vähintään yksi ostoskäytävä
L-tyyppi	L-tyyppi on L:n muotoinen ostoskeskus
Torikeskustyyppi	Torikeskustyyppissä liiketilat ovat ainakin osin asuin- tai toimistorakennuksen katutasossa. Rakennukset reunustavat toriaukiota
Sisäpiha	Sisäpihatyyppissä ostoskeskus on umpinainen ainakin ulospäin ja avautuu sisäpihalle tai ostoskäytäviin
Galleriatyyppi eli kauppiastavaratalo	Galleriatyyppissä, joka on suurten kauppakeskusten edeltäjä, on suljettu tila, jossa liikkeet avautuvat lasikatteiselle galleriakäytävälle
Hybridi	Hybridi tarkoittaa tässä tyyppiä, jossa on piirteitä useista edellä mainituista

Metropolialueen ostoskeskusten tilalliset tyypit eri aikakausina



Kuva 6. Metropolialueen ostoskeskusten tilallisia tyyppieä verrattaessa rakentamisajankohtaan nähdään, että pioneerivaiheessa oli ainoastaan moduuli- torikeskus- ja sisäpihamallia.

Metropoliseudun ostoskeskusten *pioneerivaiheen*, 1950-luvun ostoskeskuksissa Helsingissä torikeskusmallia edustavat Herttoniemen Erätori, Roihuvuoren ja Pohjois-Haagan ostoskeskukset. Moduulimallin mukaisia ovat Kannelmäen ja Munkkivuoren ostoskeskukset. Espoossa tilalliselta tyypiltään Mäntyviidan ostoskeskus on moduulimallia ja Tapiontori sisäpihamallinen.

1960-luvun ostoskeskuksista puolet Helsingin ostoskeskuksista oli suorakaidetyyppiä ja loput puolet sisäpihamallia. Jakomäen ostoskeskus on L:n mallinen. Arkkitehti Erkki Karvisen suunnittelemista, 1960-luvulla valmistuneista ostoskeskuksista kaikki muut viisi ovat sisäpihamallia paitsi Konalan pieni ostoskeskus, joka on suorakaidemallinen, kerrottu sellainen. Espoon 1960-luvun ostoskeskuksista suorakaidemallisia on suurin osa eli kuusi kappaletta. Ne ovat Otaniemen, Lintuvaaran vanhan osan, Viherlaakson, Iivisniemen ja Kauklahden ostoskeskukset. Haukilahden ostoskeskus on tyypiltään kerrottu suorakaide. Kaksi on moduulimallisia, joskin ensimmäisessä, Tapiolan Oravannahkatorin ostoskeskuksessa moduulin osia on vain kaksi. Toinen on Pohjantorin ostoskeskus. Karakallion ostoskeskus on luokiteltavissa sisäpihamalliksi ja Tapiolan Heikintoria voi pitää metropoliseudun ensimmäisenä ns. galleriatyyppisenä ostoskeskuksena. Se luokitellaan usein myös kauppakeskukseksi. Vantaan 1960-lukulaisista ostoskeskuksista suorakaidemallisia ovat Liiketalo Vakula, Rekolantie 49, Korsontie 7 sekä Ristipuron ja Hiekkaharjun ostoskeskukset. Kerrottua suorakaidemallia edustaa Vantaanpuiston ostoskeskus. Peltolantie 2:n ostoskeskuksen luokittelu on hankalaa, koska siinä on piirteitä sisäpihamallista, mutta se ei ole kuitenkaan pelkästään ostoskeskus. Tässä luokittelen sen hybridiksi. Lopuista ostoskeskuksista tulkintaa ei voi tehdä, koska tutkimukseen ei saatu riittävän aikaisin ostoskeskusten pohjapiirustuksia käyttöön. Lahden saman aikakauden ostoskeskuksista sekä Mukkulan että Ruolan ostoskeskukset ovat moduulimallisia.

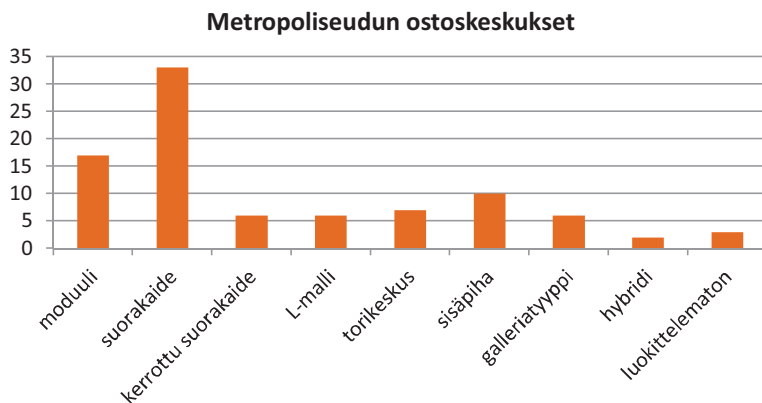
Helsingissä 1970-luvun ostoskeskuksista Lauttasaaren ja Siltamäen ostoskeskukset edustavat sisäpihamallia. Suorakaiteen mallisia ovat Melunmäen ja Pihlajamäen ostoskeskukset sekä ainoa moduulimallinen on Laajasalon ostoskeskus. Espoon saman aikakauden Kuitinmäen ostoskeskus on torikeskusmallinen, koska se koostuu viidestä kiinteistöosa-alueesta, jotka pääosin kiertävät aukion ympärille. Kerrottua suorakaidemallia on Matinkylän ostoskeskus. Olarin ja Viherkallion ostoskeskukset ovat suorakaidemallisia ja Soukan ostoskeskus edustaa hybridiä, koska koostuu useasta erityyppisestä osasta, mm. kivijalkakaupoista. Vantaan ostoskeskuksista suorakademallisia on viisi: Tikkuraitti 17, Kuulakuja 5, Laajavuorentie 8, Rautkallionkatu 3 ja Suunnistajankuja 5 ostoskeskukset. Ker-

rottujen suorakaiteiden tyyppiin lukeutuvat Mikkolan ja Pähkinärinteen ostoskeskukset. Moduulimallisiksi katsotaan Simonkallion, Kuohukuja 1 ja Heporinteen ostoskeskukset. Rajatorpan ostoskeskus on torikeskusmallinen ja Martinkeskus on luokiteltu kauppiastavarataloksi kirjassa Laatusuorakaupungilla (2008). Se on ainutlaatuinen kauppiastavarataloksi, koska se rakennettiin jo vuonna 1970. Korsotaloa eikä Myyrinpuhosta pysty tässä luokittelemaan, koska saatavilla ei ollut pohjapiirustuksia. Lahden 1970-luvun ostareista suorakaidemallisia ovat jalkarannan ja Saksalan ostoskeskukset. Moduulimallisia ovat loput, eli Liipolan, Metsäkankaan, Riihelän ja Tenava-Tonttilan ostoskeskukset. Tosin Metsäkankaan ostoskeskuksessa on myös L-mallia.

1980-luvulla rakennetut Helsingin ostoskeskukset edustavat ns. galleriatyyppiä, joita ovat Heikkaan talo ja Ogeli. Tapulikaupungin ostoskeskus on hybridi, koska siinä yhdistyvät ostoskeskusten tilatyyppejä myös osin kivijalkakauppoihin. Kontulan ostoskeskukseen tehtiin 1980-luvulla merkittävä laajennus, joka on lähinnä sisäpihamallia, mutta piirteiltään myös moduulimallinen. Espoon 1980-luvun ostoskeskusten yleisin tyyppi on suorakaidemalli. Näitä ovat Latokasken, Kirkkojärven, Laaksoalahden ja Lippajärven ostoskeskukset. Suvelan ostoskeskus on luokiteltavissa kerrotuksi suorakaiteeksi, vaikka ensimmäisessä kerroksessa tilaratkaisu poikkeaa täysin toisen kerroksen keskikäytävästä, johon liiketilat avautuvat. L-mallisia ovat Laajalahden ja Westendin ostoskeskukset, joissa L:n sisäpuolella on huolto ja liikkeet avautuvat pääosin ulkokulmapuolelle. Torikeskusmallisia ovat Kivenlahden ja Kuitinmäen ostoskeskukset. Leppävaaran Galleria on ns. galleriatyyppinen, kuten Kilon ostoskeskuskin. Tosin Kilon ostarin yläkerran käytävä on umpikuja. Vantaalla 1980-luvun ostareista Hakunilan ostoskeskus on moduulimallinen, Koivutori L-mallia ja Rekolan tie 5 suorakaidemallinen. Vantaanlaakson ostoskeskus on peruspiirteiltään suorakaidemallinen, mutta pohjapiirustuksen puuttumisen vuoksi tarkkaa tulkintaa ei voi tehdä. Lahden 1980-luvun ostoskeskuksista Möysän liiketalo on suorakaidemallinen. Aineistoon valittu ainut 1990-luvun ostoskeskus, Lahden Ahtialan ostoskeskus on moduulimallinen.

Suorakaidemallisia on metropoliseudun ostoskeskuksissa eniten, 33 kappaletta ja seuraavaksi suosituin on moduulimalli, joita on 17. Sisäpihamallisia on kymmenen ja torikeskusmallisia seitsemän. Kuutta kappaletta on kerrotun suorakaiteen mallisissa, L-mallisissa ja galleriatyyppisissä. Hybridejä on kaksi ja luokittelemattomia kolme. Tämä viimeinen ryhmä on niitä Vantaan ostoskeskuksia, joista ei ole riittävästi tietoa luokittelua varten.

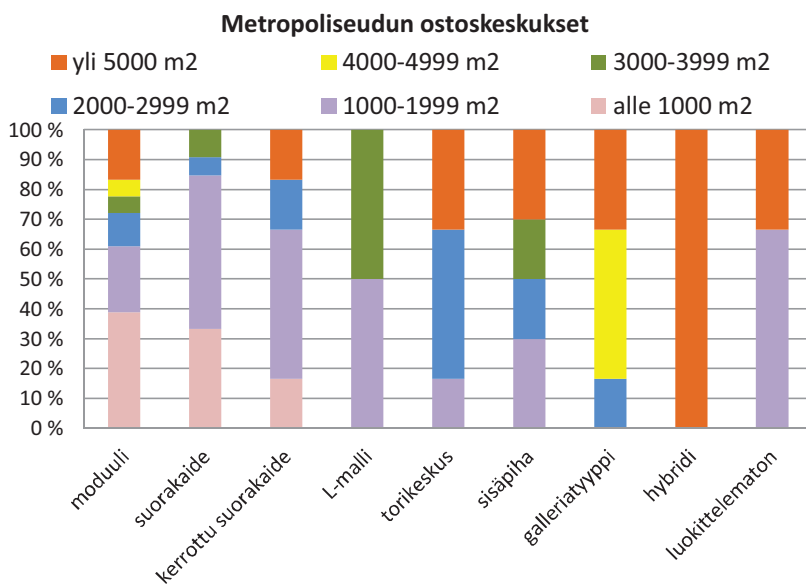
Tilatyyppin ja toimialatarjonnan välisessä vertailussa torikeskus-, sisäpiha-, galleria-, ja hybridimallisissa ei ole yksipuolista tarjontaa. Suorakaide- ja



Kuva 6. Metropoliseudun ostoskeskusten tilalliset tyypit.



Kuva 7. Ostoskeskusten tilallisten tyyppien keskiarvokoot suurusjärjestyksessä metropolialueella.



Kuva 8. Ostoskeskustyyppien koko prosenttiosuuksina.

kerrotussa suorakaidemallissa on eniten yksipuolista toimialatarjontaa, koska valtaosa niistä on myös kooltaan pieniä.

Kun vertaillaan ostoskeskusten tilallisten tyyppien keskiarvoista kokoa metropolialueella, saadaan tuloksia, jotka eivät yllätä. Suorakaiteen malliset ovat pienimpiä ja galleria- sekä hybridimalliset suurimpia. Jälkimmäiset on rakennettu 1980-luvun lopulla ja ovat ennakoineet kauppakeskusten tuloa. Kaikkien ostoskeskusten keskiarvo metropolialueella on 3200 m².

Tilojen koon ja tilatyyppien vertailussa näkyy selkeästi se, että suorakaiteen mallisissa on eniten pienimpien kokoluokan ostareita. Moduulimallissa yllättävää on se, että niistä valtaosa niistä on alle tuhannen neliön kokoisia.

Hybridit ovat kaikki suuria ostoskeskuksia, yli 5000 m²:n kokoisia, mutta yksikään suorakaide- eikä L-mallinen yllä näin suureen kokoluokkaan. Galleriatyyppissä on pienehköjäkin ostoskeskuksia, mutta ne ovat kooltansa yli 2000 m². Loput ovat yli 4000 m². Eniten vaihtelua kokoluokissa on moduulimallissa, koska siinä ovat edustettuina kaikki kokoluokat. Suorakaidemallisista puuttuvat suurimmat kokoluokat, mutta kerrotuista suorakaiteista uupuvat taas keskikokoiset.

Toimialatarjonnan monipuolisuuden ja tilallisten tyyppien välisestä suhteesta käy ilmi, että parhaiten asiat ovat sekä galleria- että hybridityyppisillä. Syynä on mitä ilmeisimmin se, että niiden koko on keskimäärin ostoskeskusten suurimmista luokista. Sisäpiha- eikä torikeskusmallisissakaan ole yksipuolisia toimialavalikoimia, mutta suppeahkoja on erityisesti torikeskusmallisissa. Kerrottu suorakaidemalli jakaantuu tasaisimmin kaikkiin kolmeen ryhmään.

Määrällisessä tarkastelussa on havaittavissa, että moduulimallissa on eniten monipuolisia ja suorakaidemallissa taas eniten yksipuolisia ostoskeskuksia. Suorakaidemallisten yksipuolista toimialatarjontaa selittää se, että niissä on merkittävästi eniten pieniä, alle 2000 m²:n ostoskeskuksia.

Ostoskeskukset kauppakeskusverkostossa

Metropoliseudun kauppakeskukset ovat vaikuttaneet ostoskeskusten menestymiseen. Ostariaineistossa on kuitenkin pari sellaista, jotka on luokiteltu myös kauppakeskuksiksi. Näitä ovat Helsingissä Ogeli ja Espoossa Heikintori. Tässä on arvioitu muiden kauppakeskusten vaikutuksia ostoskeskuksiin. Menetelmänä on karttatarkastelu.

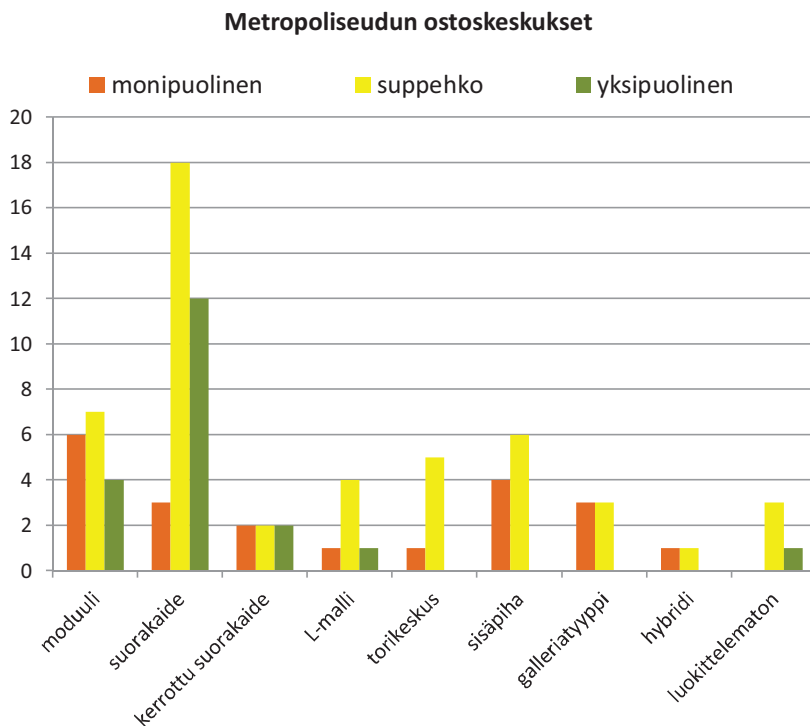
Helsingissä luoteessa on Ristikön kauppakeskus, jonka vaikutusalueella on Kannelmäen ostoskeskus. Maunulan eli Suursuon ja Pohjois-Haagan ostoskeskukset ovat sen verran etäällä Ristikosta, että sen vaikutus tuskin on kovin suuri. Koillis-Helsingin Malmintorin suurimmat vaikutukset ulot-

tuvat Tapulikaupunkiin ja Puistolaan, jonne on hyvä ratayhteys Malmin-torilta. Itä-Helsingin kauppakeskuksia ovat Herttoniemen Megahertsi, kauppakeskus Lanterna, Itis (Itäkeskus), Myllypuron ostari ja kauppakeskus Columbus. Megahertsissä on pankkeja, jotka puuttuvat esimerkiksi Laajasalon ja Roihuvuoren ostoskeskuksista. Tästä syystä se mitä ilmeisimmin vie ostovoimaa em. ostoskeskuksilta. Kauppakeskus Lanternan vaikutukset ostoskeskuksiin jäävät vaatimattomiksi, koska se on erikoistunut rakennus- ja sisustustarvikkeisiin. Itis on niin suuri, että se vaikuttaa kaikkein laajimmalle, mutta toisaalta sen vieressä oleva Puotinharjun Puhos on vielä hyvässä vedossa. Se on parhaimmista päiväistään taantunut, mutta nykyisin se saattaa napata osan Itikseen suuntautuvasta asiakasvirrasta. Uuden Myllypuron Ostarin vaikutukset ulottuvat Kontulan ja Mel-lunmäen ostoskeskuksiin. Sijaintinsa puolesta Kauppakeskus Columbus vie eniten asiakkaita Pohjois-Vuosaaren ostoskeskukselta.

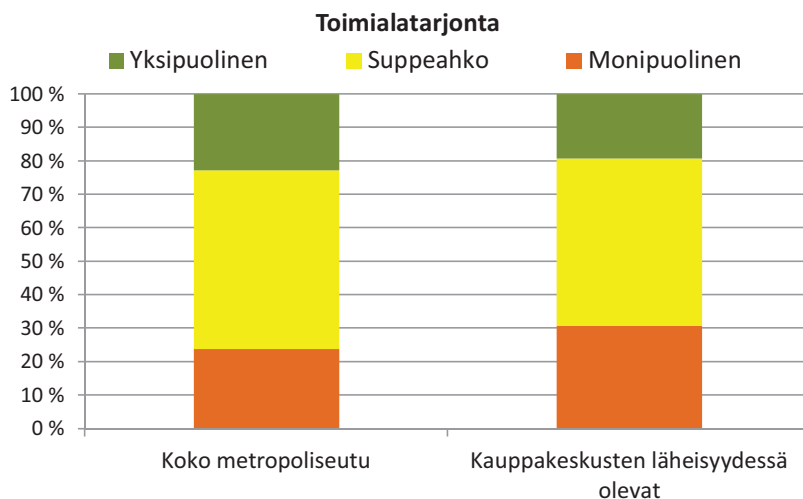
Espoon Leppävaarassa oleva Sello on kokonsa ja sijaintinsa puolesta suurin uhka Leppävaaran gallerialle, mutta se vie ostovoimaa myös laajalta alueelta. Matinkylän Iso Omena on jo nyt käytännössä kuihduttanut Matinkylän vanhan ostoskeskuksen, joka tullaan purkamaan. Ison Omenan vaikutukset ulottuvat ainakin Olarin, Kuitinmäen, Haukilahden ja Westendin ostoskeskuksiin. Kauppakeskus Merituuli on rakentamiseen ja sisustukseen erikoistunut ja siksi se ei kilpaile ostoskeskusten kanssa. Suomenojalla oleva kauppakeskus Martinsilta ja Espoonlahden Lippulai-va vievät ostovoimaa Iivisniemestä, Soukasta ja Kivenlahdesta. Espoon keskuksen kauppakeskus Entresse ja Espoontori ovat vaikuttaneet Kirk-kojärven ja Suvelan ostoskeskusten kurjistumiseen. Toisaalta Suvelan ostoskeskuksen sijainti muutenkaan ei ole hyvä, koska se on erillään asu-duksesta.

Vantaalla kauppakeskus Jumbon läheisyydessä ei ole ostoskeskuksia, mutta sen vaikutusta ostoskeskusten asiakasmäärin ei voi kiistää. Viihde-keskus Flamingo on Jumbon vieressä, ja sen kaupallinen tarjonta rajoit-tuu erikoiskauppaan, lähinnä merkkivaatteisiin. Tikkurilan kauppakeskus Tikkurin lähialueella on Tikkuraitti 17:n ja Peltolantie 2:n ostoskeskukset. Uusi kauppakeskus Martinlaakson Ostari rakennettiin Martinlaakson ostarin eli Aseman liikekeskuksen paikalle. Sen läheisyydessä on Myyrin-puhos, Martinkeskus ja Laajavuorentie 8. Myyrmannin ja Isomyyrin kauppakeskukset ovat myös lyhyen matkan päässä.

Lahdessa on kaksi kauppakeskusta: Trio ja Karisma. Trio on keskustas-sa ja Karisma on Möysän läheisyydessä, mutta Ohitustien (E 75) toisella puolella. Tenava-Tonttilan ostoskeskus, Ruolan ostoskeskus ja Möysän liiketalot ovat alle kahden kilometrin päässä siitä. Prisma Lahdella on



Kuva 9. Toimialatarjonta ja tilatyyppit määrinä.



Kuva 10. Metropoliseudun ostoskeskusten toimialatarjonta ja tilallinen tyyppi prosenttiosuuksina.

vaikutuksia ostoskeskusten asiakasmääriin, etenkin Liipolan ostoskeskukseen. Vajaa kolmekymmentä metropoliseudun ostoskeskusta on niin lähellä kauppakeskusta, että sillä on todennäköisesti vaikutusta myyntiin, mutta toisaalta reilut kuusikymmentä ostaria on sen verran kaukana kauppakeskuksista, että niiden vaikutukset jäävät vähäisiksi.

Minkälainen vaikutus kauppakeskusten läheisyydellä on ostoskeskusten toimialatarjonnan monipuolisuuteen? Tässä yllättävää on se, että verrattaessa kaikkien ostoskeskusten keskiarvojakaumaa niihin ostoskeskuksiin, jotka ovat kauppakeskusten läheisessä vaikutuspiirissä, monipuolista toimialavalikoimaa on enemmän ja yksipuolista on vähemmän kauppakeskusten lähellä kuin keskimäärin. Tästä ei voi tehdä mitään johtopäätöksiä, koska myös asuinalueiden asukasmäärien muutoksilla on oma vaikutuksensa, jota tähän selvitykseen ei ole otettu.

Lopuksi

Ostoskeskusten luokittelu menestyviin, sinnitteleviin ja uhanalaisiin on havaintoihin perustuvaa, eikä todelliseen taloudelliseen menestymiseen, koska liikesalaisuudet eivät kuulu tutkijalle. Siksi sen luotettavuus ei ole selvää. Tästä syystä tosiasioihin perustuva kategorisointi vuoden 2011 toimialoihin on ensin mainittua hedelmällisempää.

Ostoskeskusten tilanne ei ole metropoliseudulla kovinkaan huono, koska toimialatarjonta on harvoin yksipuolinen. Monien ostoskeskusten menestymistä on autettu kaavoittamalla lähiympäristöön asuinrakennuksia. Näin on tehty Helsingin Puotilan, Espoon Karakallion ja Haukilahden ostoskeskuksessa. Tosin viimeiseksi mainitun viereen on lisäksi rakennettu uusi kauppakeskus. Espoossa nämä edellä mainitut asuinrakennukset ovat vanhusten asuintaloja.

Kauppakeskusten vaikutusta ostoskeskusten toimialarakenteeseen ei voi todeta, koska jotkut muut seikat kuin pelkkä sijainti vaikuttavat asiaan. Se tuli esille, että yli kaksi kolmasosaa ostoskeskuksista ovat kauppakeskusten lähipiirin ulkopuolella. Tässäkin mielessä ostoskeskusten tilannetta voi pitää hyvänä.

Ostoskeskusten tilallisella tyypillä ei vaikuttaisi olevan merkitystä menestymisen mahdollisuuksiin, kuten ei välttämättä koollakaan. On kuitenkin ilmeisen selvää, että keskimäärin isossa ostoskeskuksessa on yleensä enemmän toimialatarjontaa kuin pienessä.

Ostoskeskusten pahin kaljakapakkasuuntaus on kuitenkin ilmeisesti ohi, koska yhtäkään ainoastaan ravintolapitoista ostoskeskusta aineistossa ei ole. Pankkien ja postien katoaminen on edelleen jatkuvaa, mutta tyhjeneviin tiloihin voi sijoittaa uutta, kuten julkisia palveluja. Esimerkiksi Espoon Westendin ja Helsingin Lehtisaaren ostoskeskuksissa on päiväkoteja. Myös kokoontumistiloja mm. maahanmuuttajille on tullut. Toisaalta yksityisiä henkilökohtaisia hyvinvointipalveluja eli *day spa* -palveluja on tullut yhä enenemässä määrin, kuten fysioterapiaa, kauneushoitoloita ja kynsistudioita.

3.5 Ostoskeskusten kehittämisen edellytykset kiinteistönomistuksen ja johtamisen näkökulmasta

Karin Krokfors, Aalto-yliopisto/YTK

Ostoskeskusten kehityksen lainalaisuudet ovat oleellisesti muuttuneet kaupan ja lähikaupan rakenteen muutosten myötä Suomessa. Kaupan alan kehitys kauppakeskusten aseman korostuessa on kurittanut ostoskeskuksia ja niiden toimintaedellytyksiä (Eisto 2004, 2). Palvelujen tarjonta on viimeisen 20 vuoden aikana kaventunut niissä oleellisesti. Erkki Eiston vuonna 2004 laatimassa ostoskeskusselvityksessä erottuvat ajankohdan tarkastelussa jo elinkelpoiset, taantuvat ja toimintansa lopettavat ostoskeskukset. Kävelyetäisyydellä olevien lähipalveluja tuottavien ostoskeskusten katoaminen on kuitenkin ongelma, joka koskettaa erityisesti vanhenevaa ja julkisiin liikennevälineisiin tukeutuvaa väestönosaa. Lähipalvelujen kehittäminen on merkityksellistä myös kestäväen kehityksen myötä, jossa henkilöautoliikenne perustuva palvelujen saatavuus keskittyneissä kauppakeskuksissa rasittaa ympäristöä ja köyhdyttää taajamarakennetta, jossa ostoskeskukset pääsääntöisesti sijaitsevat.

Tutkimusosion tavoitteena on kyetä määrittelemään ostoskeskusten kestävyys- ja säilymisen edellytyksiä johtamisen ja omistuksen näkökulmasta. Ostoskeskukset ovat lähinnä kiinteistöyhtiöitä muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Ostoskeskukset ovat kooltaan huomattavasti kauppakeskuksia pienempiä yksiköitä, jossa rajana pidetään yleensä 5000 m² (Luoto 2001, 5). Monissa ostoskeskuksissa omistus on hyvin hajautunutta, joka on asettanut haasteita ostoskeskuksen johtamiselle ja kehittämiselle. Ostoskeskusten johtaminen poikkeaa kauppakeskusten johtamisesta. Kun kauppakeskuksissa on yleensä paikalla toimiva johto, niin ostoskeskuksia johdetaan hallituksen avulla, joka määrittelee toimintaa. Ostoskeskuksissa omistajat ovat mukana kukin yhtenä toimijana.

Viime vuosina on kuitenkin ollut havaittavissa kiinnostusta ostoskeskusmaisten lähipalvelujen kehittämiseen, joskin pitkälti kauppakeskuskonseptin pohjalta. Niissä hallinta- ja omistusmallit on viety astetta totuttua kauppakeskusmallia pienempiin yksiköihin ja ne ovat brändätty uusiksi ostoskeskuksiksi (Citycon 2010a). Tästä esimerkkinä mm. Cityconin Myllypuron ostoskeskuksen kehittäminen. Myllypurossa on päädytty kuitenkin uudis-

rakennukseen, joten siinä ei suoranaisesti ole kyse olemassa olevan ostoskeskuksen kehittämisestä.

Tutkimusmetodit ja aineistot

Tutkimusaineistona on pääasiassa puolistrukturoidut haastattelut, jotka tehtiin vuoden 2011 aikana. Haastateltavat tahot on valittu tutkijan arkkitehti TkL Karitta Laitisen tekemän ostoskeskusselvitysosion pohjalta. Selvitys keskittyy Helsinkiin, mutta ostoskeskusten otos on sen verran suuri, että sen pohjalta on katsottu voitavan tehdä ostoskeskuksia koskevia yleistyksiä. Selvityksessä on käytetty pohjana TOL 2008 luokituksen tilojen jakaumia käyttötarkoituksen mukaan ja selvityksen sisältämiä käyttötarkoituksen mukaisia omistajatahoja. Myös ostoskeskusten pääasiallisista omistajatahoista on saatu tieto Karitta Laitisen selvityksestä, jossa on mm. omistajatahoilta päivitetty Erkki Eiston aikaisempaa ostoskeskusselvitystä. Karitta Laitisen selvityksen pohjalta on tässä raportissa tehty typologisointi ostoskeskusten tyypillisistä omistajatahoista.

Tärkeimpinä tahoina ja yleensä suurimpina omistajina ostoskeskuksissa voidaan pitää vähittäiskaupan suuria toimijoita Kesko-ryhmää ja S-ryhmää. Varsinkin historiallisesti S-ryhmä on Elannon liikkeiden kautta ollut omistajana ostoskeskuksissa aina niiden alkutaipaleelta asti. Elannon ja HOK:n fuusion myötä, jotka ovat molemmat osa S-ryhmää, ovat omistajana suurimmassa osassa Helsingin ostoskeskuksia. Varsin monissa on omistajana myös Keskoa lähellä oleva kiinteistökehitysyhtiö Citycon (Eisto 2004, 3). Ostoskeskuksissa on myös erittäin paljon pieniä omistajia, joiden palveluprofiilit vaihtelevat suuresti.

Pääasiallisiksi omistaja- ja hallintatahojen typologisoinniksi ja haastateltaviksi on valikoitunut seuraavat tahot:

Ostoskeskuksella on yksi isompi pääomistaja	Kiinteistökehitysyhtiö Citycon HOK/Elanto
Ostoskeskuksessa toimiva pienomistaja	Kahden omistajan terveydenhoitopalveluja tuottava yritys
Ostoskeskuksessa toimiva julkinen taho (joko omistajana tai vuokralaisena)	Helsingin kaupungin tilakeskus

Puolistrukturoitu haastattelu

Haastateltaville on haastattelun pohjaksi tehty kysymyslista. Kysymysten pohjana ovat olleet pitkälti omistajuuden ja johtamisen näkökulma,

mutta se on kytketty myös muihin ostoskeskuksen elinkelpoisuuteen oleellisesti vaikuttaviin seikkoihin kuten sijaintiin ja tilallisiin ominaisuuksiin sekä niiden pohjalta kumpuaviin haasteisiin ostoskeskuksen johtamisessa ja kehittämisessä.

Sijainnin merkitys ostoskeskuksen kehittämiselle

Omistajien tarpeet ja toiveet itse ostoskeskusten kehittämisen kannalta ovat pitkälti toimialaan liittyviä. Pääasiallisena jakolinjana voidaan ostoskeskuksen kehittämisen kannalta pitää sitä, onko sijainti ostoskeskuksessa toiminnalle oleellinen vai ei. Sitoutuminen paikkaan asiakasvirtojen kautta on suurempi esimerkiksi pienellä leipomolla kuin hammaslääkärin vastaanotolla. Myös kaupungin ollessa omistajana tai vuokralaisena sillä on merkitystä muiden toimijoiden asiakasvirtojen kannalta. Esimerkiksi kirjastopalvelut voivat tuoda asiakkaita myös pienille erikoisliikkeille ja lähi-kaupalle.

Myös suhde muihin ympäristön palveluihin on olennaista. Kauppakeskuksen läheisyys voi olla kuolinisku ostoskeskukselle. Joissain tapauksissa ostoskeskukset voivat myös hyötyä kauppakeskuksen läheisyydestä, jos ne pystyvät tavalla tai toisella kompensoimaan kauppakeskuksen toimintaa.

Tilojen merkitys ostoskeskuksen kehittämiselle

Toimittaessa olemassa olevissa tiloissa tilojen kunnossapito muodostuu olennaiseksi. Tilojen laajennusmahdollisuus voi olla myös erittäin merkityksellistä kehittämisen kannalta. Toisaalta suojelumääräyksillä on myös vaikutusta tilojen kehittämiseen.

Tutkimustulokset - haastateltavien näkemyksiä alustavan typologisoinnin pohjalta

Ostoskeskuksella on yksi suurehko pääomistaja

Citycon

Cityconin omistus keskittyy suurelta osin pääkaupunkiseudulle, mutta myös muualle Suomeen, Baltiaan sekä Ruotsiin. Omistusosuus niissä vaihtelee suuresti 8 % -100 % välillä. 15 %:ssa kiinteistökannasta omistusosuus on alle 50 % ja 45 %:ssa kiinteistökannasta omistus on 100 %. Pääkaupun-

kiseudulla vähemmistöomistuksia on suhteellisesti enemmän. (Citycon 2010b, 56-58.)

Citycon on brändännyt ostoskeskuskonseptin kauppakeskuksille, jotka ovat normaaleja kauppakeskuksia pienempiä (esim. uusi Martinlaakson kauppakeskus, jonka vuokrattava kokonaispinta-ala on yhteensä 7500 m²). Vasta ulkomaisen omistuksen myötä vuoden 2003 jälkeen alettiin Cityconissa nähdä kehityspotentiaalia ostoskeskuksissa.

Cityconin näkemyksen mukaan ongelmat ostoskeskusten johtamisessa ovat hajautuneessa omistuksessa ja siinä, että kiinteistöyhtiön hallitus johtaa toimintaa. Toiminnan ohjaus on silloin hyvin vaikeaa. Kun kauppakeskuksilla on oma päällikkö, kiinteistöpäällikkö ja markkinointipäällikkö, niin ostoskeskusten johtamisesta vastaavat hallituksen vastuhenkilöt vaihtuvat eivätkä ole läsnä ostoskeskuksissa. Uudessa ”ostari”-konseptissa Cityconin mukaan persoonalliset palvelut lisääntyvät ja palveluiden markkinointi on helpompaa. Uuden ostoskeskuskonseptin kehittämisessä nähtiin tärkeimpänä arkiset palvelut ja niiden helppo saavutettavuus. Myös demografiset muutokset vanhusväestön osuuden kasvaessa ja nuorten kasvava tietoisuus autoilun haitoista on lisännyt kiinnostusta ”ostari”-konseptin kehittämiseen. Tosin vasta kauppakeskustasolla toiminta nähdään kannattavana. Potentiaalia nähtiin ostoskeskuksille kokoluokassa yli 5000 m², joissa yhdellä toimijalla on enemmän kuin 50% omistuksesta. Myös muiden toimintojen kuten asumisen tuominen ostoskeskuksiin nähtiin positiivisena.

HOK/Elanto

HOK/Elannon ostoskeskuksia on pääkaupunkiseudulla n. 30 kpl. Omistuksia on myös muualla Suomessa varsinkin pääkaupunkiseudun ympäristökunnissa. HOK on ollut omistajana kiinteistöissä aina 1960–1970-luvulta lähtien. Omistuksia on tullut myös senkin jälkeen. Omistusten rinnalla HOK/Elanto toimii myös vuokralaisena ostoskeskuksissa. Sillä ei ole omaa kehitysyhtiötä ostoskeskuksille tai kauppakeskuksille, vaan strateginen kehittäminen tapahtuu keskusliiketasolla vuosittaisen tarkastelun yhteydessä. Kaiken toiminnan kehittämisen lähtökohtana on kaupallisten palveluiden kehittäminen.

HOK/Elannossa nähdään, että kaupan rakennemuutos on vaikuttanut sen verran voimakkaasti ostoskeskusten elinehtoihin, että niiden tulisi kehittyä kilpailukykyisiksi, tai ne joudutaan purkamaan. Kauppakeskukset vievät myös elintilan pieniltä ostoskeskuksilta. Näin on käynyt mm. Vuosaarella, missä ostoskeskus kuihtui ja se purettiin. Tilalle rakennettiin asuntoja. Varsinkin pienille omistajille purkaminen on ongelmallista

ja voi johtaa jopa omaisuuden arvon romahtamiseen. Jos ostoskeskuksilla ei ole kaupallisen menestymisen mahdollisuuksia, niistä pyritään eroon.

Tilalliset näkökulmat

Ostoskeskuksen ja kauppakeskuksen erona pidetään tilallisesti ulkotilan ja sisätilan suhdetta. Kauppakeskuksissa on yleensä pääovi ja tiloihin kuljetaan käytävätilojen kautta, jotka ovat suljettua sisätilaa. Ostoskeskuksissa tilat ovat suoraan yhteydessä ulkotilaan omilla sisäänkäynneillä. Kauppakeskuksessa kaikki vastaavat yleisten sisätilojen kustannuksista ja ylläpidosta.

Omistajuuden hajautumista pidettiin ongelmallisena olemassa olevien ostoskeskusten tilojen kehittämisessä. Molemmat suuret omistajatahot pitivät suojelua ostoskeskusten tilallisen kehittämisen kannalta myös erityisen ongelmallisena, koska tiloja kehitetään olemassa olevien tilojen suomen mahdollisuuksien rajoissa. Varsinkin HOK/Elanto näki suojelun usein palveluiden kehittämisen alasajona, koska suojelulla ei taata kaupallisia palveluita. He näkivät suojelun siten, että kaupungin tulisi silloin lunastaa tilat, koska kaupalliset toiminnot tarvitsevat nykyaikaisia tiloja.

Sijainti ja suhde muihin toimijoihin

Keskeinen sijainti ja suhde muihin toimijoihin nähtiin merkityksellisenä ostoskeskusten säilymiselle ja kehittämiselle, koska lähipalveluita tarvitaan aina. Ostoskeskuksista kehittyi kuitenkin mahdollisesti pelottavia paikkoja, jos päivittäistavarakauppa häviää niistä.

Molemmat isot omistajatahot pitivät kuitenkin positiivisena julkisten toimijoiden läsnäoloa ostoskeskuksissa, vaikka HOK/Elanto ei pitänyt sitä erityisen merkityksellisenä ostoskeskusten toiminnalle vaan korosti päivittäistavarakaupan merkitystä ja julkisten palveluiden tukeutumista siihen. Myös sijoittumista hyvien julkisten kulkuyhteyksien varrelle pidettiin tärkeänä.

Yleisesti voidaan suurten omistajien huolena pitää omistuksen ja hallinnan hajautumista ostoskeskuksissa, joissa suuromistajien rinnalla on myös useita pienten liiketilojen omistajia. Tarpeet ja näkökulmat kehittämiselle voivat vaihdella pienten ja suurten omistajien välillä huomattavasti. Pienillä omistajilla ei usein ole tarvetta suuriin muutoksiin esim. isoihin korjauksiin tai laajennuksiin, koska niiden aiheuttamia kuluja on omalla liiketoiminnalla vaikeampi kattaa kuin isoilla kiinteistön kehittäjillä ja keskusliikkeiden omistajilla, jotka toimivat useissa ostoskeskuksissa.

Suuret toimijat pitivät päätöksentekoa vaikeana hajautuneessa omistuksessa, koska kaikki päätökset tehdään yleensä viime tingassa ja yleisempi pitkän tähtäimen kehittämistendenssi puuttuu. Erisuuruisilla toimijoilla on myös hyvin erilaiset resurssit kehittää toimintaansa ja palvelut usein hei-

kentyvät sen seurauksena. Eri kauppaliikkeiden kilpailu voi myös haitata kehittämistä. Tosin tässäkin oli joitakin sävyeroja selkeän kiinteistönkehitysyhtiön ja keskusliikevetoisen omistajan puolelta. HOK/Elanto, jonka omistus ostoskeskuksissa periytyy jo niiden alkutaipaleelta, suhtautui optimistisemmin yhteisen tahtotilan löytymiseen kuin Citycon, jonka kehittämisen tavoitteet olivat kauppakeskusmaisemmassa toiminnassa. HOK/Elanto näki keskustelun tärkeäksi eri toimijoiden välillä yhteisten intressien löytämiseksi ostoskeskusten kehittämisessä. Myös päivittäiskauppa nähtiin tärkeänä ostoskeskuksille. Ostoskeskukset näivettyvät päivittäiskaupan lähdettyä niistä. Myös kauppakeskuksen sijaintia ostoskeskuksen läheisyydessä pidettiin ostoskeskuksen kannalta huonona, jolloin ostoskeskuksen tulisi etsiä jokin toinen profiili itselleen.

Ostoskeskusten kehityspotentiaali

Kullakin ostoskeskuksella nähtiin olevan oma asemansa, joka on aina monen ominaisuuden summa – niin kiinteistönomistuksen kuin vuokrasuhteidenkin jakautumisen kuin myös sijainnin ja suhteen muihin toimijoihin sekä julkisiin liikenneyhteyksiin. Varsinkin HOK/Elanto näki, että kunkin ostoskeskuksen potentiaali tuli yksilöllisesti määrittää kehityksen pohjaksi.

Ostoskeskuksessa toimiva pienomistaja

Pieni terveydenhuoltopalveluja tarjoava yritys

Kahden osakkaan yritys on toiminut vuodesta 1994 pohjoishelsinkiläisessä ostoskeskuksessa. Ostoskeskus on osa asunto-osakeyhtiötä, johon erillisen ostoskeskuksen lisäksi kuuluu asuinrakennuksia. Aseman omistussuutena on n. 10 % koko ostoskeskuksesta.

Ostoskeskuksen liiketilojen yhtiövästike on kaksinkertainen asunnonomistajiin nähden, joten liiketilojen omistajien näkemyksillä on ollut painoarvoa yhtiökokouksissa. Omistus ostoskeskuksessa on kuitenkin hyvin hajautunut. Sillä on vain yksi muita liiketiloja oleellisesti suurempi toimija. Omistuksen hajautuneisuus on johtanut siihen, että ostoskeskus on päässyt rapistumaan ja huonoon kuntoon, koska korjauspäätöksiä ei ole saatu aikaiseksi. Asunnonomistajilla ei ole myöskään ollut kiinnostusta ohjata varoja ostoskeskuksen kunnostamiseen, ja koska liiketilojen omistajilla on ollut hyvinkin eri näkemyksiä kunnostustoimenpiteistä, ei kunnostamista ole saatu aikaiseksi. Osana ongelmaa on ollut myös se, että liiketilojen omistajat näkevät toisiaan lähinnä yhtiökokouksissa. Jopa ostoskeskuksen purusta keskusteltiin muutama vuosi sitten. Asunto-

osakeyhtiöllä oli kiinnostusta purkaa ja lunastaa liiketilat pois ja rakentaa paikalle lisää asuntoja. Tästä kuitenkin kustannussyistä luovuttiin.

Yritys näki ostoskeskuksen toimimisen asunto-osakeyhtiön osana huonona ratkaisuna, varsinkin jos taloyhtiötä ei hoideta kunnolla. Koko ostoskeskuksella on yksi edustaja taloyhtiön hallituksessa.

Tilalliset näkökulmat

Yrityksen tilalliset vaatimukset soveltuvat hyvin vanhoihinkin ostoskeskuksiin ja toimintaa on melko helppo muokata vanhoihin tiloihin. Vaikka yritys ei kärsi ehkä yhtä paljon kuin muut liikkeet epäsiististä ulkoasusta, on sillä ollut kuitenkin muille liiketiloille taloudellista merkitystä. Toisaalta yrityksen asiakaskunta on kuitenkin pitänyt hyvänä parkkipaikkojen erinomaista saatavuutta ostoskeskuksen läheisyydessä.

Sijainti ja suhde muihin toimijoihin

Yritykselle sijainti ei ole oleellinen. Se voi periaatteessa sijaita missä vain, kunhan esteettömyydestä ja parkkipaikoista on huolehdittu. Yrityksen sijoittuminen ostoskeskukseen oli lähinnä sattumaa. Terveystieteiden palvelu- ja tuottavilla yrityksillä on nykyisin kuitenkin ollut trendi sijoittua liiketilojen yhteyteen. Ennen ne mm. toimivat asuntojen yhteydessä. Muut palvelut eivät tue yrityksen tapaisen toimijan sijoittumista: sinne mennään varta vasten saamaan tiettyä palvelua.

Ostoskeskusten kehityspotentiaali

Yrityksen omistajat näkevät ostoskeskuksen kehityspotentiaalin lähinnä siinä, jos sinne voidaan sijoittaa toimintaa, joka ei tukeudu ohikulkijoihin ja jatkuviin asiakasvirtoihin. Heille ostoskeskuksen kehittäminen ei kuitenkaan ole olennaista oman toiminnan kannalta. Ostoskeskuksen muista toimijoista suurin on ollut innostunein ostoskeskuksen kehittämistä.

Ostoskeskuksessa toimiva julkinen taho

Helsingin kaupungin tilakeskus

Helsingin kaupungin tilakeskus toimii lähinnä vuokralaisena kaupungin eri ostoskeskuksissa. Tämä johtuu siitä, että ostoskeskuksista ei haluta vähemmistöomistuksia. Tilat ostoskeskuksissa ovat kuitenkin murto-osa kaupungin palvelupisteistä. Kriteerinä sijoittumiselle on usein vuokran kohtuullisuus.

Kauppakeskuksissa ei yleensä ole ongelmia toiminnassa, mutta niissä vanhoissa ostoskeskuksissa, joissa on paljon pientä omistusta voi ilmetä ongelmia. Yleensä kuitenkin julkisia tahoja halutaan vuokralaisiksi. Tiloista on jouduttu myös luopumaan, kun rakennusliikkeet ovat ostaneet tiloja

rakentaakseen asuntoja tai sijainti ei ole ollut enää keskeinen toiminnan kannalta.

Tilalliset näkökulmat

Julkisen palvelun toimialojen osalta ostoskeskuksissa sijaitsee kirjastoja, nuorisotiloja, työväenopistoja, terveyskeskuksia ja päiväkoteja. Halutaan olla lähellä päivittäisiä palveluita, jolloin tilojen saavutettavuus on helppoa. Myös hyvät julkiset liikenneyhteydet ovat edellytyksiä sijoittumiselle. Ulkotilojen puute on kaupungin näkökulmasta erityisen ongelmallista, jos vanhaa ostaria kehitetään muuhun kuin kaupalliseen toimintaan esim. kouluksi tai päiväkodiksi. Niiden mahdollinen sijoittuminen tulee siten myös ottaa huomioon kaavoituksessa. Suojelua pidetään myös ongelmallisena, koska se vaikeuttaa liikkeenharjoittajan toimintaa. Suojeluissa kohteissa toiminnan tulisi olla toimistomaista ja sopeutuvaa.

Sijainti ja suhde muihin toimijoihin

Kaupungin julkisten palveluiden halutaan olevan lähellä päivittäisiä palveluita, jolloin tilojen saavutettavuus on helppoa. Juna-asemien läheisyys koetaan erittäin merkitykselliseksi kaupungin näkökulmasta ja ostoskeskuksia tulisikin kehittää niiden läheisyydessä joko uusia rakentamalla tai vanhoja peruskorjaamalla.

Ostoskeskusten kehityspotentiaali

Kehityksen edellytyksenä tilakeskus pitää ammattimaista johtamista. Myös tontin hallintamuoto voi olla oleellista, koska vuokratonteilla omistuksen arvo voi nollautua ja lunastusarvo ei yleensä ole sama kuin ostoarvo. Kiinteistön jalostaminen vaatii yleensä uudelleen kehittämistä. Pienet lähipalvelut voivat kokea uuden paluun, mutta nähtäväksi jää onnistuuko pienten toiminta isojen omistajien rinnalla. Suomessa isoilla keskusliikkeillä on ollut tapana hankkia yli tarpeensa liiketilaa tavoitteena oligopolin luominen, jolloin kilpailijat eivät pääse markkinoille. Tämä johtuu poliittisista päätöksistä ja kaavoituksesta. Jos ostoskeskuksia halutaan tukea, niin keskustelu on 15 vuotta myöhässä. Ostoskeskusten kehittämiseksi on olennaista, että lyhytjänteisestä voiton tavoittelusta päästäisiin pitkäjänteiseen toimintaan ja kehittämiseen. Oikean vuokratason löytäminen on tärkeää. Myös muilla palvelutarpeilla voisi olla kysyntää.

Johtopäätökset

Kaikkien haastateltavien mielestä ostoskeskusten ongelmat ovat kiinteässä yhteydessä johtamiseen ja kiinteistön hallintatapoihin. Ostoskeskusten omistus on hajautunutta eikä sillä ole paikalla toimivaa johtoa kuten kauppakeskuksissa, vaan johtaminen tapahtuu omistajatahoista kootun

hallituksen avulla. Tämä muodostuu ongelmaksi varsinkin ostoskeskusten kehittämisessä, joka vaatisi haastateltavien, varsinkin isojen toimijoiden mielestä aktiivista johtoa ja selkeää strategiaa muutoksen hallitsemiseksi. Myös pienyrittäjän näkökulmasta vallitsevassa käytännössä hallituksen avulla tapahtuva ohjaus (tässä tapauksessa asunto-osakeyhtiön osana) piti päätöksentekomallia vaikeana jopa tarvittavien ylläpitotoimenpiteiden aikaan saamiseksi. Ostoskeskukset ovat myös yleensä melko pieniä ja vaikeasti laajennettavia (sisätilat + ulkotilat), jonka vuoksi ostoskeskusten menestyminen liiketaloudellisista syistä tai julkisten toimintojen näkökulmasta voi muodostua ongelmaksi. Ostoskeskusten hyvänä puolenä nähtiin kuitenkin niiden kohtuulliset vuokrat, mikä onkin leimallista vanhoille ostoskeskuskiinteistöille.

Lauri Paavola on tutkinut Itäkeskuksen kauppakeskusta muutosten hallinnan näkökulmasta (Paavola 2012). Tutkimuksen johtopäätöksissä on tuotu esiin kuinka johdon on seurattava aktiivisesti markkinamuutoksia ja kyettävä joustavasti myös reagoimaan niihin kyetäkseen säilyttämään asemansa. Johdon on myös kyettävä aktiivisesti kauppakeskuksen sisällä hallinnoimaan eri vuokrasuhteita joustavista lähtökohdista, jotka seuraavat markkinamuutoksia. Lauri Paavola kiinnittää huomiota siihen miten muutosprosessin hallinta koostuu selkeästä vastuunjaosta, neuvotteluista ja valitun strategian noudattamisesta.

Kauppakeskuksen ja ostoskeskuksen omistus- ja johtamismallia verrattessa erottuu selkeästi ostoskeskusten johtamisen joustamattomuus muutosten johdonmukaiselle hallinnalle ja strategioiden kehittämiselle, joiden avulla kyettäisiin nopeasti reagoimaan kaupan rakenteen muutoksiin ja uusiin ilmenneisiin tarpeisiin. Toisaalta ostoskeskukset ovat kooltaan yleensä pienempiä ja eivät ole siten suoraan verrannollisia kauppakeskuksiin ja niiden johtamismalleihin.

Kehittäminen

Haastatteluissa nousi esiin myös se miten erilaiset muuttujat kuten mm. sijainti, julkiset liikenneyhteydet, tilat ja niiden kunto sekä muut palvelut vaikuttavat ostoskeskusten menestykseen. Parametrit ostoskeskusten kehittämispotentiaalille vaihtelevat hyvinkin paljon eri ostoskeskuksissa, jolloin laajempia yleistyksiä ostoskeskusten kehityspotentiaalista on vaikea tehdä. Kehityspotentiaalin kartoittamiseksi niitä tulisikin tarkastella erikseen ostoskeskuskohtaisesti. Ostoskeskuksille ja niiden potentiaalille voi esittää kuitenkin parametreja, joiden avulla voidaan määrittää kunkin ostoskeskuksen kehitysominaisuuksia. Olen jakanut parametrit ulkoisiin ja sisäisiin parametreihin.

Ulkoiset parametrit

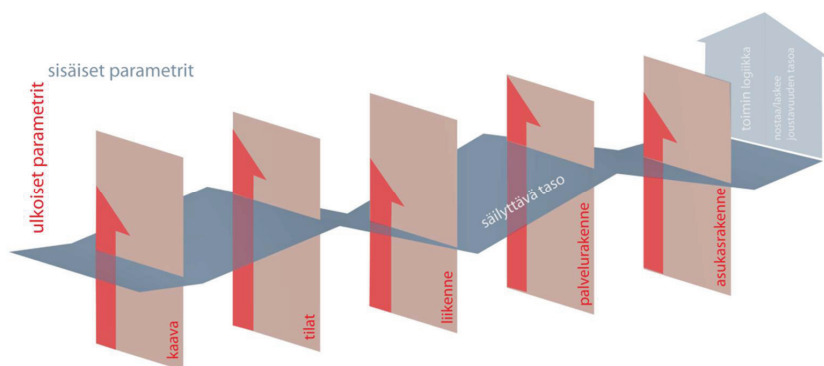
Ulkoiset parametrit ovat rakenteita, jonka osana ostoskeskus on. Näitä ovat mm. suhde asutukseen, liikenneyhteyksiin, tilalliset ja rakenteelliset olosuhteet, kaavan vaikutus sisältäen mahdollisen suojelun sekä ostoskeskuksen suhde muihin palveluihin ja kaupallisiin toimijoihin.

Sisäiset parametrit

Sisäisinä parametreina voi pitää ostoskeskuksen toiminnan logiikkaa. Haastatteluissa on noussut esiin erityisesti ongelmat, jotka johtuvat omistuksen, hallinnan ja johtamisen hajautuneisuudesta. Tämä korostuu erityisesti kehittämisessä. Yhteisiä tavoitteita voi olla vaikea löytää, minkä vuoksi ostoskeskukset rappeutuvat.

Olemassa olevat ostoskeskukset on pääsääntöisesti rakennettu teollisen rakennustuotannon tehokkaan elementtirakentamisen valtakautena ja tulevat vaatimaan usein tuntuja rakenteiden korjauksia ja teknisten järjestelmien päivittämistä mm. nykyisten koventuvien määräysten näkökulmasta. Lisäksi ostoskeskuksen asema kaupunki- tai taajamarakenteen osana voi olla oleellisesti muuttunut. Kehittämisen haasteena ovatkin monet ulkoiset ja sisäiset parametrit, joiden keskinäistä dynamiikkaa tulisi kyetä tasapainoisesti hallitsemaan ostoskeskuksen rakennetta, toimintaa ja johtamista kehittämällä.

Diagrammi kuvaa ulkoisten ja sisäisten parametrien suhdetta ja dynamiikkaa. Johtamisen ja hallinnan uudistuminen sekä ostoskeskusten tietynlainen joustavuus erilaisille ratkaisuille ja toimijoille voi kompensoida ulkoisten parametrien aiheuttamia negatiivisia vaikutuksia.



Kuva 1. Ulkoisten ja sisäisten parametrien suhde ja dynamiikka.

Vertikaalit tasot edustavat ulkoisia parametreja. Horisontaalitaso edustaa sisäisiä parametreja. Johtaminen ei siis ole vain parametri muiden parametrien joukossa vaan sillä kyetään vaikuttamaan muiden parametrien aiheuttamiin vaikutuksiin ostoskeskusten toiminnassa.

Kompleksisten systeemien tavoin, ostoskeskusten monista eri parametreista johtuvaa kompleksista dynamiikkaa ei voida kehittää pelkästään niiden yksittäisiä osia muuttamalla (vrt. Joutsiniemi & Syrman, luku 2). Jotain ominaisuutta muuttamalla ei voida ratkaista ostoskeskusten kestävyys- ja säilymisen ongelmia, vaan ostoskeskuksia tulisikin tarkastella yksilöllisesti kehitettävänä kokonaisuuksina ja olemassa olevien kaupallisten palveluiden rinnalla myös uusien mahdollisten palveluiden, toimijoiden ja hallintamuotojen näkökulmasta. Kauppa on uuden rakennemuutoksen kynnyksellä lähipalvelujen tarpeen kasvaessa ja uusien toimijoiden kuten verkkokaupan ja globaalien mikroyritysten muuttaessa kaupan ja palveluiden toimintamalleja. Kaupallisten palveluiden rinnalla tarve myös muista lähipalveluista kasvaa, joilla voi olla positiivista merkitystä ostoskeskusten kehittämisen kannalta.

3.6 Ostoskeskuksen merkitys veto-voimaisen lähiön paikalliskeskuksena

Markku Norvasuo, Aalto-yliopisto/YTK, Terttu Nupponen, Aalto-yliopisto/YTK & Jukka Hirvonen, Aalto-yliopisto/YTK

Ostoskeskukset ovat osoittautuneet varsin sitkeäksi ja muuntautumiskykyiseksi konseptiksi, jonka rajat muunlaisiin kauppapaikkoihin eivät ole selvät. Tässä raportissa ostoskeskuksia on typologisoitu muun muassa toiminnallisin, kronologisin ja arkkitehtonisin perustein. Edelleen on arvioitu, että ostoskeskusten tarjoamien lähipalvelujen merkitys olisi kasvamassa. Toisaalta on hyvä huomata, että ostoskeskus on vahvasti historiallinen konsepti, jolla on yhteytensä lähiörakentamiseen. Ostoskeskusten olemassaolo sinänsä, niiden kantamat suojeluarvot ja vakiintunut toiminta, muodostavat jatkuvuutta. Samalla monien ostoskeskusten huonokuntoisuus on tuottanut erityisen kehittämistoiminnan ja -projektien lajin. Jos vanhoja ostoskeskuksia ei olisi, millainen paikallisten palvelujen muoto nyt keksittäisiin?

Ostoskeskusten valtti ja heikkous on pienimuotoisuus. Alkuperäisenä lähtökohtana oli hajakeskityksen hierarkia, jossa kaupunkiympäristö jäsennettiin puumaisesti. Ostoskeskukset olivat alimmalla tasolla ja tarjosivat vain välttämättömimmät palvelut. Ajatuksena oli, että parempaa palvelua saisi ylemmän tason keskuksista. Mallia arvosteltiin vahvasti jo 1960-luvulla.

Ostoskeskusten puutteellisuus on ilmeistä, mutta ei pidä unohtaa, etteivät myöskään korkeamman tason alue- ja pääkeskukset toteutuneet kuten alussa kuviteltiin. Tämä käy hyvin ilmi niistä lähiöiden aikaa edeltäneistä suunnitelmista ja ideoista, joissa yhdyskuntakeskuksille visioitiin kansalaisosallistumisen ihanteita. Kulutusmalliin ja helppoon liikkumiseen perustuva kauppakeskus on niistä varsin kaukana. Kysymys on siten kaupunkirakentamisen kokonaisen tavoitemallin toteutumattomuudesta (mutta ei välttämättä vain kielteisessä merkityksessä).

Lähiöiden ja myös niiden palvelujen kokeminen *puutteelliseksi* on ollut merkittävä kysymys 1960-luvun lopusta alkaen, mutta keskustelu on saanut julkisuudessa monia muotoja (ks. Roivainen 1999) ja muuntuu edelleen. Oma lähtökohtani ei ole niinkään tällainen keskustelu – jonka realiteettiperusta on sitä paitsi osin kyseenalainen – vaan laajempi kiinnostus

kehittämisen lähtökohtiin. Lähestyn tässä kysymystä ostoskeskuksista ja palveluista aivan tietystä näkökulmasta, jäsentämällä kehittämisen näkökulmia keskenään. Haluan tällä tavalla hieman avartaa kysymystä ostoskeskusten kehittämistarpeesta ja ilmenemismuodoista. Havainnollista vertailuaineistoa tarjoavat erityisesti viimeaikaiset Suvelan kehittämiseksi tehdyt ehdotukset.

Tämä luku on syntynyt osana vuosien 2008–2011 lähiöohjelman Monimuotoinen, vetovoimainen lähiö (MOVE) -hanketta, joka muodostaa samalla KAVERI-hankkeen osan. Aluksi tarkastellaan Suvelaa koskevia uusia kehitysehdotuksia, ja miten palvelut on ehdotettu järjestettäväksi niissä. Edelleen esitetään kolme näkökulmaa, joilla suunnitelmia voi tulkita. Tämän jälkeen tarkastellaan kahta MOVE-hankkeessa tehtyä kyselyä, joiden avulla on selvitetty asukkaiden konkreettisia palveluja koskevia toiveita. Lopuksi käsitellään kysymystä ostoskeskuksista.

Suvelan kehittämisideat

Suvelan rakentamisen taustalla on vuosikymmeniä sitten syntynyt Espoon jako aluekeskuksiin. Vuosina 1966–67 pidettiin Espoon keskustakilpailu, jonka voittaneessa ehdotuksessa Suvela oli hahmoteltu osaksi aluetta. Vuodesta 1968 ehdotusta työstettiin eteenpäin, mutta työ eteni hitaasti. Tässä vaiheessa Suvelan kerrostalokaavaa kiirehditettiin mm. korottamalla talojen kerroslukua. Suvelan kerrostaloalue rakentui pääosin 1970-luvun kuluessa. Toisaalta itse Espoon keskuksen rakentaminen viivästyi, joten Suvela valmistui tavallaan ”etuajassa”. Kun palvelut jäivät liiketilojen heikon kysynnän vuoksi puutteellisiksi myös asuntoalueella, rakentaminen oli aluksi vuokratalovaltaista. Suvelan kaupalliset palvelut perustuivat alkuvaiheessa laatikkomyymälöihin. Ostoskeskus valmistui vasta vuonna 1989.

Suvelan varhaiseen rakentamiseen nähden siis sekä Espoon keskuksen että alueen sisäiset palvelut ovat kehittyneet kovin epätahtisesti. Suvelan toiminnallisia puutteita on korjattu useilla myöhemmillä parannushankkeilla. Näihin on sisältynyt aivan konkreettisia ympäristöhankkeita, mutta toisena kehittämislinjana on ollut alueen sosiaalinen ympäristö. Tällainen fyysisen ja sosiaalisen kaksijakoisuus on laajemminkin ollut ominaista lähiöparantamiselle (Osara ja Viirikorpi 1995).

Viime vuosina Suvela on ollut monien ideointiprosessien kohteena. Uusimmat ehdotukset poikkeavat sisällöltään aiemmasta lähiökehittämisestä ja niillä on monia yhdistäviä piirteitä. Tässä voidaan tarkastella lyhyesti neljää ehdotusta. Niiden lisäksi voi vielä mainita Helsinki-Zurich-arkkitehtitoimiston laatiman Espoon keskus 2035 -vision, jota ei kuitenkaan ole julkistettu.

Patrik Otrasen diplomityö vuodelta 2009 esittää suunnitelman Suvelan täydennysrakentamiselle. Työssä tavoitellaan mm. eri kulttuurien yhteisiä kohtauspaikkoja, foorumeita. Tällaiseksi muodostuu varsinkin uusittava koulukortteli. Näin luodaan yhteenkuuluvuutta ja vahvistetaan alueidentiteettiä. Lisäksi tavoitteena on alueen asukasrakenteen monipuolistaminen mm. townhouse-tyypeistä omistusasumista lisäämällä; suunnitelmaan sisältyy myös ”huomiorakennuksen kriteerit” täyttävä uusi kerrostalo. Suunnitelmaan sisältyy myös monipuolisilla toiminnoilla varustettu korttelitalo. Tavoitteena on näillä keinoilla mm. parantaa alueen imagoa ja houkuttelevuutta. Palvelut on Otrasen mallissa keskitetty Kirstintien varrelle. Alueen asukaslukua lisäämällä voitaisiin kasvattaa myös palvelutarjonnan omavaraisuutta.

Suvelan Syke -klinikka oli sarja julkisen ja yksityisen sektorin yhteisiä kehittämistilaisuuksia, jotka järjesti Asunto-, toimitila- ja rakennuttajaliitto RAKLI ry talvella 2009–2010. Tavoitteena oli synnyttää Suvelaan ”positiivinen kierre” ja parantaa alueen imagoa. Kehittämisen perustaksi katsottiin Suvelan vahvempi liittäminen Espoon keskukseen, ekotehokkuus, palvelujen parantaminen ja kansainvälisyys. Imagon parantamisella ja lisäämällä omistuspohjaista asumista luotaisiin mm. edellytyksiä kannattavalle täydennysrakentamiselle. Suvelan maahanmuuttajataustaiset asukkaat tulkittiin voimavaraksi. Katsottiin, että alueelle voitaisiin toteuttaa esimerkiksi tasokas kansainvälinen koulu, joka palvelisi myös maahanmuuttajia. Katsottiin myös, että Espoon keskuksen palveluista huolimatta Suvelaan tarvittiin oma keskus, ”Suvelan sydän”. Sinne keskitettäisiin mm. julkiset palvelut, kaupalliset peruspalvelut ja yhteisölliset toiminnot harrastustiloihin. Tilojen omistus tai ainakin hallinta toteutettaisiin keskitetysti.

Kansainvälinen opiskelijakilpailu SuvelaSURGE liittyi SB11-konferenssiin ja käytiin vuonna 2011. Tavoitteena oli Suvelaa esimerkialueena käyttäen tuottaa välineitä sellaisten lähiöiden uudistamiseen, joissa on merkittävästi vuokra-asuntoja ja heikko imago. Arviointikriteereiksi mainittiin sosiaalinen, taloudellinen ja ympäristön kestävyys, toteutuskelpoisuus, elinkaarinäkökohdat sekä innovatiivisuus. Arviossaan lautakunta korostaa voittaneen ehdotuksen kaupunkimaisuutta ja monipuolista uutta asuinrakentamista. Kirstintien mutkitteleva kävelykatu muodostaa pääväylän, jonka varrelle julkiset toiminnot sijoittuvat. Myös kaupalliset palvelut on sijoitettu Kirstintien varrelle kadunvarsiliiketiloina siten, että niihin liittyy julkisia toimintoja ja asumista. Tältä osin ehdotuksessa on hybridirakentamisen piirteitä. Arviossa katsotaan edelleen, että syntynyt kaupunkiympäristö toimii perustana monikulttuuriselle sosiaalisesti integroivalle yhdyskunnalle. Tältä kannalta kiinnostava on

torinlaidan torni, joka ehdotuksessa määritellään vaihtoehtoisesti kirkon-torniksi tai minareetiksi.

Suvela-visio 2035 (2010–2011) käytti materiaalinaan useimpia meneil-lään olevia Suvela-hankkeita, myös Otrasen työtä, Suvelan Syke -klinikan loppuraporttia ja MOVE-hankkeen postikyselyä. Tässä mielessä se on ideakokoelmista laajin. Tavoitteena oli luoda kokonaiskuva Suvelan kehit-tämiseksi sekä liittää Suvela tiiviimmin Espoon keskukseen. Suvelan ja Es-pon keskuksen välistä yhteyttä varten luotaisiin uusi esteetön siltayhteys. Palveluja koskevia ideoita on useita. Visiossa ehdotetaan uuden kaupallisen lähipalvelukeskuksen mahdollisuuksien selvittämistä. Keskus tulisi uuden suunniteltavan keskusaukion varrelle, ja siinä yhdistyisivät kauppa, palve-lut ja kattoterassein varustetut asunnot. Aukion varrelle tulisi myös kan-sainvälinen koulu. Kirstintielle tulisi uusi rakennusrivi ja sen kivijalkaan pienyrittäjiä. Lisäksi tuotettaisiin tiloja asukkaiden omalle yritteliäisyydel-le, kuten pienyritystoiminnalle. Täydennysrakentamisella voitaisiin kasvat-taa alueen väestöpohjaa ja samalla ostovoimaa palveluiden kehittämiseksi. Lisäksi kehitettäisiin jalankulkuympäristöä, pysäköintimahdollisuuksia ja yleistä siisteyttä.

Kuvatuissa neljässä ehdotuksessa esiintyy osin yhteneviä ajatuksia mutta myös monitahoisuutta, joka näyttää jäsentyvän hankalasti. Tarkoitukseni onkin osoittaa, että vaikka kaikki ehdotukset vaikuttavat itsessään eheiltä, niiden osin yhteisesti jakamissa lähtökohdissa piilee mahdollisia ristiriitoja. Tätä huomiota voi edelleen käyttää ostoskeskuksia koskevan pohdinnan lähtökohtana.

Kehittämisen näkökulmat

Eri kehittämishankkeiden vertailuun käytetään tässä melko yksinkertaista mallia, jossa on esitetty kolme merkittävää asuinalueiden kehittämisen nä-kökulmaa (kuvio 1).

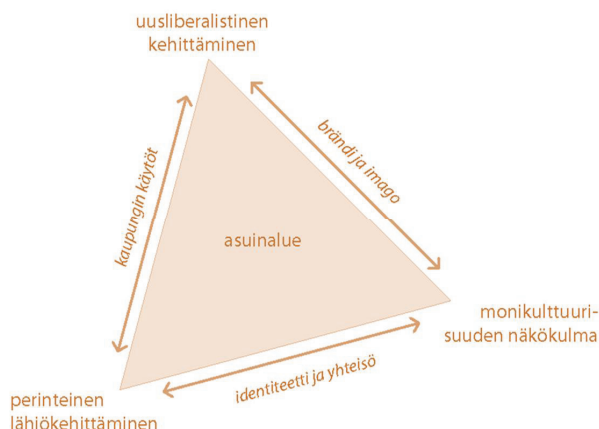
Valtaosa Suvelan aiemmasta kehittämisestä perustuu niistä ensimmäi-seen, *lähiökehittämisen perinteiseen malliin*, jossa asuinalue tai lähiö (ter-mit eivät ole kovin täsmällisiä) nähdään itsenäisenä alueellisen yksikkönä asujaimistoineen. Myös kysymystä palveluista tarkastellaan alueen sisäise-nä. Vielä 1980- ja 1990-lukujen vaihteen Suvelan Sofy-projekti noudatteli varsin selkeästi tätä perinteistä, aluepohjaista mallia.

Uusimmissa ehdotuksissa on tarkoitus mm. vähentää Suvelan ”lä-hiömäisyyttä” ja gentrifioida eli keskiluokkaistaa asujaimistoa. Keinoina ovat mm. brändääminen, fyysisen lähiörakenteen tiivistäminen, asunto-kannan uudistaminen täydennysrakentamisen avulla ja jonkinlaisen alueel-lisen vetonaulan luominen. Tällainen, usein ulkoisiin sijoituksiin ja paikalli-

siin kärkehankkeisiin perustuva kehittämismalli täyttää pitkälti ne kriteerit, joilla Tore Sager (2011) on kuvannut uusliberalistista suunnitteluideologiaa. Toista näkökulmaa voidaanakin kutsua *uusliberalistiseksi kehittämiseksi*. Siinä aluepohjaisesta ajattelusta on pitkälti luovuttu. Tähtäyspiste on kaupunkien välisessä osin globaalissa kilpailussa rahavirroista, ja myös investointeja – sekä yksityisiä että julkisia – tarkastellaan tältä pohjalta.

Kolmantena näkökulmana on *monikulttuurisuus*. Se on alkanut syrjäyttää sitä keskustelua ja tutkimusta, jota lähiöiden eriytymiskehityksestä käytiin 1980–90-luvuilla. Tällöin tarkastellaan mm. maahanmuuttajataustaisen väestön alueittaista sijoittumista ja sen vaikutuksia (ks. esim. Vilkama 2011). Toisaalta monikulttuurisuuteen liittyvät myös kysymykset vähemmistöryhmien oikeuksista ja kulttuurisista identiteeteistä (mm. Pyykkönen 2007). Monikulttuurisuus ei tarjoa varsinaista kehittämisen mallia, mutta vaikuttaa välillisesti. Suvelan tapauksessa maahanmuutto on vasta viimeaikainen kerrostuma verrattuna alkuperäiseen vuokra-asuntovaltaisuuteen ja alueen aiempiin kehittämishankkeisiin, mutta siihen kohdistuu uusimmissa suunnitelmissa huomattavaa mielenkiintoa.

Huoli asuinalueiden eriytymisestä on pitkälti se ”suuri kysymys”, joka edelleen on kehittämishankkeiden taustalla. Näkökulmat ja ratkaisukeinot ovat kuitenkin muuttuneet. Kuvio 1 avaa tätäkin tematiikkaa. Kun lähiökehittämisen perinteinen malli korosti aluekeskeisyyttä asukkaiden kannalta, uusliberalistisessa kehittämisessä tärkeäksi tulee alueiden ulkoinen käyttö. Tällainen siirtymä ilmenee esimerkiksi siinä, että Suvelaan pyritään nyt luomaan ulkopuolisia houkutteleva vetonaula. Vastaavasti perinteinen lähiökehittäminen pyrki parantamaan alueellista identiteettiä,



Kuva 1. Kolme näkökulmaa asuinalueiden kehittämiseen.

kun taas monikulttuurisuuden näkökulma korostaa erilaisten kulttuurien rinnanoloa identiteetteineen. Jäykkä painotus esiintyy esimerkiksi SuvelaSURGE-kilpailun voittaneesta ehdotuksesta. Uusliberalistisen kehittämisen ja monikulttuurisuuden välinen suhde puolestaan liittyy alueen brändäämiseen ja imagon kysymyksiin, vaikkakin ilmeisen monitahoisella tavalla. Suvelassa tämä kysymys ilmenee esimerkiksi koulua koskevilla ideoilla (joita ei tässä ole tarpeen käsitellä).

Kaupunkiympäristön muutoksen voi ajatella tukevan uusliberalistista ajattelutapaa. Asuinalueiden eristetty asema murtuu samalla kun asukkaiden ulkoinen liikkuvuus on lisääntynyt ja sosiaaliset verkostot hajautuneet. Segregaatiokeskustelun kautta alueellisuus kuitenkin on edelleen merkittävä näkökulma, sillä eriytyminen on mahdollista myös yhtenäisen kaupunkialueen sisällä.

Tätä viitekehystä voi verrata kestävyiden kolmijakoon (ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys). Alustavasti voi ehdottaa, että sosiaalisen kestävyiden kriteerit ovat keskeisiä perinteiselle lähiökehittämiselle ja monikulttuurisuuden näkökulmalle. Uusliberalistinen suunnittelu huolehtii ensisijaisesti taloudellisesta kestävydestä, mutta tulkitsee sitä omassa viitekehysessään, pyrkimällä muotoilemaan uudelleen yksityisen ja julkisen sektorin suhteen (Sager 2011, 149). Perinteinen lähiökehittäminen korostaa enemmän julkisen sektorin vastuuta. Ekologinen kestävyys puolestaan on yleisempi käsite, joka ei välittömästi liity mihinkään näistä näkökulmista.

Suvelan postikyselyn tuottamia näkemyksiä alueen palveluista

Suvelan asuinalueella Espoossa toteutettiin vuonna 2010 MOVE-tutkimushankkeen osana laaja asukaskysely, jossa tiedusteltiin asukkaiden mielipiteitä asuinalueestaan. Yhtenä teemana siinä oli asukkaiden näkemys alueen palvelutasosta.

Palvelutasosta saatiin asukkaiden mielipiteitä kahta kautta. Ensinnäkin valmiin kysymyslistan avulla kysyttiin tyytyväisyyttä alueen ominaisuuksiin, mm. erilaisiin palveluihin. Toiseksi lomakkeessa oli avokysymyksiä, joissa tiedusteltiin palvelutoiveita sekä näkemyksiä alueen hyvistä ja huonoista puolista.

Vastausten valossa päivittäistavarapalvelujen saatavuus oli yksi selvä Suvelan vahvuus: 85 % vastaajista oli siihen ”erittäin” tai ”melko” tyytyväisiä ja vain joka kymmenes tyytymättömiä. Tyytymättömien osuus oli Suvelassa pienempi kuin pääkaupunkiseudulla tai suurissa kaupungeissa keskimäärin. Näihin palveluihin oltiin yleisesti tyytyväisiä kaikissa väestöryhmissä. Suvelan kerrostaloalueella tyytyväisten osuus oli vielä suurempi kuin alueen eteläosan pientaloalueella.

Suvelan varsinaisella asuinalueella on muutama pienehkö ruokakauppa ja R-kioski. Lisää ruokakauppoja, myös isompia, löytyy lyhyen kävelymatkan päästä Espoon asemanseudulta, missä sijaitsevat kauppakeskukset Espoonatori ja Entresse. Vastausten perusteella tämänhetkinen palvelutaso koetaan siis ruokakauppojen osalta melko yleisesti riittäväksi.

Kauppapalvelujen kohdalla ilmeni kuitenkin myös parannustoiveita. Melko yleisesti kaivattiin isoja tavarataloja (Prisma, Citymarket, Anttila yms.), joissa olisi mahdollisuus mm. edullisiin vaate- ja kenkäostoksiin. Myös pienistä lähikaupoista esitettiin jonkin verran toiveita. Vaikka niitä muutamia alueella jo onkin, niin alue on sen verran laaja, että etenkin pientaloalueella osalla asukkaista matka kauppaan muodostuu melko pitkäksi.

Suvelan kirjasto sijaitsi aiemmin Keski-Espoon koulun yhteydessä, mutta vuonna 2009 se siirtyi Espoon aseman viereen Entresse-kauppakeskukseen suurempiin tiloihin. Kirjastopalveluihin oltiin erittäin yleisesti Suvelassa tyytyväisiä: 86 % vastasi olevansa tyytyväisiä, kun taas tyytymättömiä ei ollut vastaajissa juuri ollenkaan. Näyttää siis siltä, että muutto ei olisi aiheuttanut suurempaa tyytymättömyyttä, vaikka matka kirjastoon useimmilla suvelalaisilla jonkin verran piteni. Mahdollisesti koetaan, että paremmat tilat ja valikoima kompensoivat hieman pidempää matkaa.

Suvelan asutuksen lähellä sijaitsee muutama ravintola tai pubi, lisäksi Espoon aseman kauppakeskuksissa on useita ravintoloita. Kyselyvastaajista 44 % oli tyytyväisiä asuinalueensa ravintolapalveluihin, kun taas viidennes oli tyytymättömiä. Huomattavan moni (36 %) ei osannut ottaa kantaa – näitä vastaajia oli etenkin vanhemmissa ikäryhmissä. Tätä selittää se, että moni ei käytä ravintolapalveluita lainkaan. Palvelutoiveikkyksyksessä oli jonkin verran mainintoja monipuolisemmasta ravintolatarjonnasta tai kahviloista.

Maahanmuutto Suvelan muutostekijänä

Suvelan vieraskielisten osuus asukkaista on Tilastokeskuksen mukaan kasvanut viimeisenä kymmenenä vuotena huomattavasti nopeammin kuin Espoossa tai Pääkaupunkiseudulla keskimäärin. Vuosina 1999–2010 vieraskielisten osuus kolminkertaistui Suvelassa 788 hengestä 2531 henkeen, eli noin 7 prosentista 22,3 prosenttiin. Koko Espoossa vastaava kasvu oli samana aikana noin 4 prosentista 8,3 prosenttiin ja koko pääkaupunkiseudulla 4,5 prosentista 9,6 prosenttiin. Vieraskielisiä on Suvelassa suhteellisesti eniten Espoon kaikista pienalueista. Seuraavaksi suurin vieraskielisten osuus oli Kirkkojärvellä (19 %), Lakistossa (19 %) sekä Otaniemessä (17 %). Helsingissä vastaava osuus oli kuudella alueella kor-

keampi kuin Suvelassa. Vantaalla sellaisia asuinalueita oli yksi. (Hirvonen 2011, 10-12.)

Maahanmuuttajien näkemyksiä alueen palveluista on kuitenkin tutkittu vähän. Yhtenä syynä on vaikeus tavoittaa heitä. Kuvaavaa on, että MOVE-hankkeen postikyselyssä ei saatu yhtään somalinkielisiä edustavaa vastausta, vaikka lomakkeita lähetettiin 14 tutkittavalle. Maahanmuuttajien tavoittamiseksi käytettiin toisenlaista menetelmää. Heidän kokemuksiin ja näkemyksiin kerättiin neljässä työpajaistunnossa syksyllä 2010 ja keväällä 2011. Työpajat toteutti YTK yhteistyössä Suomen Pakolaisavun kanssa.

Osallistujat olivat venäjänkielisiä, somalinkielisiä miehiä ja naisia sekä suomenkielisiä yhdeksäsluokkalaisia nuoria. Kaikki vastaajat eivät asuneet Suvelassa eivätkä olleet maahanmuuttajataustaisia. Nuorilta maahanmuuttajataustaa ei kysytty. Valtaosa venäjänkielisistä oli yli 65-vuotiaita naisia, kun taas somalinkieliset edustivat pääosin nuoria aikuisia. Somalinkielisten tavoittaminen oli kaikkein vaikeinta. Kaiken kaikkiaan maahanmuuttajataustaisia oli 45 osallistujasta vähintään 35. Vastaajista asui Suvelassa 22, kun myös Suna lasketaan alueeseen. (Taulukko 1.)

Työskentelytapa muistutti nk. PehmoGIS -menetelmää, mutta luottamuksen säilyttämiseksi sähköisen tiedonkeruun asemesta käytettiin kyselylomaketta ja karttatyöskentelyä. Työpajoja varten laadittiin oma, hyvin naturalistinen karttapohjansa. Kirjalliset kysymykset koskivat kolmea teema-aluetta: mitä työpajan osanottaja ajattelee asuinalueestaan, miten alueesta saisi paremman ja mitä olisi tarjottava lapsille ja nuorille. Karttatehtävässä käytettiin kahta A3-kokoista karttaa, joista ensimmäinen koski nykytilannetta ja toinen tulevaisuutta. Erilaisia asioita merkittiin erivärisillä pyöreillä tarroilla. Palveluita koskien pyydettiin sinisillä tarroilla merkitsemään nykytilanteessa käytetyt palvelut ja vastaavasti puuttuvat mutta tarpeelliset uudet palvelut.

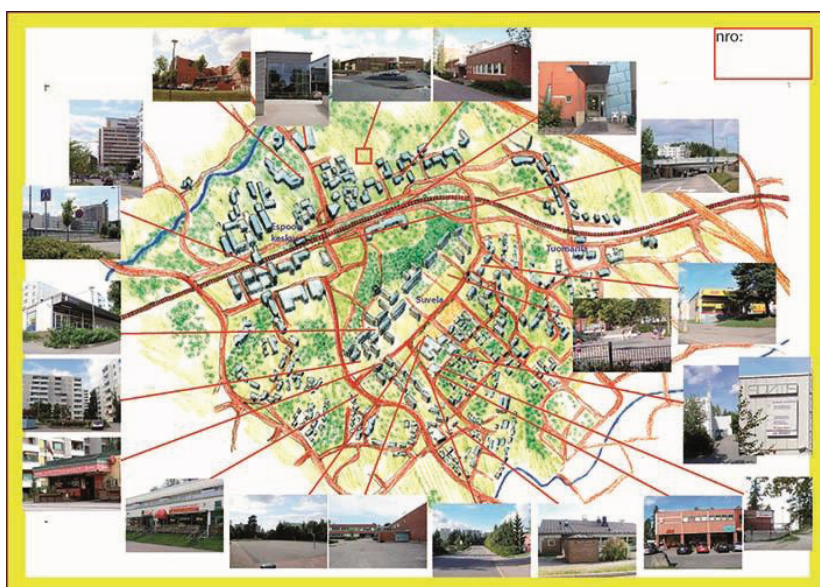
Lomakevastauksen ensimmäisen kysymyksen vastauksissa huomio kohdistui alueen hyviin ja huonoihin puoliin, ja palvelut tulivat esiin osana tätä ”kokonaispakettia”. Venäjänkielisille tärkeitä palveluita olivat kirjasto, terveysasema ja sosiaalipalvelut. Somalinkieliset naiset arvostivat päiväkotia, koulua, liikenneyhteyksiä, pieniä kauppia ja palvelujen määrää. Somalinkielisille miehille palveluita edustivat koulut, päiväkodit, kaupat, palvelupaikat, liikenneyhteydet, kirjasto ja sen henkilökunta. Nuorille tärkeitä olivat ostari ja kaupat sekä urheilumahdollisuudet.

Alueen parantamista koskeissa vastauksissa kaivattiin jonkin verran lisää palveluja. Somalinaiset halusivat takaisin Suvelan ”Olkkarin”, asukaspisteen jota aiemmin ylläpitivät Suomen Pakolaisavun KOTILO-projekti ja Settlementti Onnenkenkä ry:n Maahanmuuttajasta naapuriksi -projekti. Kaivattiin myös naisille sellaista työpajaa, joka auttaisi myös suomalaisia

Taulukko 1. Työpajaistuntoihin osallistuneet.

Työpaja (yht. 4 työpajaa)	Nais- puolisia	Mies- puolisia	Yhteensä	Suvelas- sa asuvia	Maahan- muuttaja- taustaisia
Venäjänkieliset	18	1*	19	9	19
Somalinkieliset naiset	7	-	7	4	7
Somalinkieliset miehet	-	9	9	3	9
Nuoret (9- luokkalaiset)	4	6	10	7	?**
Yhteensä	29	16	45	23	≥ 35

* Ei jättänyt vastausta. ** Ei tiedusteltu.



Kuva 2. Työpajoissa käytetty karttapohja.

kulttuurien tutustumisessa toisiinsa, kasvatuskoulutusta lasten hoitamises-
sa suomalaisittain, lapsille leikkitilaa pihoilla, leikkipuistojen korjausta.
Jonkun vastaajan mielestä R-kioski ja kauppa olivat hänelle liian kaukana.
Somalinkieliset miehet kaipaivat käyntipaikkoja: kahvilaa, kuntosalia,
asukaspistettä, jalkapallohallia. Yhdeksäsluokkalaiset kaipaivat lisää kau-
pallisia palveluja, kuten kauppakeskuksia tai niiden laajennuksia, jalkapal-
lokkentää, moderneja rakennuksia – joku ”jotain siistin näköistä”.

Erityisesti lapsille ja nuorille venäjänkieliset toivoivat ”menopaikkoja” ja
harrastuspaikkoja. Somalinkieliset naiset ja miehet arvostivat erityisesti

kirjastoa mutta toivoivat kerhoja, ohjausta, urheilumahdollisuuksia ja tukea koulunkäyntiin. Nuoret toivoivat lisää ajanviettopaikkoja, nuorisotiloja, kauppoja ja monien paikkojen uudistamista, ostoskeskus mukaan lukien.

Kartta-aineistoa tarkasteltiin pääosin visuaalisen analyysin kautta. Vastaajaryhmien välille syntyikin huomattavia eroja siinä, miten eri teemojen merkinnät jakautuivat tilallisesti. Karttavastauksissa erilaisia palveluita ei erotettu toisistaan. Merkinnöistä voi päätellä pääpiirteittäin, että somalinkielisille naisille palvelut tarkoittivat olennaisesti päivittäispalveluja. Somalinkieliset miehet merkitsivät käyttämäänsä palveluita niukasti. Venäjänkielisten naisten merkitsemät palvelut jakaantuivat laajalle alueelle sekä Suvelaan että Espoon keskukseen. Myös nuoret merkitsivät käyttämikseen sekä Suvelan että Espoon keskuksen palveluita.

Etenkin somalinkieliset naiset ja miehet kirjoittivat karttoihin myös palveluita koskevia yksittäisiä toiveita. Sellaisia olivat kioskiki Kirstintien lounaspäähän, kilpaileva marketti Espoon keskukseen ja edullinen vaateketjun myymälä Entresseen. Eniten toivottiin kuitenkin erilaisia harrastus- ja yhteistiloja: ompeluun ja ruuanlaittoon soveltuvaa kerhohuonetta naisille ja lapsille; kerhohuonetta lapsille ja aikuisille; työpajaa, kuntokeskusta ja lasten iltapäiväkerhoa; työpajaa maahanmuuttajille ja kantaväestölle; nuorisotilaa sekä yli 18-vuotiaiden kerhotilaa pelimahdollisuuksineen. Myös karttakommenteissa useampi toivoi uudelleen avattavaksi Suvelan ”Olkkaria”.

Erityisesti maahanmuuttajia koskeva huomio onkin, että he toivovat siis omiin tarpeisiinsa *yhteistiloja*, jotka näyttävät toteuttavan varsin pitkälle lähiöprojektien perinteistä käsitystä alueen yhteisöllisyydestä.

Toinen huomio koskee yhteyttä karttateemojen välillä. Miellyttäviksi merkityt paikat ja käytetyt palvelut sijoituivat samoille alueille, vaikka miellyttävien paikkojen kirjo olikin laajempi. Toisaalta vallitsi alueellinen yhteys epämiellyttävien sekä turvattomiksi koettujen tai poistettaviksi esitettyjen paikkojen välillä. *Kysymyksiä Suvelan palveluista, ympäristön laadusta ja yleisestä turvallisuudesta ei voi erottaa toisistaan.* Kun karttoissa pyydettiin esittämään korjauksen tarpeessa olevia paikkoja, niitä merkittiin erityisesti Suvelaan, mutta hajonta alueen sisällä oli laajaa. Osa merkinnöistä sijoittui Kirstinharjun alueelle, mutta myös Suvelan ostoskeskuksen ja koulun ympäristöön toivottiin parannuksia. Yksi tapa tulkita näitä piirteitä on olettaa, että Suvelan ympäristön yleinen ilme ja laatu koettiin puutteelliseksi. Palveluympäristöjen tulisi olla myös miellyttäviä ympäristöjä, eikä turvattomuus saisi kuulua niiden ominaisuuksiin.

Millainen olisi Suvelan ostoskeskus?

Kysymystä ostoskeskuksen tarpeellisuudesta ja mahdollisuuksista voi aluksi tarkastella saavutettavuuden kannalta. Kysymys on tällöin Suvelan sisäisten palvelujen ja Espoon keskuksen palvelujen välisestä suhteesta. MOVE-hankkeen postikyselyn ja työpajojen perusteella on vaikea antaa yksiselitteistä vastausta siihen, kuinka suuri merkitys ostoskeskuksella on Suvelan asukkaille. Kauppakeskuksen ja lähipalveluiden osuudet eivät selvästi erotu toisistaan. Lähipalvelujen arvo tuli kuitenkin esiin mm. postikyselyn vapaamuotoisissa vastauksissa. Hieman yllättäen postikyselyssä oltiin varsin tyytyväisiä nykyiseen kirjastoon, joka sijaitsee kauppakeskus Entressessä. Työpajavastausten perusteella maahanmuuttajataustaiset asukkaat eivät toivoneet suuria parannuksia. Heidän toiveensa olivat varsin lähellä esimerkiksi 20 vuotta varhaisemman Sofy-hankkeen tuloksia.

Alustavasti voitaisiin siis olettaa, että Suvelassa pitäisi olla ainakin tärkeimmät palvelut. Täydentävä valikoima voisi olla tarjolla muualla. Tällainen ajatusmalli on luonteeltaan hierarkkinen ja lähtee oikeastaan samoista ideoista kuin 1940-luvun hajakeskitysmallit, ja sopii myös perinteisen lähiöparantamisen tavoitteisiin. Uusimmissa kehittämis ehdotuksissa ei kuitenkaan tyydytä katsomaan kysymystä tästä näkökulmasta vaan se käsitetään tavalla, jota voi kutsua systeemiseksi. Toisin sanoen ajatellaan monien toisiinsa liittyvien kysymysten vuorovaikutuksia ja pyritään niiden avulla kiteyttämään uusia ratkaisumalleja.

Luvun alussa kysyttiin, millainen paikallisten palvelujen muoto keksittäisiin, jos ei oltaisi sidoksissa lähiöiden aikaisempiin ostoskeskuksiin. Suvelan lähtökohdista vastaus voidaan muotoilla viimeaikaisten kehittämis ideoiden avulla, sillä niissä nykyinen ostoskeskus on useimmiten ajateltu poistettavaksi. Vaikka ehdotukset eroavat toisistaan painotuksiltaan ja yksityiskohdiltaan (ks. linkit lähdeluettelossa), niitä yhdistää idea *vahvasta paikallisesta keskuksesta*. Tämä vaikuttaa oikeastaan paradoksaaliselta tilanteesta, jossa Suvela pyritään liittämään entistä tiiviimmin Espoon keskukseen. Tämä paikallinen keskus ei kuitenkaan ole itsenäinen yksikkö kuten kauppakeskus olisi, vaan palvelujen toteutus on ehdotuksissa upotettu osaksi laajempia uudistusprojekteja. Kaupan toiminnoille ja palvelujen parantamiselle avautuisi siten mahdollisuuksia tällaisten monitahoisten alueellisten kehittämisprojektien yhtenä osana. Tällöin myös esitetyt liikerakentamisen muodot vaihtelevat ehdotuksesta riippuen.

Ehdotuksissa on useita eri tavoin yhteneviä ja toisiaan tukeviksi tarkoitettuja ideoita, jotka ovat pääpiirteissään seuraavat:

- kaupunkimaisuus (lähiömäisyyden vastakohtana), jota pyritään toteuttamaan erilaisin täydennysrakentamisen ja tiivistämisen keinoin
- asumista lisäämällä voidaan lisätä myös alueen asiakaspohjaa
- tori, aukio tai kokoojaväylä, jonka ympärille toiminnot jäsentyvät
- kaupallisten palvelujen sijoittaminen tähän yhteyteen joko keskitetysti, kadunvarsitiloina tai niiden yhdistelminä
- pienimuotoinen paikallinen yrittäjyys
- koulu, kulttuuritila tai muu vastaava alueellista vetovoimaa lisäävä paikka tai instituutio
- asumisen vaihtoehtojen lisääminen ja osan asunnoista sijoittaminen torin ja sen palvelujen äärelle.

Tämä kaikki ei ole tietenkään tutkimuksen vastaus kysymykseen, vaan eräänlainen tiivistys siitä mitä Suvelan kehittämisessä julkisesti tavoitellaan. Tutkimuksen näkökulmasta voidaan kuitenkin pohtia ehdotusten toteuttamisen mahdollisuuksia. Suvelaa on tähän mennessä kehitetty määrätietoisesti ja jatkuvan kehittämisen malliin tukeutuen yli 30 vuoden ajan. Sinä aikana alue, sen asukkaat, palvelut ja ympäröivä kaupunki ovat muuttuneet paljon. Kehittämishistorian valossa olisi arvokasta jo se, että nykyiset palvelut voitaisiin säilyttää.

Ensinnäkin ehdotukset on mahdollista suhteuttaa menneeseen, sillä yhdyskuntasuunnittelussa esitetään harvoin täysin uusia ajatuksia. Mikäli Suvelan kehittämishankkeiden alueelliset ”positiiviset kierteen” toteutuvat, voi todeta historiallisen ympyrän jälleen sulkeutuvan: on esitetty uusi tulkinnta sellaisista paikallisen keskuksen ideoista, jotka olivat voimissaan sodanjälkeisissä kaupunkisuunnitelmissa ja myöhemmin 1970–80-lukujen monitoimitalojen suunnitelmissa. Niissä yhdisteltiin monipuolisesti kulttuuria, sosiaalisen elämän näyttämöitä, julkisia palveluita ja kaupallisia toimintoja. Tuolloin ideat eivät kuitenkaan aina toteutuneet vaan jäivät usein paperille. Myös Suvelaan suunniteltiin monitoimitaloa, kuten Sofyhankkeen aineistosta ilmenee.

Toiseksi voi nostaa esiin sen, kuinka riskialttiita kokonaisvaltaiset yhdyskuntavisiot ovat. Suvelan tavoitemalleja voi pitää sellaisina, ja niissä Suvelasta tulisi hyvin toisenlainen kuin tällä hetkellä. Johanna Hankonen (1991, 230–248) antaa esimerkin siitä, kuinka näennäisen viattomilla yksityiskohdilla voi olla merkittäviä seurauksia. 1950-luvun lähiöiden suunnittelussa kannatettiin erillistä pienehköä ostoskeskusrakennusta kivijalkamyymälöiden asemesta. Perusteena oli lähinnä arkkitehtonisesti toimiva mutta kapea asuintalon runko, joka katsottiin liian pieneksi myymälätiloille. Kaupalle näin avautui kuitenkin tilaisuus suunnitella suurempia, asuinalueiden ulkopuolisia ja kävelymatkan ulottumattomissa olevia ostoskeskuksia. Taustalla olivat rationaalisen jakelun ideat, autoistuminen ja kuluttajuuden muutos. Tämä heikensi osaltaan lähipalveluja.

Myös toteutumisen aikaväli on kiinnostava kysymys. Esimerkiksi Suvela-visio 2035 tähtää nimensä mukaisesti yli 20 vuoden päähän, jolloin tavoitekuva olisi valmis. Yhteiskunnallisesti sellaisessa ajassa ehtii tapahtua paljon, kuten lähiörakentamisen historia 1950–60-luvulta osoittaa. Uusimmat Suvelan tavoitetilat ovat tietyllä tavalla staattisia, vaikka niiden toteuttamisessa tukeudutaan dynaamisiin kehityskulkuihin. Taloudellinen näkökulma on spekulatiivinen eikä perustu kiinteisiin laskelmiin. Toteutuminen riippuu kuitenkin siitä, miten olosuhteet, tahtotilat, resurssit ja markkinat todellisuudessa realisoituvat. Edellä on pyritty kuvamaan muutamia kehittämisen näennäisen yhtenäisyyden takana olevia ajatusmalleja, jotka eivät ole keskenään taloudellisesti tai sosiaalisesti ristiriidattomia. Näkökulmien yhdistämisessä on kyse kestävyydestä hyvin olennaisessa merkityksessä.

3.7 Kauppapaikkojen suunnittelu ja verkostohallinta

Vesa Kanninen, Aalto-yliopisto/YTK

Viime vuosina erilaiset kaupan suurimittakaavaiset hankkeet ovat joutuneet kritiikin kohteeksi niin julkisuudessa, hallinnossa kuin tutkimuksessa. Toisaalta kaupan hankkeiden kirjo on valtava, ja suurin osa hankkeisiin sisältyvästä maankäytön suunnittelusta tapahtuu osana julkisten suunnitteluorganisaatioiden jokapäiväistä toimintaa, vailla suurta draamaa tai debaattia.

Kestävän kehityksen asettamien reunaehtojen entistä tarkempi konkretisointi erityisesti ilmastonmuutokseen liittyvien kehittämisen ja tehostamistarpeiden suhteen on kuitenkin tuonut uusia kysymyksiä myös ennen ongelmattomana pidettyyn osaan kaupan maankäytön suunnittelua. Yhtäältä on alettu kiinnittää entistä tarkemmin huomiota yhdyskuntarakenteiden tiivistämisen ja yhdyskuntakehityksen tilallisen rajaamisen kysymyksiin, toisaalta on haluttu vahvistaa kaiken suunnittelun demokraattista perustaa. Yhdessä nämä haasteet ovat asettamassa entistä suurempia paineita kaupan maankäytön suunnittelun toteutukselle.

Kestävän kehityksen haasteisiin voidaan vastata ainoastaan kehittämällä yhdyskuntarakennetta ja kauppaa entistä tiiviimmässä yhteistyössä, jossa kaikki toimijat ovat tasavertaisesti edustettuina. Heikkisen ja Yrjänän (2010) tulosten perusteella kaupan suunnitteluyhteistyöhön tulee ”luoda aktiivista vuoropuhelua, etsiä yhteisiä toimintatapoja ja väyliä, jotta ymmärrys muiden toimijoiden tilanteesta kasvaa. Kanninen ja Rantanen (2010a) toteavat kaupan suunnittelun yhteistyöstä mm. että ”julkisen ja yksityisen sektorin on kyettävä toimimaan yhdessä tavalla, joka tuottaa uusia mahdollisuuksia kehittää yhdyskuntia kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Tämä tarkoittaa kumppanuuksien rakentumista yhteisten päämäärien ympärille näkemyseroja silti piilottamatta.” Muun muassa Iso-Britanniassa ja Alankomaissa on havaittavissa, että suunnittelun päätöksiä halutaan tehtävän tasoilla, jotka ovat mahdollisimman lähellä itse suunnittelutapauksia (Kanninen 2010; yleisemmin myös esim. Voogd & Voltjer, 2007; Kunzmann, 2006).

Eräiden näkemysten mukaan yhteistyön toimivuus on luettavissa toteutuneiden hankkeiden ominaisuuksista: keskusta-alueille tai asuinrakentamisen painopistealueiksi suunnitelluille paikoille toteutetut, liikenteellisesti hyvin ja monipuolisesti saavutettavat kauppakeskukset ovat hyvän yhteis-

työprosessin tuloksia, kun taas yhdyskuntarakenteellisesti epäsuotuisampiin sijainteihin ”ajautuneet” hankkeet kielivät yhteistyön puutteista tai puuttumisesta.

Tutkimusasetelma, metodit ja aineistot

Tutkimuksessa on tarkasteltu kauppakeskusten, tilaa vievän kaupan ja kadunvarsiliiketoiminnan maankäytön suunnitteluun liittyviä yhteistyön edellytyksiä, tekijöitä ja käytäntöjä. Tutkimusasetelma keskittyy maankäytön suunnittelun ja kaupan suunnittelun kytkentöihin. Tavoitteena on yrittää ymmärtää, millaisia lähtökohtaisia taustoja missäkin tilanteessa tuodaan suunnittelutilanteeseen, miten yhteisten (yksinkertaistettujen) kommunikaation välineiden, yhteisen (osittaisen) ymmärryksen ja yhteisen (paikallisen) kielen kehittyminen tapahtuu, ja miten tämä vaikuttaa suunnittelun prosessiin ja lopputulokseen. Tutkimuksessa etsitään kiin-nekohtia *win-win* -tilanteisiin jotka tuottaisivat sekä kestävämpiä että kaupallisesti tehokkaampia kauppapaikkoja.

Kauppakeskusten suunnittelua on Suomessa tutkittu jo 1990-luvulta lähtien (esim. Marjanen 1998, Koistinen 2006, Kanninen & Rantanen 2010b) ja yleisemmin kauppakeskuksiin kiinnittyvää tutkimustakin on tehty jonkin verran (esim. Mylly-tutkimushankkeet ja KOKKKA-hanke). Kuva kauppakeskushankkeiden luonteesta ja niihin liittyvästä suunnitteluyhteistyöstä on muovautunut varsin monimuotoiseksi. Myös ympäristöministeriö on jo 1990-luvulta asti pyrkinyt kehittämään kaupan sijoittumisen ohjausta, raamitusta kaupan hankkeille ja niihin liittyvälle maankäytön suunnittelulle eri kaavatasoilla (esim. YM 2009; 2008; 2007). Samalla kun kuva kauppakeskushankkeista on täsmentynyt, on hankkeissa tapahtunut laadullisia muutoksia – osin liittyen ohjaukseen, osin tutkimustuloksiin, osin globaaleihin kehityskulkuihin jotka osaltaan kehystävät niin kaupan kuin yhdyskuntasuunnittelunkin kehittymistä. Yhteisvaikutus on johtanut kauppakeskushankkeiden vähittäiseen keskittymiseen yhdyskuntarakenteen solmukohtiin. Myös itse rakennusten on näissä sijainneissa nähty muotoutuneen enemmän ympäristönsä kanssa keskusteleviksi ja teknisesti ekotehokkaammiksi. Kehitys ei kuitenkaan ole ollut ristiriidatonta: pieni osa hankkeista on nähty kestävän yhdyskuntakehityksen vastaisina, ja erityisesti ympäristöministeriö on ottanut aktiivisen linjan tällaisten hankkeiden kaavalliseen ja politiikkaohjaukseen. Toisaalta ministeriön tiukentunutta linjaa on pidetty turhankin rajoittavana, vaikka täsmentyneen ohjauksen sinänsä nähdäänkin selkeyttäneen tilannetta.

Tilaa vievän kaupan suunnittelua sinänsä on puolestaan Suomessa tut-

kittu äärimmäisen vähän. Tilaa vievä kauppa on nähty väistämättä yhdyskuntarakenteen ydinalueiden ulkopuolelle sijoittuvana ja sen suunnittelua on pidetty melko ongelmattomana (YM 2008, Santasalo & Ajalin 2005). Tilaa vievän kaupan maankäytön suunnittelussa on edetty yhtäältä suurten kaavallisten aluevarausten kautta, toisaalta paikallisten tilanteiden muutokset ovat johtaneet myös ennalta suunnittelemaan kehitykseen. Uusin maankäyttö- ja rakennuslain muutos tuo tilaa vievän kaupan suurten yksiköiden suunnittelun kokonaisuudessaan tarkemman säätelyn piiriin, sekä hankekohtaisesti että alueittaisessa tarkastelussa. Tilaa vaativan kaupan hankkeiden kehityssuuntaa korostaa yhä suurempia keskittymiä, mutta konseptien trendit tuntuvat pikemminkin mahdollistavan kompaktimpia toiminnan muotoja ja sijoittumisen entistä keskeisemmille kauppapaikoille. Niinpä tilaa vievän kaupan maankäytön suunnitteluun liittyy suuria epävarmuustekijöitä: onko dinosaurusten aika tulossa päätökseensä vai onko se vasta alkamassa?

Kadunvarsien liiketilat, ”kivijalkakaupat” ovat olleet pienipiirteisen paikallisen kehittämisen tarkastelun kohteina kaupunkisuunnittelussa (vrt. Bäcklund 1998; Kännö ym. 2004), koska niiden on nähty toimivan eräänlaisena hyvän kaupunkisuunnittelun periaatteiden mukaisena vastavoimana kaupan keskittymistrendille (vrt. Holopainen 2009), mutta erityisesti niiden kaupunkikuvaa orgaanisella tavalla monimuotoistavan – ja siten elävöittävän – vaikutuksen takia. Lisäksi kadunvarsiliiketoiminta on nähty tärkeänä osana paikallistaloutta, yhtenä urbaanin pienyrittämisen perusmuotona. Kadunvarsiliikkeitä on Helsingissä tutkittu lähinnä suunnittelun tukena (Kännö ym., 2004; Holopainen 2009; Jokinen 2009; Haaga-Helia 2012), jolloin lähtökohtana on ollut selvittää kadunvarsiliiketoiminnan nykytilaa sekä mahdollisuuksia tuottaa kadunvarsiliiketoiminnalle soveliaita ympäristöjä ja tiloja uusilla kaupunkimaisilla asuinalueilla. Kadunvarsiliiketoiminnan ”renessanssi” on kasvattanut mielenkiintoa myös vanhojen kivijalkakauppojen alueiden toiminnan tarkempiin analyyseihin. Uudet pienimittakaavaiset, globaalit toiminnan muodot hämärtävät kuluttamisen, tuottamisen ja viihtymisen rajoja. Kaupunkiseutujen tiivistämisen ja uusien verkostonoodien kehittämisen myötä kadunvarsiliiketoiminnan suunnittelun on nähty koskettavan yhä suurempaa osaa kaupunkien vanhoista ja uusista ydinalueista.

Tässä tutkimuksessa on lähestytty lukuisia erilaisia kirjallisia aineistoja kvalitatiivisen meta-analyysin (tutkimuskirjallisuus) sekä kvalitatiivisen analyysin (dokumenttiaineisto, haastattelut) kautta. Kotimaisen tutkimuskirjallisuuden lisäksi tutkimusta on taustoitettu eurooppalaisella kaupan tutkimuksen kirjallisuudella. Empiirinen aineisto koostuu kaupunkien ja kuntien kaupan suunnitteluun liittyvistä suunnitteludokumenteista (kaava-

aineistot, strategiat, selvitykset), KOKKKA-hankkeen puitteissa tehtyjen ryhmähaastattelujen materiaaleista sekä täydentävistä suunnittelijoiden ja kehittäjien haastatteluista.

Vaihdon vyöhyke -näkökulma suunnitteluyhteistyöhön: kommunikaatio, ohuet kuvaukset ja yhteistyön kehittyminen

Suunnitteluprosesseissa sekä politiikka että kommunikaatio näyttelevät tärkeää osaa. Usein prosesseihin liittyy syviäkin toimijoiden välisiä vastakkainasetteluja ja ongelmia niin prosessien itsensä kuin niiden sisältöjen tasolla. Näihin haasteisiin on pyritty vastaamaan mm. erilaisten konfliktinhallinnan ja konsensuksen rakentamisen menetelmien avulla (näistä esim. Fuller 2006). Samalla on havaittu, että liian tiukat vaatimukset yhteisymmärrykselle vaikeuttavat yhteistä toimintaa (esim. Sandercock, 1998). Peter Galisonin (1997, 2010) *vaihdon vyöhyke* (trading zone) -lähestymistapa korostaa yhteisen ”vaihdon” mahdollisuutta sekä yhteisen, yksinkertaistetun ja paikallisen ”kielen” merkitystä olosuhteissa, joissa toimijoiden (tiedolliset) maailmat eivät kohtaa, jossa ”syvän” yhteisymmärryksen mahdollisuutta ei nähdä.

Suunnitteluyhteistyöhön liittyvän vaihdon vyöhykkeen syntymisen kanalta keskeistä on mahdollisuus ratkaista kommunikatiivisia ongelmakohtia ”paikallisesti” ilman perustavanlaatuisiin ”globaaleihin” näkemyseroihin liittyvien vastakkainasettelun yhteensovittamattomuuksien esiin nostoa tilanteissa, joissa nähdään erityisesti käytännöllisen ratkaisun tarve (Collins ym. 2007, Kanninen ym. 2012). Paikallisen ratkaisun etsimisessä näitä merkityseroja voidaan ylittää eri osapuolille heidän omista lähtökohdistaan ymmärrettävällä ”ohuella” kuvauksella tilanteesta. Tällainen kuvaus voi yksinkertaisimmillaan olla yhteinen näkemys siitä, miten ongelmakohtia käsitellään (Galison 1997). Vaihdon vyöhykkeen voidaan katsoa muodostuvan *kontaktien vyöhykkeestä* (Pratt 1991), vaihtoa välittävästä kielestä (laajassa merkityksessä, ks. esim. Mäntysalo & Kanninen 2012), merkityseroja ylittävistä *rajaesineistä* (Star & Griesemer 1989) sekä vaihdon rajoja määrittelevästä *paikallisuudesta* (Kanninen ym. 2012).

Heikkinen ja Yrjänä (2010) korostavat tavoitteiden eri tasojen merkitystä suunnitteluyhteistyön ongelmakohtia kartoittaessaan. Vaikka ”perimmäiset” tavoitteet ovat usein yhteneviä julkisen ja yksityisen sektorin toimijoilla (esimerkiksi hyvä elinympäristö), eikä lopputuloksen muodostakaan ole periaatteellista erimielisyyttä (elävä katutila, miellyttävä asointiympäristö, monimuotoiset julkisivut, monipuolinen saavutettavuus), on lopputulokseen pääsemisen tavoissa suuriakin erimielisyyksiä. Yhteiseen

arvokeskusteluun nähdään tarvetta, jotta hankesuunnittelussa välttyttäisiin ristiriidoilta. Yhteisen näkemyksen mukaan kunkin toimijan tulisi ”paljastaa” arvonsa ja tavoitteensa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Arvokeskustelun pitäisi kuitenkin tuottaa näkemyksiä myös niistä arvoista jotka ohjaavat keinojen valintaa.

Kommunikaation suhteen erityisesti ongelmallisina on pidetty peruslähtökohtien ratkaisevia merkityseroja: jopa yksinkertaisimpina pidetyillä käsitteillä on tarkemmin tarkasteltuna erilaiset sisällöt eri toimijoiden mielisä ja käytännöissä. Yrjänän ja Uotisen (2010) tutkimuksessa kestävä kehityksen merkityksistä eri toimijaryhmät löysivät laajalti yhteisymmärrystä peruskäsitteistä, mutta pitkälti samat toimijat näkivät yhteistyössä erikoisia ymmärtämättömyydestä ja erilaisista merkityksenannoista johtuvia esteitä (Heikkinen & Yrjänä 2010). Arvopohjan erilaisuuden korostaminen kertoo hallinnan kulttuurien eroista, jotka tulevat näkyviksi juuri arvopohjia konkretisoitaessa. Missä arvot tuntuvat kohtaavan yleisellä tasolla, erilaiset merkityksenannot aikaansaavat erilaisia tulkintoja siitä, millaisia konkreettisten toimenpiteiden tulisi olla. Eri suunnitteluosapuolet pitävät toisten entistä parempaa ymmärtämistä keskeisenä yhteistyön parantumisen ehtona. Oman asiantuntemuksen laventamiseen ei nähdä laajalti tarvetta, mutta toisten osapuolten asiantuntemuksen nähdään kaipaavan laaja-alaistamista.

Kauppakeskusten maankäytön suunnittelun hankkeissa mukana olevien toimijoiden välinen yhteistyö sujuu tänä päivänä näennäisesti varsin vähäisin ongelmin. Kehitys on ollut positiivista, vuosikymmenten takaisista vastakkainasetteluista on päästy osapuolten välisen ymmärryksen kasvattamiseen rakentavassa hengessä. Toisaalta varhaisemmat esimerkit osoittavat, että yhteistyö saattaa joskus olla voimasuhteiltaan varsin epäsuhtaista. Kehittäjän vahva asema suhteessa kuntaan tai kuntien kyvyttömyys yhteistointintaan ovat saattaneet johtaa ratkaisuihin, jotka – vaikka ovatkin lain, kaavoitusjärjestelmän ja kunnallisen suunnittelun näkökulmasta laillisia ja oikeellisia – näyttäytyvät ”ulkoa” katsoen kestävä kehityksen kannalta ongelmallisina. Julkisen sektorin vahva asema taas on ollut omiaan rajaamaan mahdollisten hankkeiden kirjoa jo ennen varsinaista hankesuunnitteluvaihetta, minkä on nähty johtaneen myös taloudellisesti ja yhdyskuntarakenteellisesti kestävien hankkeiden kariutumiseen.

Yhteistyön nähdään kehittyneen erityisesti kunnan suunnitteluorganisaatioiden ja yksityisen sektorin toimijoiden välille. Poliittikan taso on tässä yhteistyössä pitkälti ”ulkoistettu”, se on oma musta laatikkonsa jossa suunnitelmat käyvät keskustelukierroksella suunnittelijan ”opastuksessa”. Yhteistyö valtion alue- ja keskushallinnon kanssa on ongelmallisempaa – yhteistä kieltä, näkemystä tai tavoitteita ei tunnusteta samassa määrin. Valtion

viranomaisten toiminta näyttäytyy jopa arroganttina, itsevaltaisena, yksisilmäisenä, poliittisten ja ulkopuolisten suhdanteiden mukaan poukkoi-levana ja osin myös perusteettomana ja asiantuntemattomana. Yhtäältä nähdään, että valtion aluehallinnon muutokset ovat vaikeuttaneet kaupan kysymyksen monitahoistumiseen liittyvien asiantuntemuksien tavoittamista osana kaavoitusprosessia, toisaalta ministeriön nähdään ohjauksessaan keskittyvän trendien mukaisesti ”yhteen asiaan kerrallaan”.

Tilaa vievän kaupan hankkeet ovat haastattelujen perusteella yhteistyön organisoitumisen kannalta erittäin vaihtelevia. Joissain tapauksissa kaavoitusprosesseja ohjaavat kaavoituksen ulkopuoliset tekijät: elinkeinotoimen ja kehittämissyhtiöiden rooli hankkeiden edistämisen agentteina saattaa korostua. Toisaalta toimijoiden näkemyksen mukaan hankkeissa on sekä julkisella että yksityisellä sektorilla oman ydintoiminnan ympärillä toimiva ydinryhmä, mutta tämän ydinryhmän ulkoiset suhteet ovat pääosin kitkaisia. Toisaalta haastatteluissa mainittiin myös onnistumisia, erityisesti henkilökohtaisen tason hyvien suhteiden ansiosta.

Tilaa vievän kaupan hankkeissa nykyinen järjestelmä johtaa usein rakentajien näkemysten korostumiseen toteutuksessa. Kaavoitus ohjaa osaltaan rahoittajan/kehittäjän mahdollisuuksia, mutta useimmiten lopputuloksen ratkaisee taloudellinen tuotto lyhyellä aikavälillä. Usein kehittäjänä myös toimii rakennusliike. Tällöin edullisimmissa toteutussuunnitelmissa on luovuttu lisäarvoa pidemmällä aikavälillä mahdollisesti tuottavista ja rakentamisen kustannuksia lisäävistä ratkaisuista ”kertakäyttöisten” ja nopeasti tuottavien hyväksi. Lopulta rakentaja, jolla ei ole sen paremmin pitkän aikavälin yhdyskuntarakenteellista kuin kiinteistön elinkaaren aikaista taloudellistakaan vastuuta, tulee määritelleeksi toteutuksen tärkeimmät periaatteet irrallaan siitä, mitä pidemmän aikavälin (maankäytön ja kiinteistösijoittamisen) suunnitelmissa on asetettu tavoitteiksi. Vaikka lain kirjain ja kaavoituksen määräykset täyttyvät, on osaoptimoinnin tulos ”jäljelle jäävien” toimijoiden kannalta vähemmän optimaalinen.

Tilaa vievän kaupan suhteen myös toimialasiirtymän nähdään osaltaan murentavan pohjaa paitsi kaupan kaavoituksen tavoitteellisuuden osu- vuudelta, myös mahdollisuudelta tuoda sopivat asiantuntijuudet kontak- tien ja vaihdon vyöhykkeelle. Toimialaliukuma saattaa tarkoittaa pidem- mällä aikavälillä kokonaan kaavoituksessa suunnitellusta poikkeavien toimintojen kehittämiseen.

Kadunvarsiliiketilojen ja -toiminnan kehittämiseksi on erityisesti Hel- singissä tehty selkeitä edistysaskelaita. Erityisesti uusien alueiden kadun- varsien elävöittämiseksi on pohdittu erikoiskaupan asemaa kaupunki- suunnittelussa, tutkittu uusien alueiden kadunvarsitilojen toimintaa, mie-

titty esteitä kadunvarsiliiketilojen kehittämiseksi, ja kehitetty periaatteita joilla uusien alueiden suunnittelussa voitaisiin paremmin edistää myös kadunvarsien kaupallista toimivuutta.

Tämän työn kytkeminen kaupunkisuunnittelun ”valtavirtaan” on kuitenkin osoittautunut haasteelliseksi monellakin tavalla. Yhtäältä monet suunnittelun vakiintuneet periaatteet tukevat enemmän yksitoimintaisten kokonaisuuksien luomista kuin toimintojen pienimittakaavaisen sekoittumisen ja hajautettujen tilaratkaisujen kehittämistä. Suunnittelukäytännöissä näkemys kadunvarsiliiketoiminnan luonteesta on yksinkertaistava, yhtäältä määräyksistä ja toisaalta oletetuista asiakkaista lähtevä. Uusien alueiden kaupunginosakohtainen suunnittelulogiikka vahvoine kaupallisine keskittymineen syö kadunvarsikonseptien mahdollisuuksia. Toinen ”varjoalue” on vanhojen keskusta-alueiden kadunvarsiliiketoiminnan attraktioulottuvuuksien tuntemus – sen ymmärtäminen, mitkä tekijät todella tekevät erilaisista kaupunkiympäristöistä tällaiseen liiketoimintaan soveltuvia, ja mikä saa asiakkaat arvostamaan ja käyttämään erilaisia kadunvarsipalveluja.

Vaihdon vyöhykkeet kaupan suunnittelussa

Onko kaupan suunnittelussa yleisesti tai kaupan hankkeissa syntynyt ns. vaihdon vyöhykkeitä? Osapuolten kuvauksista päätellen hanketasolla ollaan pitkälti alkuasetelman ”vankeja”: hankkeen esittelyvaiheen asetelmien muuttaminen on pitkäjänteisen yhteisen tahdon etsimisen ansiota, eikä kaikissa hankkeissa päästä niin pitkälle että tällaista asetelmaa syntyy. Vaihdon vyöhykkeen ominaispiirteet (”ohueen tulkintaan” perustuvan, merkityksiltään toimijakohtaisesti vaihtelevan informaation tasapuolisen vaihdannan synty, paikallinen kiinnittyneisyys, mahdolliset rajaesineet, vaihdannan evolutiivinen luonne) voivat toteutua jonkin hankkeenosan ympärille – osan, jonka yhteiseen kehittämiseen kaikki ovat sitoutuneet. Näin yhteisen ratkaisun löytymiseen on edellytykset, ja kommunikaatiolle on positiivinen kiinnittymispiste. Yhtenä monissa yhteyksissä esiin tuotuna ominaisuutena tällaiselle vaihdon vyöhykkeelle on sen kohteen muovautuvuus, mahdollisuus tehdä kohteesta jotain jota eivät lähtökohtaisesti rajoita sen paremmin kaavoituksen kuin kiinteistökehittämisenkään suunnasta asettuvat yhdyskuntarakenteelliset ja taloudelliset reunaehdot.

Laajemmassa merkityksessä tällaisen vaihdon vyöhykkeen voidaan nähdä olevan muovautumassa koko kansallista kaupan ohjauksen keskustelua käsittäen. Vaikka käsiteltyjen tapausten perusteella voisikin sanoa, että kuva yhteisen oppimisen ja lähentymisen kokonaisuuden eteenpäin menosta jää helposti syntymättä, on kuitenkin yleisemmin nähtävissä eräänlaisen *retail planning* -mallin syntymistä – ainakin strategisen kommunikaation

tasolla halutaan entistä enemmän kiinnittää yhdyskuntarakenteen kehittämisen ja kaupallisen kehittämisen näkökulmat toisiinsa. Niinpä jatkuvan keskusteluyhteyden mahdollistama kontaktivyöhyke onkin syntynyt yleisellä kaupan suunnittelun tasolla, osapuolina kaupan järjestöt, kiinteistöjen manageriomistajat, kaupan suuret toimijat, kuntien kaavoitusviranomaiset sekä yhä useammin myös keskeiset paikalliset poliittiset toimijat. Tämä vyöhyke tulee konkreettiseksi erityisesti suurten hankkeiden ympärillä käytävän keskustelun puitteissa. Myös viimeaikaisiin maankäyttö- ja rakennuslain muutoksiin ja tarkennuksiin kaupan sijainninhajauksen osalta liittyneet keskustelut ovat todentaneet jännitteisen mutta jännitteitä ja ristiriitoja ylittämään pyrkivän keskustelun kehittymisen.

Paradoksaalisesti vaihdon vyöhykkeen syntyyn ovat ehkä selvimmin vaikuttaneet keskustelun ristiriidat. Paljon parjattu Ideapark-konsepti (sekä toteutunut Lempäälän hanke että toistaiseksi idea-asteelle jääneet Vihdin, Pieksämäen ja Kiimingin hankkeet) on käynnistänyt vilkkaan keskustelun kaupan ja kaupunkirakenteen suhteesta. Lähes kaikki ovat sitä mieltä, että Ideapark on erityistapaus, josta ei pidä tehdä johtopäätöksiä tulkittaessa kauppakeskus-toimialaa. Yhtä lailla monet näkevät, että Ideaparkin kokemusten myötä on löydetty uutta yhteisymmärrystä siitä, mikä on kaupan ja kaupunkirakenteen mielekästä yhteispeliä. Ideapark on alkanut toimia eräänlaisena yhteisymmärryksen rakentumisen välineenä, rajaesineenä. Vaikka sen ymmärrys ja siitä tehdyt tulkinnat vaihtelevat, ja eri osapuolet kiinnittyvät konseptin tai ”ilmiön” eri osiin niin toimintaansa ohjaavana kuin keskusteluakin suuntaavana tekijänä, se ”paaluttaa” monia ongelmallisina pidettyjä asioita kaupan maankäytön suunnittelussa: kehittäjän ja kunnan suhdetta, seudullista sijainninhajusta ja kuntien kilpailuasetelmaa, kuntakeskuksen ja uuden kaupallisen alueen välistä dynamiikkaa, jne.

Suuret kaupan toimijat pyrkivät keskittämään suunnitteluintressinsä suuryksiköihin ja kaupallisiin keskittymiin, ja näiden merkitystä uusien kaupunginosien kehittämisedellytyksille pidetään myös kaupunkisuunnittelussa ja elinkeinojen kehittämisessä sekä tärkeämpänä että kustannustehokkaampana kuin kadunvarsiliiketoiminnan kehittämistä. Niinpä kadunvarsiliiketoiminnan suunnittelukin on tietystä mielessä paradoksaalista: kadunvarsiliiketoiminta nähdään keskeisenä katukuvaa ja kaupunginosia elävöittävänä tekijänä, mutta käytännössä sillä ei nähdä olevan keskeistä (kaupallista) roolia uusien kaupunginosien kehittämisessä. Niinpä todella innovatiivisia konsepteja ei olekaan syntynyt – vaikka malleja tällaisille innovaatioille on nähtävissä niin nykyisessä toiminnassa vanhoilla keskusta-alueilla kuin kansainvälisissä esimerkeissäkin.

Kadunvarsiliiketoiminnan suunnittelun asetelma on nähtävissä konk-

reettisestikin kaupunkitilaan kiinnittyvänä paikallisena vaihdon vyöhykkeenä. Sen edistäminen on kuitenkin haasteellista juuri tämän kaupunkitilaan kiinnittyneisyyden mukanaan tuoman monitahoisuuden takia. Toisaalta kyse on myös suunnittelun luonteesta: osallisten joukko on paitsi avoin, myös epäselvä: kuka voi kulloinkin olla asukkaiden, käyttäjien, asiakkaiden, kauppiaiden ja omistajien edustajana suunnitteluprosesseissa?

Verkostohallinnan tulkinnat kaupan suunnittelussa

Verkostohallintaa on teoretisoitu ja tutkittu jo muutaman vuosikymmenen ajan (esim. Piore & Sabel 1984; Powell 1990; Sørensen & Torfing 2005). Jonesin ym. (1997, s. 914) mukaan verkostohallinta on *”valikoituneiden, itsenäisten toimijoiden pitkäjänteistä ja rakenteistunutta yhteistoimintaa, joka perustuu epämuodollisiin tai avoimiin sopimuksiin joilla on tarkoitus sopeutua ympäristön epävarmuustekijöihin sekä koordinoita ja suojata keskinäistä vaihtoa”*.

Sørensenin (2007) mukaan eri toimijat voivat ohjata verkostoja (metahallinta) joko suoraan tai epäsuorasti, tai erilaisin yhdistelmin eri tekniikoita. Scharpf (1997) ja Sehestedin (2002) lailla voidaan myös nähdä, että verkostot toimivat monella tavalla hierarkioiden ”varjossa”, ja että valta ja toiminta voivat vaihdella verkostojen ja hierarkioiden välillä tilanteesta riippuen.

”Metahallinnan” keinot Sørensen (2007) jakaa neljään perusmuotoon: toimintapolitiikan ja resurssien kehystämiseen, instituutioiden muotoiluun, verkostojen edistämiseen ja verkostoissa osallistumiseen. Sørensenin neljästä metahallinnan muodosta kaupan suunnittelussa aktiivisesti kehitetään verkostoissa osallistumisen muotoja. Hankekohtaiset laajasti eri toimijoita kokoavat työryhmät ovat arkipäivää ainakin suurimittakaavaisissa hankkeissa, olipa kyse kivijalkakauppojen suunnittelusta osana kaupungin osan kehittämistä tai kauppakeskussuunnittelusta osana aluerakentamiskohteen kehittämistä. Verkostojen edistäminen on myös tätä päivää, joskin motiivit liittyvät enemmän hankkeiden hyväksyttävyyden ja legitimitietin turvaamiseen (yhtä lailla julkisen kuin yksityisenkin sektorin puolelta) kuin pitkäjänteisen vuoropuhelun aikaansaamiseen. Tällainen nähdään kuitenkin sekä yhtenä ideaalina että konkreettisena tapana poistaa kaupan suunnittelun kitkatekijöitä.

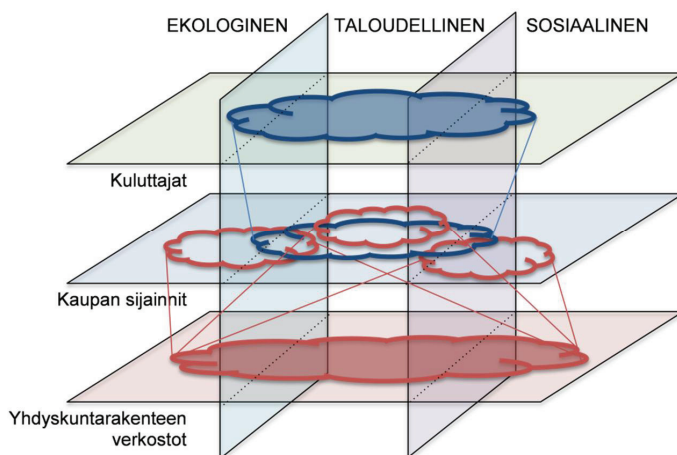
Toimintapolitiikan ja resurssien kehystämällä voidaan vaikuttaa suunnitteluprosessien suuntaan ja sisältöön jo lähtökohtaisesti. Ympäristöministeriön uudet linjaukset kaupan kaavoituksen suhteen voidaan nähdä tällaisena toimintana. Suurin osa haastatelluista näki kuitenkin ministeriön ohjauksen osana hierarkkista kontrollointia, joka ei kiinnity eri toimijoihin

kuin sattumanvaraisesti. Vaikka ympäristöministeriön ohjaukseen liittyy entistä enemmän dialoginomaisia piirteitä, koetaan välimatka yhtäältä keskushallinnon ja paikallisviranomaisten, toisaalta ministeriön ja kaa-voittajien, sekä kolmanneksi ”lainsäätäjän” ja yksityissektorin toimijoiden välillä liian pitkäksi, jotta toiminnan kehystyksen voitaisiin nähdä toteutuneen yhteistyössä.

Kaupan suunnitteluun osallistuvat toimijatahot ovat organisaatioina varsin erilaisia keskenään, ja ne toimivat hyvin erilaisilla toimintaperiaatteilla. Myös niitä taustoittavien eri instituutioiden voidaan sanoa muuttuvan eri tavoin kaupan suunnittelun asettamien paineiden alla. Yksityisellä sektorilla kyky muovautua ja säilyä toimintakykyisenä odottamattomien, äkillistenkin muutosten paineessa, ”resilienssi”, on lähtökohtaisesti suuri, koska jokainen toimija on suoraan vastuussa toimintansa perusedellytysten säilymisestä. Julkisella sektorilla puolestaan institutionaalista stabiiliutta on sekä arvostettu että arvosteltu. Institutionaalisen uudelleen muovautumisen perusteet ovat julkisella sektorilla monimutkaisia, politiikan, hallintokäytäntöjen ja viime kädessä lakien ehdollistamia. Vastaavasti yksityisen sektorin instituutioiden muovautumista ohjaavat ennen kaikkea ansaintalogiikat. Myös kiinnittyminen juuri kaupan suunnittelun hankkeisiin on erilainen: siinä missä kaavoittajalle kaupan hanke saattaa olla yksi monien, jopa kymmenten kaavoitushankkeiden joukossa, kehittäjällä ja rakentajalla saattaa olla useita hankkeeseen päätoimisesti sitoutuneita henkilöitä; myös manageroivat tahot ja omistajat sitoutuvat hankkeisiin oman toimintansa taloudellisten reunaehtojen puitteissa hyvinkin fokusoidusti (ks. myös Kanninen 2010).

Päätelmiä: Verkostokaupunkitulkinta ja kaupan maankäytön suunnittelu

Tutkimuksessa on lähestytty nk. vaihdon vyöhykkeiden syntymistä osana kaupan suunnittelun yhteistyön kehittämistä. Taustalla on ajatus verkostomaisen kaupunkikäsityksen ja siihen liittyvän verkostohallinnan noususta kaupunkikehityksen pirstaloitumisen vastavoimaksi ja uuden tyyppisen, entistä paikallisempaan mittakaavaan perustuvan ja paikallisuksia verkostoivan kehityksen tuottamista kehitysmahdollisuuksista. Dupuylaisen verkostokaupunkitulkinnan kautta ”kaupan” ja ”suunnittelun” kitkapintoja on helppo ymmärtää yleisellä tasolla, mutta tarkempi tarkastelu osoittaa kysymyksenasettelun monimuotoisuuden.



Kuva 1. Kaupan toimijoiden (sininen) ja maankäytön suunnittelun (punainen) lähtökohdat ja kaupan kaavoitukseen liittyvät projektiot "kaupan sijaintien" verkostopinnalle Dupuy (1991) verkostokaupunkitulkintaa mukaillen.

Verkostokaupungin tulkinta monitasoisena verkostokokonaisuutena (Dupuy 1991; kuva 1) kaupan maankäytön suunnittelussa selittää yhteistyöhön liittyvien lähtökohtaisten asetelmien eroja: maankäytön suunnittelun lähtökohdat ovat yhdyskuntarakenteiden tulkinnoissa niin ekologisen, taloudellisen kuin sosiaalisenkin kestävyysnäkökulmat huomioiden. Vastaa- vasti kaupan toimijoiden lähtökohtana on kuluttajien verkostojen tulkinta erityisesti talouden asettamassa viitekehyksessä. Suunnittelutilanteessa nämä varsin erityyppiset tulkinnat projisoidaan toiminnallisten verkostojen pinnalle, kaupan sijainteihin. Kauppa tekee tämän projisoinnin varsin johdonmukaisesti, taloudellista kestävyyttä erityisesti painottaen. Suunnittelun projektiot sen sijaan ovat monimutkaisempia: suunnitteluun osallistuvat hallinnon toimijat tekevät kukin omat projektionsa, jotka "osuvat" sijaintipinnan eri kestävyyssektoreille. Yhteistyötilanteen "kitkaisuuden" voi lähes suoraan lukea projektioden päällekkäisyydestä: mitä enemmän yhteistä projektiopintaa, sitä vähemmän kitkaa suunnitteluprosessissa. Tilanteesta tekee huonosti ennustettavan ennen kaikkea se, että eri hallinnon toimijoiden valtasuhteita eri suunnittelutilanteissa – ja siten eri projektioden suhteellista merkittävyyttä – ei voi yksiselitteisesti ennalta määritellä. Toisaalta myös yhtenäiset tulkinnat "kaupasta" toimijoihin osoittautuvat toimimattomiksi. Vaikka kaupan toimijat jakavat tietyn liiketaloudellisen näkökulman, on erityyppisillä kaupan muodoilla – kuten tässä käsitellyillä kadunvarsiliiketoiminnalla, tilaa vaativalla kaupalla ja kauppakeskuksilla – hyvin erilaiset lähestymistavat suhteessa maankäytön suunnitteluun.

Toimiva verkostohallinta kaupan kaavoituksessa tarkoittaa yhteistyötä myös kuntien ja hallinnon sektorien välillä

Toimivan verkostohallinnan kehittämisen näkökulmasta kaupan hankkeiden maankäytön suunnittelun yhteistyön tulee ulottua erityisesti sekä kunnallisten organisaatioiden eri osien välille että kuntien välille. Kuntien välinen kestävä, pitkäjänteinen yhteistyö on tärkeää seudullisen kokonaisnäemyksen tuomiseksi hankekaavoituksen tueksi, seudullisen osatoptimoinnin estämiseksi ja kaupan seudullisen logiikan maankäyttöliikenteellisten ja (pitkällä aikavälillä) yhdyskuntarakenteellisten seurausten ymmärtämiseksi. Kuntien omien yhdyskuntarakenteen kehittämistoimien koordinointi naapurikuntien kanssa antaa mahdollisuuksia parempaan kaupan rakenteiden hallintaan ja näin myös oman toiminnan parempaan hallintaan. Kunnan organisaation sisäinen yhteistyö puolestaan mahdollistaa paremmin proaktiivisen kehittämisotteen, kaupan hankkeiden maankäytön suunnittelussa erityisesti kaavoituksessa ja elinkeinojen kehittämisessä. Samalla voidaan valjastaa organisaation laaja asiantuntijuus paremmin ao. hankkeiden käyttöön. Lopputuloksena on yhtäältä selkeitä toimintatapoja ja nykyistä ennustettavampia prosesseja, joista on hyötyä kaikkien osapuolten toiminnan suunnittelulle. Toisaalta juuri tällainen yhteistyö luo hallintoon resilienssiä, kehittää joustavia verkostomaisia rakenteita jäykkien hallinnon sektorien välille.

Kaavoitusyhteistyön valtasuhteet määrittelevät kaupan sijoittumisen yhteiskunnallista kestävyyttä

Kaavoitusyhteistyön valtasuhteet ovat keskeisessä asemassa kehystämässä hankkeiden mahdollisia ominaisuuksia sekä maankäytön mahdollisia muotoja. Verkostohallinnan ja vaihdon vyöhykkeen konseptit sisältävät ajatuksen toimijoiden valtasuhteiden jonkinasteisesta tasapainosta. Tällainen tasapaino onkin tarpeen, jotta konseptit voisivat tuottaa laajalti kestäviä ratkaisuja. Poikkeamat tasapainotilasta tuottavat aina jollain tavalla osaoptimaalisia ratkaisuja, joissa kuluttaja on useimmiten heikoimmassa asemassa.

Julkisen sektorin, erityisesti kaavoittajan vahva asema tuottaa yhdyskuntarakenteellisesti kestäviä skeemoja – hankkeet kyetään kytkemään osaksi tiivistä yhdyskuntarakennetta, osaksi kunnan maankäytön pitkän aikavälin suunnitelmia, ja mitoittamaan kunnallisen suunnittelun logiikan mukaisesti toimivasti. Samalla kuitenkin joudutaan tinkimään kaupan ja kiinteistökehittämisen kestävyyydestä. Lopputuloksena on niuk-

kuutta kaavoitetuissa kaupan sijainneissa. Tämä niukkuus johtaa kaupan ja kiinteistökehittämisen kannalta (jossain määrin) kestävämpään tilanteeseen, koska liiketaloudellinen kannattavuus ei toteudu tarkoituksenmukaisesti kuin osassa kaavoitetuista tai kaavoitettavista sijainneista. Tällöin kauppa saattaa ”joutua” reagoimaan tavalla, joka tuottaa suunnittelematonta tai suunnittelun päämääriin verrattuna kestävämpää kehitystä. Kaupan tarjonta saattaa supistua tavalla, joka vaikeuttaa suunnitelmallista kehittämistä. Tarjonta saattaa siirtyä esimerkiksi liikennemyymälöihin tai jäädä kokonaan puuttumaan. Kuluttajan asema muodostuu tällöin vaikeaksi, palveluja joudutaan etsimään ehkä paljonkin suunniteltua kauempaa. Kehittämisen tuloksen sosiaalinen kestävyys vaarantuu. Samalla taantuva kaupallinen kehitys vaikeuttaa kunnan pitkäjänteistä kehittämistyötä.

Kaupan ja/tai kiinteistökehittäjän vahva asema puolestaan johtaa kaupan logiikan täysimääräiseen toteutumiseen. Hankkeet voidaan toteuttaa pitkälti yksityisen sektorin ehdoilla, jolloin ansaintalogiikka on kunnossa – (liike)taloudellinen kestävyys toteutuu. Toisaalta tinkimään joudutaan useimmiten juuri sijaintien sovittamisessa osaksi yhdyskuntarakennetta ja sen kehittämistä. Tällöin saatetaan luoda rakenteita, jotka paitsi tuottavat välittömiä haittoja ympäröivässä rakenteessa, myös luovat pysyviä omia rakenteitaan, jotka pitkällä aikavälillä aiheuttavat yhteiskunnallisten kustannusten kestäväntä kasautumista muille toimijoille. Esimerkkinä tästä on vaikkapa kaupan yksikkökoon kasvun vaikutus kaupan verkoston luonteeseen, ja sen vastavuoroisesti aiheuttama logistiikkakustannusten siirtyminen kuluttajien maksettavaksi. Harveneva suurmyymäläverkko johtaa edelleen asiointimatkojen pidentymiseen, joka puolestaan kasvattaa kuluttajien maksutaakkaa entisestään. Samalla laajeneva yhdyskuntarakenne vaikeuttaa palvelujen järjestämistä ja tekee kunnan toiminnasta taloudellisesti entistä haastavampaa.

Kaupan kaavoituksessa suunnittelujärjestelmä ei kykene pitkäjänteiseen suunnitelmallisuuteen

Kaupan hankkeiden maankäytön suunnittelussa on kahdenlaisia rakenteellisia ongelmia. Yhtäältä järjestelmä on kohtuuttoman jäykkä, mistä seuraa mm. jatkuva tarve toteuttaa kaupan hankkeita poikkeamispäätöksin ja kaavamutoksin. Kaupan toiminnan aikajänne on keskimäärin selkeästi lyhyempi kuin asemakaavan ”luonnollinen” elinikä. Toisaalta kaavoitus ei pysty myöskään toimimaan riittävän proaktiivisesti, jotta sen paremmin kunnan kuin kaupankaan visioita pystyttäisiin toteuttamaan tässä työssä hahmotetuilla yhteistyöhön perustuvilla kestävyttä korostavilla ja edistävillä tavoilla. Kaava tällaisena ”pehmeänä” suunnitteluinstrumenttina on

vaativa: sen hyväksyttävyyys ja toimivuus ovat pitkälti sidoksissa siihen, kuinka hyvin se vastaa toimijoiden käsitystä tulevaisuuden vaatimuksista. Ajastaan jäljessä oleva kaava sen sijaan on hyödytön sekä pehmeän että ”kovan” ohjauksen välineenä. Tässä mielessä tärkein kaavajärjestelmän kehittämisen haaste onkin kaavojen ajantasaisuuden varmistaminen.

Kaupan hankkeiden kaavoituksessa on tunnistettavissa ainakin kaksi mahdollista kehittämissuuntaa. Ensimmäinen perustuu kaavajärjestelmän yksinkertaistamiseen: maakuntakaavaa tulisi muuttaa entistä enemmän visionääriseksi, suuria kehityslinjoja luovaksi ja niitä kunnalliseen kaavoitukseen ohjaaviksi. Tämä tarkoittaisi todennäköisesti aluevarauksista luopumista ainakin kaupan hankkeiden osalta. Strateginen ohjaus voisi olla jopa entistä tiukempaa – esimerkiksi päivittäistavarakaupan yksiköille voitaisiin asettaa tiukat kokorajat, joilla hallittaisiin käytännössä myymäläverkoston tiheyttä. Kaavoituksen varsinainen painopiste olisi yleiskaavatasolla, jolla luotaisiin entistä vahvemmat strategiset kehykset kunnan maankäytön kehittämiseksi. Yksitoimintaisista aluevarauksista voitaisiin kuitenkin siirtyä kohti monitoimintaisia, aidosti strategisia rajoituksia ja kehittämisen painopisteitä sekä haluttuja toimintakokonaisuuksia käsitteleviä aluumerkintöjä. Asemakaavoituksen sijaan voitaisiin tällöin voimavarat laittaa laajennettuun hankesuunnitteluun hieman brittiläisen mallin mukaisesti. Maankäytön suunnittelun kustannukset voitaisiin tällöin entistä paremmin kohdentaa niistä tosiasiallisesti hyötyvien maksettavaksi.

Toisessa vaihtoehdossa kaavoituksen ohjausvaikutusta tulisi parantaa. Nykyistä kaavahierarkiaa voisi tässäkin vaihtoehdossa kehittää strategisempaan suuntaan. Yleiskaava ja asemakaava tulisi yhdistää koko kuntaa kattavaksi kehittämiskaavaksi, joka muodoltaan vastaisi nykyisistä yleiskaavoista yksityiskohtaisimpia. Tämän kaavan sitovuuden tulisi olla (lähes) ehdoton ja ohjaavuuden (lähes) asemakaavan tasoa. Tämän tekisi mahdolliseksi velvoite tarkistaa kehittämiskaava valtuustokausittain. Rakennuslupakäytäntöjä tulisi tällöinkin kehittää jossain määrin hankesuunnittelun suuntaan. Erityisinä hyötyinä tässä mallissa olisivat kaavalisen ohjauksen luotettavuus sekä kaavojen hyvä ajantasaisuus.

Lopuksi

Kaavoituksen näkökulmasta yhdyskuntarakenne ”kivetty” rakentamisen myötä, ja kaavallisen suunnittelun painopiste siirtyy toisaalle. Kaupan suunnittelun yksityiset osapuolet kuitenkin näkevät erityisesti suurten, yhdyskuntarakenteessa ”vetureina” tai voimakkaina vaikuttajina toimivien yksiköiden olevan jatkuvassa kehittämisen ja muuntumisen tilassa.

Hankesuunnittelun aikana projektin luonne saattaa kaupan tai kiinteistökehittämisen kannalta muuttua useampaankin kertaan, mikä saattaa aiheuttaa kitkaa yhteistyöhön kaavoituksen kanssa. Kaavoituksen valmistuttua hanke on kaavoituksen näkökulmasta ”toistaiseksi valmis”, mutta omistajiensa, manageriensa ja käyttäjiensä kannalta etenkin kauppakeskus ei ole mitenkään valmis, vaan elinkaarensa kehityksen alussa.

Ratkaisujakin on etsitty: yhtäällä on puhuttu ”länän olevasta kaavoituksesta”, toisaalla maankäytön suunnittelun ”ketterydestä” ja resilienssistä. Samalla kun maankäytön suunnittelun – ja kunnallisen maankäyttöön liittyvän päätöksenteon yleisemminkin – ”jähmeyttä” ja hitautta on arvosteltu, on hankkeiden pitkällisen yhteistyön myötä kehittynyt periaatteessa hyvin pysyviä ja kehittyviä paikallisia toimintamalleja julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyölle. Yhteisen ymmärryksen ja näkemyksen kehittyminen johtaa epävirallisten ja epämuodollistenkin hyviksi havaittujen toimintamuotojen siirtymiseen hankkeesta toiseen. Vähitellen muodostuu henkilöistä suoranaisesti riippumattomia toimintamuuotoja ja –malleja, institutionalisoituvia vaihdon vyöhykkeitä.

Vaihdon vyöhykkeiden synnyllä ja luomisella on tietenkin oma iteisarvonsa vain mikäli niiden toiminta tuottaa parempaa ja useampien hyväksyttävissä olevaa kaupan (yhdyskunta)rakennetta. Tämän tutkimuksen kannalta on keskeistä myös se, mitä nämä vaihdon vyöhykkeet kertovat mahdollisuuksista kehittää hyvän suunnitteluyhteistyön malleja, sekä KAVERI-hankkeen kannalta laajemminkin mahdollisuuksista tuottaa yhteistyömalleja, joiden tuloksena löydetään entistä useammin moniulotteisesti ”kestäviä” kauppapaikkoja.

3.8. Yhteenveto

Raine Mäntysalo, Aalto-yliopisto/YTK

Edellisessä aluvuussa Vesa Kanninen hahmotti monitoimijaisen verkostohallinnan edellytyksiä kaupan sijainnin ohjauksessa. Laura Yrjänän kronologinen tarkastelu parilta viime vuosikymmeneltä osoittaa, että kaupan sijainnin ohjausta koskevat keskustelut ovat olleet yksittäisiä kysymyksiä korostavia (kuten kaupan aukioloajat ja kaupan suuryksiköiden sijoittuminen yhdyskuntarakenteessa) ja julkisen sääntelyn keinovalikoimaan nojaavia moninäkökulmaisuuksien ja yhteistyön kustannuksella. Kanninen erittelee tätä kritiikkiä nostaen keskeiseksi ongelmaksi eri näkökulmia yhteen koordinoivan ja win-win -asetelmia hakevan kommunikaatiokyvyn puutteen, jolloin jokin osapuoli usein voittaa muiden hävityksensä. Esimerkiksi rakennusliike voi saada nopean kiinteistökehittämishyödyn kauppakeskushankkeestaan, mutta kiinteistön sijainti ei ole suotuisa pitkäjänteisen kauppakeskusjohtamisen eikä yhdyskuntarakenteen eheyttämistä tavoittelevan yhdyskuntasuunnittelun kannalta – tai kivijalkakaupoista haaveileva kaupunkisuunnittelu ymmärtää huonosti kaupan menestymisen realiteetteja. Keskeinen näkökulmaero tiivistyy siihen, että kaavoittajan pyrkiessä ohjaamaan kaupan sijaintia nykyisen yhdyskuntarakenteen eheyttämisen näkökulmasta on kaupan toimijoiden huomion kohteena kaupan sijainnin keskeisyys kuluttajavirtojen kannalta. Kun kuluttaja on pääosin yksityisautoilija, tarkoittaa kuluttajavirtojen keskiöön pyrkiminen yleensä yhdyskuntarakenteen hajauttamista – ja vastavasti kaupan ohjaaminen yhdyskuntarakennetta eheyttäviin sijainteihin tarkoittaa usein kuluttajavirtojen kannalta vähemmän optimaalista sijoittumista kaupalle.

Ratkaisuksi Kanninen esittää kaupan sijainnin ohjauksen *vaihdon vyöhykkeitä* keskinäisen koordinaation mahdollistavina kommunikaation kenttinä. Kaupan kaavoituksen osalta tämä voisi tarkoittaa brittiläistyyppisen *retail planningin* toimintamallien osittaista omaksumista, missä korostuvat yleispiirteisen suunnittelun tasolla kaavoituksen strategisuus ja ajantasaisuus - ja toteutussuunnittelutasolla laajennettua harkintaa sisältävä hankekaavoitus. Mitoitukselliset reunaehdot määritettäisiin yleisellä normiohjauksen tasolla vaikuttaen kaupan konseptien ja myymäläverkkotiheyksien muodostumiseen yleisesti – altistamatta näitä kysymyksiä heikosti ohjaavan maakuntakaavoituksen pelikentillä ratkaistaviksi. Funktionalistisen kaupunkisuunnitteluperinteen yksitoimintaisista alue-

varauksista siirryttäisiin monitoimintaiset kaupan konseptit mahdollistaaviin aluevarauksiin. Näin kaavoitus loisi paremmat edellytykset hankekohdaiselle suunnittelu-yhteistyölle kaupan sijainninohjauksessa ja mahdollistaiksi kaavoituksen paremman reagoivuuden kaupan dynaamisiin muutoksiin. Normiohjauksen ja yleispiirteisen suunnittelun tasolla kaupan ohjauksen yleiset ja seutu-/kuntakohtaiset periaatteet ja pelisäännöt voitaisiin tehdä läpinäkyvämmiksi ja sitovammiksi – niitä riittävän usein kuitenkin tarkistaen.

Vaihdon vyöhykkeen idea on omaksuttu Peter Galisonilta. Tällä käsitteellä (engl. *'trading zone'*) Galison pyrkii hahmottamaan, miten eri alakulttuurireja edustavien toimijoiden välille on syntynyt paikallisia ”alustoja” ja ”infrastruktuureja” tiedon ja palvelusten keskinäiselle vaihdolle niin, että toimijat, jotka pohjimmiltaan ymmärtävät toisiaan huonosti eivätkä jaa yhteisiä arvoja ja tiedollisia perusolettamuksia, kuitenkin kykenevät toisiaan hyödyttävään yhteistyöhön ja yhteisiin saavutuksiin.

Vaihdon vyöhyke on ikään kuin yksinkertaistettu kieli, jonka avulla omaa toimintaa, joka muutoin on käsitteellisesti eriytynyttä, voidaan sopivasti paketoita ”ohuiksi kuvauksiksi” (*thin description*) toisten osapuolten ymmärrettävään ja hyödynnettävään muotoon. Galison tekee tässä rinnastuksen lingvististen antropologien tutkimuksiin eri kulttuurien kohtaamisista ja yhteiselosta (esim. britit kolonialismin aikaan Rhodesiassa ja Jamaikalla). Näissä kohtaamisissa on syntynyt keskinäisen vaihdon käytäntöjä, vaikka vaihdetut objektit ja ylipäättään vaihto toimintana saavat eri merkityksiä eri kulttuureja edustaville osapuolille. Vaihdon mahdollistamiseksi on luotu eri kulttuurien ja kansojen välille ensin keinotekoisia, rakenteellisesti ja käsitteellisesti yksinkertaisia *pidgin*-kieliä, jotka joissain tapauksissa ovat myöhemmin kehittyneet ”luonnollistuen” varsinaisiksi äidinkieliiksi, *kreoleiksi*, kuten Rhodesian englanti ja Jamaikan englanti.

Yhdyskuntasuunnittelua on teoriatasolla pitkään ohjannut ns. kommunikatiivisen suunnittelun paradigma, joka korostaa toimijoiden välisen konsensuksen periaatteellista välttämättömyyttä onnistuneen yhdyskuntasuunnittelun ehtona. Vaihdon vyöhykkeisiin perustuva ajattelu siirtää huomion tämän sijaan niihin paikallisiin olosuhteisiin, suunnittelun ja yhteistyön resursseihin ja keskinäisen kommunikoinnin käytännöllisiin muotoihin, joiden puitteissa voidaan löytää paikalliset keinot koordinoida keskinäistä rinnakkain oloa eri toimijoiden kannalta menestyksellisesti ilman yhteisten tavoitteiden vaatimusta. Kanninen tarkastelee tämän suunnittelua-jattelun mahdollisuuksia kaupan kaavoituksen ja sijainnin ohjauksen osalta.

Myös kaupan pitkäjänteisessä johtamisessa on tarvetta tämäntyypiselle lähestymistavalle. Lauri Paavolan pitkittäistarkastelu Itäkeskuksen kolmi-

kymmenvuotisen johtamisen kehitystarinasta tuo esiin, miten kestävä kauppakeskusjohtaminen edellyttää jatkuvaa ja ketterää seurantaa ja reagointia kaupan ja kuluttamisen trendien muutoksiin sekä ympäröivän yhdyskuntarakenteen ja saavutettavuustekijöiden kehittymiseen. Tarvitaan jatkuvaa ennakointia ja herkkyyttä tunnistaa kriittiset muutospisteet, ja tällaisen strategisen arvioinnin pohjalta osattava houkutella kulutuskäyttäytymisen muutosagenteiksi nousevia liikkeitä ja palveluja oman kauppakeskuksen yhteyteen. Kauppakeskuksen johdon on kyettävä luomaan keskinäisen koordinoinnin alustoja, missä myös kauppakeskus itse toiminnallis-fyysisenä konstellaationa tulee joustavasti muokkautuvaksi ja kaupan uusia konseptointeja mahdollistavaksi 'alustaksi'.

Ostoskeskusten osalta kiinteistöhallinnan fragmentoituneisuus näyttää nousevan niiden keskeisimmäksi kestävä kehittäminen esteeksi, kuten käy ilmi Karin Krokforsin tutkimuksesta. Kiinteistöhallinnan fragmentoituneisuus estää ostoskeskusten kokonaisvaltaisen johtamisen ja se johtaa rakenteiden muutosjäykkyyteen, missä olennaisemmiksi nousevat usein tilojen omistusrajat kuin niiden fyysis-rakenteellisten, toiminnallisten ja suojelullisten reunaehtojen asettamat rajoitteet. Ostoskeskusten ahdingon ja rappeutumisen taustalla ei ainakaan yksioikoisesti ole kauppakeskusten yleistymisen, kuten Karitta Laitisen karttatarkastelu osoittaa. Kauppakeskusten autoilevat asiakkaat tulevat huomattavasti laajemmilta vyöhykkeiltä kuin niiden lähistöllä sijaitsevien ostoskeskusten ympäristöistä, mikä käy ilmi edellisen luvun kuluttaja- ja matkakyselyanalyseistä. Samalla kuitenkin myös autoton asiointi korostuu perinteisellä lähiövyöhykkeellä niiden täydennysrakentamisen ja väestörakennemuutosten (maahanmuutto ja ikääntyminen) myötä. Kaupunginosakohtaisten palvelukeskuksen kaupallista potentiaalia ei sinänsä ole kadotettu, mutta perinteisten ostoskeskusten kiinteistöhallinnan ongelmien vuoksi ovat kaupan toimijat nyt suunnittelemassa niiden tilalle keskitetysti johdettuja pienoiskauppakeskuksia. Tämä luo vakavan haasteen sellaisten ostoskeskusten kannalta, joiden säilyttäminen niiden historiallisten arvojen ja lähiöiden identiteetin kannalta olisi tarpeellista ja jotka muutoin olisivat fyysis-rakenteellisesti ja toiminnallisesti kaupan muuttuviin tarpeisiin muokattavissa.

Monikulttuuristuvissa lähiöissä, kuten Espoon Suvelassa, lähiökeskusten elinvoimaisuus on tärkeää myös alueiden sosiaalisen kestävyuden ja koheesion kannalta. Ostoskeskukset voisivat näillä alueilla muodostua monikulttuurisen vaihdon konkreettisiksi alustoiksi sellaisillakin uutta luovilla tavoilla, joita emme vielä kykene ennakoimaan. Ostoskeskukset voisivat edustaa sekä juurtumisen mahdollistavaa jatkuvuutta että joustavaa mukautuvuutta uuteen monikulttuuristuvaan lähiöelämään, jos nii-

den kehittymiselle vain luotaisiin hallinnolliset edellytykset. Ne voisivat koulujen ohella tulla keskeisiksi rajaesineiksi monikulttuurisen lähiöarjen kanssakäymisen pidgineille. Tämä vaatii myös kaupungin kehittämisen eri sektoreilta ja hankkeilta koordinaatiota ja näkökulmien yhteensovittamista, kuten käy ilmi Markku Norvasuon, Terttu Nupposen ja Jukka Hirvosen tarkastelusta.

4 Kauppapaikkojen suunnittelun ja johtamisen välineet kestävässä verkostokaupungissa

Suvi Nenonen, Aalto-yliopisto/BES & Anssi Joutsiniemi, Tampereen teknillinen yliopisto/EDGE

Kaupan ympäristöt vaihtelevat kivijalkaliikkeistä kauppakeskuksiin – mitä suuremmasta kokonaisuudesta on kysymys, sitä kompleksisempää on kokonaisuuden suunnittelu ja johtaminen, etenkin, kun mukaan sisällytetään kestävä kehitys eri ulottuvuudet. Yhdyskuntarakenteen systemististä komijakoista tarkastelutasoa on käsitelty laajemmin tämän raportin luvussa 2. Tutkimuksessa kehitettyjen työkalujen tavoitteena on omalta osaltaan visualisoida kaupan moniulotteista rakennetta, jossa systeminen kokonaisuus muodostuu osiensa summasta. KAVERI-tutkimuksen viitekehityksessä työkalut sijoittuvat kestävyiden kriteereiden ja verkostotasojen kannalta ohessa olevan kaavion mukaisesti.

	Ekologinen	Taloudellinen	Sosiaalinen
Kuluttajat	Kestävän käytettävyyden arviointimittaristo kauppakeskusjohdon toiminnan tueksi		
Kaupan sijainti	Dynaaminen suunnittelumalli yhdyskuntasuunnittelun tueksi		
Tiet ja muut verkostot			

Kuva 1. KAVERI-tutkimuksen työkalujen sijoittuminen kestävyiden ja viitekehitykseen.

Tässä luvussa esitellään kaksi tutkimuksen aikana kehitettyä työkalua. Ensimmäisen työkalun on KAVERI-hankkeen aikana tehnyt Tampereen teknillisessä yliopiston EDGE laboratorion tiimistä Sanna Iltanen Anssi Joutsiniemen ja Annuska Rantasen avustamana. Sen tavoitteena on luoda dynaaminen simulointimalli, joka mahdollistaa dupuylaisen kolmitasoisin infrastruktuuriverkostojen, kauppapaikkojen sijainnin ja kulutta-

japreferenssien keskinäisen vuorovaikutuksen (ks. luku 2) havainnollistamisen. Malli kattaa tarkastelukehikon kaikki kolme tasoa, mutta kehitystyön painopiste on tutkimuksessa ollut kaupan sijaintilogiikkaan ja yhdyskunnan fyysisen rakenteeseen liittyvissä kysymyksissä. Ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen kestävyyskriteerien kannalta simulaatiomallin olennaisin hyöty saavutetaan sen holistisen kokonaisdynamiikan kautta. Itse kestävä kehityksen kriteereihin malli ei puutu, vaan tarjoaa systeemin kuvauksen, jolla tavoiteltavista kehityssuunnista ja keskitetyn tai hajautetun kontrollin mahdollisuuksista suunniteltavien osajärjestelmien tasolla on ylipäänsä mielekästä puhua. Esiteltävä malli on rakennettu tutkimustarkeituuksiin ja operatiivisena suunnitteluvälineenä vielä kehityssasteella.

Toinen työkalu keskittyy käytön aikaiseen kauppakeskuksen kestävä käytettävyyden arviointiin. Työkalun ovat kehittäneet Kari Nissinen ja Veli Möttönen VTT:tä sekä Johanna Lehto, Renita Niemi ja Suvi Nenonen Aalto-yliopiston Rakennetun ympäristön palvelut - tutkimusryhmästä. Työkalun avulla on mahdollista saada kokonaiskuva kauppakeskuksen kestävä käytettävyyden nykytilasta. Työkalua soveltamalla on mahdollista myös tunnistaa niitä kestävä kehityksen osa-alueita, joissa on onnistuttu hyvin ja toisaalta myös niitä osioita, joissa kenties esiintyy kehittämistarvetta. Arviointityökalua käyttämällä voidaan myös lisätä tietoa ja ymmärrystä kestävä kehityksen arvoista kauppakeskuksen käyttäjien keskuudessa. Arviointityökalu on jatkoa aikaisempaan kauppakeskusten käytettävyyden mittaristohankkeeseen (Ainoa *et al.* 2009), jossa todettiin, että kauppakeskusten kestävä kehityksen ja käytettävyyden välistä yhteyttä on syytä kehittää yhä edelleen.

4.1 Kaupunkien dynamiikka ja simulaatiomallit suunnittelun työvälineenä

Sanna Iltanen, Tampereen teknillinen yliopisto/EDGE

Kaupunkisuunnittelun problematiikkaa dynaamisen mallinnuksen näkökulmasta lähestyttäessä taustalla vaikuttaa tieteellinen maailmankuvankuvan muutos. Uuden ymmärryksen mukaan kaupunkikehitys ymmärretään prosessiksi, joka ei koskaan varsinaisesti saavuta pysyvää tasapainotilaa vaan etenee jatkuvassa dynaamisessa epätasapainotilassa (Batty 2005). Myös kaupankäynnin tilallinen järjestäytyminen ymmärretään tällaiseksi ”kaukana tasapainosta” eteneväksi prosessiksi. Kullakin Dupuy’n verkostokaupunkimallin (Dupuy 1991) tasolla: (1) infrastruktuurissa, (2) tuotannon- ja kulutuksen toimijoiden tai (3) yksilöiden toiminnassa tapahtuvat muutokset muuttavat kokonaisasetelmaa, johon muut toimijat reagoivat tai sopeutuvat. Näillä eri tasojen toimijoilla on sekä keskitettyjä että hajautuneita pyrkimyksiä. Keskitettyjä pyrkimyksiä ovat vaikkapa kaavoitusorganisaatioiden tai valtion lainsäädännöllä asettamat tavoitteet, hajautuneita puolestaan asukkaiden päätökset asumisesta, liikkumisesta tai kulutuksesta. Dynaamisten mallien avulla pyritään hahmotamaan näiden keskitettyjen ja hajautuneiden tavoitteiden vuorovaikutussuhteita. Tässä hankkeessa kehitetty dynaaminen simulaatiomalli pyrkii valottamaan kaupan tilallista jakautumista ja sijoittumista suhteessa mallissa ennalta määriteltyn kaupan yksiköiden typologiaan sekä eräisiin muihin reunaehdoin.

Suunnittelun perinteinen lähestymistapa ja työkalut on pitkälti kehitetty kehityksen lopputilan määrittelyyn eivätkä niinkään kehityksen dynamiikan analysointiin – saati sen synnyttämiseen tai hallitsemiseen. Vaikka nyt näköpiirissä olevan tulevaisuuden aikana simulaatiomallit tuskin ratkaisevat koko ongelmaa, ovat ne kuitenkin askel lähemmäs tavoitetta dynamiikan hallitsemisen ja ymmärtämisen mahdollistavista työkaluista. Tässä kirjoituksessa simulaatiomalleilla viitataan erityisesti viimeisen kahden vuosikymmenen aikana kaupunkitutkimuksen ja mallinnuksen parissa kehitettyihin menetelmiin. Nämä ns. uudet mallinnusmenetelmät pohjautuvat kompleksisuusparadigmaan korostaen paikallista vuorovaikutusta verrattuna perinteisempiin tasapainomalleihin, joiden taustalla puolestaan vaikuttavat taloustieteiden ja luonnontieteiden tasapainomallit. Agenttipohjaiset mallit tarjoavat mahdollisuuden tarkastella yksittäisistä ratkaisuista ja yksilöidyistä käyttäytymismalleista syntyviä kumulatiivisia vaikutuksia ns. bottom up – periaatteen mukaisesti. Jos

monimutkaisia vuorovaikutussuhteita kestävän kehityksen eri ulottuvuuksien välillä kyetään sisällyttämään malleihin, tarjoaa tämä uusia mahdollisuuksia myös kestävän kehityksen ongelmien hahmottamiseen. Tässä luvussa käsitellään yleisemmin mallien käyttämistä suunnittelun apuvälineenä ja niihin liittyvien lähestymistapojen taustoja sekä viitataan hankkeessa kehitettyyn malliin esimerkkinä.

Kaupungit dynaamisessa epätasapainossa

Dynaamista epätasapainotilaa – käsitettä, joka on lähtöisin alun perin termodynamiikasta – käytetään metaforana usein myös erilaisille sosiaalisille järjestelmille. Termodynamiikassa tällaisessa dynaamisessa epätasapainotilassa oleva systeemi pysyy ulkopuolelta tulevan energian vaikutuksesta jatkuvassa muutoksessa. Systeemin rakenteet generoivat järjestystä spontaanisti vaihtamalla energiaa ulkoisen ympäristönsä kanssa (Prigogine 1955, Prigogine & Glandsorff 1971). Arkisimpia esimerkkejä tällaisista fysiikaalisista ilmiöistä ovat vaikkapa virtaavaan veteen syntyvät pyörteet, ilmakehän syklonit ja hurrikaanit tai vaikkapa konvektio. Alan uranuurtaja Ilya Prigogine on termodynamiikan lisäksi laajentanut teoriaansa myös biologian ja sosiaalisten systeemien tutkimukseen, mutta tämä kontribuutio on jossain määrin kiistanalainen. Yhdessä Robert Hermanin kanssa hän kehitti mm. virtausmallin (two-fluid model), joka kuvaa sekä kaupungin liikennevirtojen käyttäytymistä että supranesteen virtausta klassisessa statistisessa mekaniikassa (Herman & Prigogine 1979). Prigoginen mukaan ilmiöissä, joissa näennäisestä epäjärjestyksestä syntyy järjestystä, voidaan siis nähdä samankaltaisuuksia, tapahtuivatpa ne sitten fysiikaalisissa, biologisissa tai sosiaalisissa systeemeissä.

Sosiaalisten järjestelmien yhteydessä tasapainon ja epätasapainon käsitteitä on tutkittu ehkä laajimmin taloustieteessä. Taloustieteen klassisimpiin ongelmiin kuulunee – tälläkin hetkellä varsin ajankohtainen – keskustelu talouden säätelyn ja säätelemättömyyden merkityksestä. Tähän keskusteluun oleellisesti liittyy käsite markkinoiden näkymättömästä kädestä, jonka Adam Smith loi teoksessaan ”The Wealth of Nations” (1776). Alunperin näkymättömällä kädellä viitataan erityisesti myyjien ja ostajien väliseen hintakilpailuun, joka johtaa hyödykkeiden tuotantokustannusten ja hintojen pienenemiseen. Tällöin yksilön tavoitellessa omaa etuaan koko yhteisö hyötyy. Tavanomaisemmin ”näkymätön käsi” tulkitaan kuitenkin usein hieman väljemmin prosessina, joka toimii ilman keskitettyä kontrollia. Samasta perinteestä nousevat myös Friedrich Hayekin liberaalit näkemykset. Hänen mukaansa markkinatalouden spontaanin järjestyksen sallivissa järjestelmissä yhteiskunnalliset resurssit tulevat jaetuksi tehokkaimmin

verrattuna mihinkään suunniteltuihin järjestelmiin. Oletuksena on, että spontaanin järjestyksen sallivissa järjestelmissä yksilöiden hajautuneiden päätösten tuloksena syntyy sofistikoituneita liiketoimintaverkostoja ilman keskitettyä ohjausta (Hayek 1988).

Talousteoriassa ajatellaan, että tasapaino syntyy, kun järjestelmän toimijat eivät voi enää parantaa tilannettaan tekemällä jotakin eri tavalla. Siksi Adam Smithiin viitataan joskus myös tasapaino-konseptin varhaisena lanseeraajana. Kuten klassiset ekonomistit yleensä, hänkin toteaa, että vapailla markkinoilla on taipumus synnyttää tasapaino hintamekanismin avulla. Nobelisti Thomas Schelling toteaa kuitenkin klassikossaan "Micro motives and macro behaviour", että "tasapainotilassa ei ole mitään erityisen vetovoimaista" ja että "tasapaino on vain lopputulos, kun jokin prosessi on asettunut aloilleen" (Schelling 1978). Hän myös liittää tasapainon ideaan keskeisesti sen, että tunnistetaan se muutosprosessi, jonka lopputuloksena tasapaino syntyy. Sopeutumisprosessia pitävät yllä "vaikutukset" kunnes ne eivät enää aiheuta muutoksia ja syntyy tilanne, joka määritellään tasapainoksi (Schelling 1978).

Mallien rajoitteista

Mallien kehitystyössä ja hyödyntämisessä analogiat ovat keskeisiä. Tämä tekee mallien ja vertailtavan todellisuuden suhteesta lähtökohtaisesti sopimuksenvaraisen. Lukuisia "uusia" malleja on syntynyt soveltamalla yhden systeemin formaalia tai funktionaalista esitystä toiseen. Tieteenalojen välillä on kuitenkin eroja, jotka on otettava huomioon analogioita hyödynnettäessä. Myöskään normatiivisia ideaalimalleja ei pidä sekoittaa systeemin käyttäytymistä kuvaavien mallien kanssa. Kompleksisuustieteiden pioneereihin kuuluva Stuart Kauffman (2008) toteaa, että ekonomiaa ei voida redusoida fysiikkaan muun muassa siksi, että sosiaalisissa järjestelmissä systeemin osilla eli agenteilla on intentioita toisin kuin fysiikaalisten systeemien agenteilla. Samalla tavoin, vaikka kaupunkisuunnittelua ja tutkimusta ei voida redusoida ekonomiaan, toimivat nämä kuitenkin hedelmällisinä metaforina kaupunkikehitystä kuvaavien mallien kehitystyössä. Myös kaupungeissa tapahtuvissa tilallisissa prosesseissa voidaan havaita vastaavia ilmiöitä kuten dynaaminen epätasapaino ja spontaani järjestys. Vaikka mallien mekanismi muistuttaakin eräitä säätelemättömän kapitalismin periaatteita, ei suunnittelun työkaluiksi kehitettyjä malleja tai niiden taustalla olevia ajatuksia kuitenkaan pidä suoraviivaisesti tulkita argumenttina liberalistisen politiikan puolesta tai välineinä sen toteuttamiseen. Pikemminkin ne tulee nähdä välineinä ymmärtää

yksilöiden markkinaehtoisten toimien ja sääntelyn vuorovaikutusmekanismeja.

Jokainen mallien kanssa vähänkään syvällisemmin operoinut tietää, että mallit eivät myös ole kaikkivoipia: niillä on omat merkittävät rajoitteensa, joka johtuu niiden todellisuutta yksinkertaistavasta perusluonteesta. Vaikka malleilla voidaan saavuttaa ja havainnollistaa monenlaisia kehityspolkuja, tasapaino ja epätasapainotiloja, ne ovat kuitenkin aina rajoittuneita omiin reunaehtoihinsa. Simulaatiomallit - ainakaan tähän mennessä kehitetyt - eivät pysty ennustamaan taloudessa tai teknologiassa innovaatioita, joiden seurauksena syntyy jatkuvasti uusia sopeutumisprosesseja, jotka puolestaan johtavat uusiin tasapainotiloihin. Mallissa aina tietyt tekijät, reunaehdot, ovat simulaatioprosessissa muuttumattomia, mikä ei vastaa ”todellisuutta”, jossa nämä tekijät ovat alttiita muuttumaan. Malleja voidaan kuitenkin hyödyntää tekemällä valistuneita oletuksia erilaisista reunaehtoien muutoksista. Myöskään tässä tutkimuksessa esitelty simulaatiomalli ei pyri simuloimaan uusien teknologisten muutosten tai innovaatioiden ilmaantumista, vaan malli kykenee ainoastaan simuloimaan kehitystä, jonka reunaehdot ovat kussakin simulaatiossa vakiot. Reunaehtoja voidaan kuitenkin muuttaa simulaatioiden välillä ja seurata miten kehityspolut muuttuvat, kun parametreja muutetaan.

Suunnittelun ja spontaanin kehityksen paradoksi

Maankäytönsuunnittelun tavoitteet ja haasteet ovat viimeisen kolmenkymmenen vuoden takaisesta jatkuvan kasvun hallinnasta ja kanavoimisesta muuttuneet kilpailukyvyyn vahvistamiseksi ja taloudellisen kasvun tavoitteluksi. Suunnittelu on erityisesti tilallisen järjestyksen ylläpitoa ja kehittämistä. Kaupungit kehittyvät useiden vuorovaikuttavien suunnitelmien tuloksena, joista viranomaislähtöiset suunnitelmat ovat vain yksi erikoistapaus, jotka auttavat arvon uudelleen jakamista yhteiskunnassa. Analogia termodynamiikan kanssa syntyy, kun yksilöiden taloudellisten suunnitelmilla on realisoimattomia kaupan hyötyjä vähentävä vaikutus. Websterin mukaan transaktiokustannukset ekonomiassa ovat verrattavissa fysikaalisiin esteisiin termodynaamisessa systeemissä (Webster 2010).

Nykyisin suunnittelun retoriikassa tavoitteena ja haasteena nähdään hyvin usein elävien ympäristöjen synnyttäminen sekä taloudellista toimeliaisuutta tai uusien työpaikkojen syntymistä tukevien ympäristöjen luominen. Näillä tekijöillä pyritään vahvistamaan kaupunkiseutujen kilpailukykyä globaalissa taloudessa. Teema ei toki ole aivan uusi. Jo Jane Jacobs korosti kaupunkiympäristön diversiteetin ja uuden työn syntymisen merkitystä. Hän näki työn kaupunkien synnyn sekä kehityksen elinehtona ja on käsitel-

lyt kirjoissaan varsin perusteellisesti uuden työn syntymisen ja kaupunkien kasvun mekanismeja (Jacobs 1969). Jacobsin mukaan uutta työtä syntyy lisäämällä vanhaan: tuotteiden tai palvelujen erikoistumisprosessin myötä sekä vanhan työn sivutuotteena syntyvistä uusista tuotteista. Kaupungit puolestaan alkavat kasvaa, kun kaupungin markkinat laajentuvat uusille alueille ja kiihdyttävät uuden työn syntymistä. Kompleksisuusparadigman näkökulmasta asiaa tarkasteleva Kauffman toteaa, että uusien palveluiden ja tuotteiden yhdistelmistä koostuvan ekonomisen verkoston kasvua tuskin pystytään simuloimaan tai edes kasvun määrää ennustamaan. Todellisuutta tarkasti jäljittelevä simulointi ja ennustaminen näyttäisivät ainakin tällä hetkellä mahdottomalta, kun teknologisten innovaatioiden ja erilaisten yhdistelmien määrän kasvaa tavoittamattomaksi tietoteknisen laskentakapasiteetin näkökulmasta. Kauffman kuitenkin olettaa, että diversiteetti tässä taloudellisessa verkostossa korreloi voimakkaasti sen kasvun kanssa (Kauffman 2008).

Prosessia kontrolloimaan pyrkivä suunnittelu ja spontaani kehitys ovat lähtökohtaisesti käsitteinä ristiriidassa, koska prosessiin spontaanisuus voidaan kyseenalaistaa, kun siihen suunnittelun keinoin tavalla tai toisella puututaan. Toisaalta voidaan kysyä mikä lasketaan puuttumiseksi ja mikä prosessi oikeastaan on puhtaasti spontaani. Mikäli valinta puuttumisen ja puuttumatta olemisen välillä on kuitenkin mahdollista tehdä. Jos tulkitsemme kaupunkikehityksen evolutiivisena prosessina, analogisena biologisille systeemeille, asettaa se vaatimuksia sille ymmärrykselle, joka meillä tulisi olla prosessista ennen siihen puuttumista (Batty 2010). Myös halutut tavoitteet voidaan saavuttaa sitä tehokkaammin mitä parempi käsitys intervention seurauksista on olemassa. Tämä koskee tietenkin myös kestäväan kehitykseen tähtääviä suunnittelun tavoitteita. Kestävää kehitystä tukevien tavoitteiden saavuttaminen edellyttää, että löydämme sellaisia intervention keinoja, joilla on ”katalyyttinen” vaikutus tavoitteita ylläpitäviin prosesseihin. Sekä suunnittelun nykyisistä menetelmistä että lainsäädännöstä johtuen suunnittelun lopputuotoksena on kuitenkin enemmän staattisen lopputilan määritelmä, vaikka suunnittelun koko tarkoitus on tuottaa muutosta. Absoluuttisesti kestävinä kehityspolkua – joka ottaa huomioon ekologiset, sosiaaliset ja taloudelliset ulottuvuudet tasapuolisesti – tuskin nykytietämyksen valossa voidaan saada selville. Kuitenkin iteroimalla nykytilaa kestävämpiä vaihtoehtoja, voidaan kehitystä suunnata lähemmäs haluttua tavoitetta. Ottamalla prosessien mallintaminen osaksi suunnittelun välineistöä voidaan paremmin hahmottaa kehityksen osatekijöiden välisiä vuorovaikutussuhteita.

Suunnittelun työkalut

Siitä huolimatta, että kaupunki voidaan nähdä itseorganisoituvana systeiminä, suunnittelussa luotetaan kuitenkin pääasiassa normatiivisiin suunnittelumenetelmiin. Nykyinen suunnittelun välineistö ei juuri tarjoa työkaluja spontaanin järjestyksen tunnistamiseen saati siihen johtavien mekanismien hahmottamiseen. Prosesseja kuvaamaan pyrkivät simulaatiomallit, kuten tässä hankkeessa kehitetty dynaaminen simulaatiomalli, tarjoavat työkaluja prosessien vuorovaikutusmekanismien tarkasteluun. Yhdyskuntarakenteen kokonaisuuden määrittelyn sijasta simulaatiomalleja hyödyntävä suunnittelun lähestymistapa korostaa kaupunkikehityksen arviointia, ohjausta ja aktiivista hoitamista – lopputulos nähdään enemmän muokkauksen (cultivation) kuin muotoilun (design) tuotteena.

Malli on aina pelkistys todellisuudesta, mallin konteksti ja teoreettinen lähestymistapa on huomioitava, kun mallin soveltuvuutta kunkin suunnittelutapauksen kannalta arvioidaan. Huolimatta teoriataustoistaan tässä kuvatut kehitysprosesseja esittävät mallit eivät ole normatiivisia malleja, jotka määrittelevät ideaalia tai tavoitteellista tilaa, vaan ne pyrkivät kuvaamaan prosesseja sellaisena kuin ne ovat tai sellaisina kuin ne oletetaan. Tämän toteutumiseksi mallin parametrien ja sääntöjen avaaminen on oleellista. Tässä hankkeessa kehitetty simulaatiomalli, jonka pelkistetty rakenne perustuu Dupuy'n verkostokaupunkiteoriaan, fokusoi kolmen verkostotason välisiin vuorovaikutussuhteisiin ja muut kaupan sijaintilogiikan vuorovaikutussuhteet jäävät vähemmälle.

Skenaariotyöskentelyn avulla voidaan mallinnuksen analyttinen tarkastelutapa yhdistää suunnitteluun ja päätöksentekoon. Maankäytön mallinnuksen yhteyteen hyvin soveltuva skenaario määritellään sarjana hypoteettisia tapahtumia, joka on konstruoitu tarkoituksena kiinnittää huomio kausaaliin prosesseihin ja päätöksentekokohtiin (Kahn & Wiener 1967). Maankäyttöskenaarioille tyypillisiä komponentteja ovat: sarja potentiaalisia valintoja, valinnoista koituvat seuraukset, kausaaliset suhteet, aikakehys ja maantieteellinen jalanjälki. Näistä viimeisin erottaa maankäytön skenaariot muista, esimerkiksi talouden ja teollisuuden, skenaarioista (Xiang & Clarke 2003). Kaupan tilallista itseorganisoitumista kuvaavassa mallissa kotitalouksien ja kaupanyksiköiden typologiat sekä liikennejärjestelmä sekä sen parametrit muodostavat valintojen avaruuden. Kausaaliset suhteet mallissa puolestaan määritellään agenttien käyttäytymistä kontrolloivissa säännöissä kuten kotitalouksien hyötyfunktioissa ja saavutettavuusfunktioissa. Seuraukset puolestaan näkyvät simulaatioiden tuloksissa toisaalta kaupanyksiköiden tyyppien jakaumassa ja niiden sijoittumisessa, joka luonnollisesti on skenaarion maantieteellinen jalanjälki. Tilallista ja typologista jakaumaa (eli valintojen seurauksia) voidaan arvioida tarkastelemalla kunkin simu-

laation tuottamaa asiointimatkojen kokonaismäärää tai niiden jakaumaa suhteessa kotitalouksien tyypeihin tai kaupanyksiköiden tyypeihin, jolloin päästään käsiksi kestävyiden ekologisiin ja sosiaalisiin ulottuvuuksiin. Mallin tuottama tieto asiointimatkojen energiankulutuksesta mahdollistaa skenaarioiden vertailtavuuden kestävyiden ekologisen ulottuvuuden suhteen ja asiointimatkojen pituus eri kotitaloustyyppien kohdalla puolestaan vertailtavuuden kestävyiden sosiaalisten ulottuvuuksien suhteen. Vertailtavuus täytyy tietenkin suhteuttaa mallissa tehtyihin pelkistykseen – malli ei esimerkiksi kerro käyttävätkö kotitaloudet lyhyemmistä asiointimatkoista ”vapaaksi jääneen kapasiteetin” muihin matkoihin kuten vaikkapa vapaa-ajan matkoihin. Aiemmin on todettu, että teknologisten innovaatioiden ennustaminen malleilla on erittäin haastavaa, eikä se näköpiirissä olevassa tulevaisuudessa näytä mahdolliselta. Kauffman kuvaa tätä vertaamalla teknologisia innovaatioita evolutiivisessa kehityksessä havaittaviin preadaptaatioihin. Biologiassa preadaptaatioilla (Darwinian preadaptation) tarkoitetaan eliöiden tai elinten ominaisuuksia, jotka eivät ole oleellisia niiden funktion kannalta eivätkä siten merkityksellisiä luonnonvalinnan kannalta, mutta jotka toisessa ympäristössä voivat muuttua valinnan kannalta merkityksellisiksi ominaisuuksiksi. Charles Darwin itse kehitti termin preadaptaatio tarkastellessaan näitä satunnaisia ominaisuuksia, jotka ikään kuin edeltäkin auttoivat sopeutumista uusiin tai muuttuviin olosuhteisiin (Kauffman 2008). Samankaltaista ominaisuuksien preadaptaatiota voidaan havaita myös talouden evolutiivisessa kehityksessä, kun tuotteille syntyy uusia käyttötarkoituksia tai niitä yhdistellään uudella tavalla.

Nykyisissä simulaatiomalleissa preadaptaatioiden merkitystä voidaan tarkastella tekemällä oletuksia niistä ja määrittelemällä niitä mallin parametrien tai muiden reunaehtojen kautta. Vaikka näin ei päästäkään käsiksi koko vaihtoehtojen avaruuteen, voidaan mallien avulla tarkastella rajattua määrää mahdollisia vaihtoehtoisia sopeutumisen tapoja. Hankkeessa kehitetyssä simulaatiomallissa tämä tapahtuu esimerkiksi silloin, kun käyttäjä määrittelee kaupanyksiköiden typologian kutakin simulatiota varten. Preadaptaatioiden kautta tullaan myös päätelemään diversiteetin edullisuudesta, kun tarkastellaan systeemiä kestävyiden näkökulmasta. Systeemin osatekijöiden suuri ominaisuuksien kirjo, eli diversiteetti, tarkoittaa myös suurta määrää sopeutumaan auttavia ominaisuuksia. Suuri määrä mahdollisia yhdistelmiä ja kehityspolkuja lisää systeemin joustavuutta sopeutua uusiin tilanteisiin. Simulaatiomallien avulla voidaan siis pyrkiä löytämään kehitykseen vaikuttavia tekijöitä, jotka ylläpitävät tai jopa kasvattavat systeemin diversiteettiä. Tässä hankkeessa kehitetyn mallin osalta se tarkoittaa esimerkiksi kehityspolkuja, joissa esimer-

kiksi kaupan typologinen diversiteetti säilyy vähintäänkin alkutilanteen tasolla. Skenaariotyöskentelyn näkökulmasta yleisemmin on työskentelylle edullista, jos mallia voidaan kehittää skenaarioiden laadinnan yhteydessä, jolloin mallia voidaan paremmin fokusoida vastaamaan käsillä oleviin suunnittelun ongelmiin.

Lopuksi

Mallien kanssa työskentely lieene hedelmällisimmillään silloin, kun työssä voidaan hyödyntää tieteenalojen välisiä rajoja ylittäviä ”superkonsepteja”. Alan Wilson käsittelee näitä superkonsepteja kirjassaan Knowledge power ja toteaa niiden nostavan tiedon hyödyntämisen tehokkuuden aivan uudelle tasolle (Wilson2010). Superkonsepteilla tarkoitetaan eri aloilla käytettäville malleille yhteisiä tekijöitä tai simulaatioissa havaittavia yhteneviä ilmiöitä. Ne auttavat hahmottamaan ja luokittelemaan ilmiöiden taustalla ”piileviä” syvempiä rakenteita. Sekä superkonseptien löytäminen että hyödyntäminen edellyttää tutkimukselta monitieteistä lähestymistapaa - syventämällä vain yhden (tieteen)alan tuntemusta ei välttämättä havaita laajempien kokonaisuuksien oleellisia ominaisuuksia.

Kaupunkikehityksen mallinnuksen yhteydessä oleellisia superkonsepteja ovat esimerkiksi ns. polkuriippuvuus tai faasimuutokset. Mallin polkuriippuvuus tarkoittaa systeemin erityistä herkkyyttä sen alkutiloille, mikä indikoi systeemin kompleksista luonnetta. Faasimuutoksilla puolestaan viitataan systeemin käyttäytymisessä tapahtuviin äkillisiin tai odottamattomiin muutoksiin, kun jotakin systeemin osatekijää asteittain muutetaan. Jälleen yksinkertainen analoginen esimerkki voidaan lainata fysiikasta. Esimerkistä käy vaikkapa arkinen tilanne, jossa vesimolekyylit asettuvat jääkiteiksi lämpötilan alittaessa tietyn rajapisteen. Samalla tavoin muissa systeemeissä voi tapahtua muutoksia, jossa muutoksen suuruus ei ole lineaarisessa suhteessa muuttuvaan osatekijään. Kaupan sijoittumisessa tällainen faasimuutos tapahtui kivijalkakauppojen hävitessä ja korvautuessa suuremmilla yksiköillä autoistumisen sekä mobiliteetin kasvun myötä. Suunnittelun näkökulmasta oleellista onkin löytää ne keinot, joilla näitä systeemitason ”harpauksia” voidaan edistää, jos muutokset nähdään toivottavina, tai hillitä niitä, jos tilanne on päinvastainen. Riippumatta siitä, miten tehokkaasti varsinaisia malleja kyetään hyödyntämään, kompleksisuusteorian maailmankuvasta lähteneen suunnitteluparadigman näkökulmasta kaupunkikehitykseen vaikuttaminen tapahtuu kuitenkin tehokkaimmin prosessien välityksellä: luomalla kannustimia tavoitellulle kehitykselle.

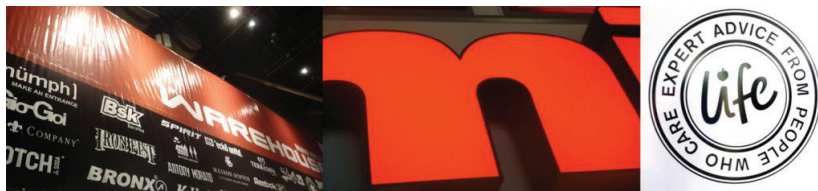
4.2 Kauppakeskuksen kestävän käytettävyyden arviointi

Renita Niemi, Aalto-yliopisto/BES, Suvi Nenonen, Aalto-yliopisto/BES, Kari Nissinen, VTT/Oulu, Veli Möttönen, VTT/Oulu

Käytettävyys ja kestävä kehitys antavat oman panoksensa, kun ollaan siirtymässä ympäristövaikutusten tarkastelusta vastuullisuuden tarkasteluun. Kauppakeskusten käytettävyys (usability) on ominaisuus, joka ilmentää sitä, miten kauppakeskus soveltuu suunniteltuun tarkoitukseen tietyille kohderyhmälle. Hyvän käytettävyyden vastakohta on huono käytettävyys tai epäsopivuus. Käytettävyyteen viitataan joissakin yhteyksissä myös yleiskielen ilmauksilla käyttökelpoisuus, käyttöön soveltuvuus, helppokäyttöisyys ja käyttäjäystävällisyys. Kauppakeskuksen käytettävyyttä tarkasteltaessa täytyy ottaa huomioon niin itse rakennukseen kuin myös vuokralaisiin ja loppukuluttajiin vaikuttavat tekijät.

Kestävää käytettävyyttä on syytä tutkia ja kehittää kestävän kuluttajakäyttäytymisen muutosten perusteella. 1960- ja 70-luvuilla vallinneet vaihtoehtokulttuurit kyseenalaistivat teollisuusyhteiskunnan arvoja. Huolenaiheena olivat luonnonvarojen loppuminen jatkuvan väestönkasvun ja taloudellisen kehityksen johdosta. 1980- ja 1990-luvuilla huolestuttiin ympäristön kuormittamisesta. Otsonikerroksen ohentuminen, ilmaston lämpeneminen sekä sademetsien tuhoutuminen olivat esillä. 2000-luvulla keskiössä on ollut ilmaston muutos ja globalisaatio. Monikansallisten yritysten toiminta erityisesti kehitysmaissa on ollut tarkastelun kohteena. Ympäristövaikutusten lisäksi huomiota on alettu kiinnittää eettiseen vastuullisuuteen, kuten työntekijöiden oikeuksiin ja paikallisyhteisöjen huomioimiseen. Kuluttaja-aktivismi ja kulutusboikotismi on lisääntynyt viimeisten vuosien aikana merkittävästi (Peattie, 2002). Kauppakeskusten on siis pystyttävä osoittamaan omassa toiminnassaan sekä ympäristövaikutuksensa että ympäristövastuullisuutensa. Kestävän käytettävyyden tarkastelu on yksi käyttäjiä ja kuluttajia huomioiva lähestymistapa. (ks. luku 2.2 Kaupan typologinen evoluutio dynaamisissa monitoimijaisissa verkostoissa)

Kauppakeskuksen brändin arvoa mitataan tunnettuudella ja mielikuvilla. Usein kauppakeskuksen brändi sekoittuu kansainvälisten myymälöiden brändien kanssa. Brändin tai brändi-identiteetin rakentuminen ta-

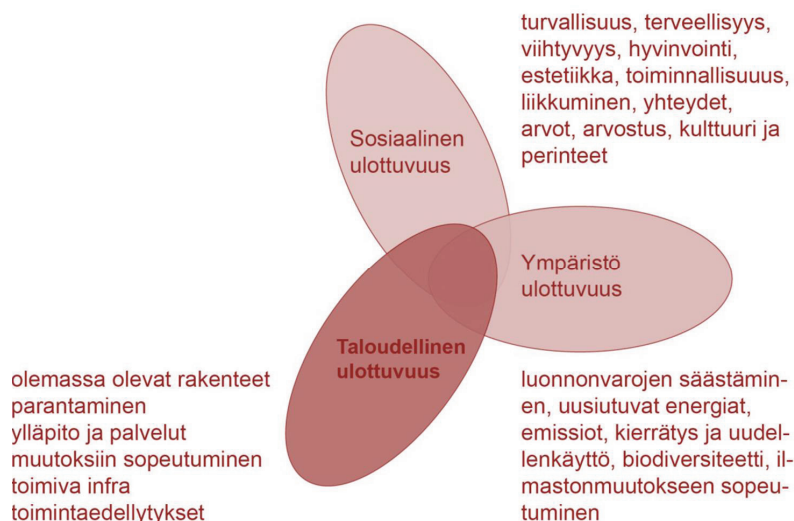


Kuva 1. Brändi luo mielikuvia.

pahtuu sisältä ulospäin: se mitä kerrotaan ja miltä näytetään sekä miten toimitaan. Nämä ilmentyvät esim. tarinan muodossa tai johtavina ajatuksina kauppakeskuksen toiminnassa. Parhaimmillaan vahva kestävän käytettävyyden mukainen brändi kertoo yrityksen tahdosta ja suunnasta varmistaa yrityksen menestyminen ja elinvoimaisuus. Keskeistä brändin rakentamisessa on sen arvolupauksesta johdettujen, haluttujen mielleyhtymien eli assosiaatioiden viestintä kohderyhmälle (Juslén, 2009). Antibrändäys on haaste merkeille, jotka elävät logoillaan (Markkanen, 2010). Tulevaisuuden tuotteiden valmistuksessa prosessissa huomioidaan ympäristöystävällinen toimintatapa ja että se tukee kestävää kehitystä. Toinen nouseva trendi on ns. ”hidas” myymäläajattelu (Markkanen 2010). Kauppakeskusten on otettava kantaa näihin tekijöihin arvolupauksessaan.

Kestävän käytettävyyden viitekehys

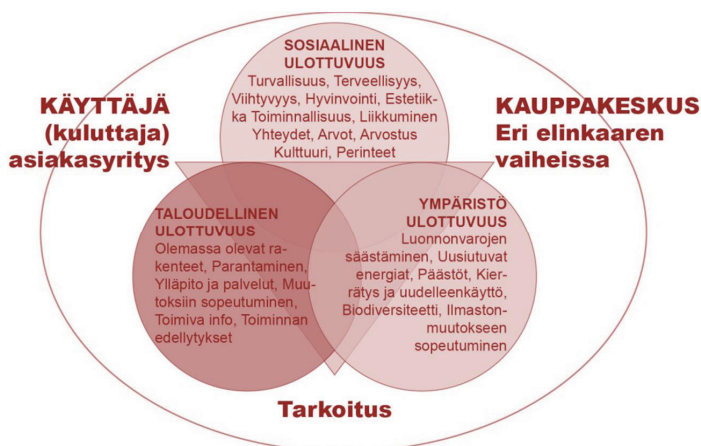
Tulevaisuuden rakennetulle ympäristölle ja yhteiskunnalle on asetettu suuntaviivoja ja tavoitteita yhteiskuntamme eri toimijoiden taholta, mm.



Kuva 2. Kestävän kehityksen taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöulottuvuus (Vainio ja Airaksinen, 2011).

Ympäristöministeriö, Sitra ja Tekes ERA-julkaisuissaan (2010). Kestävän kehityksen kolme näkökulmaa: sosiaalinen / kulttuurinen, taloudellinen ja ekologinen on kuvattu Vainion ja Airaksisen mukaan (2011) kuvassa 2.

Kuten Suomessa, myös monissa muissa maissa on ymmärretty että kestävä kehitys ei saavuteta pelkästään rakentamalla uutta vaan myös jo olemassa oleva rakennettu ympäristö on otettava huomioon (Wood 2006; Kohler & Hassler 2002). Vaihtoehtoinen kestävä kehityksen määritelmä korostaa elämän laadun ja rakennetun ympäristön keskinäistä vuorovaikutusta. Erään tulkinnan mukaan käyttäjän näkökulmasta sosiaalisesti kestävä rakentamisen tulee olla terveellistä ja turvallista, taata yksityisyys ja mahdollistaa myös yhteisöllisyys ja yhteys luontoon (Dorst 2010). Kun näitä näkökulmia sovelletaan Rothe *et al.* (2007) malliin, jonka mukaan rakennuksien käytettävyyttä voidaan ajatella ilmiönä, jonka kokonaisuuteen kuuluvat rakennus-käyttäjä-tilanne, voidaan jäsentää seuraavalla kuviolla (kuva 3).



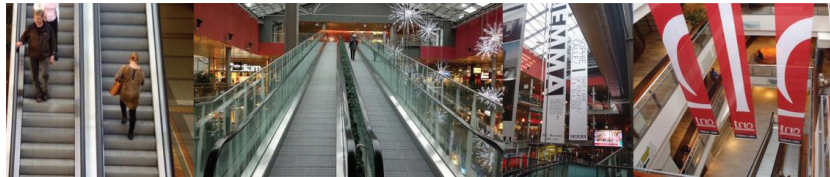
Kuva 3. Kauppakeskuksen kestävä käytettävyyden viitekehys.

Kestävä käytettävyyden tuloksena ovat tehokkuus, tavoitteisiin pääseminen ja tyytyväisyys ympäristöystävällistä käyttäytymistä vahvistaen ja helpottaen. Kauppakeskustyöympäristö voi toimia tavoitteellisen kestävä kehityksen testi-ympäristönä.

Kestävä käytettävyyden ratkaisuja voidaan tunnistaa ns. suunnittelulinssien avulla käyttäjän toimintaa mahdollistavana, motivoivana tai jopa pakottavana tai estävänä tekijänä (Lockton 2010). *Mahdollistava toiminta* vahvistaa toivottua käyttäytymistä tekemällä sen helpommaksi kuin muut vartenotettavat ratkaisut. *Motivoiva toiminta* kannustaa käyttäjää muuttamaan käyttäytymistään ja asennetta koulutuksen tai muiden vastaavien kannustimien avulla. *Pakottava toiminta* suuntaa käyttäjän toteuttamaan

haluttua käyttäytymistä tekemällä vaihtoehtoiset toiminnot vaikeaksi tai jopa mahdottomaksi (Lockton 2010).

Mahdollistavaa toimintaa on esimerkiksi liittynyt kerrosten välillä. Siirretään ihmisiä sinne, missä toivotaan heidän olevan. Liikkuvat yhdyskäytävät siirtävät ihmismassoja tehokkaasti ja estävät turhien tukosten syntymisen lisäksi näiden reittien varrelle voidaan sijoittaa impulssiostamista tukevia asioita tai opastusta tietoiskuja kauppakeskuksen kestävän kehityksen näkökulmasta. (Kuva 4.)



Kuva 4. Kauppakeskus Mylly, Sello ja Trio.

Kauppakeskuksien julkisissa tiloissa on usein myös erilaisia tapahtumia ja onkin tarkoituksenmukaista pohtia kulttuurin osuutta osana kestävää kehitystä (Hawkes 2001; Throsby 2005).

Motivoivaa toimintaa on esimerkiksi lajitteluopastus ja – ohjeet. Erottavat roskakorin lokerot helpottavat jätteen lajittelua ja motivoivat lajittelemaan oikein. (Kuva 5)

Pakottavaa toimintaa ovat esimerkiksi sosiaaliset kohtaamiset/ yksittäiset istuimet, joissa oleskelu on mahdollista vain hetken eikä niitä voida varata pidempään oleskeluun. (Kuva 6.)

Mahdollistavan, motivoivan ja osallistavan toiminnot näkökulmat ovat osa ”Design with intent”-metodia, jonka avulla suunnittelijat voivat tarkastella miksi ihmiset toimivat tietyllä tavalla esim. teknologian kanssa tai tietyssä ympäristössä. Ihmisten käyttäytymistä ymmärtämällä voidaan tunnistaa myös kestävän käytettävyyden kannalta merkittäviä tekijöitä (Lockton 2009).



Kuva 5. Kauppakeskus Sello.



Kuva 6. Kauppakeskus Sello.

Kestävän käytettävyyden kannalta on hyvä myös tutkia sitä, miten semantiikka, semiotiikka, ekologinen psykologia ja havaintopsykologia käsittelevät käyttäjän tapaa vastaanottaa kuvallisia viestejä ja merkityksiä osana ympäröivää järjestelmää. Myös kuluttajakäyttäytymisen ja kognitiivisen psykologian tutkimus ovat tunnistaneeet, miten ihmiset tekevät päätöksiä ja miten siihen vaikuttaa oivaltaminen tai vaihtoehdon houkuttelevuus (Lockton 2010). Hauskana liikkumisen motivaatiota lisäävänä esimerkkinä ovat soivat pianoportaat Tukholman keskustassa (www.rolighetsteorin.se). Soivat portaat muuttivat ihmisten rutiinia valita portaat liukuportaiden sijaan. Muita samankaltaisia motivoivia tapoja on lisätä arkiseen toimintoon pelimäisyyttä tai kokemuksellisuutta. Näistä esimerkkinä ovat pullon palautuspeli (Bottle Bank Arcade) tai roskakori, josta on saatu houkutteleva lisäämällä siihen äänitehoste (The world's deepest bin).

Kauppakeskusten kestävän käytettävyyden arviointimenetely ja työkalu

Kauppakeskusten, kuten muidenkin rakennettujen kiinteistöjen kestävän kehityksen mukaisuuteen vaikuttavat hyvin monet eri tekijät. Näitä tekijöitä ovat esimerkiksi kiinteistön sijainti yhdyskuntarakenteessa, kiinteistön tila- ja suunnitteluratkaisut sekä valitut kiinteistön ylläpito- ja kunnossapitostrategiat. Kiinteistön elinkaaren aikana voidaan aktiivisella kiinteistöjohtamisella vaikuttaa ainakin osaan näistä tekijöistä ja ohjata kiinteistöä kohti kestävän kehityksen mukaisia tavoitteita.

Myös kiinteistön käytettävyyteen vaikuttavat lukuisat erilaiset asiat. Saavutettavuuden lisäksi kiinteistön keskeiset ominaisuudet, kuten sen tilat, rakennusosat ja tekniset järjestelmät, luovat tietyt reunaehdot sen käytettävyydelle. Käytettävyys on aina enemmän tai vähemmän subjektiivista. Eri ihmiset arvostavat erilaisia asioita ja myös kokevat asioita eri tavoin.

Kiinteistöt koskettavat monia eri sidosryhmiä. Esimerkiksi kauppakeskuksen tietyille ominaisuuksille voidaan asettaa hyvinkin erilaisia vaatimuksia riippuen siitä, onko kysymyksessä kuluttaja-asiakas, asiakasyritys, kauppakeskusjohto, omistaja, sijoittaja tai ympäröivä yhteiskunta ja siinä kulloinkin vallitseva poliittinen tahtotila.

Aiemmassa kauppakeskusten käytettävyys -tutkimuksessa tunnistettiin ns. sisäisiä ja ulkoisia käytettävyyden tekijöitä. KAVERI -projektissa tunnistettiin kauppakeskuksen kestävään käytettävyyteen vaikuttavia tekijöitä. Tunnistamisessa hyödynnettiin muita tutkimuksia ja asiantuntijaworkshopeja. Lisäksi projektissa saatuja havaintoja jäsennettiin ns. suunnittelulinssien avulla.

Tässä yhteydessä tehtiin rajauksia mm. siihen, että mukaan otetaan tekijät, jotka ovat koko kauppakeskuksen kannalta yhteisiä. Tutkimuksessa ei oteta kantaa vuokralaisasiakkaiden tuotteisiin eikä tuotteiden valmistukseen.

Tässä tutkimuksessa kehitetty kauppakeskusten kestävän käytettävyyden arviointimenettely huomioi rajallisen määrän kauppakeskuksen kestävään käytettävyyteen vaikuttavia tekijöitä.

Arviointimenettely koostuu seitsemästä arvioitavasta päätekijästä. Jokaisella päätekijällä on kokonaisuudessa eli kokonaisarvosanaa laskettaessa oma painoarvonsa. Päätekijöiden väliset painotukset ovat määrittäneet yhteistyössä hankkeen tutkijat ja johtoryhmän jäsenet. Arvioitavat päätekijät ja niiden väliset painoarvot kokonaisuudessa eli kokonaisarvosanan muodostumisessa ovat seuraavat:

Arvioinnin päätekijä	Painoarvo kokonaisarvosanan muodostumisessa
1. Sijainti ja saavutettavuus	20 %
2. Kiinteistön tekniset ominaisuudet	10 %
3. Kiinteistön energiatehokkuus	10 %
4. Jätehuollon ja kierrätyksen tehokkuus	5 %
5. Kestävän kehityksen mukainen liike- ja palveluvalikoima	15 %
6. Asiakasyritysten taloudelliset toimintaedellytykset	20 %
7. Vastuullinen kauppakeskusjohtaminen	20 %
Yhteensä	100 %

Jokainen edellä esitetyistä päätekijöistä sisältää useita arvioitavia alatekijöitä eli mittareita. Näille mittareille on menettelyssä muodostettu arviointikriteerit, jotka on pisteytetty. Pisteytys on rinnastettu kouluarvosanaan eli arviota suoritettaessa kullekin mittarille annetaan pisteitä neljästä kymme-

neen sen perusteella, kuinka hyvin kyseinen kauppakeskus kriteeriarvot täyttää. Osa arviointikriteereistä on kvantitatiivisia, osa kvalitatiivisia.

Arvioitavien alatekijöiden eli mittareiden lukumäärät päätekijöittäin ovat seuraavat:

Arvioinnin päätekijä	Mittareiden lukumäärä
1. Sijainti ja saavutettavuus	16
2. Kiinteistön tekniset ominaisuudet	12
3. Kiinteistön energiatehokkuus	14
4. Jätehuollon ja kierrätyksen tehokkuus	8
5. Kestävän kehityksen mukainen liike- ja palveluvalikoima	12
6. Asiakasyritysten taloudelliset toimintaedellytykset	5
7. Vastuullinen kauppakeskusjohtaminen	13
Yhteensä	80

Menettelyssä myös jokaisella alatekijällä eli mittarilla on oma painoarvonsa. Alatekijöiden väliset painotukset ovat määrittäneet yhteistyössä hankkeen tutkijat ja johtoryhmän jäsenet.

Arvion tulos eli kokonaisarvosana ilmoitetaan menettelyssä kouluarvosananana, joka on välillä 4-10. Koska arvioitavia tekijöitä ja arviointikriteereitä on paljon, on arviointimenettely kuvattu yksityiskohtaisesti erillisessä VTT:n raportissa (Nissinen et al. 2012, Kauppakeskusten kestävän käytettävyyden arviointi). Seuraavassa esitetään lyhyt yleiskatsaus arviointimenettelyn päätekijöihin.

Sijainti ja saavutettavuus

Kestävän kehityksen ekologisesta ja sosiaalisesta näkökulmasta on tärkeää, että kauppakeskus on mahdollisimman suuren ihmismäärän saavutettavissa kevyen liikenteen keinoin. Riittävän suuri väestöpohja keskuksen lähivaikutusalueella on tärkeä perustekijä myös kauppakeskuksen taloudellisten toimintaedellytysten kannalta.

Ekologisesta näkökulmasta on hyvä, jos kauppakeskus sijaitsee riittävän suuressa kaupallisten palvelujen keskittymässä. Tällöin asiakkaat voivat yhdistää erilaisia asiointitarpeitaan samaan käyntikertaan alueella. Riittävän suuri liike- ja palveluvalikoima lisää koko kaupallisen alueen kiinnostavuutta, millä on tietysti myös taloudellista merkitystä.

Toimitilat generoivat työpaikkoja. Talousnäkökulmasta suuri määrä toimitiloja kauppakeskuksen läheisyydessä on omiaan lisäämään kauppakeskuksen potentiaalista asiakaspohjaa. Ekologisesta näkökulmasta tämä

antaa usealle ihmiselle mahdollisuuden käydä kaupassa työmatkan yhteydessä. Riittävän monipuolinen ja tiivis yhdyskuntarakenne myös parantaa ihmisten mahdollisuuksia sosiaaliseen kanssakäymiseen.

Joukkoliikenteen hyvä palvelutaso on perusedellytys sille, että kauppakeskukseen kauempaa saapuvat asiakkaat saadaan käyttämään joukkoliikennevälineitä. Sama koskee tietysti myös kauppakeskuksen työntekijöiden työssäkäyntiliikennettä.

Keskeisiä joukkoliikenteen palvelutasoa kuvaava tekijöitä ovat esimerkiksi vuorovälit, joukkoliikenteen pysäkkien sijainnit sekä joukkoliikenneinformaation saatavuus ja palvelutaso kauppakeskuksessa.

Kannustamalla asiakkaita käyttämään julkista joukkoliikennettä ja edistämällä vähäpäästöisten ajoneuvojen käyttöä voidaan tukea kestävän kehityksen tavoitteiden saavuttamista. Kannustimia ovat esimerkiksi asiakkaille annettavat alennukset julkisen joukkoliikenteen käytöstä, pysäköintipaikkojen yhteydessä tai muualla kiinteistön alueella sijaitsevat sähköautojen latauspisteet, yhteiskäyttöautoilun tukemiseen liittyvät käytännöt sekä erilaiset pysäköintiedut vähäpäästöisille autoille.

Kauppakeskuksen liikkeiden ja palveluiden pitkät aukioloajat lisäävät kuluttaja-asiakkaiden valintamahdollisuuksia asiointiajankohtien suhteen. Myös taloudellisesta näkökulmasta on tärkeää, että kaupallista toimintaa varten rakennetut tilat ovat tehokkaassa käytössä riittävän monta tuntia vuodessa.

Kuluttaja-asiakkaiden näkökulmasta on tärkeää, että mahdollisimman monella kauppakeskuksen liikkeellä ja palvelulla on yhtenäiset aukioloajat. Kestävän kehityksen näkökulmasta liikkeiden ja palvelujen riittävän yhtenäiset aukioloajat mahdollistavat asiakkaiden asioimisen useissa eri liikkeissä yhdellä ja samalla kauppakeskuskäynnillä.

Liikunta- ja toimintaesteisillä eli liikkumisesteisillä tarkoitetaan henkilöitä, joiden kyky liikkua, toimia, suunnistautua tai kommunikoida on pysyvästi tai tilapäisesti rajoittunut vamman tai sairauden vuoksi. Heitä ovat esimerkiksi liikuntavammaiset, näkövammaiset, kuulovammaiset, kehitysvammaiset sekä sairauden vuoksi liikunta- ja toimintaesteiset eri-ikäiset henkilöt. Suomen väestöstä noin 10 prosenttia on tavalla tai toisella liikkumisesteisiä. Lisäksi ikääntyvien osuus väestöstä kasvaa voimakkaasti koko ajan. Kestävän kehityksen sosiaalisesta näkökulmasta kauppakeskuksen esteettömyys on erittäin keskeinen tekijä.

Suuret yhtenäiset kiinteistömassat saattavat aiheuttaa paljonkin estevaikutuksia niiden ympäristössä liikkuville ihmisille. Estevaikutukset korostuvat yleensä kaupunkien ja suurten taajamien keskustoissa. On tärkeää, että kauppakeskuskiinteistö ei aiheuta kohtuuttomia esteitä alueella liikkuville ihmisille.

Ihmisten liikkumiseen liittyen kestävästä käytettävyyden näkökulmasta tärkeässä roolissa ovat myös oikopolut. On mahdollista tunnistaa ns. luontaisia polkuja, jotka voivat toimia väylien suunnittelun ja kehittämisen perustana. Useimmat kauppakeskusympäristöt on kuitenkin suunniteltu nimenomaan autoilijoille sopivaksi. Jalankulkija voi joutua kiertämään tai alittamaan risteysalueita ja teitä, jotta savuttaisi haluamansa päämäärän ja käytännössä se voi tarkoittaa matkassa jopa kilometrejä.

Kestävää käytettävyyttä tukevana pakottavana esimerkkinä voidaan mainita tiesulut, joilla estetään käyttäjän katkeamaton reittivalinta tai suostutellaan käyttämään vaihtoehtoista reittiä tai yksinkertaisesti sovitaa nopeus paremmin tilanteeseen sopivaksi. Erilaiset porttimaiset ratkaisut voivat hidastaa autoilijan, pyöräilijän, jalankulkijan kulkemista tai niillä voidaan estää esimerkiksi juoksemasta tai pyöräilemästä suoraan tien poikki. On mahdollista myös käyttää erilaisia materiaaleja tekemään



Kuva 7 (ylh. vas.). Kauppakeskus Mylly, kohtamispaikka.

Kuva 8 (ylh. oik.). Kauppakeskus Myllyn bussipysäkki.

Kuva 9 (alh. vas.). Kauppakeskus Mylly.

Kuva 10 (alh. oik.). Kauppakeskus Myyrmanni.

joistakin toiminnoista mukavampia kuin toisista, esimerkiksi rakeinen jalakäytävämateriaali voi olla käytännöllinen jalankulkijalle mutta ei pyöräilijälle. Kauppakeskuksessa reittiervalintaan vaikuttavat esim. käytävillä sijoitetut myyntiysiköt. Kestävän kehityksen näkökulmasta se on tehokasta tilan hyödyntämistä, kuva 10.

Yleisemminkin monilla tila-, kaupunki- ja ympäristösuunnittelukeinoilla voidaan tietoisesti vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen ja valintoihin.

Kauppakeskusta voi lähestyä myös virtuaalisesti. Kauppakeskuksen hyvä saavutettavuus verkossa on nykyisin tärkeä osa sen kokonaissaavutettavuutta. Ensivaikutelma, saavutettavuuden varmentaminen ja kauppakeskukseen tutustuminen luodaan usein verkkosivujen käytettävyyden tuke-
mana.

Kiinteistön tekniset ominaisuudet ja energiatehokkuus

Kestävän käytettävyyden alustana on rakennettu fyysinen kauppakeskusympäristö.

Rakennuksen vaipan (yläpohja, ulkoseinät, ikkunat, ovet, alapohja) lämmöneristävyydellä on merkittävä vaikutus rakennuksen lämpöenergiankulutukseen. Minimivaatimukset rakenteiden lämmöneristävyydelle on esitetty Suomen rakentamismääräyskokoelmassa. Nämä minimivaatimukset koskevat uusia rakennuksia ja niitä on kiristetty aika ajoin merkittävästikin viimeisten vuosikymmenten aikana.

Koneellisen ilmanvaihtojärjestelmän sisältävissä rakennuksissa ilmanvaihdon aiheuttamaa lämpöenergiankulutusta voidaan vähentää lämmön talteenottojärjestelmien avulla.

Riittävä luonnonvalon saanti kauppakeskuksen tiloihin mahdollistaa vähäisemmän valaistuksen ja antaa siten mahdollisuuden säästöihin rakennuksen sähköenergiankulutuksessa valoisina ajankohtina. Lisäksi luonnonvalolla on todettu olevan paljon positiivisia vaikutuksia sisätiloissa pidempää aikoja oleskelevien ihmisten kannalta.

Vaikka valaistustekniikka kehittyy kovaa vauhtia, yli 60 prosenttia Euroopan valaistuksesta on Motivan mukaan toteutettu vanhoilla paljon energiaa kuluttava valaistusratkaisilla. Valaistuksen energiankulutukseen voidaan vaikuttaa valaisin- ja lamppuvalinnoilla sekä valaistuksen ohjausjärjestelyillä.

Mahdollinen sisäilman koneellinen jäähdytys on myös eräs merkittävä rakennusten sähköenergiankulutukseen vaikuttava tekijä. Kauppakeskukset ovat rakennuksia, joiden sisätiloihin muodostuu aika ajoin varsin suuria lämpökuormia muun muassa tehokkaasta valaistuksesta, erilaisista koneista ja laitteista sekä suuresta henkilömäärästä johtuen. Koneellisen sisäil-

man jäähtymisen avulla näitä lämpökuormitushuippuja voidaan tasata ja pitää sisäilman lämpötila paremmin halutulla tasolla kuormitusvaihteluista huolimatta, mikä parantaa sekä asiakkaiden että henkilökunnan lämpöviihtyvyyttä, mutta heikentää energiataloudellisuutta.

Korkeatasoiset talotekniikan ohjaus-, säätö- ja automaatiojärjestelmät mahdollistavat haluttujen sisäolosuhteiden ylläpitämisen tiloissa ja auttavat optimoimaan kiinteistön energiankulutusta sisäolosuhteiden tästä kärsimättä.

Riittävän yksityiskohtaisesti järjestetyt energian- ja vedenkulutusmittaukset mahdollistavat tarkoituksenmukaisen kulutusseurannan ja ovat tärkeä perusta energiankäytön optimoinnille kiinteistössä.

Kauppakeskuksen tilaratkaisun yleistehokkuudella on suuri merkitys kiinteistön energiatalouteen. Kestävän kehityksen ympäristönäkökulmasta on erittäin merkittävää, että mahdollisimman suuri osa kauppakeskuksen kuluttamasta lämmitysenergiasta olisi peräisin uusiutuvista ja paikallisista energialähteistä. Energiansäästöön ja energiankäytön optimointiin tähtäävistä energiatehokkuussopimuksista on saatu paljon myönteisiä kokemuksia kiinteistöalalla viime vuosina.

Muuntojoustavat tilat ovat osa kauppakeskuksen kestävää käytettävyyttä. Helposti muunneltavissa olevat tilaratkaisut mahdollistavat nopeat ja kustannuksiltaan halvat tilamuutokset tarvittaessa.

Valitut autopaikoitusratkaisut voivat vaikuttaa merkittävästikin kauppakeskuksen kestävän kehityksen mukaisuuteen.

Kestävä käytettävyys tarvitsee avukseen käyttöliittymiä, jotka ovat kyllin yksinkertaisille käyttäjilleen. Suunnittelulla voidaan välttää ei-toivottua, tavoitteen kannalta virheellistä toimintaa ennakoimalla erilaisia käyttötilanteita. On oleellista pyrkiä helpottamaan käyttäjää tekemään valintoja ilman virheitä tai käyttöliittymät suunnitellaan siten, että vältetään virheiden syntyminen lähtökohtaisesti. Kauppakeskusympäristössä tällainen kestävän käytettävyyden mukainen toiminto voisi olla esim. jätelajittelu-ssa tai liikekohtaisessa valistuksessa etenkin yö aikaan. Tärkeää on myös helppous, esim. tietokoneessa ekonappi tarvitsee vain yhden napinpainalluksen (Lockton 2010).

Jätehuollon ja kierrätyksen tehokkuus

Kauppakeskuksen jätehuollon ja kierrätyksen tehokkuuteen vaikuttavat keskeisesti asiakasyrityksille järjestetyt jätteiden lajittelumahdollisuudet, jätteiden keruupisteiden sijainnit, jätteiden siirtoon liittyvät järjestelyt ja monet muut jätehuollon sujuvuuteen vaikuttavat tekijät. Sujuvaksi järjestetty jätehuolto on nopeaa ja vaivatonta.



Kuva 11. Kierrätystä kauppakeskuskohteissa.

Myös kuluttaja-asiakkaille tarkoitettu ekopiste on merkittävä kestävän kehityksen mukainen palvelu.

On tärkeää ymmärtää, miten käyttäjä käsittää sekä vastaanottaa erilaisten käyttöliittymien, ohjeiden tai toiminnanohjausta tukevien mallien tai muotojen sisällön, kun ne ovat osa ympäröivää systeemiä. Visuaalisten mallien ja muotojen lisäksi voidaan käyttää ääntä, tuoksua, vaihtelevia materiaaleja vahvistamaan käyttäjän kokemusta. Esimerkkinä tästä vaikkapa kampanjointi lapsille, jossa he satuhahmojen opastamana voivat opetella lajittelua perinteisen ”mikä sopii mihinkin koloon”-idean mukaisesti.

Kauppakeskuksessa vuodessa syntyvän jätteen kierrätysaste on kestävän kehityksen ekologisesta näkökulmasta erittäin keskeinen mittari. Toinen keskeinen kauppakeskuksen jätehuollon ja kierrätyksen tehokkuutta kuvaava mittari on vuodessa syntyvän kierrättämättömän jätteen määrä suhteessa vuosimyyntiin.

Kauppakeskuksen jätehuollon ja kierrätyksen tehokkuuteen ja toimintaan voidaan merkittävästi vaikuttaa perehdyttämällä asiakasyritykset kauppakeskuksen jätehuollon ja kierrätyksen toimintatapoihin. Motivoinnilla, koulutuksella ja kampanjoinnilla voidaan lisätä yhteisöllisyyden positiivista painetta ympäristöstävällisyyteen tähdätessä.

Liike- ja palveluvalikoima

Kuluttajan kannalta kauppakeskuksen liikevalikoiman monipuolisuus on tärkeä käytettävyystekijä. Kestävän kehityksen ekologisesta näkökulmasta on hyvä, jos kuluttaja voi yhdellä ja samalla asiointikerralla tehdä vertailuja ja myös asioida useamman toimialan liikkeissä.



Kuva 12. Kohtaamispaikkoja kauppakeskuskohteissa.

Kuluttaja-asiakkaille kauppakeskuksen kestävän kehityksen mukaisuus välittyy pitkälti kauppakeskuksessa toimivien liikkeiden ja palveluiden kautta. Mitä enemmän kestävän kehityksen mukaisia arvoja tunnustavia liikkeitä ja palveluita kauppakeskuksessa on, sen helpommin kuluttajat yleensä mieltävät koko kauppakeskuksen kestävän kehityksen arvojen mukaiseksi.

Kauppakeskuksessa olevat kohtaamispaikat (esim. aukiot, torit, levähdyspaikat ja muut vastaavat paikat) sekä lasten leikkipaikat ja lastenhoitopalvelut ovat tärkeitä erityisesti kestävän kehityksen sosiaalisesta näkökulmasta.

Tulevaisuus on toimialarajoja ylittävää toimintaa. Tulevaisuuden kauppakeskus onkin ehkä aktiivikeskus, jossa ostoksilla olemisen lisäksi sovitaan tapaamisia tuttujen kanssa, käydään kulttuuritapahtumissa, vietetään aikaa muuten vain. (Goodman et al 2007; Ainoa et al 2009; Markkanen 2010)

Asiakasyritysten taloudelliset toimintaedellytykset

Vuosittainen kävijämäärä suhteessa liikeltilojen pinta-alaan on merkittävä kauppakeskuksen asiakasyritysten taloudellisia toimintaedellytyksiä kuvaava perustekijä. Jokainen kävijä on potentiaalinen asiakas. Muita asiakasyritysten taloudellisia toimintaedellytyksiä kuvaavia perustekijöitä ovat kauppakeskuksen myyntitehokkuus eli kokonaismyynti liikeltilojen pinta-alaan kohti vuodessa ja keskiostoksen suuruus eli myynti kävijää kohti.

Myös tilojen vuokrataso ja vuokrausaste ovat merkittäviä kauppakeskuksen kestävään käytettävyyteen vaikuttava tekijä useammastakin näkökulmasta. Asiakasyritysten kannalta on tärkeää, että vuokrataso on kohtuullinen eikä tyhjiä tiloja ole. Tyhjiä tiloja sisältävä kauppakeskus ei ole kovin houkutteleva kuluttajien mielestä. Myös yhteiskunnan näkökulmasta on tärkeää, että tiloja ei ole tyhjillään. Omistajan näkökulmasta korkea vuokrausaste tarkoittaa yleensä korkeita tuottoja.

Vastuullinen kauppakeskusjohtaminen

Yritykset ja yhteisöt voivat vapaaehtoisesti raportoida toimintansa, tuotteidensa ja palveluidensa vaikutuksista ympäristöön ja yhteiskuntaan. Yhteiskuntavastuuraportissa kootaan yhteen sekä organisaation ympäristöasiat että taloudelliset ja sosiaaliset asiat. GRI (Global Reporting Initiative) on tällä hetkellä ehkä käytetyin ja kattavin yhteiskuntavastuun raportointiohjeisto.

Ympäristöjärjestelmä on systemaattinen tapa kehittää ympäristöasioiden hallintaa ja ympäristönsuojelutoimien tuloksellisuutta. ISO 14001 on maailman tunnetuin ympäristöjärjestelmämalli, joka auttaa organisaatioita sekä parantamaan ympäristönsuojelunsa tasoa että osoittamaan ympäristöasioidensa hyvää hoitoa. EMAS (the Eco-Management and Audit Scheme) on EU:n alueella käytössä oleva ympäristöasioiden hallintajärjestelmä, joka muodostuu ISO 14001 -standardin mukaisesta järjestelmäosasta ja ympäristöraportista eli EMAS – selonteosta. Ympäristöjärjestelmän tehokas toiminta ja standardinmukaisuus on mahdollista osoittaa auditoinnilla tai sertifiointilla. Uskottavuutta EMAS - selonteon tietojen luotettavuuteen lisää ulkopuolisen todentajan antama vahvistus. Todentaja vahvistaa myös ympäristöjärjestelmän toimivuuden.

Kestävän kehityksen kannalta on tärkeää, että kauppakeskus on suunniteltu ja rakennettu kestävän kehityksen näkökulmasta oikein. Niin ikään on tärkeää, että kauppakeskusta myös käytetään ja ylläpidetään kestävän kehityksen näkökulmasta oikein.

Kauppakeskukselle myönnettyjen sertifikaattien avulla voidaan osoittaa, että kauppakeskus on toteutettu ja sitä ylläpidetään kestävän kehityksen tavoitteiden mukaisesti. Sertifikaattien luokitustaso kertoo kuinka hyvin tavoitteet on saavutettu. Kansainvälisiä sertifiointijärjestelmiä ovat mm. USA:ssa kehitetty LEED ja Iso-Britanniassa kehitetty BREEAM.

Kauppakeskuksen turvallisuus ja riskienhallinta ovat keskeisiä asioita kestävän kehityksen kaikista näkökulmista. Turvallisuuden ja riskienhallinnan perusta luodaan jo kiinteistön suunnittelu- ja rakentamisvaiheissa, mutta hyvään lopputulokseen vaikuttavat myös hyvä turvallisuussuunnittelu ja eri sidosryhmien välinen yhteistoiminta. Suomen Kauppakeskusyhdistys on tehnyt merkittävää työtä kauppakeskusten turvallisuuden kehittämiseksi.

Säännöllisten kuluttaja- ja asiakasyrityskyselyjen avulla saadaan suoraa palautetta siitä, mihin suuntaan kauppakeskuksen toimintaa tulisi kehittää asiakasyritysten kannalta.

Asiakasyrityksiä voidaan kannustaa ympäristötehokkaaseen toimintaan esimerkiksi ns. vihreiden vuokrasopimusten (esim. Green Lease -vuokrasopimusmalli) avulla. Tällaisilla sopimuksilla voidaan parantaa esimerkiksi kustannusten oikeudenmukaista kohdistamista ja yhteisesti asetettujen ympäristötavoitteiden saavuttamista.

Yhteiskuntavastuun näkökulmasta on tärkeää, että kauppakeskus valitsee kumppaneikseen ja palveluntuottajikseen vain sellaisia yrityksiä, jotka pystyvät osoittamaan toimivansa vastuullisuuden periaatteita noudattaen.

Kestävän kehityksen sosiaalisesta näkökulmasta on tärkeää, että kauppakeskus osallistuu ja tukee sitä ympäröivän yhteiskunnan toimintaa

esimerkiksi yhteistyössä asukasyhdistysten, vapaaehtoisjärjestöjen sekä kolmannen sektorin toimijoiden kanssa. Erityisesti kestävän kehityksen sosiaalisesta näkökulmasta tärkeä tekijä on myös kauppakeskuksen työllistävät vaikutukset.

Yhteenveto kestävän käytettävyyden tekijöistä

Kestävän käytettävyyden työkalussa on tunnistettu eri käytettävyyden tekijöihin liittyviä tekijöitä. Kun ne palautetaan kolmeen kestävän kehityksen kivijalkaan, voidaan yhteenvetona esittää seuraavat luokitukset.

Sosiaalisen kestävän käytettävyyden kannalta voidaan arvioida kauppakeskusta osana lähiympäristön ekosysteemiä. Kauppakeskuksen kyky tarjota palveluja lähialueella, työllistää alueellisesti sekä liittyä paikalliseen liikenne- ja energiainfrastruktuurin ovat oleellisia tekijöitä. Lisäksi kauppakeskuksen kyky luoda asiakkaalle ympäristöystävällinen imago sekä toteuttaa imago erilaisten käyttäjäryhmien tarpeet huomioiden vahvistaa sosiaalista kestävää käytettävyyttä. Sosiaaliseen kestävyyskuuluu myös kauppa-keskus osana alueellista kulttuuritoimintaa. Kaupan liiketoimintaan liittyvä eettisyys on osa sosiaalista kestävyttä ja tämän kokonaisuuden synnyttävät kauppakeskuksen liiketoimijata yhdessä. Kauppakeskusjohdon tehtävänä on linjata sosiaalisen kestävän kehityksen kokonaisuutta, mutta myös alueelliset toimijat voivat omilla toimillaan edistää sosiaalisesti vahvaa kestävyttä.

Ekologinen kestävä käytettävyys liittyy suuressa määrin energiatehokkuuteen sekä kiinteistön suunnitteluun ja ylläpitoon. Kuitenkaan energiatehokas kiinteistö ei rakennettuna ympäristönä takaa ekologista kestävyttä ellei kiinteistöä käytetä ja ylläpidetä ympäristöystävällisesti. Uusituvan energian käyttö, tarkoituksenmukainen kierrätys sekä ympäristöjohtaminen erilaisten ympäristöjärjestelmien ja sertifikaattien avulla ovat merkittävässä roolissa, kun tavoitellaan ekologista kestävyttä.

Ekonominen kestävä käytettävyys koostuu toimintatavoista, joiden avulla taloudelliset tekijät suuntautuvat tuoton lisäksi vastuulliseen liiketoimintaan ja valintoihin, jotka edistävät ympäristöystävällisyyttä välillisesti tai välittömästi sekä lyhyellä että pitkällä tähtäimellä. Sopimustekniikkaan liittyvä kestävän kehityksen painotus tulee yhä tärkeämmäksi ohjauskeinoksi.

Kun näitä kolmen kivijalan sisältöjä on jäsennetty pienemmiksi käytettävyyden osatekijöiksi, voidaan yhteenvetona todeta, että eri käyttäjäryhmien mahdollisuudet kestävään kehitykseen kauppakeskuksen kontekstissa jäsentyvät kolmelle tasolle:

1. Kestävän käytettävyyden infrastruktuuri muodostaa alustan ympäristöystävälliselle toiminnalle
2. Kauppakeskuksen toimijaverkosto muodostaa kokonaisuuden, jossa yhteiset kestävän kehityksen tavoitteet voivat suunnata toimintaa.
3. Yksittäinen käyttäjä voi kestävässä kauppakeskuksessa motivoitua kestävään kehitykseen, häntä voidaan siihen ohjata tai tiettyjä rajoituksia toteuttamalla jopa pakottaa. Tämä ei tarkoita sanktioita tai rangaistuksia vaan ympäristöä, jossa kestävän kehityksen vastaisesti toimiminen on mahdotonta.

Kestävän käytettävyyden arvioinnin työkalu antaa mahdollisuuden omalta osaltaan vaikuttaa kauppakeskuksen kehittämiseen alustaksi, jossa nämä osa-alueet voivat päivittäisen toiminnan kautta toteutua.

5 Yhteenveto ja johtopäätöksiä

Raine Mäntysalo, Aalto-yliopisto/YTK, Anssi Joutsiniemi, Tampereen teknillinen yliopisto/EDGE, Suvi Nenonen, Aalto-yliopisto/BES & Simo Syrman, Aalto-yliopisto/YTK

KAVERI-hankkeen keskeiset näkökulmat yhteenvetona

Reilusti kohti toimintaa kerroksellisessa ja verkostoituvassa ekosysteemissä

Kaupunkirakenteen ilmiöt ja ongelmat käsitetään usein yksilotteisesti, oli kyse sitten asiointiliikenteestä tai kuluttajakäyttäytymisen muutoksesta. Tämä näkyy luonnollisesti myös ratkaisuyrityksissä. Lineaarisen hahmotamisen sijasta tarvitaan useiden viivojen muodostamaa verkostoketjua -ja yhteenliittymää kuvaamaan syy -ja seuraussuhteiden verkostoa. Eikä siinä vielä kaikki. Tarvitaan verkoston eri tasoja, jotka ovat niin ikään linkittyneet keskenään.

On turvallista sanoa, että jokainen pysyköön lestissään ja hoitakoon oman tonttinsa, mutta tämäkin sujuu parhaiten ja menestyksekkäästi, mikäli pystytään näkemään eri toimintojen vaikutus verkoston osana, osana suurempaa kokonaisuutta. Kaupunki on dynaaminen kokonaisuus, jota ei voi käsitellä vain yhdestä näkökulmasta. Osaoptimointi ainoastaan kasvattaa systeemin osien välisiä eroja.

Ratkaisuyritykset unohtavat helposti olemassa olevan moninaisuuden. Kaupunkirakenteen dynamiikka ja diversiteetti tulee ottaa huomioon, ratkaistiinpa sitten ekologista, sosiaalista tai taloudellista kestävyyttä.

Monimutkaisista vuorovaikutussuhteista koostuvaa kaupunkijärjestelmää tehdään tässä tutkimushankkeessa lähestyttävämmäksi tarkastelemalla sitä kolmitasoisena verkostona (Dupuy 2008; ks. luku 2).

Kestävyysongelmia ei voida ratkaista keskittymällä vain yhteen verkostotasoon, vaikka ilmiö nykytilanteessa usein paikannetaan tietylle tasolle. Esimerkiksi kuluttajien arkiliikkumisen ja asioinnin mallit ovat sekä riippuvaisia kaupan sijaintiverkostoista ja liikenneinfrastruktuurista, mutta myös ohjaavat näiden kehitystä. Sanna Iltasen dynaamisen simulaatiomallin kaltainen tarkastelu auttaa ymmärtämään eri verkostotasojen riippuvuussuhteita, mikä on edellytys kestävyteen tähtäävien toimenpiteiden onnistumiselle.

Myös käyttäjän ymmärtämiseksi tarvitaan systeemien hahmottamista

Simo Syrmanin ja James Culleyn artikkelit osoittavat, että kotitalouksien ostospaikkavalinnat riippuvat kotitalouden asemasta, tilanteesta ja mieltymyksistä. Selkeimmiksi erottelijoiksi niin päivittäistavara- kuin erikoistavaraostoksilla nousevat autonomistus ja ikä. Kotitaloudet, joilla auton käyttöön on rajalliset mahdollisuudet, suosivat ostospaikkoina lähimpiä päivittäistavaramyymälöitä ja Helsingin keskustaa. On siis sekä ekologisesti että sosiaalisesti kestävä, että kävelyn ja pyöräilyn yhteydet lähikauppaan ovat kunnossa ja että joukkoliikenteen verkosto niveltyy saumattomasti osaksi keskustan ja aluekeskusten kaupallisia palveluita.

Auton käyttöä suosivat ja siitä riippuvalaiset kotitaloudet suuntaavat asiointiaan muita kotitalouksia useammin suuriin seudullisiin kauppakeskuksiin. Autoriippuvaisia kuluttajia ovat esimerkiksi monet ikääntyneet. Anna-Maija Kohjoen artikkelissa todetaan asioinnin olevan yksi tärkeä sosiaalisen kanssakäymisen tapa. Kasvavan vanhusväestön huomiointi on niin taloudellisen kuin sosiaalisen kestävyuden avainasioita kauppakeskuksille.

Ekologiselta kannalta on huolestuttavaa, että kauppakeskuksiin tehdään ensisijaisesti erillisiä asiointimatkoja, mikä käy ilmi Jari Kurrin artikkelista. Kuten Annuska Rantanen artikkelissaan toteaa, kaupallisten keskittymien kasautumisen tulisi vastata vaihtelevia arkiliikkumisen tasoja ja täyttää kaupallisen kestävyuden vaatimukset eri kokoisten kaupan yksiköiden kannalta. Toisaalta informaatio- ja viestintäteknologian hyödyntämisen avulla kaupan konsepteja voidaan kehittää kasautumistrendin vastaisesti, mikä auttaneen palvelemaan eri kulkumuodoilla liikkuvia kuluttajia nykyistä paremmin.

Nykytilanteen kehittäminen kestäväan suuntaan on suoritettava kaikilla kaupunkiverkoston tahoilla, niin infrastruktuurin, sijaintiverkoston kuin kuluttajien liikkumisen tasolla. Julkisen sektorin yksisuuntaisissa ohjaustoimenpiteissä on haasteensa: kaupunkisuunnittelun keinot ovat rajalliset kaupan toimintalogiikan muuttamisessa ja kuluttajien mieltymyserot ja erilaiset tavat arvottaa yhdyskuntarakenteen mahdollisuuksia jättävät jäljelle harvoja poliittisesti helppoja ohjaustoimia.

Ohjaaminen on yksi verkostomahdollistaja

Kaupan ohjaus on kärsinyt jäykkyydestä ja koordinoinnin puutteesta. Erityisesti systeemisyys on otettu puutteellisesti huomioon. Laura Yrjänä kuvaa artikkelissaan, miten ohjauksen diskurssit ovat kehittyneet kau-

punkikeskustojen näivettymisen ja ilmastonmuutoksen aiheuttaman huolen myötä. Painopiste on normiohjauksen tiukentamisessa, mutta poikkeamislupamenettelyn leimaama käytännön kehitys on jäänyt vähemmälle huomiolle. Kaupan oman johtamisen kestävyys pitkällä aikavälillä on myös kyseenalaista.

Lauri Paavolan esimerkki Itäkeskuksen pitkästä menestyksestä on malli, jonka yleistettävyyttä koko sektorin tasolle on syytä miettiä. Markkinoiden tuntemus ja liikeyrityksen tasapaino on helpompi hallita suuressa kauppakeskuksessa kuin ammattimaisen johtamisen puutteesta kärsivissä ostoskeskuksissa. Karin Krokforsin artikkelissa esitellään ostoskeskusten ulkoisia ja sisäisiä parametreja, jotka asettavat ostoskeskukset keskenään erilaiseen asemaan kehityspotentiaalin kannalta. Karitta Laitisen selvityksen perusteella ostoskeskusten näkymät pääkaupunkiseudun kauppaverkoston osana eivät ole lohduttomat. Markku Norvasuon ym. artikkelin perusteella ostoskeskusten historiallisuus ja sitkeys muodostavan lähtökohdan myös paikallisyhteisöllisyyden ja eri väestöryhmien integraation edistämiseen.

Niin yksittäisten toimijoiden tavoitteet kuin kokonaisvaltaisempi kaupan kestävyys eivät toteudu ilman yhteistyötä. Tämä on tiedostettu kaupan ohjausdiskursseja myöten, mutta yhteistyön nouseminen puheista käytännön toimintatapojen tasolle on ongelmallisempaa. Vesa Kannisen tarkastelussa menestyksellisimmät hankkeet ovat sisältäneet pitkäjänteisyyttä kaupalliselta sektorilta ja laajaa mobilisaatiota julkiselta puolelta. Yhteistyön onnistumisen kriittinen piste on yhteisen kielen ja vaihdon vyöhykkeiden, ristiriitaisten tavoitteiden ja logiikoiden rajapinnan syntyminen. Ilman näitä kestävä verkostohallinta ei ole mahdollista.

Työkaluja verkostojen ja kestävä kehityksen hallintaan

Hankkeessa kehitetyt työkalut, kaupunkikehityksen dynaaminen simulaatiomalli ja kauppakeskuksen kestävä käytettävyyden arviointityökalu, tarjoavat väylän yhteisen kielen kehittämiseksi sekä toiminnan varmistamiselle.

Monimutkainen näkyväksi dynaamisella simulaatiomallilla

Simulaatiomallin tarkoitus on osoittaa suunnittelijoille rakenteen väistämätön ja jatkuva muutostila, mikä tekee ideaalittomien täydellisyyteen pyrkivän suunnittelun mahdottomaksi. Kaupunkikehityksen dynaaminen simulaatiomalli on pelkistys, joka Dupuyn verkostokaupunkiteoriaan tukeutuen mallintaa kolmen verkostotason keskinäisiä vuorovaikutussuhteita

erityisesti kaupan sijoittumisen, sen saavutettavuuden muutosten ja yhdyskuntarakennevaikutusten kannalta. Malli pyrkii tekemään läpinäkyväksi yhtäältä kaupan sijaintilogiikkaa kuluttajien saavutettavuusvirtojen maksimoinnissa yhdyskuntasuunnittelijoille, toisaalta tämän logiikan tuottamia yhdyskuntarakennevaikutuksia ja saavutettavuusmuutoksia kaupan toimijoille. Näin sen tarkoituksena on toimia molemmin puolin hahmotettavana ”ohuena kuvauksena” suunnitteluyhteistyössä, kun simuloidaan kaupan sijoittumisvaihtoehtoja yhdyskuntarakenne- ja saavutettavuusvaikutuksineen.

Ehkä olennaisinta mallissa on kaupunkikehityksen dynamiikan avaaminen, josta ymmärryksessä puolin ja toisin on parantamisen varaa. Erityisesti suuria kauppakeskushankkeita ei voida tarkastella vain uusina palloina kaupunkirakenteen pala palalta rakentuvassa mosaiikissa, vaan verkoston uusina solmuina, jotka eri tasoilla muuttavat verkoston kytkentöjä peruuttamattomasti. Sekä yhdyskuntasuunnittelun että pitkäjänteisen kauppakeskusjohtamisen kannalta tarvitaan kykyä ennakoida, miten kaupungin ja ympäröivän seudun verkosto muuttuu hankkeen myötä, ja arvioida, viekö tämä muutosprosessi kestäväälle uralle molempien osapuolten kannalta.

Kaupunkijärjestelmän tarkastelu dupuyläisittäin kolmitasoisena dynaamisena verkostona tuo radikaalilla tavalla systeemiseen yhteyteen tarkastelut, joita on totuttu tekemään kullakin tasolla erikseen ja eri tahojen toimesta. Kaupan sijoittumista (taso II) ohjatesaan yhdyskuntasuunnittelijat ovat lähestyneet sitä kaupunkirakenteen näkökulmasta (taso I), kun taas kaupan toimijat ovat omassa sijaintilogiikassaan tähyilleet kuluttajavirtoja (taso III) ja niiden ”valuma-alueita”.

Yhdyskuntasuunnittelijan kaupunkirakenteen eheyttämistavoitteet ja kaupan toimijoiden kuluttajavirtojen maksimointitavoitteet törmäävät, kun kaupalle kuluttaja näyttäytyy lähinnä yksityisautoilijana ja suunnittelijalle lähipalveluja tarvitsevana asukkaana. Kun tähän saakka taso II – kaupan sijainnit – on toiminut huonosti kaupan toimijoiden ja suunnittelijoiden yhteisenä rajapintana; kummankin tahon ikään kuin katsoessa siitä käsin eri suuntiin tavoitteenasettelussaan; on dynaaminen simulatiomalli väline, jolla toimijoiden näkökulmia rajapinnalla voidaan avartaa näkemään toistensa logiikoita.

Toimivana kohtaamisen rajapintana taso II tekee puolin ja toisin näkyväksi kummankin toimijatahon optimointipyrkimysten vaikutukset toisen osapuolen tavoitteiden kannalta: yhdyskuntarakenteen eheyttämispyrkimysten saavutettavuusvaikutukset kaupalle tulevat simuloituiksi ja vastaavasti kaupan sijainnin optimointitavoitteet kuluttajavirtojen kannalta yhdyskuntarakenteen eheyttämispyrkimyksille. Näin kaupunkikehityksen

dynaaminen simulaatiomalli toimii rajaesineenä kaupan sijaintisuunnittelun vaihdon vyöhykkeellä, missä tarkoituksena ei ole taivuttaa vastapuolta omalle kannalle vaan yhteensovittaa toiminnan eri logiikoita niiden lähtökohtien erilaisuus ja toisaalta välttämätön keskinäisriippuvuus hyväksyen. Tällaisen vaihdon vyöhykkeen luomisen kautta voidaan puolin ja toisin etsiä win-win -asetelmiin, kun nykyistä käytäntöä leimaavat win-lose -pelitilanteet.

Kestävän käytettävyyden arviointityökalu ympäristöystävällisyyden kehittämiseksi

Käytettävyys rakennetun ympäristön ominaisuutena on vähemmän tutkitu kuin esimerkiksi ihmisen ja koneen välisessä vuorovaikutussuhteessa. Työkalun kehittämisen ajurina on kuitenkin ollut se tosiasia, että rakennukset sinällään eivät voi olla energiatehokkaita, mikäli niitä ei käytetä oikein. Niin ikään osana laajempaa kokonaisuutta kestävä käytettävyys tarkoittaa myös sosiaalisia ja ekonomisia käyttöliittymiä sekä kuluttajien että käyttäjäryitysten näkökulmasta.

Kestävän käytettävyyden arvioinnin työkalu auttaa kauppakeskusjohtoa arvioimaan vihreitä ratkaisujaan omassa kontekstissaan. Kestävän käytettävyyden saavuttaminen kauppakeskuksissa on riippuvainen verkostokäytännön kolmesta tasosta:

Taso I	infrastruktuurin näkökulma, jossa luodaan lähtökohta liikkumisen ja logistiikan virroille osana kestävästä kauppakeskuksesta: yksikään ratkaisu ei ole samanlainen ja rinnakkainen vertaaminen on aina tehtävä alueellisen tilanteen näkökulmasta
Taso II	kohteen näkökulma, jossa asetetaan eniten energiatehokkuuteen liittyviä reunaehtoja
Taso III	toimijan näkökulma, jossa eri toimijat muodostavat sosiospatiaalisen verkoston palveluineen kestäväälle kauppakeskukselle – tätä kokonaisuutta orkestroi kauppakeskusjohtaja vastuullisena investoijille mutta myös kauppakeskuksen asiakasyrityksille ja asiakkaille. Alueellinen sidosryhmäverkosto painottuu osana sosiaalisen kestävyysnäkökulman tarkastelua

KAVERI:n sanastoa käyttöön: saavutettavuus, autoriippuvuus

Vaihdon vyöhykkeellä on olennaista kehittää käsitteitä, jotka riittävässä määrin tulevat yhteisesti, eri alojen ja toimijoiden kesken jaettaviksi sekä käytettäväksi sen sijaan, että ne sulkeutuisivat vain yhden toimijatahon si-

säiseen käyttöön. Samalla, kun puhutaan verkostokaupungista dynaamisena systeeminä, tarvitaan käsitteitä, jotka tavalla tai toisella tavoittavat tämän systeemidynamiikan. Tässä raportissa erityisesti kaksi käsitettä on saanut tällaisia ominaisuuksia: 'saavutettavuus' ja 'autoriippuvuus'.

Saavutettavuuden käsitettä on eritelty erityisesti luvun 2 alussa sekä myös kestävän käytettävyyden arvioinnissa. Saavutettavuudesta (accessibility) voidaan puhua sekä toimijan että kohteen kannalta. Voimme kysyä, miten eri kohteet ovat saavutettavia meille jossakin sijainnissamme ja niillä kyvyillä ja liikkumis- ja viestintävälineillä, joita meillä on käytettävissämme. Voimme myös kysyä, miten jokin kohde on eri toimijoiden saavutettavissa jossakin sijainnissaan. Mikä sitoo näkökulmia yhteen, on toimijoille ja kohteille yhteinen liikkumisen ja viestinnän infrastruktuuri jossakin kaupunkiympäristössä. Näin saavutettavuuden käsite kytkeytyy Dupuyn kolmitasoiseen verkostokaupungin malliin, jolloin se voidaan määritellä seuraavilla tavoilla riippuen tarkastelunäkökulmista:

Taso I	infrastruktuurin näkökulma: Millaisia saavutettavuusedellytyksiä tietynlainen infrastruktuuri (kaupunki-infrastruktuuri, taso I) luo toimijoille (kuluttajille/käyttäjille, taso III) ja kohteille (kauppapaikoille, taso II)?
Taso II	kohteen näkökulma: Miten tietty kohde (kauppapaikka, taso II) on eri/tiettyjen toimijoiden (kuluttajien/käyttäjien, taso III) saavutettavissa tietynlaisessa infrastruktuurissa (taso I)?
Taso III	toimijan näkökulma: Miten eri kohteet (kauppapaikat, taso II) ovat saavutettavia tietyille toimijalle (kuluttajalle/käyttäjälle, taso III) tietynlaisessa infrastruktuurissa (taso I)?

Pelkistäen voidaan sanoa, että saavutettavuuden käsite aukeaa näin kuluttajan/käyttäjän näkökulmasta (1), kaupan näkökulmasta (2) ja kaupunkisuunnittelun näkökulmasta (3) – kuitenkin samalla niin, että kuhunkin näkökulmaan kytkeytyvät muut näkökulmat. Saavutettavuuden käsite toimii näin eri näkökulmia yhteen sitovana käsitteenä, kun kuluttajat/käyttäjät, kaupan toimijat ja kaupunkisuunnittelijat kohtaavat kaupan sijaintisuunnittelun ja kehittämisen vaihdon vyöhykkeellä.

Autoriippuvuuden käsite on vastaavalla tavalla kytkettävissä dupuyläiseen kolmitasotarkasteluun. Voidaan puhua toimijoiden autoriippuvuudesta, jolloin viitataan yhtäältä kuluttajien/käyttäjien tottumuksiin ja sosiaalisesti omaksuttuihin tapoihin, jotka ylläpitävät heidän yksityisautoluun; toisaalta voidaan viitata heidän fyysisiin liikuntarajotteisiinsa, jotka tekevät auton käytön heille välttämättömäksi. Autoriippuvuus voi tällä tavoin olla toimijalähtöistä riippuvuutta, joka ylläpitää yksityisautoi-

lua, vaikka kaupunki-infrastrukturi ja eri kohteiden sijainnit tarjoaisivatkin mahdollisuuksia myös muille liikkumismuodoille.

Luvussa 2 tarkasteltiin eri toimijaryhmien autoriippuvuuden asteita eri kuluttajatyypien ostospaikkavalintoja määrittävien tekijöiden, ikääntyneiden kykyjen ja tarpeiden, matka-ajan arvottamisen ja matkojen ketjuttamisen kannalta. Toisaalta kaupunki-infrastrukturi ja sen kohteet voivat tuottaa autoriippuvuutta. Kauppa voi hakeutua sijainteihin, joissa maksimoidaan saavutettavuutta autolla mutta joissa samalla laiminlyödään saavutettavuuden edellytykset muilla liikkumismuodoilla.

Autoriippuvalaiset kuluttajat voivat vastaavasti omilla asuinpaikkavalinnoillaan edistää yhdyskuntarakenteen hajautumista, joka vaikeuttaa joukkoliikenteen järjestämismahdollisuuksia ja siten tuottaa autoriippuvalaista yhdyskuntarakennetta. Myös kaupunkisuunnittelijat voivat tahtomattaan suunnitteluratkaisuillaan avata kaupan toimijoille autoriippuvuutta kiihdyttäviä sijaintimahdollisuuksia silloin, kun heidän kaupunkisysteemin dynamiikan ymmärryksensä on puutteellista (ks. esim. Alppi & Ylä-Anttila 2007). Autoriippuvuus on näin ollen systeeminen ominaisuus, jossa tietyt kaupunki-infrastruktuuria koskevat ratkaisut johtavat kaupan sijoittumista koskeviin ratkaisuihin (ja päinvastoin), jotka voivat yhdessä tuottaa auton käyttöön nojaavaa kaupunkirakennetta – ja tämä taas johtaa kuluttajien/käyttäjien lisääntyvään auton käyttöön – ja kun auton käyttö lisääntyy, rohkaisee se (ja tekee enenevässä määrin välttämättömäksi) infrastruktuuria ja kaupan sijainteja koskevat ratkaisut, jotka nojaavat autoliikkuvuuteen.

Autoriippuvuudesta muodostuu itseään vahvistava systeeminen kehä (vrt. Dennis & Urry 2009; Kuoppa & Mäntysalo 2010). Autoriippuvuuden käsite auttaa meitä yhdessä näkemään, että olemme yhtä hyvin kuluttajina, kaupan toimijoina kuin kaupunkisuunnittelijoinakin olleet tuottamassa kaupunkisysteemin lisääntyvää autoriippuvuutta. Tämä kehitys on kaikilla kestävyiden ulottuvuuksilla negatiivista.

Taloudellisen kestävyiden kannalta se johtaa kaupan konseptien yksipuolistumiseen, kilpailun kapeutumiseen ja polarisoitumiseen ja siten kaupan markkinoiden toiminta- ja reagointikyvyn heikkenemiseen. Samalla se johtaa yhdyskuntataloudellisesti ja kuluttajien yksityistalouden kannalta kallisiin infrastruktuuri- ja sijaintiratkaisuihin.

Sosiaalisen kestävyiden kannalta se eriarvoistaa eri ihmisryhmät suhteessa heidän mahdollisuuksiinsa käyttää autoa, luo negatiivisia terveys- ja turvallisuusvaikutuksia ja köyhdyttää ihmisten sosiaalista ympäristöä kaupan (ja niiden imussa muiden palveluiden) erkaantuessa heidän lähiympäristöistään.

Ekologisen kestävyyskannalta se lisää liikkumisen energiankulutusta ja hiilidioksidipäästöjä ja hajautumista edistäessään vaikeuttaa energiatehokkaiden yhdyskuntarakenteiden muodostamisen edellytyksiä. Autoriippuvuuden ja saavutettavuuden käsitteet molemmat siis kiinnittyvät kaupunkisysteemin dynamiikkaan. Niitä tarvitaan myös yhdessä, kun kaupunkisysteemin parempaan kestävyyspyrkimykseen pyritään. Autoriippuvuuden spiraalista ulos murtautuminen tapahtuu saavutettavuuden monipuolistamisen kautta, mikä tarkoittaa toimenpiteitä vuorovaikutteisesti kaikilla kolmella tasolla:

Taso I	infrastruktuurin näkökulma, jossa tulee monipuolistaa kaupunki-infrastruktuurin verkostoja mahdollistamaan eri liikkumismuotoja (auto-, kevyt- ja julkinen liikenne)
Taso II	kohteen näkökulma, jossa kehitetään systemaattisesti ja kokonaisvaltaisesti erilaisia kaupan konsepteja, jotka sijoittuvat näiden eri liikkumismuotojen verkostojen solmukohtiin
Taso III	toimijan näkökulma, jossa asumisen ja työpaikkojen ohjaamisella sekä sijaintivalinnoilla hyödynnetään eri liikkumismuotoja ja opitaan pois toimijakohtaisesta autoriippuvuudesta.

Loppujen lopuksi

Esitämme lopuksi taulukon, joka kokoaa KAVERI- verkostojohtamisen suosituksiksi. KAVERI- verkostojohtaminen kiteytyy verkostoituvan kaupungin systeemin, solmujen ja solmusäikeiden tunnistamiseen.

	Mistä?	Mihin?
Kenen tontilla?	Yksitasoisesta näkökulmasta	Monitasoiseen näkökulmaan
Millä seurauksilla?	Lineaarista hahmotamisesta	Systeemiseen hahmotamiseen
Millä tavoin?	Oman ammattikunnan kielestä	Keskusteluun vaihdon vyöhykkeillä
Miksi?	Kulutuksesta	Kestävään kulutukseen.

Tällä nelivaiheisella tarkistuslistalla voidaan testata nopeasti, miten verkostojohtamisen orientaatio vaikuttaa arkeen – kehittäminen on jatkuvaa uuden oppimista ja verkostoissa se tapahtuu samanaikaisesti mo-
neen suuntaan.

Lähteet

Ainoa J., Alho J., Nenonen S. & Nissinen K., (2009): Käytettävä kauppakeskus. Espoo: Teknillisen Korkeakoulun Rakentamistalouden laboratorion julkaisuja B15.

Allen, P. & Sanglier, M. (1981): Urban Evolution, Self-Organization, and Decision Making. *Environment and Planning A* 13:2, 167-183.

Alppi, Samuli (2008): Kauppa ja kaupunkien keskukset. Rakennettu ympäristö 4/2008, 10-12.

Alppi, Samuli (2011): Yhdyskuntarakenteen ja palveluverkon yhteensovittaminen. Powerpoint-esitys. KARA - MAL -kokoontuminen. 15.03.2011 Tampere. {http://www.mal-verkosto.fi/filebank/65-Alppi_150311.pdf}

Alppi, Samuli & Ylä-Anttila, Kimmo (2007): Verkostourbanismi. *Yhdyskuntasuunnittelu* 45 (2), 10-26.

Angell, Robert & Megicks, Phil & Memory, Juliet & Heffernan, Troy & Howell, Kerry (2012): Understanding the older shopper: A behavioural typology. *Journal of Retailing and Consumer Service* 19: 2, 259-269.

Arentze, T. A. & Timmermans, H. J. P. (2005): An Analysis of Context and Constraints-dependent Shopping Behaviour Using Qualitative Decision Principles. *Urban Studies* 42 (3), 435-448.

Arkkitehti 1/1989. Suomen Arkkitehtiliitto.

Arkkitehti 11-12 /1957:27-29. Suomen Arkkitehtiliitto.

Baccini, P. & Oswald, F. (1998): *Netzstadt: Transdisziplinäre Methoden zum Umbau urbaner Systeme*. Zurich: ORL/EAWAG/ETH.

Baccini, P. & Oswald, F. (2003): *Netzstadt - Designing the Urban*. Basel: Birkhäuser.

Batty, Michael (2005): *Cities and Complexity: Understanding Cities with Cellular Automata, Agent-Based models, and fractals*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Batty, Michael (2010): *Complexity in City Systems: Understanding, Evolution, and Design*. Teoksessa Roo, Gert de & Elisabeth A. Silva (toim.): *A Planner's Encounter with Complexity*, 99-121. Ashgate.

Bell, Richard & Davies, Ross L. & Howard, Elizabeth (1997): The changing structure of food retailing in Europe: the implications for strategy. *Long Range Planning* 30 (6), 853-861.

Bertalanffy, L. von (1969/2006): *General Systems Theory - Foundations, Development, Applications*. New York: George Braziller.

- Birkin, M., Clarke, G. and Clarke, M. (2002): *Retail Geography and Intelligent Network Planning*, Wiley, Chichester.
- Boedeker, Mika & Marjanen, Heli (1993): Choice orientation types and their shopping trips to the city centre vs. to an edge-of-town retail park. *International Conference on Research in the Distributive Trades*, Stirling, Skotlanti.
- Bone, Paula F. (1991): Identifying Mature Segments. *The Journal of Service Marketing* 5: 1, 47-60.
- Borgers, A., & Timmermans, H., (1987): Choice model specification, substitution and spatial structure effects, *Regional Science and Urban Economics*, 17, 29-47.
- Bowlby, S., Breheny, M., & Foot, D. (1985a): "Store location: problems and methods 3: Choosing the right site." *Retail & Distribution Management*, 13(1), 44-48.
- Briesch, Richard A., Chintagunta, Pradeep K. & Fox, Edward J. (2009): How Does Assortment Affect Grocery Store Choice? *Journal of Marketing Research* 46, 176-189.
- Bäcklund, P. (1998): Pienyritysten ja kivijalkakauppojen Töölö. Teoksessa Bäcklund, Pia & Vivi Niemenmaa (toim.): *Kirjoituksia kaupunginosasta ja paikasta nimeltä Töölö*. Helsingin kaupungin tietokeskuksen erityisjulkaisuja 1998, 56-67.
- Carlson H. J., (1996): *Operating and managing retail centres. Shopping Centres and Other Retail Properties: Investment, Development, Financing and Management*, 299-316.
- Caniggia, Gianfranco & Maffei, Gian Luigi (2001): *Interpreting Basic Building. Architectural Composition and Building Typology*. Alinea, Firenze.
- Champion, A. G. (2001): A Changing Demographic Regime and Evolving Polycentric Urban Regions: Consequences for the Size, Composition and Distribution of City Populations. *Urban Studies* 38 (4), 657-677.
- Ciari, Francesco & Löschl, Michael & Axhausen Kay W. (2008): Location decisions of retailers: an agent-based approach. Paper presented at 15th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science, Zagreb, July 2008.
- Citycon (2010a): Menestys lähtee kauppapaikasta. Uusi Martinlaakson Ostari, esite.
- Citycon (2010b): Vuosikertomus ja vastuullisuusraportti 2010.
- Dawson, J.A. (1983): Public policy Controls on hypermarket development. University of Stirling, Department of business studies, working paper 8302.

Dellaert, Benedict G. C. & Arentze, Theo A. & Bierlaire, Michel & Borgers, Aloys W. J. & Timmermans, Harry J. P. (1998): Investigating Consumers' Tendency to Combine Multiple Shopping Purposes and Destinations. *Journal of Marketing Research* 35, 177-188.

Dennis, K. & J. Urry (2009): *After the car*. Cambridge: Polity Press.

Dorst, van M. (2010): *Social sustainability*. 4th International Summer Academy Sustainable Building.

Dupuy, Gabriel (1991): *L'urbanisme des réseaux - théories et méthodes*. Armand Colin Editeur, Paris.

Dupuy, Gabriel (2008): *Urban networks-Network urbanism*. Techne Press, Amsterdam.

Eisto, Erkki (2004): *Selvitys Helsingin ostoskeskuksista 2004*. Helsingin kaupunki, talous- ja suunnittelukeskus, elinkeinopalvelu.

ERA 17 - Energiaviisaan rakennetun ympäristön aika 2017.

Fairclough, Norman (1995): *Critical Discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman.

Fishman, Robert (1990): America's New City. *The Wilson Quarterly* 14, 24-48.

Flanagan J. C., (1954): The Critical Incident Technique. *Psychological Bulletin*, Vol: 51, No: 4, 327-358.

Fotheringham, A. (1983): A new set of spatial-interaction models: the theory of competing destinations, *Environment and Planning A*, 15, 15-36.

Fotheringham, A. (1986): Modelling hierarchical destination choice, *Environment and Planning A*, 18, 401-418.

Fotheringham, A. & O'Kelly, M. (1989): *Spatial Interaction Models: Formulations and Applications*. Dordrecht: Kluwer.

Fotheringham, A. & Trew, R. (1993): Chain image and store-choice modelling: the effects of income and race. *Environment and Planning A*, 25, 179-196.

Fuller, B. (2006): *Trading zones: cooperating for water resource and ecosystem management when stakeholders have apparently irreconcilable differences*. Massachusetts Institute of Technology (Ph.D. dissertation).

Galison P. (1997): *Image and Logic: A Material Culture of Microphysics*. Chicago: University of Chicago Press.

Geurs, Karst & van Wee, Bert (2004): Accessibility evaluation of land-use and transport strategies: review and research directions. *Journal of transport geography* 12, 127-140.

Gibbs, Robert J. (2012): *Principles of Urban Retail Planning and Development*. Wiley: Hoboken NJ.

Gonzalez-Benito, O., Munoz-Gallego, P. & Kopalle, P. (2005): Asymmetric competition in retail store formats: Evaluating inter- and intra-format spatial effects, *Journal of Retailing* 8(1), 59-73.

Goodman, Robin and Coote, Matthew (2007): Sustainable Urban Form and the Shopping Centre: An Investigation of Activity Centres in Melbourne's Growth Areas. *Urban Policy and Research*, 25: 1, 39-61.

Graham, S. & Marvin, S. (2001): *Splintering Urbanism - Networked Infrastructures, Technological Mobilities and the Urban Condition*. London: Routledge.

Haaga-Helia (2012): *Ostopaikkatutkimus pääkaupunkiseudulla 2011 - erikoistavarat*.

Hair, Joseph F. Jr. & Black, William C. & Babin, Barry J. & Anderson, Rolph E. & Tatham, Ronald L. (2006): *Multivariate Data Analysis*. 6th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Handy, Susan L. & Clifton, Kelly J. (2001): Local shopping as a strategy for reducing automobile travel. *Transportation* 28, 317-346.

Hankonen, Johanna (1994): *Lähiöt ja tehokkuuden yhteiskunta*. Suunnittelujärjestelmän läpimurto suomalaisten asuntoalueiden rakentumisessa 1960-luvulla. Espoo: Otatieto & Helsinki: Gaudeamus.

Hare, Caroline (2003): The food-shopping experience: a satisfactions survey of older Scottish consumers. *International Journal of Retail & Distribution Management* 31: 5, 244-255.

Hawkes J. (2001): *The Fourth Pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning*. Common ground publishing Pty Ltd in association with cultural development Network (Vic.)

Hayek, Friedrich (1988): *The fatal Conceit. The Errors of Socialism*. University of Chicago. Routledge.

Heikkinen, J. & L. Yrjänä (2010): *Toimijoiden yhteistyö - tavoitteiden taistelukenttä?* Teoksessa Kanninen, V. & Rantanen, A. (toim): *Kauppakeskukset osana kestäväää kulutusta ja kaupunkirakennetta*, 54-59. Espoo: Aalto-yliopisto, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 82.

Heinimäki, Heikki (2006): *Kaupan toimintaympäristö*. Helsinki: WSOY.

Helasvuo, Olli & Vainio, Niina (2008): *Laatua laitakaupungilla*. Vantaan ostoskeskukset 1961-1986. C8: 2008. Vantaan kaupunginmuseo, Vantaan kaupunkisuunnittelu.

Herman, Robert & Prigogine, Ilya (1979): A Two-Fluid Approach to Town Traffic, *Science* 204:4389, 148-151.

Hodgson, G. M. (2006): What Are Institutions? *Journal of Economic Issues*, 40 (1): 1-25.

- Holopainen, T. (toim) (2009): Kaupan kaavoitus Helsingissä. Osa II Erikoiskauppa. Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston julkaisuja 2009:9.
- HSL (2010a): Liikkumistottumukset Helsingin seudun työssäkäyntialueella vuonna 2008. Keskeiset tulokset. HSL:n julkaisuja 10/2010.
- HSL (2010b): Liikkumistottumukset Helsingin seudun työssäkäyntialueella vuonna 2008. HSL:n julkaisuja 32/2010.
- HSL (2011): Helsingin seudun työssäkäyntialueen liikenne-ennustemallit 2010. HSL:n julkaisuja 33/2011.
- Huff, David L. (1964): Defining and estimating a trading area. *Journal of Marketing*, 28, 34-38.
- Hunt, L., Boots, B. & Kanaroglou, P. (2004): Spatial choice modelling: new opportunities to incorporate space into substitution patterns, *Progress in Human Geography*, 28(6), 746-766.
- Hyvönen, Ari (2010): Kauppakeskuksen valinnan perusteet pääkaupunki-seudulla. Teoksessa Kanninen, V. & A. Rantanen (toim.): Kauppakeskukset osana kestäväää kulutusta ja kaupunkirakennetta. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 82, 20-23.
- Hägerstrand, Torsten (1970): What about people in regional science? *Papers of the Regional Science Association* 24, 7-21.
- Jacobs, Jane (1969): *The Economy of Cities*. New York: Vintage.
- Jokinen, O. (2009): Selvitys kadunvarsiliiketoista Helsingin uusissa kaupunginosissa. Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston yleissuunnitteluosaston selvityksiä 2009:3.
- Jones, C., Hesterly, W.S., Borgatti, S.P. (1997): A General Theory of Network Governance: Exchange Conditions and Social Mechanisms. *The Academy of Management Review*, Vol. 22, No. 4, 911-945.
- Joutsiniemi, Anssi (2010a): Becoming metapolis. A configurational approach. *Datutop* 32, Tampere University of Technology.
- Joutsiniemi, Anssi (2010b): Kaupungin kiusalliset detaljit ja robustit ratkaisut. *Rakennettu ympäristö* 4/2010, 6.
- Juslén J. (2009): *Netti mullistaa markkinoinnin*. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Purasjoki, Matti (2009): Kaavoitus, kauppa ja kilpailu. Raportti ympäristöministeriölle.
- Kahn, H. & Wiener, A. J. (1967): *The year 2000: A Framework for Speculation on the Next Thirty-Three Years with contributions from other staff members of the Hudson Institute*. New York: Macmillan.
- Kanninen, V. (2010): Kauppakeskusten kestävään suunnittelun kysymyksiä Iso-Britanniassa ja Alankomaissa. Teoksessa Kanninen, V. & A. Rantanen (toim.): Kauppakeskukset osana kestäväää kulutusta ja kaupunkiraken-

- netta, 50-53. Espoo: Aalto-yliopisto, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 82.
- Kanninen, V. & Rantanen, A. (toim.)(2010a): Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkirakennetta, 54-59. Espoo: Aalto-yliopisto, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 82.
- Kanninen, V. & Rantanen, A. (2010b): Johtopäätökset: kestävä kauppa-keskus. Teoksessa Kanninen, V. & Rantanen, A. (toim.) Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkirakennetta, 54-59. Espoo: Aalto-yliopisto, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 82.
- Kanninen, V., Bäcklund, P. & Mäntysalo, R. (2012): Trading zone and the complexity of planning. Teoksessa Balducci, S. & Mäntysalo, R. (toim.): The Trading Zone Planning Book. Springer Verlag. (tulossa).
- Kauffman Stuart (2008): Reinventing the Sacred. A New View of Science, reason, and Religion. New York: Basic Books.
- Kim, Donghan & Batty, Michael (2011): Modeling Urban Growth: An Agent Based Microeconomic Approach to Urban Dynamics and Spatial Policy Simulation. UCL working papers series, Paper 165-May 11. Centre for Advanced Spatial Analysis, University of College London.
- Kirkup M. & Rafiq M. (1994): Managing Tenant Mix in New Shopping Centres, International Journal of Retail & Distribution Management, Vol: 22 Iss: 6, 29-37.
- Kloosterman, Robert C. & Musterd, Sako (2001): The Polycentric Urban Region: Towards a Research Agenda. Urban Studies 38 (4), 623-633.
- Kohijoki, Anna-Maija & Marjanen, Heli (2011): The effect of age on shopping orientation - choice orientation types of the ageing shoppers. The 16th Conference of the European Association for Education and Research in the Commercial Distribution, Parma, Italia.
- Kohijoki, Anna-Maija & Marjanen, Heli (2012): Choice orientation segments of ageing grocery shoppers - An age-related comparison. The 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science, Wien, Itävalta.
- Kohijoki, Anna-Maija (2010): Päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus. Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkirakennetta. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja C 82.
- Kohijoki, Anna-Maija (2011): The effect of aging on consumer disadvantage in grocery retail services among the Finnish elderly. Journal of Retailing and Consumer Services 18: 4, 370-377.
- Kohler, N. & Hassler, U. (2002): The building stock as a research object. Building Research & Information, Vol. 30, No. 4, 226.

Koistinen, K. (2006): Vähittäiskaupan suuryksikön sijoittumissuunnitelu. Tapaustutkimus kauppakeskus Myllyn sijoittumisesta Raision Hauniisiin. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja A-4:2006.

Kontio, Panu & Rantanen, Annuska & Simola, Aino & Jääskeläinen, Riikka (2010): Yritysten sijoittuminen ja yhdyskuntarakenne. Teoksessa Kanninen, Vesa, Kontio, Panu, Mäntysalo, Raine & Mika Ristimäki (toim.): Auto-riippuvainen yhdyskunta ja sen vaihtoehdot, 72-102. Espoo: Aalto-yliopisto, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja B 101.

Kooiman, J. (2000): Societal Governance: Levels, Modes and Orders of Social-Political Interaction. Teoksessa Pierre, J. (toim.): Debating Governance. Authority, Steering, and Democracy ,138-164. Oxford: Oxford University Press.

Koski, Kimmo ja Tulkki, Katri (2004): Kauppa kaavoituksessa. Helsinki: Ympäristöministeriö.

Kropf, Karl. S. (2001). Conceptions of change in the built environment. Urban Morphology 5,1, 29-42.

Krugman, Paul (1996): The Self-organizing Economy. Cambridge, MA: Blackwell Publishing.

Kunzmann, K. (2006): The Europeanization of Spatial Planning. Teoksessa Adams, N., Alden, J. & Harris, N. (toim.): Regional Development and Spatial Planning in an Enlarged European Union, 43-64. Abingdon: Ashgate.

Kuoppa, J. & Mäntysalo, R. (2010): Irti autoriippuvuudesta? Yhdyskuntasuunnittelu 48(2), 81-87.

Kännö, M., Oukari, T., Pakkala P., Sundman, M. & Vuolanto, T. (2004): Kadunvarsiliiketilat Kalasatamassa. Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston julkaisuja 2004:1

Laakso, Seppo & Loikkanen, Heikki (2004): Kaupunkitalous. Johdatus kaupungistumiseen, kaupunkien maankäyttöön sekä yritysten ja kotitalouksien sijoittumiseen. Helsinki: Gaudeamus.

Laitinen, Karitta (2012): Helsingin ostoskeskukset -Uutta, modernia ja kadonnutta. Espoo: Aalto-yliopisto, YTK.

Langley, A. (1999): Strategies for Theorizing from Process Data. The Academy of Management Review, Vol: 24, Iss:4, 691-710.

Laurinkari, Juhani (1987): Vanhukset kaupan palvelujen käyttäjinä. Elinkeinohallitus, kuluttaja-asiain osaston julkaisuja A 11: 1987.

Leszczyc, P. & Timmermans, H. (1997): Store-switching behaviour, Marketing Letters, 8(2), 193-204.

Leszczyc, P., Sinha, A., & Timmermans, H. (2000): Consumer store choice dynamics: an analysis of the competitive market structure for grocery stores, Journal of Retailing, 76(3), 323-345.

- Liikennevirasto (2012): Henkilöliikennetutkimus 2010-2011. Helsingin kaupungin Liikennevirasto, liikennesuunnitteluosasto.
- Lo, L. (1991): Substitutability, Spatial Structure, and Spatial Interaction. *Geographical Analysis*, 23(2), 132-146.
- Lockton, D., Harrison, D. & Stanton, N. A. (2009): Design for Sustainable Behaviour: investigating design methods for influencing user behaviour. Teoksessa *Sustainable Innovation 09: Towards Sustainable Product Design* 14, Farnham, UK, 26-27 October 2009, Proceedings, Centre for Sustainable Design, Farnham.
- Lockton, D., Harrison, D. J. & Stanton, N. A. (2010): The Design with Intent Method: a design tool for influencing user behaviour. *Applied Ergonomics* Vol.41 No.3, 382-392.
- Lowe, Michelle S. (2000): Britain's Regional Shopping Centres: New Urban Forms? *Urban Studies* 37 (2), 261-274.
- Lumpkin, James (1985): Shopping Orientation Segmentation of the Elderly Consumer. *Journal of the Academy of Marketing Science* 13: 2, 271-289.
- Luoto, Heikki (2001): Kokemuksia kauppakeskuksesta sopimusympäristönä. Espoo: TKK.
- Luukinen, Ari & Santasalo, Tuomas (1990): Vanhojen ostoskeskusten kaupallinen kehittäminen. Helsinki: Tuomas Santasalo Ky.
- Mahoney, James & Thelen, Kathleen (2010): Explaining Institutional Change: Ambiguity, Agency and Power. Cambridge University Press.
- Malmari, Meri (2010): Kauppakeskusten ja ostosalueiden vaikutusalueiden määrittäminen. Vaikutusalueiden empiirinen rajaaminen ja teoreettinen mallintaminen. Pro Gradu -tutkielma, Turun kauppakorkeakoulu, Talousmaantiede.
- Marjanen, Heli (1998): Shopping centre development in Finland and other Nordic countries. *European Retail Digest*, 1998:17, 34-36.
- Marjanen, Heli (2000): Retailing in rural Finland and the challenge of nearby cities, *International Journal of Retail and Distribution Management* 28(4), 194-206.
- Marjanen, Heli (1997): Distance and store choice with special reference to out-of-town shopping. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, A-4:1997, Turku.
- Marjanen, Heli & Pitkäaho, Mari & Uusitalo, Jemina (2005): A longitudinal study of choice orientation types and their shopping trips in Turku, Finland. 13th International Conference on Research in the Distributive Trades, 29.6 – 1.7.2005. Lund, Sweden.
- Markkanen, S. (2008): Myymäläympäristö elämysten tuottajana, Myymälä-suunnittelun työkalupakki. Helsinki: Talentum.

- Marshall, Stephen (2009): *Cities, Design & Evolution*. London: Routledge.
- McLoughlin, J. Brian (1969): *Urban and Regional Planning - A Systems Approach*. London: Faber and Faber Ltd.
- Meurman, Otto I. (1982): *Asemakaavaoppi. Näköispainos Kustannusosakeyhtiö Otavan v. 1947 kustantamasta teoksesta*. Helsinki: Rakennuskirja Oy.
- Ministry of Environment and Energy, Denmark & Ministry of Environment, Finland & Ministry of Environment, Iceland & Ministry of Environment, Norway & Ministry of Environment, Sweden (2000): *Planning for retail trade in the Nordic countries*.
- Moschis, George & Curasi, Carolyn & Bellenger, Danny (2004): Patronage motives of mature consumers in the selection of food and grocery stores. *Journal of Consumer Marketing* 21: 2, 123-133.
- Moschis, George (1992): Gerontographics: A Scientific Approach to Analyzing and Targeting the Mature Market. *The Journal of Services Marketing* 6: 3, 17-26.
- Muhlebach R. F., Alexander A. A., (2005): *Chicago, Shopping Centre Management and Leasing*. Institute of Real Estate Management.
- Myers, Hayley & Lumbers, Margaret (2008): Understanding older shoppers: a phenomenological investigation. *Journal of Consumer Marketing* 25: 5, 294-301.
- Mäntysalo, R. & Kanninen V., (2012): Trading between land use and transportation planning - The Kuopio model. Teoksessa Balducci, S. & Mäntysalo R. (toim): *Trading Zones in Urban Planning*. Springer Verlag. (tulossa).
- Nakanishi, Masao & Cooper, Lee G. (1982): Simplified estimation procedures for MCI models. *Marketing Science* 1 (3), 314-322.
- Nissinen Kari & Möttönen Veli & Niemi Renita & Nenonen Suvi (2012): *Kauppakeskusten kestävä käytettävyyden arviointi*. (tulossa).
- Oppewal, H., Timmermans, H. J. P. & Louviere, J. J. (1997): Modelling the effects of shopping centre size and store variety on consumer choice behaviour. *Environment and Planning A* 29, 1073-1090.
- Osara, Leo & Viirakorpi, Paavo (1995): *Mitä tehdä Suomen lähiöille? Puheenvuoro lähiöiden kehittämisen toimintamalleista*. Ympäristöministeriö, yhdyskuntasuunnittelu- ja rakennustutkimuksen neuvottelukunta 6/1994. Helsinki: Ympäristöministeriö.
- Otranen, Patrik (2009): *Suvelan asuinalueen kehittäminen täydennysrakentamisen keinoin*. Diplomityö. Tampere: Tampereen teknillinen yliopisto, rakennetun ympäristön tiedekunta, arkkitehtuurin laitos.

Paavola, Lauri (2012): A Process Study on Managing Organizational Change in a Shopping Centre - Case Itäkeskus. Diplomityö. Aalto-yliopiston perustieteiden korkeakoulu, tuotantotalouden tutkinto-ohjelma. Espoo. 101 s.

Peattie, K. (2002): Environmental Marketing Management. London: Financial Times Management.

Pellegrini, P. & Fotheringham, A. (2002): Modelling spatial choice: a review and synthesis in a migration context. *Progress in Human Geography*, 26(4), 487-510.

Pettigrew, A. M. & Whipp, R. (1991): Managing Change for Competitive Success. Oxford: Basil Blackwell.

Phillips, Nelson & Hardy, Cynthia (2002): Discourse analysis: investigating processes of social construction. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Phillips, Nelson & Lawrence, Thomas B. & Hardy, Cynthia (2004): Discourse and Institutions. *The Academy of Management Review*, Vol. 29, No. 4, 635-652.

Piore, M.J. & Sabel, C.F. (1984): The second industrial divide. New York: Basic Books.

Pitkäaho, Mari & Uusitalo, Jemina & Marjanen, Heli (2005a): Ostosmatkojen suuntautuminen ja ostopaikan valintakriteerit Turun seudulla vuosina 2001-2003. Mylly-projektin toinen vaihe. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja Keskustelua ja raportteja 3:2005. Turku.

Pitkäaho, Mari & Uusitalo, Jemina & Marjanen, Heli (2005b): Suorittajia vai shoppailijoita? Ostopaikan valintaorientaatioon perustuvat kuluttajatyypit Turun seudulla 2003. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja keskustelua ja raportteja 6: 2005.

Poole M. S., Van de Ven A. H., Dooley K., Holmes M. E., (2000): Organizational Change and Innovation Processes: Theory and Methods for Research. Oxford: Oxford University Press.

Portugali, Juval (1999): Self-organization and the city. Berlin: Springer-Verlag.

Powell, W. W. (1990): Neither market nor hierarchy: Network forms of organization. Teoksessa B. Staw & L. L. Cummings (toim.): Research in organizational behavior: 295-336. Greenwich, CT: JAI Press.

Pratt, M.L. (1991): Arts of the Contact Zone. *Profession* 91, 33-40.

Prigogine, Ilya and Glandsorff, Paul. (1971): Thermodynamic Theory of Structure, Stability and Fluctuations. New York: Wiley.

Prigogine, Ilya (1955): Thermodynamics of Irreversible Processes. New York: Wiley.

- Priha, Jaakko, (1996): Lähi- ja paikalliskeskusten palvelurakenne. Helsingin kaupunki: Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston julkaisuja 1996:6.
- Pyykkönen, Miikka (2007): Järjestäytyvät diasporat. Etnisyys, kansallisuus, integraatio ja hallinta maahanmuuttajien yhdistystoiminnassa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä studies in education, psychology and social research 306.
- Rajanti, Taina (2002): Helsingin autojärjestelmä - juurtunut teknologia. Teoksessa Marja Järvelä, Katinka Lybäck ja Marika Jokinen (toim.): Kaupunkiliikenteen ekososiaaliset ulottuvuudet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos, 28-48.
- Ratvio, Rami (2012): Elämää keskustassa ja kaupunkiseudun reunoilla. Urbaani ja jälkiesikaupungillinen elämäntyyli asumisen valinnoissa ja arki-liikkumisessa Helsingin seudulla. Department of Geosciences and Geography A15. Helsinki: Geotieteiden ja maantieteen laitos.
- Reilly, William J. (1931): The Law of Retail Gravitation. New York: Author.
- Reimers, Vaughan & Clulow, Val (2004): Retail concentration: a comparison of spatial convenience in shopping strips and shopping centres. *Journal of Retailing and Consumer Services* 2004/11, 207-221.
- Reisenwitz, Timothy & Iyer, Rejesh (2007): A comparison of younger and older baby boomers: investigating the viability of cohort segmentation. *Journal of Consumer Marketing* 24: 4, 202-213.
- Reynolds J. (1993): The proliferation of the planned shopping centre. Teoksessa R. D. F. Bromley & C. J. Thomas (toim.): Retail change: contemporary issues, 308. London: UCL Press.
- Ring, Irene & Hansjurgens, Bernd & Elmqvist, Thomas & Wittmer, Heidi & Sukhdev, Pavan (2010): Challenges in framing the economics of ecosystems and biodiversity: the TEEB initiative. *Current Opinion in Environmental Sustainability* 2010/2, 15-26.
- Rogers, D. (1992): A review of sales forecasting models most commonly applied in retail site evaluation. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 20(4), 3-11.
- Roivainen, Irene (1999): Sokeripala metsän keskellä. Lähiö sanomalehden konstruktiona. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, tutkimuksia 1999:2.
- Roo, Gert de & Silva, Elisabete A. (toim.) (2010): A Planner's Encounter with Complexity. Aldershot: Ashgate.
- Rosenthal, Stuart S. & Strange, William C. (2008): The Micro-Empirics of Agglomeration Economies. Teoksessa Arnott, Richard J. & Daniel P. McMillen (toim.): A Companion to Urban Economics. Oxford: Blackwell Publishing.

Rothe, P., Nenonen, S. & Rasila, H. (2007): Toimitilojen käytettävyyden arvioiminen käyttäjäorganisaation näkökulmasta. Teknillisen korkeakoulun rakentamistalouden laboratorion selvityksiä 68. 1.painos. Espoo: Teknillinen korkeakoulu.

Ruonakoski, Annamari & Somerpalo, Sakari & Kaakinen, Juha & Kinnunen, Riitta (2005): Esteettömyys ja ikääntyneiden palvelutarve. Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskuksen selvityksiä 11: 2005.

Sager, Tore (2011): Neo-liberal urban planning policies: A literature survey 1990-2010. *Progress in planning* vol. 76, 147-199.

Sandercock L. (ed.) (1998): *Making the Invisible Visible: A Multicultural Planning History*. Berkeley: University of California Press.

Santasalo, T. & E. Ajalin (2005): Liikepaikkasuunnittelu erikoiskaupan monimyyntäyrityksissä. Helsinki: Erikoiskaupan Liitto.

Santasalo, Tuomas & Heusala, Heli (2002): Erikoiskauppa kaavoituksessa. Helsinki: Hakapaino.

Santasalo, Tuomas & Heusala Heli (2002): Helsingin kaupallinen kehittäminen. Helsinki: Helsingin kaupunginkanslia.

Santasalo, Tuomas & Koskela, Katja (2009): Erikoiskaupan tilantarve. Teoksessa Teemu Holopainen (toim.): *Kaupan kaavoitus Helsingissä. Osa II: Erikoiskauppa*. Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston julkaisuja 2009:9.

Saresto, Sari & Salminen, Anne & Vierto, Mira (2004): *Ostari - lähiön sydän*. Helsinki: Helsingin kaupunginmuseo. Helsingin kaupunginmuseon tutkimuksia ja raportteja 2/2004.

Scharpf, F.W. (1997): *Games real actors play. Action centered institutionalism in policy research*. Boulder: Westview Press.

Schelling, Thomas (1978): *Micromotives and Macrobehavior*. New York: W.W. Norton & Company.

Sehested, K. (2002): *Netværksstyring i byer - Hvad med planlægningen og demokratiet?* København: Jurist- og Økonomforbundets Forlag.

Sieverts, T. (1997): *Cities without Cities*. London: Spon Press

Simkin, L. (1990): Evaluating a store location. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 18(4), 33-38.

SKKY - Suomen Kauppakeskushdistys (2011): *Suomen kauppakeskukset*, The Finnish Shopping Centres.

Smith, Adam (1776): *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: Methuen and Co., Ltd, Edwin Cannan (ed.) (1904), Fifth Edition.

Sørensen, E. & Torfing, J. (2005): The Democratic Anchorage of Governance Networks, *Scandinavian Political Studies*. 28(3): 195-218.

Spicer, André & Fleming, Peter (2007): Intervening in the Inevitable: Contesting Globalization in a Public Sector Organization. *Organization* 2007 14:517.

Star, S. L. & Griesemer, J. R. (1989): Institutional Ecology, 'Translations' and Boundary Objects: Amateurs and Professionals in Berkeley's Museum of Vertebrate Zoology, 1907-39, *Social Studies of Science*, 19, 387-420.

Stone, Gregory P. (1954): City Shoppers and Urban Identification: Observations on the Social Psychology of City Life. *The American Journal of Sociology* 60: 1, 36-45.

Suvelan kehittämissuunnitelmaehdotus (I), Yhteissuunnittelun kehittäminen Espoossa (II) (1990). Sofy-projekti. Espoo: Espoon kaupunki, kaupunkisuunnitteluvirasto.

Sørensen, E. (2007): Local Politicians and Administrators as Metagovernors. Teoksessa Marcussen & Torfing (toim.): *Democratic Network Governance in Europe*, 89-108. Hampshire: Palgrave.

Throsby D., (2005): On the sustainability of cultural capital. Research Papers 0510, Macquarie University, Department of Economics.

Tilastokeskus (2011a): Väestön työmarkkina-asema ikäryhmittäin (5-v.). StatFin-tilastotietokanta.

Tilastokeskus (2011b): Väestö iän (1-v.) ja sukupuolen mukaan alueittain 1980 - 2011. StatFin-tilastotietokanta.

Timmermans, Harry (1980): Consumer spatial choice strategies: a comparative study of some alternative behavioural spatial shopping models. *Geoforum*, 11, 123-131.

Timmermans, Harry (1993): Retail Environments and Spatial Shopping Behavior. Teoksessa Tommy Gärling ja Reginlad G. Colledge (toim.): *Behavior and Environment: Psychological and Geographical Approaches*. Advances in Psychology 96. Amsterdam: Elsevier.

Timonen, Virpi (2008): *Ageing Societies. A Comparative Introduction*. Maidenhead: Open University Press.

Train, K. (2003): *Discrete Choice Methods with Simulation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Vainio, Terttu & Airaksinen, Miimu (2011): Korjausrakentamisen roadmap. Teoksessa Airaksinen, Miimu, Hietanen, Olli, Manninen, Ari-Pekka, Reijula Kari & Vainio Terttu (toim. Nenonen, Suvi): *Rakennetun ympäristön roadmap*. Helsinki: Tekes, 34-46.

Wall, Alex (2005): *From Urban Shop to New City*. Barcelona: Actar.

Valtioneuvoston kanslia (2006): Kohti kestäviä valintoja - Kansallisesti ja globaalisti kestävä Suomi. Kansallinen kestävä kehityksen strategia. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 5/2006.

Van de Ven A. & Garud R. (1993): Innovation and Industry Development: The case of cochlear implants. Research on Technological Innovation, Management and Policy, Vol: 5, 1-46.

Van Dijk, T. A. (1993): Principles of critical discourse analysis. Discourse and Society vol. 8.

Van Nes, Akkelies (2005): Typology of shopping areas in Amsterdam. Teoksessa Van Nes, Akkelies (toim.): Proceedings Space Syntax. 5th International Symposium, 174-186. Amsterdam: TU Delft, Techne press.

Webster, Chris (2010): Emergence, Spatial Order, Transaction Costs and Planning. Teoksessa: de Roo, Gert & Silva, Elisabete (toim.): A Planner's Encounter with Complexity. 123-138. Aldershot: Ashgate.

Wee, B., Hagoort, M., & Annema, J. (2001): Accessibility measures with competition. Journal of Transport Geography, 9, 199-208.

Vehkalahti, Kimmo (2008): Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Vilkama, Katja (2011): Yhteinen kaupunki, eriytyvät kaupunginosat? Kantaväestön ja maahanmuuttajataustaisten asukkaiden alueellinen eriytyminen ja muuttoliike pääkaupunkiseudulla. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, tutkimuksia 2011:2.

Wilson, Alan & Bennett, Robert (1985): Mathematical Methods in Human Geography and Planning. New York: John Wiley & Sons.

Wilson, Alan (2010): Knowledge Power. Interdisciplinary education for a complex world. Routledge.

Wood, B. (2006): The role of existing buildings in the sustainability agenda. Facilities, Vol. 24, No. 1/2, 61.

Voogd, H. & Woltjer, J. (2007): From Government to Governance: Actor Participation in Regional Planning. Teoksessa: de Roo, G. & J. Porter (toim.): Fuzzy Planning. The Role of Actors in a Fuzzy Governance Environment, 67-84. Aldershot: Ashgate.

Xiang, Wei-Ning & Clarke, Keith (2003): The use of scenarios in land-use planning. Environment And Planning B 30:6, 885-909.

Ylä-Anttila (2010): Verkosto kaupunkirakenteen analyysin ja suunnittelun välineenä. Tampereen teknillinen yliopisto, Arkkitehtuurin laitos. Tampere.

Ympäristöministeriö (2002): Ekotehokas yhteiskunta ja hyvinvointia edistävä elinympäristö. Ympäristöministeriön strategia. Helsinki.

Ympäristöministeriö (2004): Kauppa kaavoituksessa. Ympäristöopas 115. Helsinki.

Ympäristöministeriö (2007): Kaupan ja kilpailun työryhmän raportti. Ympäristöministeriön raportteja 26/2007.

Ympäristöministeriö (2008): Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa. Tulkinnan ongelmia. Ympäristöministeriön raportteja 16/2008.

Ympäristöministeriö (2009a): Kaupan sijainnin ohjauksen arviointityöryhmän raportti. Ympäristöministeriön raportteja 21/2009.

Ympäristöministeriö (2009b): Selvitys seudullisista kaupan hankkeista 2008. Ympäristöministeriön raportteja 2/2009.

Ympäristöministeriö (2010): Yhdessä kestävään tulevaisuuteen. Ympäristöministeriön strategia 2020. Lokakuu 2010.

Ympäristöministeriö (2012): Kaupan sijainnin ohjauksen opas. Luonnos-versio 10.05.2012.

Yrjänä, L. & S. Uotinen (2010): Kauppakeskus osana hyvää elinympäristöä - näkemyksiä kestävydestä. Teoksessa Kanninen, V. & A. Rantanen (toim): Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkirakennetta, 42-45. Espoo: Aalto-yliopisto, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutusskeskuksen julkaisuja C 82.

Internet-lähteet

Asunto-, toimitila- ja rakennuttajaliitto RAKLI ry (2010): Suvelan Syke klinikan loppuraportti.

<http://www.ara.fi/default.asp?contentid=16926&lan=fi> (luettu 12.5.2012).

Eurostat (2012): Projected old-age dependency ratio. (luettu 27.3.2012).

<<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>>

<http://suomisanakirja.fi/Galleria> (luettu 3.7.2012).

http://www.hel2.fi/pihlajamaki_arkkitehtuuripolku/arkkitehdit.html (luettu 3.7.2012).

<http://www.rakli.fi/kky/ohjeitajasuosituksia/kaupallistenkeskustenmaaritelmat/> (luettu 3.7.2012).

STM - Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö (2012): Iäkkään henkilön sosiaali- ja terveyspalvelujen saannin turvaaminen (ns. vanhuspalvelulaki).

<http://www.stm.fi/> (luettu 27.3.2012).

http://www.stat.fi/til/ttvi/ttvi_2008-09-26_luo_001.html (luettu 3.7.2012).

Suomen kauppakeskusyhdystys ry (2009): Suomen kauppakeskukset 2009 - Finnish Shopping Centers.

<<http://www.rakli.fi/kky/attachements/2009-03-30T18-29-3965.pdf>> (luettu 21.3.2012).

SuvelaSURGE-kilpailun internet-aineisto. <http://www.sb11.org/sb11-helsinki/competition.html> (luettu 12.5.2012).

Suvela-visio 2035 (2011). Työryhmä Jani Päivänen et al. [WSP & Espoon kaupunki.] <http://www.espoo.fi/fi->

FI/Asuminen_ja_ymparisto/Kaavoitus/Asemakaava/Asemakaavoitushankkeet/VanhaEspoo/Suvelavisio/Suvelavisio(6553) (luettu 12.5.2012).

Arkistolähteet

Rakennusvalvonnan arkisto, Espoon kaupunki.

Rakennusvalvonnan arkisto, Lahden kaupunki.

Rakennusvalvonnan sähköinen arkisto, Helsingin kaupunki.

Rakennuslupapiirustukset.

Hankkeen julkaisuja

Julkaisut

Laitinen, Karitta (2012): Helsingin ostoskeskukset -Uutta, modernia ja kadonnutta. Espoo: Aalto-yliopisto, YTK.

Laitinen, Karitta ja Huuhka, Eija (2012, tulossa): Espoon ostoskeskukset. Espoo: Aalto-yliopisto, YTK.

Laitinen, Karitta ja Huuhka, Eija (2012, tulossa): Lahden ostoskeskukset. Espoo: Aalto-yliopisto, YTK.

Laitinen, Karitta ja Huuhka, Eija (2012, tulossa): Vantaan ostoskeskukset. Espoo: Aalto-yliopisto, YTK.

Nissinen Kari, Möttönen Veli, Niemi Renita, Nenonen Suvi (2012, tulossa): Kauppakeskusten kestävän käytettävyyden arviointi.

Konferenssiartikkelit ja –esitelmät

Iltanen, Sanna (2012): Morphologically structured agent based model of urban retail system. Association of American Geographers Annual Meeting 24.-28.2.2012 New York, NY, USA

Iltanen, Sanna (2012): Spatial Simulation Model of Urban Retail System. Symposium on Simulation for Architecture and Urban Design 26.-30.3.2012, Orlando, FL, USA. (<http://www.simaud.org/proceedings/>)

Kohijoki, Anna-Maija & Marjanen, Heli (2012): Choice orientation segments of ageing grocery shoppers – an age-related comparison. Conference paper in the 19th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science (EIRASS), 9.-12.7.2012, Wien, Itävalta.

Kohijoki, Anna-Maija (2012): Ageing shopper types - choice orientation based consumer segmentation in grocery and specialty retailing contexts. Extended Abstract in the 2nd Nordic Conference on Consumer Research (NCCR), 30.5. - 1.6.2012, Göteborg, Ruotsi.

Rantanen, Annuska, Iltanen, Sanna & Joutsiniemi, Anssi (2012, tulossa). Systemic Sustainability and Emerging Diversity of Shopping Concepts in Urban Multi-Agent Networks. Paper presented at the 19th International Seminar on Urban Form/ISUF, New Urban Configurations, 16.-19.10.2012, Delft, Netherlands.

Syrman, Simo (2012): Shopping activity spaces in Helsinki Metropolitan Region. Conference paper in the 26th Association of European Schools of Planning AESOP Annual Congress 11.-15.7.2012, Ankara, Turkey.

Opinnäytetyöt

Salminen, Eero (2012): Kaupan palveluverkkoselvityksen rooli yhdyskuntasuunnittelussa - Turun seudulla vuonna 2006 toteutetun selvityksen tekoprosessi ja käyttö suunnittelussa. Pro gradu -tutkielma, Turun kaupakorkeakoulu.

Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa (KAVERI) on Tekesin, yliopistojen ja yhteistyötahojen rahoittama tutkimushanke, jossa tutkittiin kestävän kehityksen mukaista kaupan ja palveluiden sijoittumista monikeskuksisessa verkostokaupungissa. Hankkeessa etsittiin keinoja luoda elinvoimaisempia ja paremmin toisiinsa julkisen liikenteen avulla kytkeytyviä kauppapaikkoja verkostokaupungin sisällä ja selvitettiin edellytyksiä eri skaalojen kauppapaikkojen tasapainoiselle rinnakkainololle. Verkostokaupungin kauppapaikkoja tarkasteltiin sekä taustoitettavan kaupunkiseudun viitekehityksen että kaupan keskittymien lähitarkastelujen kautta. Hankkeessa kehitettiin suunnittelun ja johtamisen työkaluja yhdyskuntasuunnittelijoille sekä kaupan johdolle, käyttäjille ja rakennuttajille – edistäen näiden osapuolten keskinäistä kommunikointia ja intressien yhteensovittamista, kun yhteisenä normatiivisena viitekehityksenä on kestävä ja autoriippuvuudelle vaihtoehtoja tarjoava yhdyskuntarakenne ja kulutuskäyttäytyminen.



ISBN 978-952-60-4738-6
 ISBN 978-952-60-4737-9 (pdf)
 ISSN-L 1799-487X
 ISSN 1799-487X
 ISSN 1799-4888 (pdf)

Aalto-yliopisto
Insinööritieteiden korkeakoulu
Maankäyttötieteiden laitos
www.aalto.fi

**KAUPPA +
 TALOUS**

**TAIDE +
 MUOTOILU +
 ARKKITEHTUURI**

**TIEDE +
 TEKNOLOGIA**

CROSSOVER

**DOCTORAL
 DISSERTATIONS**