



Kestävä
yhdyskunta

AALTO-YLIOPISTO/REAL ESTATE RESEARCH GROUP REG
AALTO-YLIOPISTO/YHDYSKUNTASUUNNITTELUN TUTKIMUS- JA KOULUTUSKESKUS YTK
TAMPEREEN TEKNILLINEN YLIOPISTO/EDGE
TURUN KAUPPAKORKEAKOULU/TALOUSMAANTIEDE

A?
Aalto-yliopisto

KAUPPAKESKUKSET OSANA **KESTÄVÄÄ** KULUTUSTA JA KAUPUNKIRAKENNETTA

VESA KANNINEN ja ANNUSKA RANTANEN (toim.)

ESPOO 2010

YHDYSKUNTASUUNNITTELUN TUTKIMUS- JA KOULUTUSKESKUKSEN JULKAISUJA C 82

KAUPPAKESKUKSET OSANA KESTÄVÄÄ KULUTUSTA JA KAUPUNKIRAKENNETTA (KOKKKA)

HANKKEEN JOHTO

Kauko Viitanen, professori, Aalto-yliopisto, Kiinteistötalouden tutkimusryhmä REG (vastuullinen johtaja)

Raine Mäntysalo, professori, Aalto-yliopisto, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskus YTK

Ari Hynnen, professori, Tampereen teknillinen korkeakoulu, Kaupunkitutkimuslaboratorio EDGE

Heli Marjanen, professori, Turun kauppa- korkeakoulu/Talousmaantiede

KANSAINVÄLISET YHTEISTYÖKUMPPANIT

Georgia State University (US)

The Oxford Institute of Retail Management, Oxford University's Saïd Business School (GB)

Lancaster University, Centre for Mobilities Research (GB)

Stirling University (GB)

Karlsruhe Universität (DE)

Universiteit van Amsterdam (NL)

Kungliga Tekniska Högskolan (SE)

University of Ulster (GB)

TUTKIJAT JA TUTKIMUSAPULAISET

Aalto-yliopisto, Kiinteistöoppi/REG:
Arhi Kivilahti (hankekoordinaattori)

Jenni Heikkinen

Ari Hyvönen

Sanna Uotinen

Laura Yrjänä

James Culley

Mikael Postila

Tuulia Puustinen

Aalto-yliopisto, Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskus YTK:

Vesa Kanninen

Jenni Kuoppa

Simo Syrman

Tampereen teknillinen yliopisto, Kaupunkitutkimuslaboratorio EDGE:

Sanna Iltanen

Annuska Rantanen

Turun kauppa- korkeakoulu/Talousmaantiede

Anna-Maija Kohijoki

Riitta Kosk

Meri Malmari

HANKKEEN RAHOITTAJAT

Teknologian kehittämiskeskus TEKES

Suomen kauppakeskusyhdistys

Aberdeen Property Investors

Citycon

Realprojekti

Wereldhave

Lemminkäinen Talo Oy

NCC Property Development

Skanska Commercial Development Finland Oy

SRV Yhtiöt Oyj

HOK Elanto

Ruokakesko

Espoon kaupunki

Helsingin kaupunki

Pääkaupunkiseudun yhteistyövaltuuskunta YTV

Uudenmaan liitto

Tampereen kaupunki

Tampereen kuntayhtymä

Ympäristöministeriö

YHDYSKUNTASUUNNITTELUN TUTKIMUS- JA KOULUTUSKESKUKSEN JULKAISUJA C 82

ESPOO 2010

**KAUPPAKESKUKSET OSANA KESTÄVÄÄ KULUTUSTA
JA KAUPUNKIRAKENNETTA**

VESA KANNINEN ANNUSKA RANTANEN (toim.)

Aalto-yliopisto

Teknillinen korkeakoulu

Insinöörیتieteiden ja arkkitehtuurin tiedekunta

Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskus

Aalto-yliopisto
Teknillinen korkeakoulu
Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutus-
keskus
PL 12200
00076 Aalto

Puh. (09) 4702 4097 tai 050 512 4536
Fax (09) 4702 4071

E-mail: ytk-tilaus@tkk.fi
[Http://ytk.tkk.fi/](http://ytk.tkk.fi/)

Kansi Annuska Rantanen ja Vesa Kanninen
Taitto Vesa Kanninen
Kannen kuva Vesa Kanninen

ISBN 978-952-60-3541-3 (painettu)
ISBN 978-952-60-3542-0 (verkkojulkaisu)
SSN 1455-7754

Yliopistopaino

Espoo 2010

Suurten kaupunkiseutujen kaupunkirakenne on monikeskuksinen, toiminnallisesti eriytynyt ja hajautunut. Raskaat liikenneverkot pirstovat ja lokeroivat kaupungin tilallisia käytäntöjä. Hajakeskittymisen prosesseissa aiemmat keskustatoinnot ovat siirtyneet tehokkaiden liikenneväylien risteyskohtiin. Kaupan palveluverkon harventuessa autosta on tullut kauppakassi ja arjen aktiviteettien monivalintojen mahdollistaja.

Nykykehitys ei välttämättä palvele pidemmällä aikavälillä kaupankaan toimijoita. Nyt tarvitaan win-win-strategioita, jotka samalla toteuttavat kestävä kehityksen periaatteita sekä auttavat kauppa- ja yhdyskuntia sovittamaan omia rakenteitaan ja käytäntöjään uusiin vaatimuksiin. Tavoitteena oleva eheä yhdyskuntarakenne toimii taloudellisesti, sosiaalisesti, kulttuurisesti ja ekologisesti kestävästi luoden hyvän elinympäristön, jossa asuminen, työpaikat, palvelut ja luonnonympäristö muodostavat toimivan kokonaisuuden. Onnistuneessa yhdyskuntarakenteessa huomioidaan myös liikenteen ja elinkeinoelämän toimivuus sekä palvelujen saavutettavuus.

Kauppakeskukset ovat näiden kysymyksenasettelujen keskiössä. Jo viimeaikaiset kiivaatkin yhteiskunnalliset keskustelut niin kaupan ohjauksen lainsäädännön kuin lukuisten uusien kauppakeskushankkeidenkin tiimoilta osoittavat niiden merkityksen. Kauppakeskukset ovat kaupunkikeskustojen ohella suurimpia päivittäistavaroiden, muiden hyödykkeiden ja palvelujen hankkimisen keskittymiä. Niiden mittakaava, rakenne ja sijoittuminen aikaansaavat monia hyötyjä ja haittoja, jotka kohdistuvat eri tahoille.

Käsillä oleva julkaisu on hankkeen ”Kauppakeskukset osana kestävää kulutusta ja kaupunkira-

kennetta” (KOKKKA) loppuraportti. Hankkeessa on kolmen yliopiston voimat yhdistämällä tavoiteltu uudenlaisen, moninäkökulmaisen ymmärryksen kasvattamista kauppakeskusten kestävyys- ulottuvuuksista.

Tutkimuksen päärahoittajana on ollut Teknologian kehittämiskeskus, TEKES. Muita rahoittajia ovat olleet yliopistot sekä hankkeeseen osallistuneet tahot: Suomen kauppakeskusyhdystys ry, Citycon Oyj, Ruokakesko Oy, Realprojekti, Wereldhave Finland Oy, SRV Yhtiöt Oyj, Espoon kaupunki, Ympäristöministeriö, Aberdeen Property Investors Finland Oy, Lemminkäinen Talo Oy, Skanska Commercial Development Finland Oy, Helsingin kaupunki, Uudenmaan liitto, YTV Liikenne, NCC Property Development Oy, HOK Elanto Liiketoiminta Oy, Tampereen kaupunki ja Tampereen kaupunkiseudun kuntayhtymä.

Tutkimuksen suorittamista on ohjannut aktiivinen johtoryhmä, johon kuuluivat kaikkien rahoittajien edustajat. Johtoryhmän puheenjohtajina ovat toimineet Päivi Nurminen sekä Kaisa Vuorio ja Timo Mäntylä.

Hankkeen tavoitteeksi asetettiin tuottaa tietoa ja ymmärrystä kauppakeskusten vaikutuksista suurten kaupunkiseutujen yhdyskuntakehityksen kestävyteen sekä löytää keinoja edistää yhdyskuntakehityksen kestävyttä. Tavoitteena on lisätä ymmärrystä kauppakeskusten suunnittelusta osana seudullista maankäytön hallintaa ja suunnittelua eri (kaava)tasoilla.

Osapuolet oikeudenmukaisesti huomioivien suunnitteluprosessien aikaansaaminen, laajasti hyväksyttävien suunnitteluratkaisujen tuottaminen sekä eri osapuolten kannalta hyviin lopputuloksiin

päätyminen on tärkeää. Samoin on parannettava osapuolten mahdollisuuksia – niin koettuja kuin todellisiakin – osallistua suunnitteluprosesseihin. Tavoitteena on löytää strategioita, joilla kauppa-keskuksia kyettäisiin integroimaan ympäröivään kaupunkirakenteeseen.

Tavoitteisiin pääsemiseksi tarvitaan suunnittelua palvelevaa tietoa ja ymmärrystä yhtäältä kauppa-keskusten roolista osana asukkaiden arjen elinpiiriä ja erityisesti liikkumisympäristöä, toisaalta kauppa-keskusten kehittäjien, toimijoiden ja suunnittelijoiden näkemyksistä ja toimintalogiikoista suhteessa yhdyskuntarakenteen saavutettavuusnäkökohtiin, kauppa-keskusten ja niiden ympäristöjen kehittämisen suuntaviivoihin sekä kestävyysmäärittelyihin. Hankkeen myötä on muodostunut näkemyksiä, joiden kautta voidaan kehittää maankäytön suunnittelun järjestelmän toimintaa ja käytäntöjä seudullista julkis-yksityistä hallintaa tukevaksi.

Hanke on tuottanut suuren määrän tietoa ja tutkimustuloksia. Keskeisistä tuloksista on tähän julkaisuun tuotettu tiiviit esittelyt. Hankkeen hyödyt ovat kuitenkin laajemmat: työtä jatketaan sekä uusissa kehittämishankkeissa että useissa akateemisissa opinnäytetöissä. Tieteellisiä artikkeleja on kehittymässä monista hankkeesta käsitellyistä teemoista.

Aalto-yliopiston Real Estate Research Groupin ja tutkimuskonsortion puolesta esitän tutkimuksen tekijöille, tutkimuksen tekoon osallistuneille ja tutkimuksen rahoittajille parhaimmat kiitokseni.

Kauko Viitanen

professori, hankkeen vastuullinen johtaja

SISÄLLYS

- 3 Esipuhe**
- 6 Johdanto: kauppakeskukset osana kestäväää kulutusta ja kaupunkirakennetta**
Ari Hynynen, Annuska Rantanen, Vesa Kanninen ja Raine Mäntysalo
- 18 Reppu vai takakontti: auto ja vaihtoehtoiset kulkutavat ostosmatkoilla**
Simo Syrman
- 20 Kauppakeskuksen valinnan perusteet pääkaupunkiseudulla**
Ari Hyvönen
- 24 Ostosmatkojen suuntautuminen ja mielikuvat palveluista Kirkkonummella**
Riitta Kosk
- 26 Päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus**
Anna-Maija Kohijoki
- 30 Kauppakeskukset verkostokaupungissa**
Sanna Iltanen
- 34 Kauppakeskus kaupunkitilana – integroituminen lähiympäristöön**
Annuska Rantanen
- 38 Kauppakeskus kävelytäisyydellä – asukasnäkökulma saavutettavuuteen**
Jenni Kuoppa
- 42 Kauppakeskus osana hyvää elinympäristöä – näkemyksiä kestävydestä**
Laura Yrjänä ja Sanna Uotinen
- 46 Toimijoiden yhteistyö – tavoitteiden taistelukenttä?**
Jenni Heikkinen ja Laura Yrjänä
- 50 Kauppakeskusten kestävään suunnittelun kysymyksiä Iso-Britanniassa ja Alankomaissa**
Vesa Kanninen
- 54 Johtopäätökset: kestävä kauppakeskus**
Vesa Kanninen ja Annuska Rantanen
- 60 Kirjallisuus**
- 62 Hankkeen julkaisuja**
- 63 Summary**



DEBENHAMMS

DEBENHAMMS

Debenhams
Carry to car pick up po

Kuva: Vesa Kanninen

Kauppakeskuksia on rakennettu Suomessa kohta kolme vuosikymmentä, mutta kansainvälisessä vertailussa kauppa-keskus on meillä kuitenkin verrattain uusi tulokas. Kauppa-keskusten kaupunkirakenteellisista ja –kulttuurisista vaikutuksista on maailmalla väitelty pitkään. Uusin keskustelu liittyy kestäväen kehityksen nimissä esitettyihin vaatimuksiin vähentää kaupunkirakentamisen keinoin hiilidioksidipäästöjä ja energiankulutusta. Suurten seudullisten kauppa-keskusten rakentamisen kaupunkien reunoille on nähty lisäävän autoliikennettä ja edistävän kaupunkirakenteen hajautumista.

Teema on ajankohtainen myös Suomessa. Vaikka pääosa kauppa-keskuksista on meillä sijoittunut keskustoihin tai aluekeskuksiin ja vaikka ne kansainvälisessä vertailussa ovat pieniä ja vähälukuisia, on meillä suuria paineita sekä estää kauppa-keskusten rakentamista keskustojen ulkopuolelle että rajoittaa niiden kokoa ja lukumäärää.

KAUPUNKIRAKENNE JA KAUPPA

Kaupunkirakenteen hajautumisella on pitkä historia. Kaupunkitoiminnot ovat ajautuneet toisistaan erilleen koko teollistumisen ajan lakien ja teknisten infrastruktuurien mahdollistaessa kaupunkien kasvun. Kaupunkien rakennemuutoksen takana on joukko teknologisia, taloudellisia ja kulttuurisia muutosajureita, keskeisimpänä voimakas autoistuminen, joka on vaikuttanut muutuneiden liikkumiskäytäntöjen ja elämäntapamuutosten kautta kaupunkimuodon muutokseen. Yhtä jalkaa kaupungin rakennemuutoksen kanssa on tapahtunut voimakas kaupan rakennemuutos, osana kulutusyhteiskunnan kehitystä. Kehittyneen teknologian ja kohonneen elintason

mahdollistaessa kotitalouksien elämänpiirin laajentumisen on kauppa sopeuttanut toimintojaan uuteen kaupunkitodellisuuteen, joka on muuttunut yhä seudullisemmaksi.

Nykyisen kasvavan kaupungin seutuistumista luonnehtii kaupallisten palvelujen hajautuminen ja yksikkökoon kasvaminen. Samalla yksiköt ovat keskittyneet asuinalueista erillään oleviin kaupallisiin keskittymiin, jolloin ostosliikenne on lisääntynyt keskustojen ulkopuolella ja ostosmatkat ovat pidentyneet. Kaupan palveluverkon tärkeät nodit on suunniteltu ensisijaisesti henkilöautolla tapahtuvaa asiointia silmällä pitäen, mikä on johtamassa eri kuluttajaryhmien asemien eriarvoistumiseen kaupan saavutettavuuden osalta. Hajautumisesta voidaan puhua myös laajemmalla mittakaavassa: vahva keskus ei enää dominoi seutukehitystä, vaan kehitys kulkee kohti monikeskuksisia rakenteita.

Myös kaupalliset keskittymät muodostavat omaa monikeskuksista rakennettaan. Kauppa on aina pyrkinyt hakeutumaan sijainteihin, joissa tavarankäytön ja ihmisten saavutettavuus, asiointi ja jakeluliikenne kohtaavat optimaalisesti. Nykyään seudullisessa liikenneverkossa ja kaupan rationalisointi ja tehokkuustavoittelussa se tarkoittaa sijoittumista valtavyöhykkeiden risteyskohtiin, joissa on paras saavutettavuus autolla. Näin kaupan rakenteet muodostavat oman ”kerroksensa” monikeskuksisuuteen.

Kestävästä kaupunkirakenteesta on käyty kiivasta keskustelua jo vuosikymmeniä. Kestävä kaupungin ideaaleja on kehitelty myötäillen vuoroin tiivistä, urbaania rakennetta, vuoroin hajautettua, omavaraisuuteenkin perustuvaa rakennetta. Yhtä lailla on luotettu niin ekoratkaisuihin kuin

teknologisiin keinoihin. Viime vuosikymmenien myötä hajautuvan rakenteen aiheuttamat ongelmat liikenteelle, toimintojen saavutettavuudelle ja yhdyskuntien huollolle ovat yleisesti johtaneet käsitykseen, että tiivis rakenne tarjoaa parhaat käytännön mahdollisuudet kestävyuden eri ulottuvuuksien toteutumiselle. Puutarhakaupunkiajattelusta alkunsa saanut kehitys johti ensin joukkoliikennekaupungin ideaaleihin, ja nyt puhutaan kompaktikaupungista. Tavoitellaan uutta integraatiota, jossa monella tasolla liitetään yhteen aiemmin erillisiä toimintoja ja kehittämisen lähestymistapoja. Tiivistämisestä on tullut eheyttämistä, ja samalla kaupungin kehittämisen sosiaaliset ulottuvuudet ovat tulleet entistä painokkaammin mukaan keskusteluun.

Kestävässä kaupunkirakenteessa välimatkat ovat lyhyitä, niin palvelut kuin työkin lähellä asukasta ja asuntoa. Myöskään nykyisen kaltaista yksityisautoilla tapahtuvaa massaliikkumista ei voi pitää kestäväenä ratkaisuna: nykyisellään liikenne tuottaa n. 20 % maailman hiilidioksidipäästöistä, joita tullaan radikaalisti vähentämään niin paikallisesti, kansallisesti kuin globaalistikin seuraavien vuosikymmenten aikana. Henkilöautoon tukeutumisen vaatimien infrastruktuurien ja maa-alan nähdään myös kuormittavan kaupunkien rakenteellista kestävyyttä. Niinpä kestävä kaupungin liikkumista luonnehtivat paitsi uudet tekniset, autoon perustuvat teknologiset ratkaisut, myös joukkoliikenteen kehittäminen sekä pyöräilyn ja kävelyn korostuminen lähiliikkumisen muotoina.

Kestävä kaupunkirakenne tarjoaa välttämättömän kehityksen kestäville arjen toiminnoille. Näistä yksi on kulutus määriteltynä konkreettisesti päivittäis- ja erikoistavaroiden sekä palvelujen hankintana kaupallisista toimipaikoista. Kestä-



TUTKIMUSKOhteET

Suomalaisia kauppakeskuksia oli hankkeen tutkimuskohteina pääkaupunkiseudulta (Iso Omena, Jumbo, Kamppi, Sello), Tampereen seudulta (Duo, Koskikeskus) ja Turun seudulta (Hansa, Mylly, Skanssi). Lisäksi tilastollisissa tarkasteluissa on käsitelty lähes kaikkia pääkaupunkiseudun ja Tampereen seudun kauppakeskuksia.

Yllä: Mylly, Raisio

Vasemmalla: Sello, Espoo (kuva:📷)

Oikealla: Duo, Tampere; Skanssi, Turku; Iso Omena, Espoo

Alla: Jumbo, Vantaa

Kuvat: Annuska Rantanen



vä kulutus määrittyy kahdentasoisena ilmiönä. Suppeasti määriteltynä kestävä kuluttaminen on nähtävissä kuluttajan valintojen ja niihin liittyvien vaikutusten kautta. Tällöin voidaan puhua ”vihreästä kuluttamisesta” tarkoittaen ympäristöarvojen ja –asenteiden ohjaamaa kulutuskäyttäytymistä, joka voi ilmetä joko kestävinä valintoina tai kulutuksen minimointina.

Kuluttaminen yhteiskunnallisena ilmiönä tai jopa yhteiskuntaa määrittävänä tekijänä (vrt. Bourdieu 1984, Baudrillard 1998, Zukin ja Maguire 2004) viittaa sekä yksilön minuuden rakentamiseen kuluttamisen kautta että yksilöiden tapaamaan toimia markkinatalouden kuluttajarooleissa. Tällöin kulutuksella tarkoitetaan paitsi tavaroiden ostamista, myös ns. julkisten hyödykkeiden (esim. kadut, kirjastot) sekä markkinatalouden ulkopuolisten hyödykkeiden käyttöä ja vaihdantaa. Kestävä kuluttaminen nähdään yhteiskunnallisena muutoksena, jossa kiinnitetään huomiota kuluttamisen hiilijalanjälkeen, ympäristövaikutuksiin ja sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen.

Sosiaalista kestävyyttä suhteessa kaupan ja kaupunkirakenteen yhteispeliin voidaan käsitellä palvelujen saavutettavuuden kautta: kuinka monet pystyvät palveluja käyttämään, keille palvelut ovat saavuttamattomissa ja millä keinoin palvelut on mahdollista saavuttaa?

Toinen sosiaalisen kestävyuden ulottuvuus on elinympäristön laatuun liittyvä. Mielekkäässä elinympäristössä voi toimia ja liikkua vapaasti, ilmaista itseään, kokea olevansa turvassa, ja tuntea kuuluvuutta paikkaan. Ihmisille ympäristö on sekä rationaalista tarpeiden tyydyttämistä että kokemisen ja aistimisen maastoa: nautinnot ja halut kuuluvat ihmisen jokapäiväiseen elämään siinä kuin rationaalinen suorittaminenkin.

Tähän inhimillisen elämän ulottuvuuteen myös kuluttaminen ja kuluttamisen ympäristöt pyrkivät kiinnittymään.

TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

Asettuvatpa urbaanin systeemin osaset millaiseen järjestykseen hyvänsä, kaupan on kannattettava. Kauppa on liiketaloudellista toimintaa, joka hyödyttää myös yhdyskuntia: ”commerce is the engine of urbanity” (Wall 2005). Myös Jane Jacobsin (1961) kaupunkinäkemyksissä kauppa on sekä kaupungin keskeinen toiminto että tärkeä urbaanin tilan elävöittäjä. Tämä onkin yksi tutkimuksemme keskeisistä lähtökohdista. Yhtä tärkeitä lähtökohtia ovat ekologinen kestävyys sekä hyvinvointivaltiollisen kaupunkisuunnittelun kategorinen imperatiivi, eli kaikkien kansalaisryhmien sujuva arki ja viihtyvyys.

Kasvuyhteiskuntaa voidaan mallintaa kolmen jännitteisesti toisiinsa suhteutuvan toimintajärjestelmän keskinäisinä riippuvuuksina ja ristiriitaisuuksina (Rajaniemi 2006). Toimijaryhmät voidaan pelkistää kolmeen: hallinto, yritykset ja kansalaiset. Hallinnon ja kansalaisten väliset suhteet koordinoituvat demokratiajärjestelmän kautta, missä julkishallinnon toiminnan poliittinen oikeutus tulee yhtäältä parlamentaaristisen edustellisuuden (vote), toisaalta kansalaisyhteiskunnallisen hallinnon toimintaan osallistuvuuden (voice) myötä. Kansalaisten suhteet yrityksiin määrittävät puolestaan markkinajärjestelmän kautta, jossa kansalaiset kuluttajina muodostavat kysynnän ja yritykset (sekä paikallisesti että globaalisti toimivat) tarjonnan. Kolmion täydentää hallinnon ja yritysten muodostava kasvukoalitiio (vrt. Logan & Molotch 1996) eri muodoissaan (mm. julkisen ja yksityisen sektorin sisäiset ”vallan yhteenliittymät” sekä julkis-yksityiset kumppanuudet).

Yhdessä nämä kasvuyhteiskunnan toimintajärjestelmät – demokratia, markkinat ja kasvukoalitiio – muodostavat jännitteisen kentän, jossa kolme päätoimijaryhmää – hallinto, yritykset ja kansalaiset – määrittävät rooleineen, motiiveineen ja valtasuhteineen eri tavoin sen mukaan, mihin toimintajärjestelmään milloinkin osallistutaan. Tutkimuksessa lähestytään kaupakeskusteemaa hyödyntäen näitä näkökulmia seuraavasti:

Ensinnä, suunnitteluprosessin osallistujat voidaan nähdä kolmen erilaisen toimijatahon välisiä suhteita luonnehtivan järjestelmän kautta. Näitä voidaan luonnehtia kumppanuudeksi, osallisuudeksi ja asiakkuudeksi. Kun kaupakeskusten hankesuunnittelu ja siihen liittyvä laajempi yhdyskuntasuunnittelu nähdään näiden kolmen rinnakkaisen ja jännitteisesti toisiinsa kytkeytyvän toimintajärjestelmän kenttänä, voidaan ymmärtää ristiriitaisuuksia eri toimijaryhmien sisäisissä ja keskinäisissä rooleissa (esim. kunnan elinkeinopoliittisten ja yhdyskuntarakenteellisten tavoitteiden välillä ja asukkaiden kulutuskäyttäytymisen ja osallistuvassa suunnittelussa ilmaisiensa arvojen välillä). Tähän ymmärrykseen tukeutuen on kehitettävä uusia suunnittelun ja hallinnan välineitä, joilla eri toimintalogiikoiden rajapinnat voidaan ylittää. Tarvitaan uusia yhteisen työskentelyn menetelmiä kaupakeskusten hankekumppanuuksien koordinointiin kaupunkiseutujen tasolla (metagovernance). Tarvitaan rajat ylittävää kaupakeskuskonseptien kehittäilytyötä, jotta kaupakeskukset olisivat monipuolisemmin saavutettavissa paikallisesti ja seudullisesti kaikkien kuluttajaryhmien kannalta.

Toiseksi, kaupunkirakenteen analysointiin tarvitaan myös uusia työkaluja, joilla kaupan sijoituslogiikka voitaisiin paremmin kytkeä yhdyskuntasuunnittelun tavoitteisiin. Tämä edellyttää



ULKOMAISET KOHTEET

Hankkeen yhteydessä tutkijat tutustuivat laajaan joukkoon kauppakeskuksia eri maissa.

Yllä: Metro Centre, Newcastle, UK
(kuva: Jenni Kuoppa)

Vasemmalla: Victoria Square, Belfast, UK
(kuva: Anna-Maija Kohijoki)

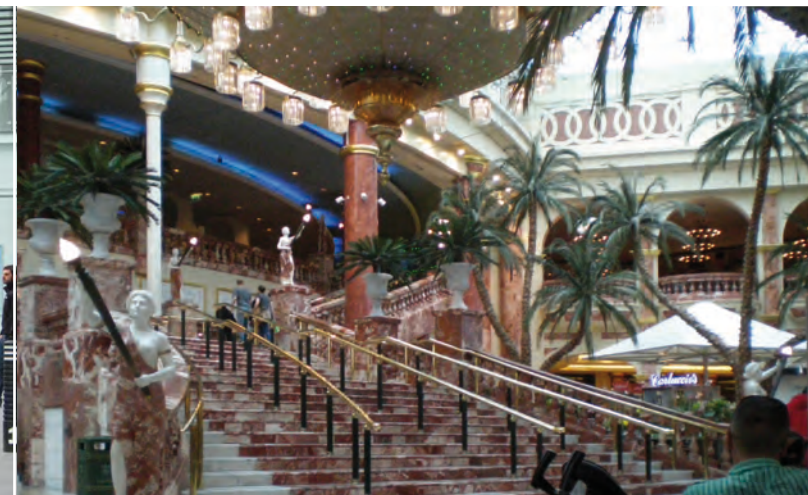
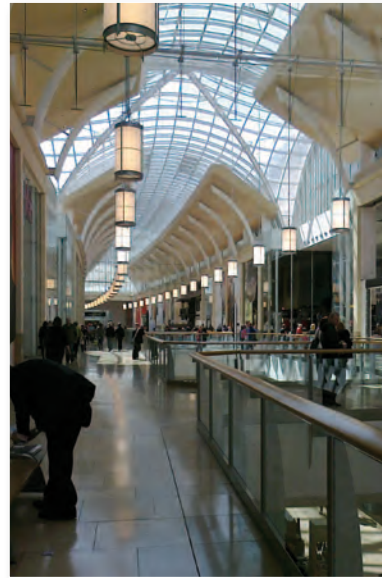
Oikealla: St. David's, Cardiff, UK
(kuva: Vesa Kanninen)

Bullring, Birmingham, UK
(kuva: Jenni Kuoppa)

Europapassage, Hamburg, DE
(kuva: Annuska Rantanen)

Alla: Manchester Arndale, UK
LiverpoolOne, UK

Trafford Centre, Manchester, UK
(kuvat: Jenni Kuoppa)



kaupan toimintalogiikan tunnistamista, ymmärrystä kaupan konseptisuunnittelun, kuluttajien transaktioiden ja kaupungin fyysisen rakenteen välisistä suhteista (Dupuy 2008). Kaupunkikehitys on monitoimijainen kenttä, joka syntyy toimijoiden keskinäisriippuvuuden ja vuorovaikutuksen kautta, neuvottelujen tuloksena yhtäläillä kuin läsnäolevina toimijaprosesseina. Kauppakeskukset tulee siten tarkastella eri verkostotasojen yhteenkietoutuvien riippuvuussuhteiden kautta.

Kolmanneksi, kauppakeskusta konseptina, sen sijoittumista ja vaikutuksia arvioidaan analysoimalla millaista ostosliikennettä se tuottaa, kuinka sen palvelut ovat saavutettavissa eri käyttäjille ja millaisia ”kestävyysvaikutuksia” kulutuksen eri osa-alueilla voi olla. Tarkastelun analyttisenä lähtökohtana on kestävän kaupunkikehityksen ja kestävän kuluttamisen ideaalit, joita vasten tuloksia peilataan. Tavoitteena on määritellä kauppakeskukselle kestävyuden kriteerejä, jotka määrittävät osana laajempaa kaupunkirakenteen kestävyyttä. Keskeistä on löytää ne osatekijät, jotka suunnittelussa tulee huomioida kestävään kehitykseen pyrittäessä.

TAVOITTEET

Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa tietoa ja ymmärrystä kauppakeskusten vaikutuksista suurten kaupunkiseutujen yhdyskuntakehityksen kestävyteen sekä keinoja edistää yhdyskuntakehityksen kestävyttä. Tutkimuksessa tarkastellaan kaupallista kaupunkitilaa tuottavien ja kehittävien prosessien eri tekijöitä niin kuluttajien käyttäytymisen, kauppakeskusten kehittämisen kuin kaupunkitilan, rakenteiden ja kauppakeskusrakennuksen näkökulmista. Lähtökohtana on tarkastella kuluttamista kaupunkirakenteellisenä toimintana. Se sisältää yhtäältä kuluttajat

toimijoina, jotka liikkuvat kaupungissa, toisaalta kaupan tilat, jotka hyödyntävät ja houkuttelevat kuluttajien virtoja. Tietoa ja ymmärrystä tavoitellaan kauppakeskusten kehittäjien ja toimijoiden toimintalogiikoista suhteessa seudullisen kaupunkirakenteen logistiin ja saavutettavuusnäkökohtiin sekä kuluttajien käyttäytymisen kehityksen oletuksiin. Toisaalta tarkastellaan kauppakeskusten roolia osana asukkaiden arjen elinpiiriä ja erityisesti liikkumisympäristöä. Kyse on ns. kuluttamisen verkostoista, joihin kuuluvat kaupan rakennukset, infrastruktuurit, palvelu ja jakeluverkot, ja jotka ovat riippuvaisia kuluttajien käyttäytymisestä sekä kaupunkirakenteen ”kokoonpanosta”. Kuluttaminen käsitetään myös kaupunkirakenteen mahdollistamana toimintana: kaupunki tarjoaa kuluttamiselle paikkoja ja mahdollistaa näiden saavuttamisen.

Tutkimuksessa analysoidaan myös kaupan rakennustyyppien, näitä ympäröivän kaupunkirakenteen sekä urbaanien, yhteiskunnallisten ja kulttuuristen prosessien, kaupan toimintalogiikan sekä ihmisten kulutus ja asiointikäyttäytymisen vuorovaikutusta. Liikkumisen valinnat muodostuvat erilaisten tekijöiden yhteenliittymien ja kohtaamisten seurauksena. Yhtäältä ne muodostuvat yksilöiden ja perheiden erilaisten tarpeiden, toiveiden ja halujen tuloksena, toisaalta ne ovat erilaisten ympärillä toimivien tekijöiden ja rakenteiden määrittämiä. Tähän kokonaisuuteen tarttumisen tavoitteena on ollut paremmin ymmärtää ja selittää asukkaiden liikkumisen tottumuksia ja päästä käsiksi erilaisiin kokemuksiin kauppakeskuksista osana arjen liikkumisympäristöä.

Tavoitteena on löytää strategioita, joilla kauppakeskuksia kyettäisiin entistä paremmin integroidaan ympäröivään kaupunkirakenteeseen. Ekolo-

gisen kestävyuden näkökulmasta avainasemassa on se, kuinka kauppakeskukseen kuljetaan. Pyrkimys lisätä joukkoliikenteen sekä kävelyn ja pyöräilyn osuutta kauppakeskuksiin suuntautuvilla matkoilla on hyvin perusteltu: autoiluun verrattuna sillä edistetään paitsi hiilijalanjälkemme pienentämistä, myös mm. lähiympäristön laatua, saavutettavuuden tasapuolista jakaantumista sekä terveyttä ja hyvinvointia.

TUTKIMUKSEN JA RAPORTIN RAKENNE

Tutkimuskokonaisuuden ovat toteuttaneet kolmen yliopiston tutkijaryhmät tiiviissä yhteistyössä sekä keskenään että rahoittajien kanssa. Sisällöllisesti tutkimuskokonaisuus koostuu pääkaupunkiseudulla ja Tampereen seudulla toteutetuista kuluttajakyselyistä ja niiden analyseista, kauppakeskusten tapaustutkimuksista ja niitä taustoittavista seudun kaupunkirakenteen analyseista, toimija- ja asukashaastatteluiden analyseineen, sekä näitä tukevista kansainvälisten tapausten esittelyistä. Menetelmällisesti on sovellettu tilastollista tutkimusta, monimuuttujamenetelmiä, GIS-pohjaista tutkimusta niin kuluttajakäyttäytymisestä kuin kaupunkirakenteen morfolofiastakin, sekä laadullisia tutkimusotteita (haastattelututkimus, dokumenttianalyysi, havainnointi, etnografia). Kokonaisuuteen on sisällynyt myös kansainvälistä tutkijavaihtoa yhteensä 16 kuukauden ajan. Tutkijat ovat sekä tutustuneet kauppakeskuksiin ja niiden toimijoihin eri maissa että kaupan tutkimukseen eri yliopistoissa ja tutkimusinstituuteissa. Tähän raporttiin on koottu tiiviit esitykset tutkimuksen keskeisistä tuloksista.

Tilastotieteellisen analyysin kyselyaineistoihin perustuvan osion aloittaa Simo Syrman pohtimalla kauppakeskusten autoriippuvuuden piirteitä. Ari Hyvönen puolestaan lähestyy kauppakeskusten



ULKOMAISET KOHTEET

Tutustuminen kohdistui erityisesti kauppakeskuksiin Saksassa, Hollannissa ja Iso-Britanniassa.

Yllä:

Silverburn, Glasgow/Pollok, UK

Vasemmalla:

Emmapassage, Tilburg, NL

Oikealla:

Ocean Terminal, Edinburgh, UK

The Wall, Utrecht/Leidsche Reijn, NL

St. James, Edinburgh, UK

Alla:

Union Square, Aberdeen, UK

Hoog Catharijne, Utrecht, NL

Gelderlandplein, Amsterdam, NL

(kuvat: Vesa Kanninen)



asiakaskuntia alueellisesta näkökulmasta. Anna-Maija Kohijoki tarkastelee päivittäistavarakaupan saavutettavuutta ikääntyvien ja liikuntarajoitteisten kannalta, peilaten myös kokemuksia Pohjois-Irlannin käytäntöihin. Riitta Kosk esittelee kirkkonummelaisten kuluttajien asiointikäyttäytymistä.

Rakenteita tutkivat Sanna Iltanen verkostorakenteiden saavutettavuusanalyysillaan ja Annuska Rantanen kauppakeskuksen tyyppien kehittymistä käsittelevällä työllään. Jenni Kuoppa lähestyy sekä kauppakeskusta liikkumisympäristönä että asukkaiden kokemuksia kauppamatkoistaan.

Toimijoiden näkemyksiä kestävästä kehityksen osalta kartoittavat Laura Yrjänä ja Sanna Uotinen, toimijoiden yhteistyön haasteisiin ja mahdollisuuksiin pureutuvat puolestaan Jenni Heikkinen ja Laura Yrjänä. Vesa Kanninen pohtii kauppakeskusten suunnittelun ja kaupan ohjauksen kysymyksiä Iso-Britannian ja Hollannin kokemusten pohjalta.

KULUTTAJAKYSELY

KOKKKA-kuluttajakyselyn lähtökohtana oli tuottaa laaja kuluttajien käyttäytymistä käsittelevä aineisto, joka on vertailukelpoinen Turun kaupakorkeakoulun toteuttamien MYLLY-tutkimusten aineistojen kanssa. Kysely toteutettiin Aalto-yliopiston Teknillisen korkeakoulun ja Turun kaupakorkeakoulun yhteistyönä. Sen tarkoituksena on tarjota monipuolista tietoa kuluttajakäyttäytymisestä Suomen kahdella suurimmalla kaupunkialueella (pääkaupunkiseutu ja Tampereen seutu). Tutkimushankkeen teeman mukaisesti erityistä huomiota kohdistettiin kauppakeskukseen. Kysely toteutettiin vuonna 2009. Tutkimusalueeseen kuuluivat pääkaupunkiseudulta Helsinki, Espoo, Vantaa ja Kauniainen sekä Tampereen

seudulta Tampere, Nokia, Kangasala, Pirkkala ja Lempäälä. Otanta kohdistettiin 18–75-vuotiaisiin suomen- tai ruotsinkielisiin asukkaisiin. Helsingin seudulta otokseen poimittiin satunnaisotannalla 18000 ja Tampereen seudulta 6000 taloutta. Kyselylomake on pääosin ollut samanlainen Helsingin ja Tampereen seuduilla. Paperilomakkeen lisäksi kyselyyn oli mahdollista vastata Internet-lomakkeen kautta. Kyselyn ensimmäinen kierros suoritettiin 5.6.-5.7.2009. Vastausprosentin parantamiseksi päätettiin suorittaa toinen kierros 21.9.-2.10. 2009. Tällä toisella kierroksella identtinen lomake lähetettiin niihin talouksiin, jotka eivät olleet vastanneet ensimmäisellä kierroksella eivätkä olleet kieltäytyneet vastaamasta kyselyyn. Taulukossa 1 on esitetty kyselyn vastaajamäärät ja vastausprosentit.

KYSELYN TULOKSIA

Teemoiltaan laajan kyselyn tuloksia esitellään useissa tämän julkaisun artikkeleissa. Kyselyn tuloksia on myös esitelty monissa yhteyksissä sekä alan tutkijoille että rahoittajien edustajille. Seuraaville sivuille on koottu havaintoja, tuloksia ja analyyseja, jotka täydentävät osaltaan artikkeleissa esitettyjä tuloksia.

Keskustajamien rooli on vahva kummallakin kaupunkiseudulla, erityisesti erikoistavaroiden kaupassa. Päivittäistavaroita halutaan ostaa mieluiten nopeasti, sujuvasti, suhteellisen läheltä

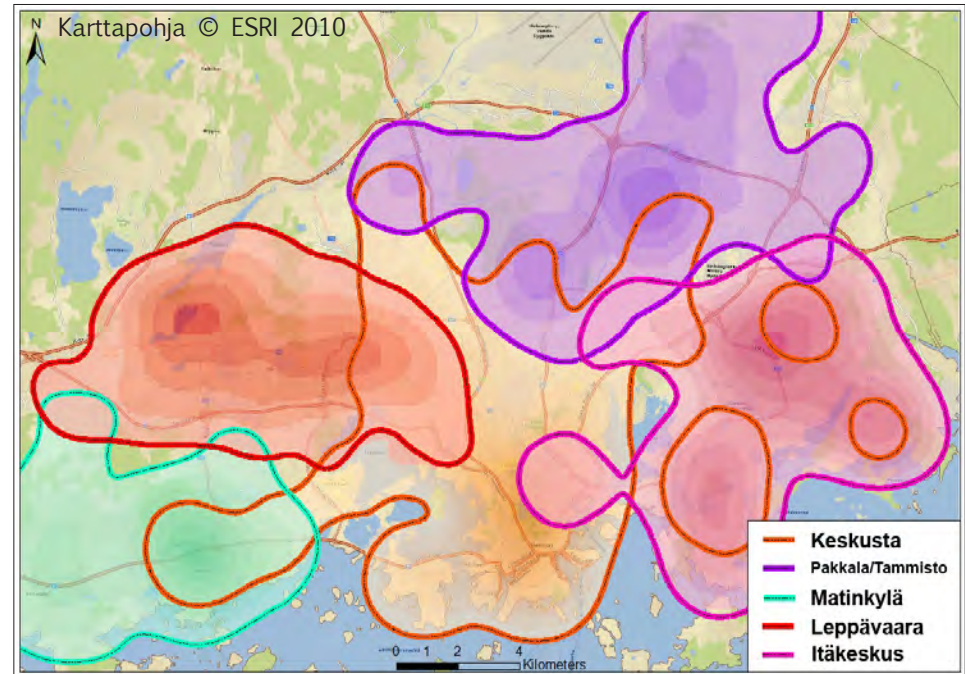
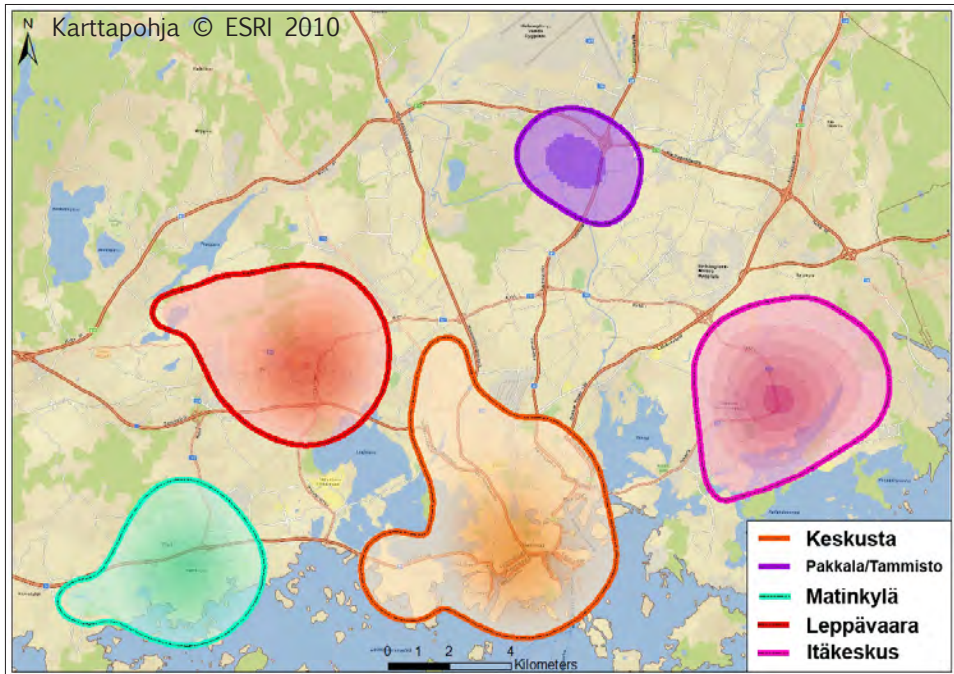
kotia ja mahdollisuuksien mukaan hyvistä valikoimista nauttien. Mitä enemmän henkilöautoiluun tukeutuva ostospaikka on kyseessä, sitä harvemmin siellä asioidaan ja sitä suurempi myös on kertaostos. Arjen ostoksissa korostuvat sopiva sijainti ja ostosten teon sujuvuus, vapaa-päivinä taas keskitytään valikoimaan ja laatuun. Marketit ja hypermarketit täyttävät nämä kriteerit parhaiten.

Päivittäisessä asiointissa keskusalueilla on omat, selkeät asiointialueensa, mutta viikottaisella tasolla erityisesti keskustan osuus korostuu pääkaupunkiseudullakin. Tampereen seudulla keskustan suhteellinen asema on vahvempi kuin pääkaupunkiseudulla. Talouden autonomisuuden ja auton käytön suhde on moniulotteinen: vaikka vähintään puolet autollisista talouksista tekee ostosmatkansa lähes aina autolla, on pääkaupunkiseudulla arkisin kolmasosalla talouksista auto kulkumuotona vain joskus tai ei koskaan. Kolmesta seitsemään prosenttia auton omistavista ei tee ostosmatkojaan autolla juuri milloinkaan. Pääkaupunkiseudun ja Tampereen seudun jakaumat ovat samankaltaiset, joskin Tampereen seudulla auton käyttö on jonkin verran yleisempää.

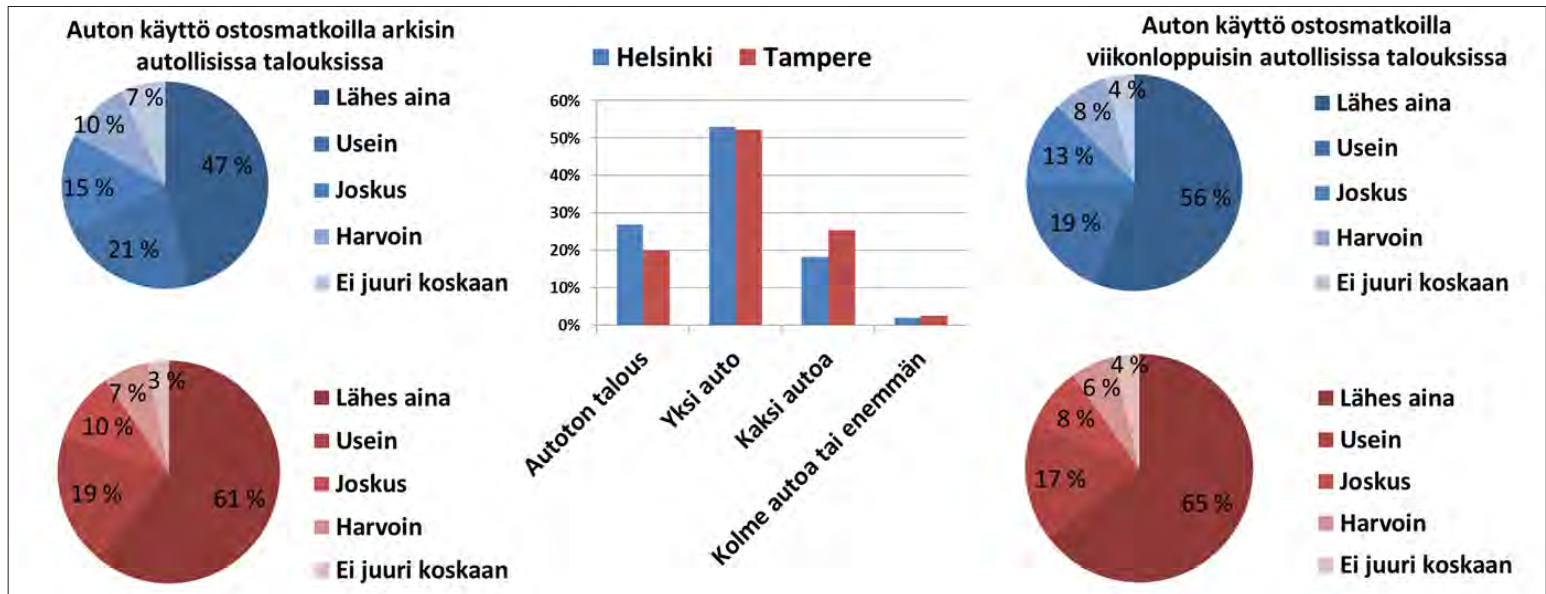
Suurimpaan osaan ostosmatkoista ei yhdistetä muita matkoja, mutta eri keskusten profiilit ovat tässä suhteessa erilaiset: käytännössä kaikkialta pääkaupunkiseudulta Helsingin keskustaan suun-

	Kutsuja	Vastauksia	Vast-%
Pk-seutu	18,000	4,583	25,5 %
Tre-seutu	6,000	1,712	28,5 %
Yhteensä	24,000	6,295	26,2 %

Taulukko 1. Kuluttajakyselyn vastaajamäärät ja -prosentit.



Kuva 1 (yllä): viiden valitun kaupallisen keskittymän päivittäinen (vasemmalla) ja viikoittainen (oikealla) vaikutusalue.

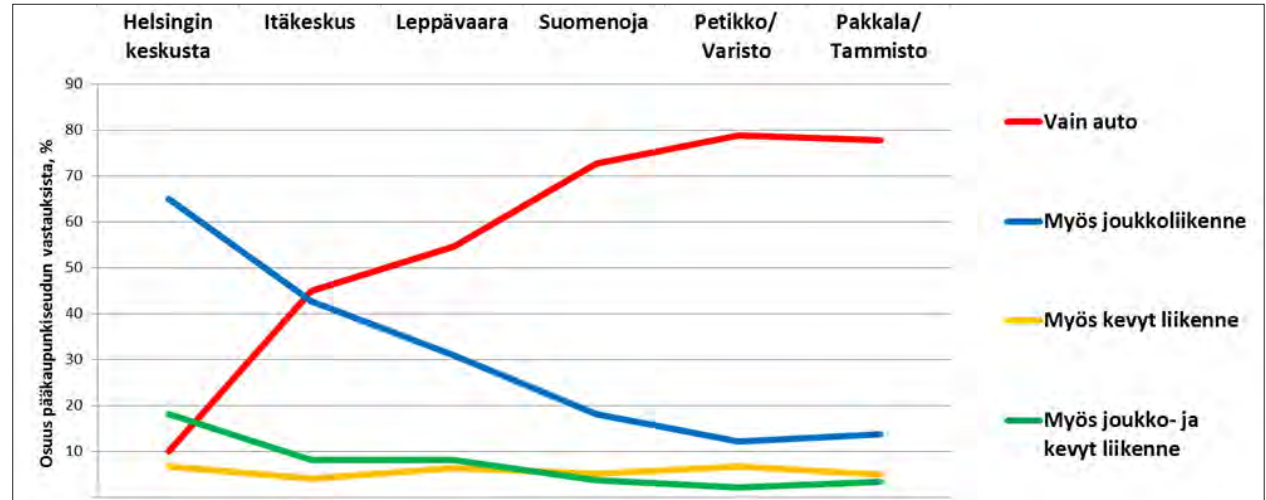


Kuva 2 (oikealla): Auton käyttö ostosmatkoilla pääkaupunkiseudulla ja Tampereen seudulla.

tautuvilla ostosmatkoilla eri matkojen yhdistely on yleistä, kun taas esikaupunkialueiden keskitymiin tehdään niiden omien vaikutusalueiden ydinalueilta paljon yksittäisiä matkoja.

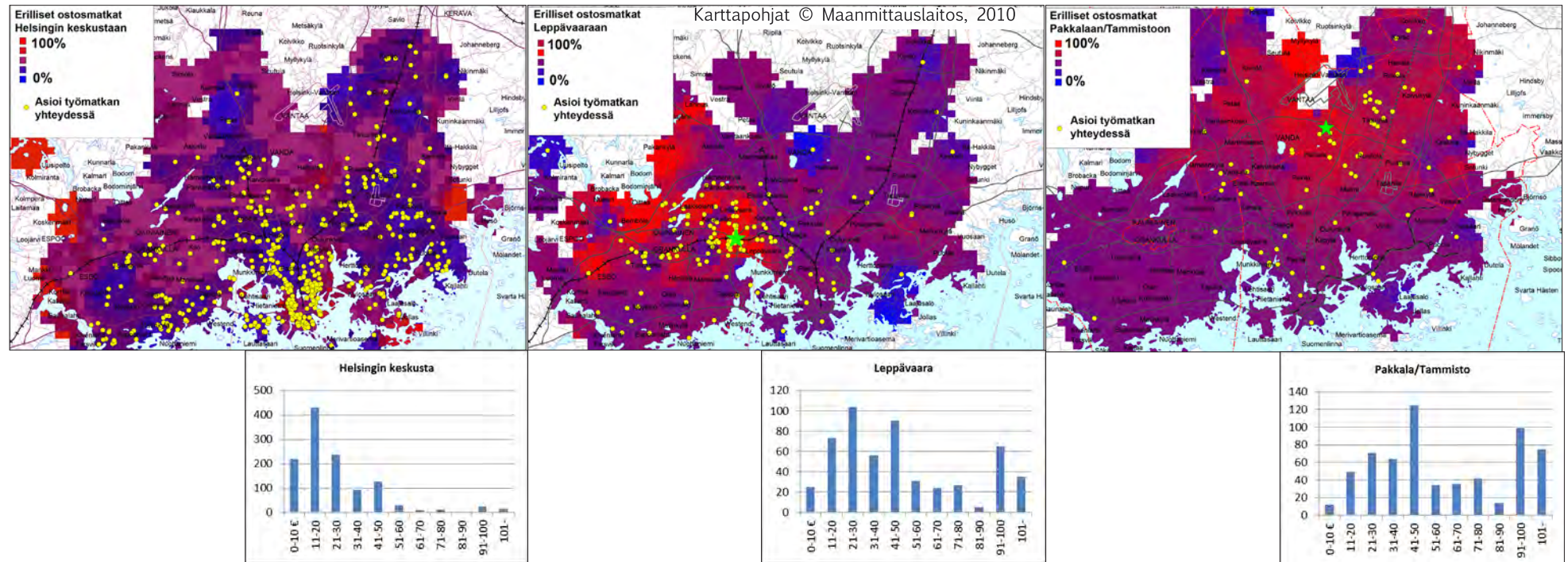
Eri keskuksiin liikkumisen kulkumuotojakaumat heijastavat niiden integroitumista kaupunkiseudun rakenteisiin sekä fyysisesti että suhteessa asiakaskuntansa asuinpaikkoihin. Helsingin keskustan osalta joukkoliikenteen osuus on merkittävin, mutta myös Itäkeskuksessa ja Leppävaarassa sillä on merkityksensä.

Päivittäistavaroiden ostossa S-ryhmän kaupat ovat aineiston perusteella suosituimmat asiointi-



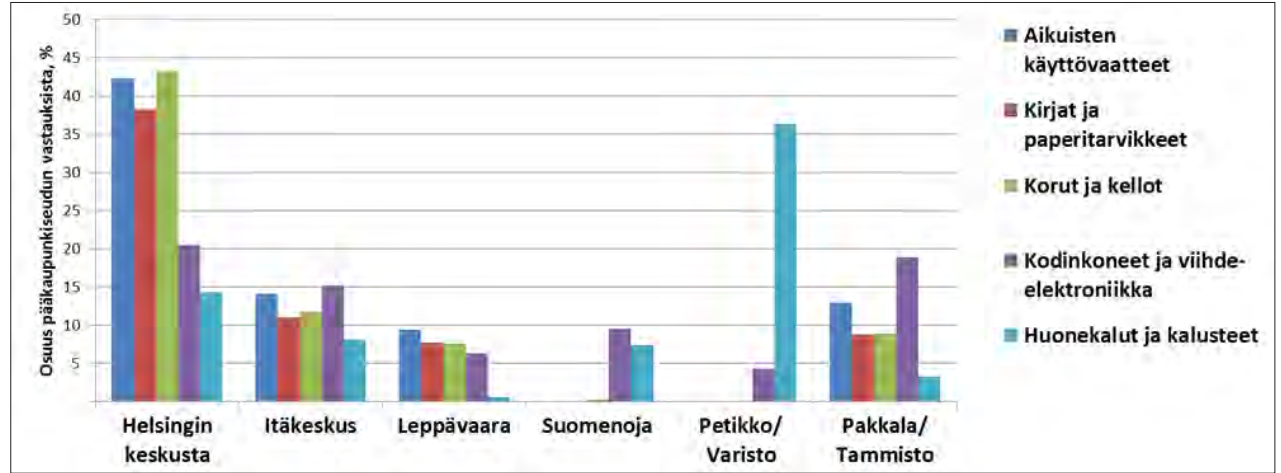
Kuva 3 (yllä): joidenkin kaupallisten keskittymien asiointin kulkumuotojakaumat.

Kuva 4 (alla): kolmeen keskittymään tehtyjen ostosmatkojen ketjuttaminen vastaajien asuinpaikkojen suhteen; keskiostosten kokojakaumat keskittymittäin (alinna).



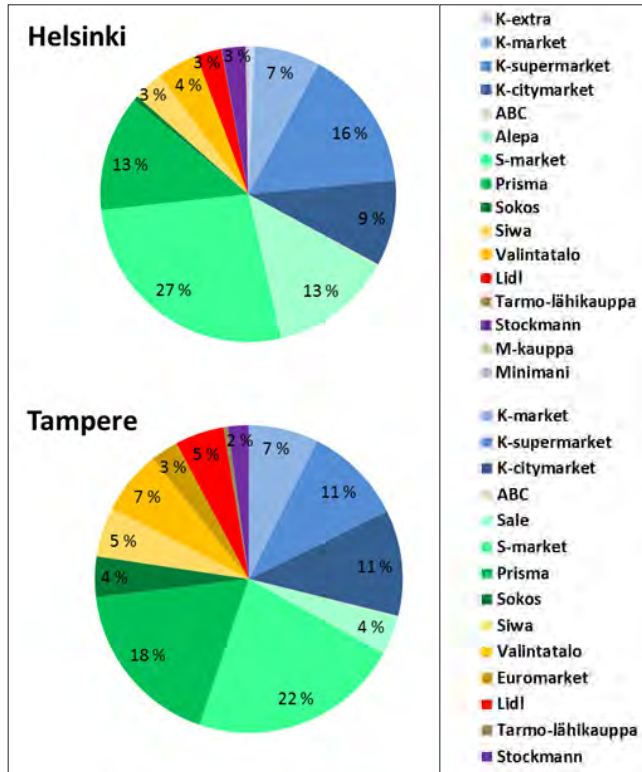
kohteet. Supermarketit ovat käyntikerroilla mitattuna eniten käytetty myymälätyyppi, mutta myös hypermarkettien asema on vahva, erityisesti Tampereen seudulla. Pääkaupunkiseudulla Alepan osuus on myös merkittävä. Päivittäistavaroiden ostospaikan valinnassa korostuvat asiointin nopeus, sijainti lähellä kotia, tuotteiden helppo löydettävyys ja laadukkuus. Vähiten toivottuja ovat kotiinkuljetus- ja muut oheispalvelut sekä mahdollisuus tavata tuttuja.

Eri tuoteryhmien suosituimmat ostospaikat ovat yhtäältä suurimpia kauppakeskuksia, toisaalta tiettyjen ryhmien osalta niitä, joissa on ryhmän tuotteiden monipuolisin tarjonta.

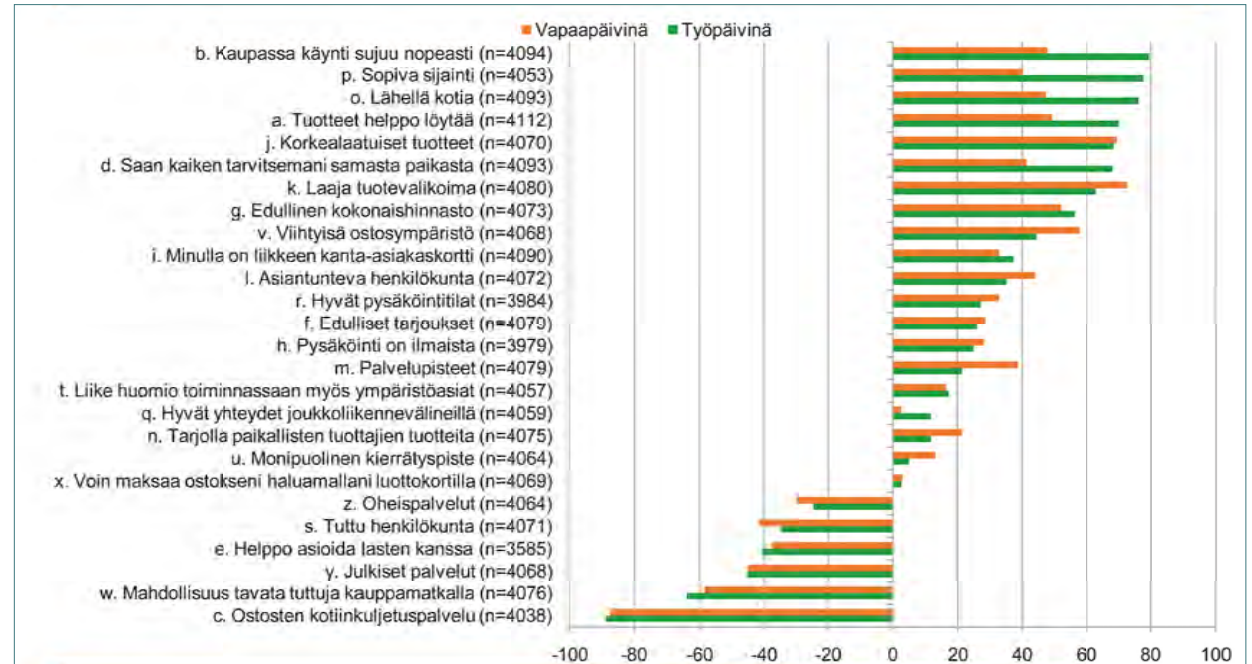


Kuva 5 (yllä): joidenkin keskittymien suosio valittujen tuoteryhmien suhteen parhaaksi koettuna ostoskohteena pääkaupunkiseudulla.

Kuva 6 (vasemmalla): eri liikkeiden ja ketjujen osuudet päivittäistavaroiden ostoskerroista pääkaupunkiseudulla ja Tampereen seudulla.



Kuva 7 (alla): päivittäistavaroiden ostospaikan valintaan vaikuttavien tekijöiden tärkeys.



Helsingin ja Tampereen seuduilla toteutetussa kuluttajakyselyssä selvitettiin muiden kysymysten ohella talouksien autonomistusta ja eri kulkumuotojen käyttöä. Tässä tarkastelussa valaistetaan kaupunkirakenteen ja kulkumuodon suhdetta ja pohditaan keinoja kevyen liikenteen ja joukkoliikenteen käytön lisäämiseen.

BUSSILLA KESKUSTAN, AUTOLLA KEHÄTIELLE?

Kaupan rakenteen muutos on seurannut yhteiskunnan autoistumista, joka Suomessa on tapahtunut myöhään verrattuna muihin Pohjoismaihin. Käynnistyttyään autoistuminen oli kuitenkin nopeaa (Bergholm 2001). Helsingin seudulla autoistumista on kuitenkin hillinnyt raideliikenne, jonka on myös muualla Euroopassa todettu pitävän kulkumuotojakauman monipuolisena autoilun kasvusta huolimatta (Rajanti 2002).

Keskeisellä sijainnilla on tutkitusti merkitystä kulkutapaosuuksiin. Vahvat joukkoliikenneyhteydet vähentävät auton käytön todennäköisyyttä, kun ostosmatkat ovat pitkiä. Pitkiä matkoja ollaan valmiita matkustamaan, kun tarkoitus on ostaa muita kuin päivittäistavaroita. Valtakunnallisessa Henkilöliikennetutkimuksessa 2004-05 on todettu, että lähellä kotia tehtävillä päivittäistavaroiden ostosmatkoilla autoilu on kahdessa kolmanneksessa pääasiallinen kulkutapa, joskin kävelen tehdään neljäsosa ostosmatkoista. (Kalenjoja 2009.)

Autoistumiskehityksen käynnistyttyä koko laajuudessaan on sen vaikutuksia pyritty rajoittamaan muun muassa määrittelemällä kaupunkirakenteeseen eri kulkumuotoihin tukeutuvia vyöhykkeitä (esim. Kosonen 2007). Keskustan jalankulkuvyöhyke ja vahvoihin joukkoliikenneyhteyksiin varus-

tetut, keskustasta sormimaisesti leviävät joukkoliikennedyöhykkeet tasapainottavat sormien väliin jäävää, väljemmin rakennettua autovyöhykettä.

Kaupunkirakenteen ja kulkutapojen kolmijako vastaa kauppakeskusten ja muiden kaupallisten keskittymien erottelu kaupungin keskustan kohteisiin, joukkoliikennedyöhykkeellä sijaitseviin aluekeskusten kauppakeskuksiin ja autoliikenteen kannalta hyvin eri autovyöhykkeen osista saavutettaviin kehän kaupallisiin keskuksiin (eri tyypeistä tarkemmin ks. Rantanen s. 34-37).

Kaupunkirakennemallien merkitys näkyi osaltaan talouksien autonomistuksessa. Autonomistusta Helsingin seudulla on tarkasteltu kuvassa 1, jossa sormimalli erottuu selvästi. Tampereella yhden auton talouksia oli vähemmän ja usean auton talouksia enemmän. Kahden ja useamman auton talouksien suuressa osuudessa Tampereella näkyi seudun pienempi koko ja lähiraideliikenteen heikkous. Autottomat taloudet keskittyivät keskustaan ja raideyhteyksien varrelle, ja olivat muita talouksia useammin yhden tai kahden aikuisen talouksia (esim. Dieleman ym. 2002)

Talouksien autonomistus- ja liikkumisprofiilit ovat monimuotoisia. Helsingin seudulla kyselyyn vastanneista lapsiperheistäkin esimerkiksi joka kymmenes oli vailla ensimmäistäkään autoa. Autottomien lapsiperheiden asuinpaikat eivät merkittävästi poikenneet muiden autottomien talouksien asuinpaikoista. Kaupunkirakenteen yhteys autonomistukseen oli siis vahva, joskin eriävät asumispreferenssit olivat tärkeä tekijä yhteyden takana.

Tarkasteltaessa kulkumuotoja eri tyyppisiin keskuksiin kaupunkirakenteen erot hämärtyivät.

Kaupunkikeskustojen kulkumuotojakaumat toki poikkesivat muista keskuksista niin Helsingissä kuin Tampereellakin, mutta muissa keskuksissa autoilun asema oli vakaan hallitseva. Silti niin Matinkylän ja Hervannan kaltaisiin aluekeskuksiin kuin Pakkala/Tammiston -alueen kehätyypin kohteisiin saapui asiakkaita myös joukko- ja kevyellä liikenteellä.

Keskuksien ja kaupunkiseutujen eroissa näkyi vahvan joukkoliikennejärjestelmän, erityisesti raideliikenteen, vaikutus pidemmillä matkoilla ja väestöpotentiaali keskuksen lähistöllä. Pienemmillä kaupunkiseuduilla mahdollisuudet joukkoliikenteen järjestämiseen ovat heikommat, joten kulkumuotojakauman muuttamisessa kynnyksymys on lähiasiointipotentiaalinen hyödyntäminen.

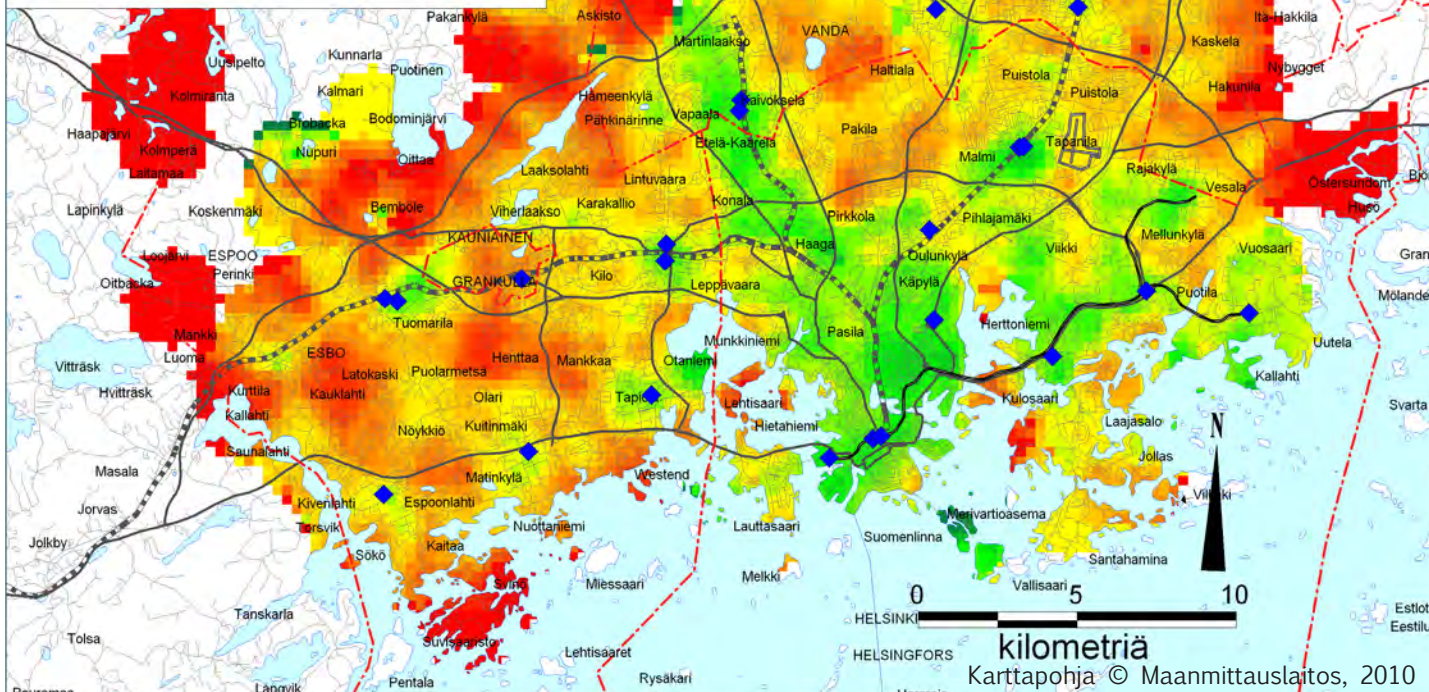
Kulkumuotojakaumien tarkastelu paljasti yksinkertaistavien rakennemallien heikkouden. Suuret kaupalliset keskuksien ovat nimensä mukaisesti keskuksia kaupunkikeskustan rinnalla. Seudullisesti kattavaan joukkoliikennejärjestelmään ei voi yksin toimia monikeskuksisen liikennejärjestelmän selkärankana.

Kauppakeskukset ovat sijoittuneet väestön painopisteisiin (ks. Iltanen s. 30-33). Tässä piilee myös autoriippuvuuden murtamisen avain. Seudullisesta sijainnista ja tyypistä riippumatta keskuksien tulee panostaa kevyen liikenteen saavutettavuuteen lähialueilta ja integroitua joukkoliikennejärjestelmään sen palvelutasosta riippumatta. Monikeskuksisessa kaupunkijärjestelmässä jokainen kauppakeskus on osa niin auto-, joukkoliikenne- kuin kevyen liikenteen vyöhykettä.

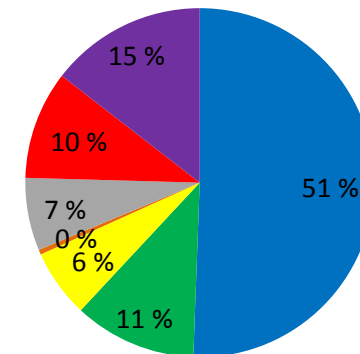
Autonomistus Helsingin seudulla Autoja/talous keskimäärin

- Kaksi autoa tai enemmän
- 1,5
- Yksi auto
- 0,5
- Autoton talous

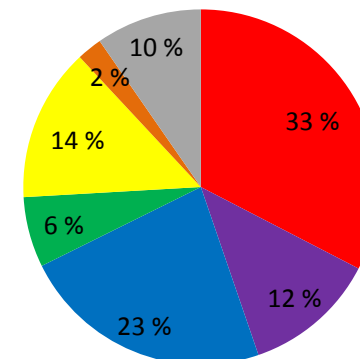
◆ Kauppakeskus



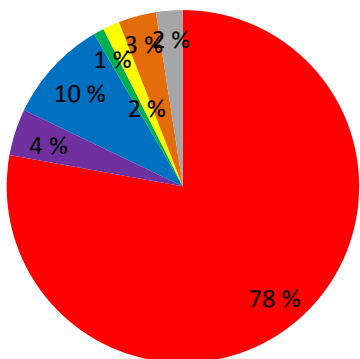
Asiointi Helsingin keskustassa



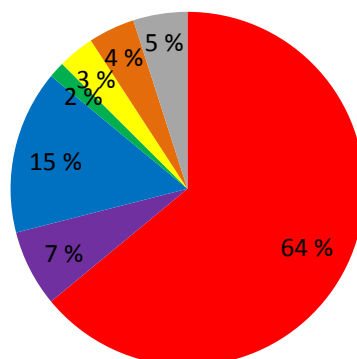
Asiointi Tampereen keskustassa (länsipuoli)



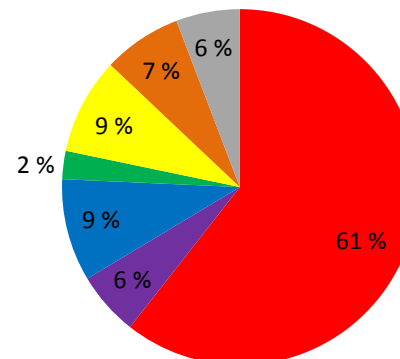
Asiointi Pakkalassa/Tammistossa



Asiointi Matinkylässä



Asiointi Hervannassa



- Auto
- Auto ja joukkoliikenne
- Joukkoliikenne
- Joukko- ja kevyt liikenne
- Kevyt liikenne
- Auto ja kevyt liikenne
- Kaikki kulkutavat

MITEN ANTAA AUTOLLE VAPAAPÄIVÄ?

Vaikka kauppamatkoista syntyvä kilometrisuorite on sinänsä varsin pieni muihin matkoihin verrattuna, kauppamatkoilla on usein toistuvina matkoina tärkeä merkitys kulkumuotojen käyttörutiinien muodostumisessa (Kalenoja 2009). Arki on kokonaisuus, jossa eri matkojen kulkutavat vaikuttavat toisiinsa. Jos kauppaan on mentävä autolla, houkutus käyttää autoa myös muihin matkoihin kasvaa. Autoilun vähentäminen ostosmatkoilla voi siis vähentää autoilua ja sen vaikutuksia laajemminkin. Kuluttajien houkuttelu pois auton ratista ei kuitenkaan ole helppoa: ulkomaiset esimerkit osoittavat, että mm. sijainninhajaus ei aina ole onnistunut tavoitteissaan.

Monissa ostostilanteissa, kuten suurikokoisen erikoistavaran ja perheen viikoittaisten elintarvikkeiden hankinnassa, henkilöauton käyttö on perusteltua tai välttämätöntä. Mutta jos kantamusten määrä on pienempi, autoilun välttämättömyys ei ole itsestään selvää. Onko autoriippuvuus, todellisten vaihtoehtojen puute, kiinni lähimmän kaupan etäisyydestä vai onko auton käyttö ”kauppakassina” kiinteä osa nykykuluttajan käsitystä ostosten suorittamisesta (Guy 2006)?

Kyselyn analyysissa riippuvaisuudeksi autosta tulkittiin se, että auto on vallitseva kulkutapa ostosmatkoilla viikonpäivästä riippumatta. Eri tekijöiden yhteyttä autoriippuvuuteen Helsingin seudulla tutkittiin logistisella regressiolla. Mukana tarkastelussa oli niin maantieteellisiä, elämäntilanteeseen liittyviä kuin myös asenne-muuttujia, jotka muodostettiin faktorianalysilla kulutukseen liittyvistä väittämistä.

muotojen käyttöön. Asuinpaikan sijainnilla ja lähialueen kaupoilla oli merkityksensä riippumatta autonomistuksesta ja vastaajan tulotasosta. Enemmistö kuluttajista ei kuitenkaan käytä lähintä päivittäistavarakauppaa (ks. Kohijoki s. 26-29) ja toisaalta kaupan suuryksikköjen ympäristö suosii auton käyttöä lyhyilläkin matkoilla (ks. Kuoppa s. 38-41). Autosta riippumatonta elämäntapaa suosivat valitsevat asuinpaikoikseen alueita, joissa elämäntapa on mahdollista. Elämäntilanne ja mieltymykset vaikuttavat ympäristön kaupallisten mahdollisuuksien kokemiseen. Vaikka kaupunkirakenteella ei voida yksin vaikuttaa kulkumuotojen todelliseen käyttöön, ei kauppaan kävellä, ellei kauppa ole käveltävän matkan päässä.

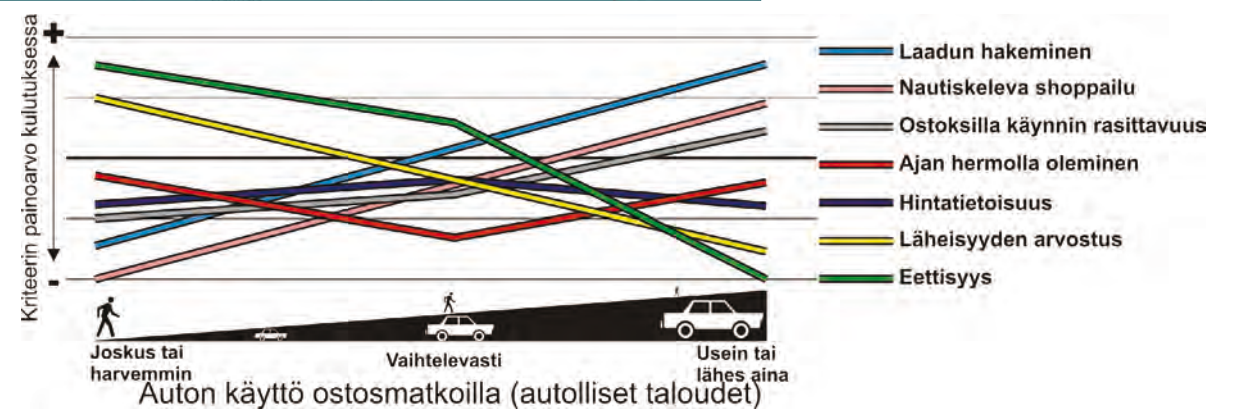
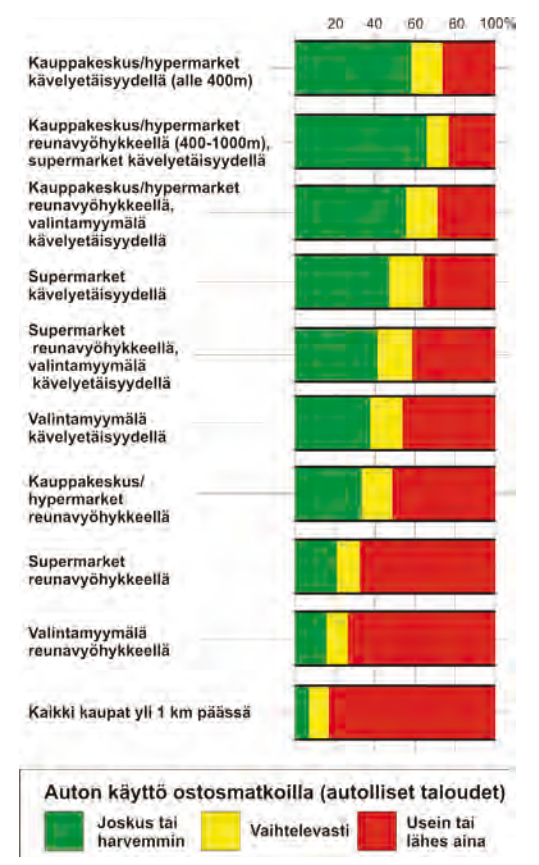
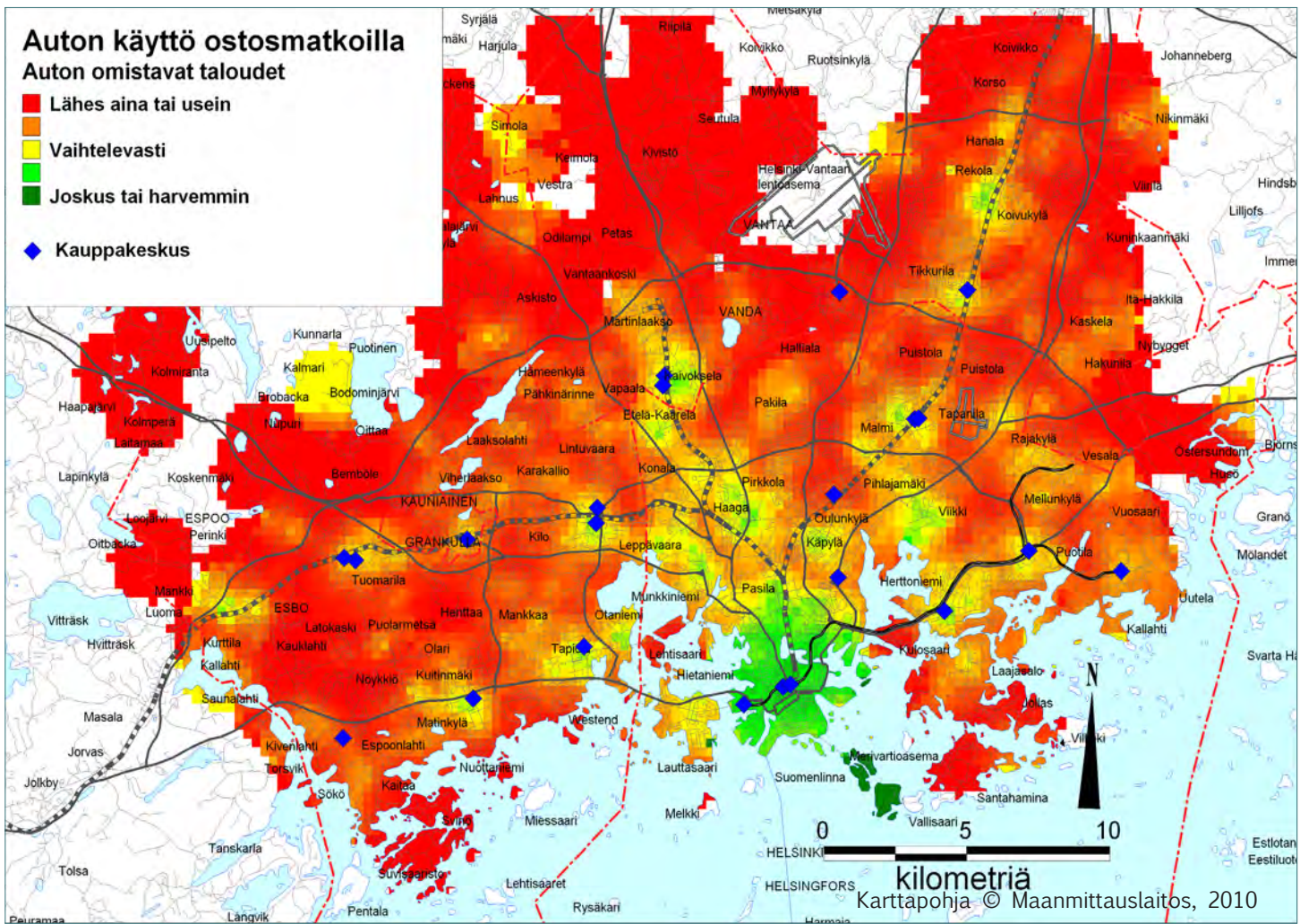
Elämäntilanteen merkitys eri kulkumuotojen käyttöön on monitahoinen. Lapsiperheet toki käyttivät paljon autoa, mutta ero pariskuntiin tai auton omistaviin yksinasujiin ei ollut merkittävä. Autonomistus ja autojen määrä oli voimakas eri kulkumuotojen käyttöön vaikuttava tekijä. Auton hankinta on merkittävä investointi, jonka myötä päätetään monessa suhteessa myös kulutavoista. Kuluttajien ikä vaikutti eri elämäntilanteiden kiireisyyden ja iän tuomien fyysisten rajoitusten kautta (ks. Kohijoki s. 26-29), mutta autoriippuvuuden huipentuminen eläkeikää edeltävään vaiheeseen viittasi myös auton käyttöön tottumiseen ja autoilun kulttuurisiin merkityksiin.

Arjen rakentamisessa on kuitenkin eri strategioita. Viime kädessä kaikki riippuu siitä, haluavatko taloudet käyttää muuta kuin autoa ostosten tekemiseen. Asennetasolla vaikutusmahdollisuudet ovat rajalliset: valistus voi kääntyä myös itseään vastaan. Kulutukseen liittyvät asenteet vaikuttivat kulkumuodon valinnan taustalla. Eettistä kulutusta ja lähipalveluita arvostavat käyttivät myös

autoa keskimääräistä harvemmin. Ostosten teon kokeminen joko miellyttäväksi tai rasittavaksi lisäsi auton käytön todennäköisyyttä – jos ostoksilla käyminen oli arjen rutiineista positiivisesti tai negatiivisesti erottuva osa, autoon turvautuminen oli keino tämän eron pienentämiseksi (ks. Mäenpää 2005). Eri asenteet korostuivat eri sosioekonomisissa ryhmissä: esimerkiksi lapsiperheet kokivat muita useammin ostoksilla käynnin rasittavaksi ja korkeasti koulutetut korostivat muita useammin eettistä kulutusta. Tarkastellessa tekijöitä yhdessä avainasemaan nousivat kuitenkin nimenomaan asenteet eikä sosioekonominen tai demografinen asema.

Asenteet muuttuvat hitaasti ja arki on kokonaisuus, jossa lukuisat valinnat ja rajoitukset vaikuttavat toisiinsa. Autoilevien asiakkaiden palvelu esimerkiksi kauppakeskusten pysäköintiratkaisuilla on perusteltua myös tulevaisuudessa. Yhteiskunnan muutokset, kuten kaupungistuminen, väestön ikääntyminen ja talouksien keskikoon pienentyminen voivat kuitenkin muuttaa tilannetta merkittävästi. Kauppakeskustoimijat ymmärtävät rakennusten muuntojoustavuuden arvon (Yrjänä & Uotinen s. 42-45). Kaupan suuryksiköiden rakenteellisilla ratkaisuilla onkin suuri merkitys tehtäessä eri kulkumuotoja mahdolliseksi ja sitoessa kauppa tiiviimmin osaksi soljuvaa arkea (Kuoppa s. 38-41 ja Rantanen s. 34-37).

Yhdyskuntarakenteen muuntojoustavuus on kuitenkin huomattavasti rakennuksia heikompi. Jo nyt suuri osa kuluttajista hyödyntää kotia lähellä ja hyvien joukkoliikenneyhteyksien päässä olevia palveluita. Autoriippuvaisten kuluttajien kulkutottumusten muuttamisessa yhdyskuntarakenteen mahdollistava vaikutus taas on ennakkoehto.



Yksi Kokka-hankkeen tavoitteista oli tutkia kauppakeskuksia konseptina ja sitä, miten niiden palveluiden tarjontaa voidaan kehittää vastamaan asiakkaiden tarpeita. Tämän tutkimusosion tavoitteena on avata tätä ongelmaa erikoiskaupan osalta. Tutkimusosiossa hyödynnetään hankkeessa kuluttajakyselyllä kerättyä laajaa aineistoa. Ongelmaa lähestytään vertaamalla kuluttajasegmenttien asiointia eri kauppakeskuksissa. Tarkoituksena on selvittää, miten kauppakeskukset poikkeavat toisistaan kuluttajien asiointin osalta erikoiskaupan ostoksia tehtäessä. Lisäksi tutkimusosio luo uutta tietoa ja ymmärrystä kauppakeskusten välisestä koheesiosta sekä kilpailuasetelmasta.

Kuluttajat luokiteltiin erikoiskaupan valintaperustein kuluttajasegmentteihin. Jokaiselle pääkaupunkiseudun kauppakeskukselle luotiin yksilöllinen profiili kuluttajasegmenttien asiointin perusteella. Profiilien avulla kauppakeskukset jaettiin ryhmiin, jotka muodostettiin viikoittaisen ja 1-3 kertaa kuukaudessa tapahtuvan asiointin osalta erikseen.

KULUTTAJASEGMENTIT

Kuluttajasegmenttien muodostamisen tavoitteena oli muodostaa kyselyyn vastanneista kuluttajista ryhmiä, joiden preferenssit kauppakeskusten valinnassa olivat samanlaisia erikoiskaupan osalta. Kuluttajaryhmiä onnistuttiin tunnistamaan seitsemän. Julkisilla kulkevien (1) segmentti arvosti pääasiallisesti ostosalueen saavutettavuutta julkisella liikenteellä. Lisäksi liikkumisen helppoutta alueen sisällä pidettiin tärkeänä ostosalueita valittaessa. Segmentin jäsenet olivat muita asiakkaita nuorempia, asuivat muita useammin yksin sekä olivat pienempituloisia. Edellisen segmentin kanssa samansuuntaisia preferenssejä oli kiirei-

set palveltavat (2) –segmentillä. Sen kuluttajat arvostivat myös ostosalueella liikkumisen helppoutta sekä hyvää ja osaavaa asiakaspalvelua. Yleisesti segmentin jäsenet arvostivat ostosten teon sujuvuutta ja nopeutta. He olivat hieman keskivertokuluttajaa vanhempia ja parempituloisia. Julkisilla kulkuvälineillä saavutettavuus ei noussut tämän segmentin osalta merkittäväksi tekijäksi kauppakeskusta valittaessa.

Siinä missä edellisen segmentin kuluttajat halusivat suorittaa ostokset sujuvasti ja helposti hyvän asiakaspalvelun avustamana, muodostivat palveluiden käyttäjät (3) seuraavan, erityisesti palveluiden tarjontaa painottavan segmentin. He valitsivat ensisijaisesti ostosalueen sen tarjoamien palveluiden perusteella. Palveluina arvostettiin hyvinvointi- ja viihdepalveluita, kahvilointa sekä julkisia palveluita, mutta myös hyvää asiakaspalvelua pidettiin tärkeänä. Palveluiden käyttäjät olivat muihin ryhmiin verrattuina pienempituloisia ja vähemmän koulutettuja. Urbaanit nautiskelijat (4) muistuttivat palveluiden käyttäjiä, koska kauppakeskuksesta löytyvät mahdollisuudet viihtymiseen ja nautiskeluun olivat tärkeitä ostospaikan valintaperusteita näiden molempien segmenttien osalta. Toisaalta segmentit poikkesivat merkittävästi toisistaan: kun palveluiden käyttäjät painottivat valinnassaan sujuvuutta ja asiakaspalvelua, halusivat urbaanit nautiskelijat tulla kauppakeskukseen viihtymään ja viettämään aikaa. Urbaanit nautiskelijat pitivät tärkeinä tekijöinä ostosalueen ilmapiiriä ja ympäristöä, jossa voi tavata tuttuja ja viettää aikaa sosiaaliseen kanssakäymisen merkeissä. Hinta ei ollut merkittävä tekijä ostosalueen valinnassa. Urbaanit nautiskelijat olivat muita ryhmiä paremmin koulutettuja, nuorempia ja suurempituloisia.

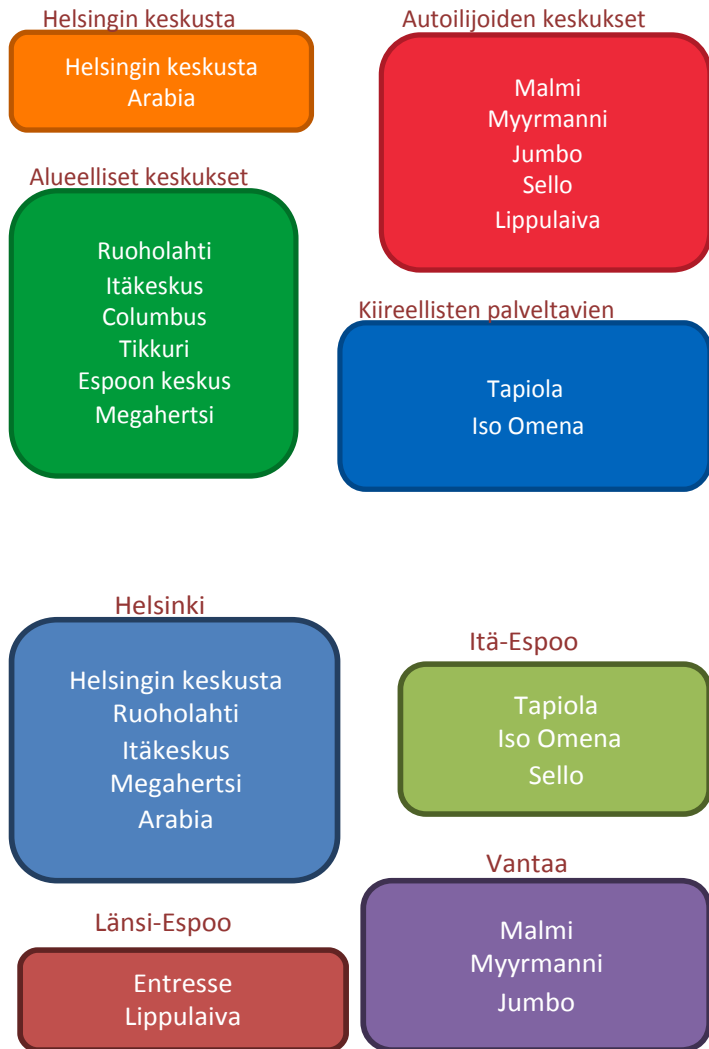
Kahta seuraavaa segmenttiä yhdisti halukkuus

suorittaa ostokset henkilöautolla. Hintatietoiset (5) pitivät henkilöautolla saavutettavuuden ohella tärkeänä hintatasoa, kun valitsivat erikoiskaupan ostosalueita. Segmentin kuluttajat olivat keskimääräistä vanhempia. Valikoimatietoisille (6) kauppakeskuksessa tarjolla olevien tuotteiden valikoima ja laatu olivat tärkeitä valintakriteerejä erikoiskaupan tuotteiden hankintapaikkaa päätettäessä. Hieman yllättäen tämä segmentti ei erityisesti arvostanut asiakaspalvelua. Ostosalueen sisäinen saavutettavuus oli henkilöautolla saavutettavuuden lisäksi tärkeä tekijä segmentille. Valikoimatietoiset olivat keskimääräistä nuorin, mutta muuten he eivät poikkeaneet sosio-ekonomiselta asemaltaan keskivertokuluttajasta.

Omana, muista ryhmistä varsin erillisenä segmenttinään erottui passiiviset (7) –segmentti, joka ei pitänyt yksittäisistä ostospaikan valintaan vaikuttavista tekijöistä ainuttakaan keskimääräistä tärkeämpänä. On mahdollista, että tämän segmentin kuluttajat eivät yleisesti pidä ostoksilla käynnistä, jolloin mikään valintaan vaikuttavista tekijöistä ei korostu segmentin osalta. Passiiviset olivat sosio-ekonomiselta asemaltaan muihin ryhmiin verrattuna vanhempia, pienituloisia ja huonosti koulutettuja.

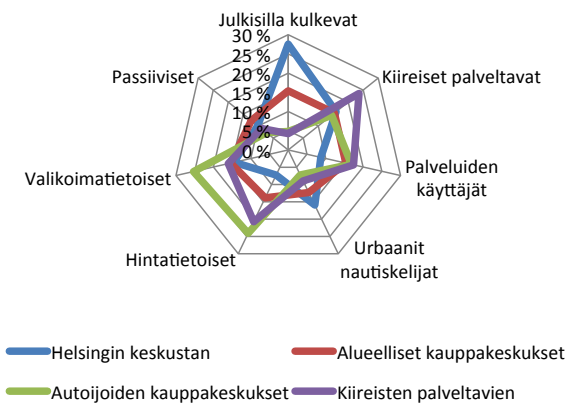
KAUPPAKESKUSTEN PROFIILIT

Kauppakeskusten yhtäläisyyksien ja erojen määrittämiseksi jokaiselle kauppakeskukselle muodostettiin siellä asioivista asiakkaista kuluttajaprofiili. Kuluttajien asiointitiheyksien vertailu eri kauppakeskuksissa paljasti selkeän eron viikoittaisen ja sitä harvemmin tapahtuvan asiointin välillä. Tämän vuoksi kauppakeskukset luokiteltiin kaksi kertaa, viikoittaisen ja kuukausittaisen asiointin mukaan. Näin jokaiselle kauppakeskuk-

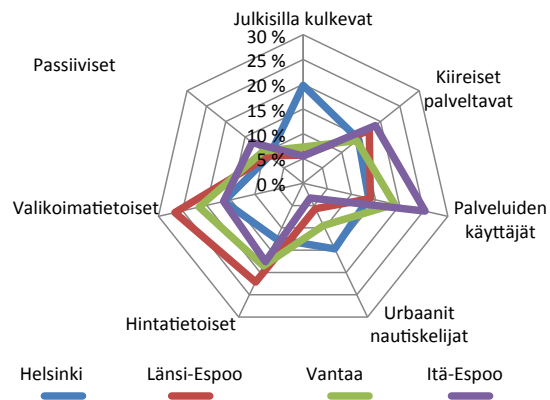


Kuva 1. Kauppakeskukset ryhmiteltyinä viikoittain ja kuukausittain asioivien asiakkaiden mukaisesti.

Viikoittain asioivat



Kuukausittain asioivat



Kuva 2. Viikoittain ja kuukausittain asioivista asiakkaista muodostetut kauppakeskusprofiilit. Prosentit ilmaisevat kuluttajasegmenttien osuudet asiakkaista kauppakeskusryhmän mediaanin osalta.



Kuva: Jenni Kuoppa

selle saatiin muodostettua kaksi kuluttajaprofiilia asiointitiheyksien mukaisesti.

Viikoittaisen asiointin pohjalta luoduista kauppa-keskusprofiileista muodostui ryhmittelyanalyysillä neljä toisistaan poikkeavaa ryhmää. Ensimmäinen ryhmä kuvasi Helsingin keskustan kauppakeskuksia (1), joiden ominaisuuksina olivat suuri julkisilla kulkuvälineillä ostoksille saapuvien asiakkaiden lukumäärä, saavutettavuuden ja asiakaspalvelun korostuminen sekä urbaanien nautiskelijoiden -kuluttajaryhmän suuri osuus asiakkaita. Hintatietoiset ja palveluita arvostavat kuluttajat valitsevat mieluummin jonkin toisen ostospaikan.

Toiseksi ryhmäksi ryhmittelyanalyysistä saatiin alueelliset kauppakeskukset (2), joissa kaikki kuluttajasegmentit, hintatietoisia autoilijoita lukuun ottamatta, asioivat tasaisesti. Ryhmän keskukset olivat luonteeltaan lähialuetta palvelevia keskuksia, jolloin on luonnollista, että niiden suosio eri ryhmien kesken on tasaista. Autoilevien hintatietoisien asiakkaiden vähäisempi edustus ryhmässä oli ymmärrettävää, koska keskukset painottuvat nimenomaan lähialueiden tarjoamiseen. Hintatietoinen asiakas on valmis kulkemaan pidemmän matkan löytääkseen sopivia tuotteita.

Kolmantena ryhmänä tunnistettiin kauppakeskukset, jotka olivat erityisesti autoilevien kuluttajaryhmien (3) suosiossa. Poikkeukset nämä keskukset ovat moderneja ja keskimääräistä suurempia ja tukeutuvat jo kokonsakin puolesta autoileviin asiakkaisiin, jotta voisivat palvella tarpeeksi suurta markkina-aluetta.

Viimeiseen, eli neljänteen ryhmään sijoittuivat Tapiola sekä kauppakeskus Iso Omena. Tämän ryhmän erikoisuutena olivat kiireiset palveltavat

-kuluttajasegmentin huomattavan suuri osuus asiakkaita. Ryhmän kauppakeskusten kohdalla silmiinpistävää on, että ne palvelevat eteläisen Espoon vauraita alueita. Alue on kokonaisuutena yksi Suomen vauraimmista ja näin ollen on varsin ymmärrettävää, että se erottuu omana kokonaisuutenaan ja ryhmänä, joka suosii helppoa saavutettavuutta autolla sekä hyvää asiakaspalvelua.

1-3 kertaa kuukaudessa asioivista kuluttajista muodostettujen kauppakeskusprofiilien ryhmittelyanalyysissä löydettiin myös neljä ryhmää. Kauppakeskukset jakautuivat ryhmiin noudattaen pääkaupunkiseudun kuntarajoja. Espoo jakautui edelleen kahteen osaan, läntiseen ja itäiseen. Helsingin kauppakeskuksille ominaista oli suuri julkisilla kulkuvälineillä kulkevien ja urbaanien nautiskelijoiden osuus. Autoilevat kuluttajaryhmät asioivat tyypillisimmin Helsingin keskustan ulkopuolella. Vantaan kauppakeskuksia yhdistävät henkilöautolla liikkuvat kuluttajasegmentit. Urbaanit nautiskelijat ja ei-autoilevat -kuluttajaryhmät eivät olleet edustettuina Vantaan keskuksissa. Espoon itäisissä kauppakeskuksissa olivat tasaisesti edustettuina kaikki kuluttajaryhmät. Läntisissä keskuksissa sen sijaan korostuivat saavutettavuutta ja palveluita arvostavat kuluttajasegmentit. Valikoimaa arvostavat autoilijat valitsivat mieluummin jonkin muun kuin läntisen Espoon kauppakeskuksen ostospaikakseen.

YHTEENVETO

Valtaosalle kuluttajista asiointin helppous ja palvelut nousevat tärkeimmiksi asioiksi asiointipaikkaa valittaessa. Helppoutta voi olla kauppa-keskuksen hyvä saavutettavuus joko autolla tai julkisilla kulkuneuvoilla, helppo asiointi keskuksen sisällä tai ostosten teon nopeus ja sujuvuus.

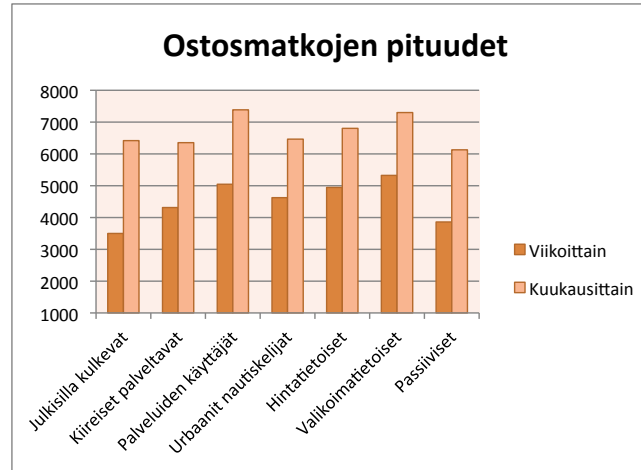
Kauppakeskuksen sisällä asiointin helppous korostuu aluekeskusryhmän kauppakeskuksissa, jotka ovat kooltaan keskimääräistä pienempiä ja sitä kautta asiointi niissä on sujuvaa ja nopeaa. Itäkeskus on kokonsa puolesta poikkeus aluekeskusryhmään kuuluvien kauppakeskusten joukossa, mutta asiakasprofiililtaan se on kuin muutkin alueellisten kauppakeskusten ryhmän jäsenet. Hyvä asiakaspalvelu on tämän kauppa-keskusryhmän perusedellytys. Se luo perustan ympäristölle, missä asiointikokemus on miellyttävä. Ryhmän kauppakeskusten halutaan myös tarjoavan mahdollisuuksia sosiaaliselle kanssakäymiselle, mitä voidaan myös pitää kilpailuvaltina kasvavaa verkkokauppaa kohtaan.

Helppouden eri muodot korostuvat hieman eritavalla viikoittaisessa asiointinissa kuin kuukausitasolla, kun tarkastellaan asiointimääriä eri kauppakeskuksissa. Viikoittaisessa asiointinissa aluekeskusryhmän kauppakeskusten rooli nousee hyvin keskeiseksi, koska niissä on helppo asioida kaikilla kulkumuodoilla ja nämä keskukset tarjoavat tänä päivänä varsin laajan valikoiman arkisia palveluita. Toisaalta myös Helsingin keskustan asema korostuu viikoittaisessa asiointinissa, joka selittyy keskustan kautta kulkevien työmatkojen määrän johdosta.

Kuukausittaiselle asiointitasolle siirryttäessä helppouden muoto muuttuu hieman. Helppoutta ei mitata enää samalla tavalla lyhyenä asiointimatkana, vaan ennemminkin arvostetaan kaikkien palveluiden saamista samasta keskuksista tai samalta alueelta. Autolla ollaan valmiita ajamaan selvästi lähintä kauppa kauemmas kotoa, jotta voidaan viettää aikaa lähikauppaa isommassa kauppakeskuksissa. Toisaalta Helsingin keskustaan tullaan julkisilla kulkuneuvoilla pitkänkin matkan päästä. Helsingin keskustan yliverlainen

vapaa-ajan tarjonta luonnollisesti vetää puoleensa urbaaneja nautiskelijoita, mutta on yllättävää, että monet kuluttajat hakevat palveluita mieluummin muualta kuin Helsingin keskustasta. Voiko tässä olla kyse kauppakeskusten hieman rajallisemmasta, mutta kuitenkin vaihtoehtoja tarjoavasta tarkasti harkitusta palveluvalikoimasta ja sisätilaympäristöstä, johon on helppo tulla ja josta tarvittavat palvelut löytyvät helposti?

Espoon itäisten keskusten tasainen edustus eri kuluttajaryhmien osalta johtunee pitkälti keskusten suuresta koosta ja sitä kautta laajoista markkina-alueista. Läntisen Espoon keskukset ovat aluekeskusryhmän luonteisia, ja palvelevat etenkin lähialuettaan arkisessa asiointissa. Kyselystä voitiin havaita, kuinka kuluttajien siirtyessä viikoittaisesta asiointista kuukausitason asiointiin suurten keskusten rooli korostuu kuluttajien asiointissa. Tämä näkyy nimenomaan Tapiolan, Ison Omenan ja Sellon (itäisen Espoon keskuksia) sekä Jumbon (Vantaalla) asiointimäärien kasvuna. Helsingin keskustan asiakasmäärät ovat sen sijaan erittäin korkeita niin viikko- kuin kuukausitasollakin, mikä juontuu sen poikkeuksellisesta roolista koko alueen työpaikkojen, liikenneyhteyksien ja palvelujen keskittymänä.



Taulukko 1. Kuluttajasegmenttien sosioekonominen asema.

	Ikä (med.)	Tulot/aikuinen (med.)	Lapsiperheitä	Auto käytettävissä	Korkeakoulutettu ja	Asuu kerrostalossa
Julkisilla kulkevat	48	2000	15 %	56 %	41 %	88 %
Kiireiset palveltavat	55	2900	27 %	95 %	45 %	50 %
Palveluiden käyttäjät	52	2250	25 %	84 %	25 %	65 %
Urbaanit nautiskelijat	44	3000	22 %	81 %	59 %	72 %
Hintatietoiset	58	2500	22 %	97 %	33 %	50 %
Valikoimatietoiset	43	2550	39 %	97 %	43 %	57 %
Passiiviset	58	2100	16 %	81 %	33 %	69 %
Kaikki	52	2500	24 %	85 %	39 %	64 %

Kuva 3. Kuluttajasegmenttien viikoittaisten ja kuukausittaisten erillisten ostosmatkojen keskipituudet metreinä. Matkat on mitattu tie-etäisyytenä kotoa useimmin käytettyyn ostospaikkaan.



Kuva: Vesa Kanninen

Kirkkonummella suoritettiin vuonna 2010 vastaava kysely kuin pääkaupunkiseudulla ja Tampereella vuonna 2009. Otanta oli 2000 kotitaloutta, josta 500 oli ruotsinkielisiä. Kyselyyn vastasi 687 kotitaloutta ja vastausprosentti oli 34 %. Tavoitteena oli tarkastella kirkkonummelaisten kulutuskäyttäytymistä ja ostopaikan valintaa.

Kirkkonummi valikoitui osaksi tutkimusta mielenkiintoisen sijaintinsa ja voimakkaan muuttovoittoisuutensa vuoksi. Kirkkonummi sijaitsee lähellä pääkaupunkiseutua ja kuntaan muuttaa korkeasti koulutettuja, hyvätuloisia asukkaita. Ekvivalenttien mediaanitulojen perusteella Kirkkonummi sijoittui vuonna 2008 viidenneksi koko Suomessa (Tilastokeskus). Suurin osa Kirkkonummen työsikäyvästä väestöstä työskentelee kunnan ulkopuolella, jolloin työmatkoihin liitettyjen ostosten myötä ostovoimaa siirtyy kunnan ulkopuolelle. Kirkkonummen läheisyydessä sijaitsevat mm. kauppakeskukset Iso Omena ja Sello, ja ostovoimaa siirtyy Kirkkonummelta myös Helsinkiin (taulukko 1). Toisaalta Kirkkonummen asema kaupan keskuksena on vahvistunut vuonna 2009 avautuneen hypermarketkeskuksen ja Prisman laajentumisen myötä.

Kyselyaineiston perusteella selvitettiin kirkkonummelaisten oman kunnan palvelujen käyttöä ja asiointia naapurikunnissa. Lisäksi tutkimuksessa tarkasteltiin kuntalaisten mielikuvia Kirkkonummesta ostospaikkana. Koska Kirkkonummi on kaksikielinen kunta (ruotsinkielisiä 18 %), tarkasteltiin suomen- ja ruotsinkielisten mielikuvia erikseen.

Kirkkonummi on suuri ja pääkaupunkiseudun mittakaavassa harvaan asuttu (100,6 hlöä/km²) kunta, jota kuvaa maalaismainen ilmapiiri. Väestöstä yli 60 % asuu kunnan keskustassa tai

sen välittömässä läheisyydessä. Pitkät välimatkat sekä kunnan sisäisen julkisen liikenteen heikko taso pakottaa kirkkonummelaiset käyttämään ostosmatkoillaan pääsääntöisesti omaa autoa. Jopa 88 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä omaa autoa asioidessaan Kirkkonummen keskustassa.

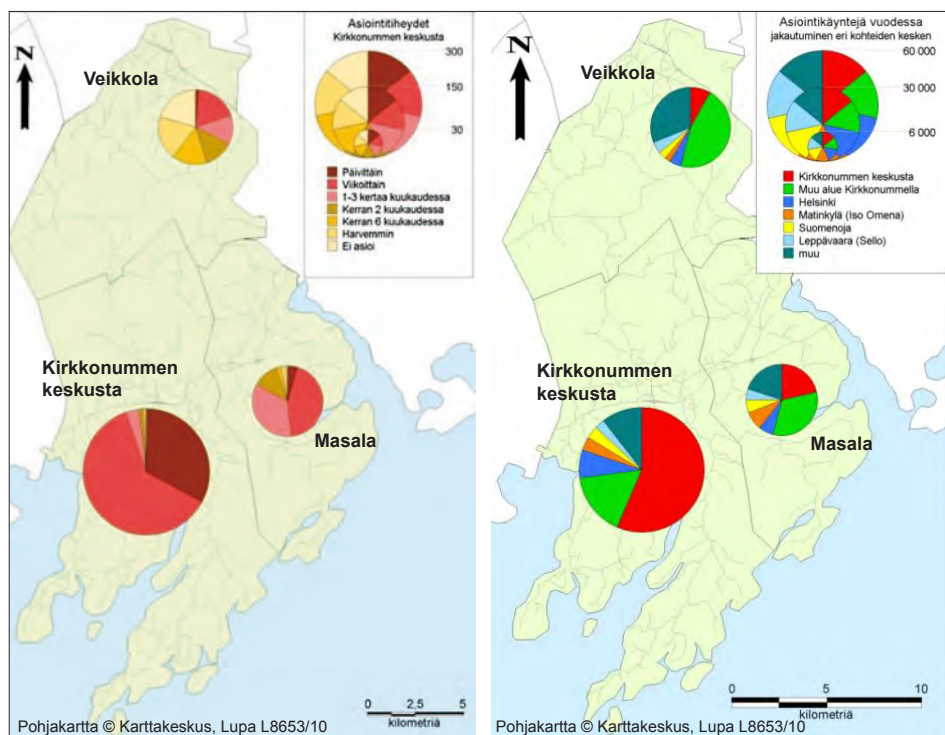
Keskustassa asuvista kolmannes teki päivittäiset ostoksensa Kirkkonummen keskustassa ja 62 % asioi keskustassa viikoittain. Keskusta-alueen lisäksi Masala ja Veikkola ovat kehittyneet voimakkaasti. Hyvien päivittäistavarakaupan palvelujen vuoksi Veikkolasta ja Masalasta ei ole välttämätöntä tarvetta asioida kunnan keskustassa (kuvio 1) ja muu kaupan tarjonta löytyy kätevämmiin pääkaupunkiseudulta. Esimerkiksi Veikkolasta Kirkkonummen keskustaan on vain neljä kilometriä lyhyempi matka kuin Isoon Omenaan tai Selloon. Lisäksi tieverkosto on selkeästi parempi pääkaupunkiseudun suuntaan kuin Kirkkonummen keskustaan, mikä osaltaan heikentää parantuneen joukkoliikenteen mahdollisuuksia houkutella asioimaan keskustassa. Masalassa asuvista vastaajista 44 % teki viikoittain ostosmatkan Kirkkonummen keskustaan, mutta Veikkolan suunnasta vain 19 % vastaajista.

Kirkkonummelle on muodostunut kolme taajamaa, joihin on muodostunut omanlaiset asiointitapansa. Kuuteen eniten käytettyyn keskukseseen tehtyjen, vuositasolle suhteutettujen matkojen suuntautuminen vaihtelee taajamien vaikutuspiireittäin, joskin kaikilla alueilla yli puolet asioinnista tapahtuu kunnan sisällä. Oman kunnan ulkopuolelle suuntautuvassa asiointissa on selkeät erot. Veikkolalaiset asioivat eniten Helsingissä, Tapiolassa ja Nummelassa. Keskustassa asuvat taas asioivat mieluiten Helsingissä ja masalalaiset Isossa Omenassa ja Helsingissä (kuvio 2).

Positiivisimmat mielikuvat Kirkkonummesta ostopaikkana liittyivät maksuttomaan pysäköintiin, sopiviin aukioloaikoihin ja omalla äidinkielellä palvelemaan henkilökuntaan (kuvio 3). Vastavasti heikoimmiksi koettiin julkiset kulkuyhteydet, kotiinkuljetuspalvelut sekä tarjonnan monipuolisuuteen liittyvät tekijät.

Suomen- ja ruotsinkielisten mielikuvissa ei juuri ollut eroja. Kunnan kaksikielisyyden vuoksi on luonnollista, että palvelua omalla äidinkielellä arvostetaan. Kirkkonummella on vanhastaan ollut selkeät ruotsin- ja suomenkielisten kaupat. Nykyään asiakaskunta on kielellisesti sekoittunut. Palvelu omalla äidinkielellään sai ruotsinkielisiltä kuitenkin heikomman arvosanan, mikä kertoo ruotsinkielisen palvelun heikentymisestä. Suomenkieliset kokivat saavansa hyvää palvelua omalla äidinkielellään. Kuitenkin ruotsinkieliset asioivat päivittäin tai viikoittain enemmän (75 %) keskustassa kuin suomenkieliset (66 %).

Vastaajien mielestä Kirkkonummen vetovoima on lisääntynyt eikä kaupallisten palveluiden arveltu vähenevän tulevaisuudessa. Uusi hypermarket-keskus ja Prisma ovat muodostaneet ostopaikat, joiden tarjonnan koetaan kattavan päivittäisen asiointin tarpeet.

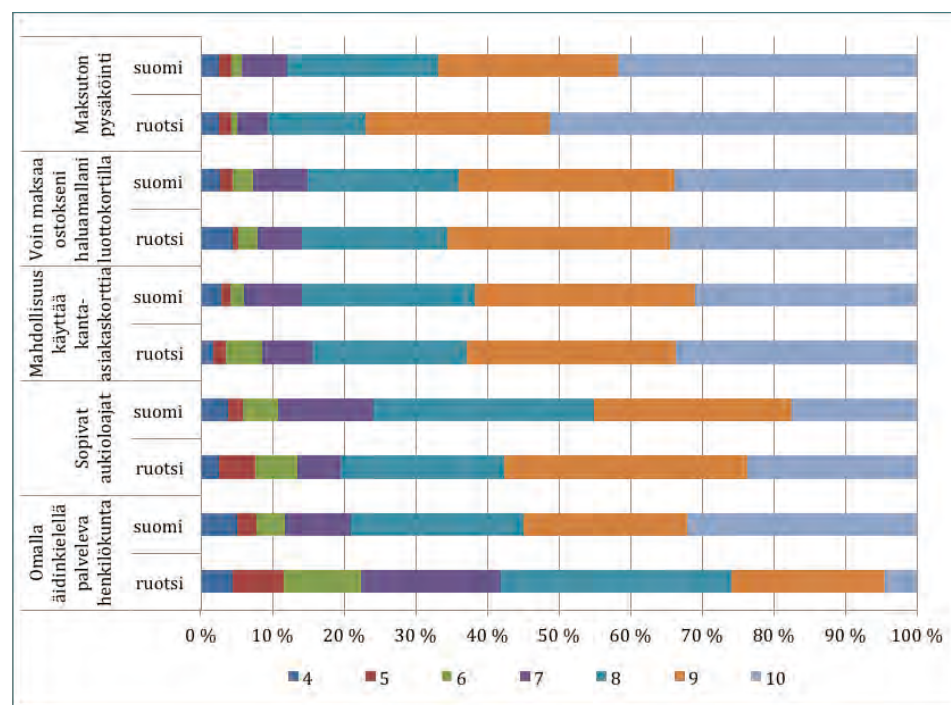


Kuvio 1. Asiointitiheydet Kirkkonummen keskustassa

Kuvio 2. Asiakaskäynnit/vuosi kuudessa eniten käytetyssä keskuksessa. Suhteellinen asiointitiheys tarkoittaa tietyn keskuksen osuutta kuluttajan kaikista asiointimatkoista (ks. esim. Marjanen 1993, 92; 1997, 132)

Taulukko 1. Etäisyydet Kirkkonummen kirkosta (Tallinmäki 1), Veikkolan Turuntien liittymän liikenneympyrästä (Lapinkyläntie 2) ja Masalasta (Tinantie 1) laskettuna. (www.maps.google.com)

	Helsinki Rautatieasema	Iso Omena	Sello	Kirkkonummen keskusta
Kirkkonummen keskusta	31,1 km n. 33 min	19,8 km n. 21 min	30,4 km n. 29 min	
Veikkola	32,5 km n. 30 min	25,5 km n. 16 min	25,5 km n. 20 min	21,5 km n. 23 min
Masala	25,5 km n. 30 min	13,4 km n. 17 min	22,3 km n. 25 min	7,3 km n. 11 min



Kuvio 3. Suomen- ja ruotsinkielisten mielikuvat Kirkkonummesta muiden kuin päivittäistavaroiden ostopaikkana (kouluarvosanoilla 4-10), viisi korkeimman keskiarvon aineistossa saanutta ominaisuutta



Palvelujen saavutettavuus on yksi hyvän ja es-teettömän elinympäristön edellytyksistä (MRL 1999). Yhdyskuntarakenteen hajaantuminen sekä kaupan rakennemuutos luovat haasteita saavutettavissa olevan päivittäistavarakaupan palveluverkon ylläpitämiselle. Kaupan tehokkuuden tavoittelu, autoistuminen sekä muuttuneet kulutustottumukset ovat johtaneet myymäläverkon harvenemiseen ja suuryksiköitymiseen. (PTY 2009.) Kaupunkirakenteeseen on syntynyt palveluaukkoja eli asuinalueita, joilta riittävät päivittäistavarakaupan palvelut puuttuvat. Joidenkin kuluttajien mahdollisuudet saavuttaa tarpeitaan tyydyttävät palvelut ovat hankaloituneet. Saavutettavuudessa koetut hankaluudet voivat liittyä ostosprosessin eri vaiheisiin. Ne voivat johtua fyysisistä, taloudellisista tai henkilökohtaisista tekijöistä. Erityisesti ikääntyminen, pienituloisuus, autottomuus ja liikuntarajoitteisuus voivat olla saavutettavuutta hankaloittavia tekijöitä. (Kohijoki 2008; Whelan et al. 2002; Wilson et al. 2004.) Tulevaisuudessa väestön ikääntyminen nostaa saavutettavuuden entistä tärkeämmäksi kysymykseksi. Peruspalveluihin lukeutuvan päivittäistavarakaupan saavutettavuuden turvaaminen on yhteiskunnallinen tavoite, joka edellyttää eri elämäntilanteissa olevien kuluttajien tarpeiden tuntemista.

Tutkimuksessa tarkasteltiin päivittäistavara-kaupan palvelujen saavutettavuutta. Keskeinen näkökulma oli koettu saavutettavuus, mutta saavutettavuutta käsiteltiin myös fyysisenä etäisyytenä. Saavutettavuutta tarkasteltiin yleisesti pääkaupunkiseudulla sekä Tampereen ja Turun seuduilla. Kuluttajakyselyjen perusteella tarkasteltiin ostopaikan valintaa ja ostokäyttäytymistä sekä saavutettavuudessa koettuja ongelmia. Ikääntymisen ja liikuntarajoitteisuuden vaikutusta palvelujen saavutettavuuteen tutkittiin tarkaste-

lemalla Turun seudulla asuvia yli 65-vuotiaita sekä eri puolilla Suomea asuvia liikuntavammaisia kuluttajia. Lisäksi tutustuttiin saavutettavuutta parantaviin toimenpiteisiin, joihin on ryhdytty Pohjois-Irlannissa erityisesti ikääntyneiden huomioimiseksi vähittäiskaupassa.

PÄÄKAUPUNKISEUTU, TAMPEREEN JA TURUN SEUDUT

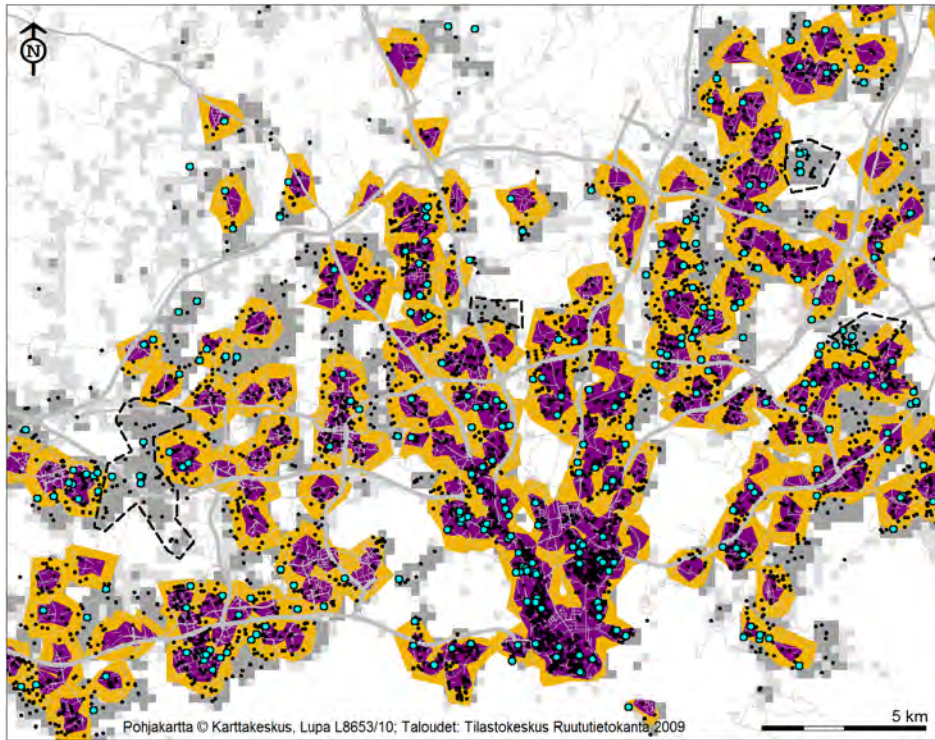
Päivittäistavarakaupan fyysinen saavutettavuus oli kaikilla tarkastelluilla seuduilla hyvä. Palvelut olivat kuitenkin parhaiten saavutettavissa pääkaupunkiseudulla ja huonoiten Turun seudulla. Selviä palveluaukkoja oli vähän, ja ne olivat useimmiten lähiöiden reuna-alueita (kuviot 1,2,3). Vaikka kuluttajilla oli vähintään yksi kauppa kodin lähituntumassa (taulukko 1), harva teki pääasialliset ostoksensa lähikaupassa. Ostopaikan tärkeimmät valintasyynä olivat myymälän sopiva sijainti, ostostenteon nopeus ja helppous, korkealaatuinen ja laaja valikoima. Pääkaupunkiseudulla ja Tampereen seudulla asiointiin useimmiten supermarketissa, mutta Turun seudulla käytetyin kauppatyyppi oli hypermarket. Pääkaupunkiseudulla on muita seutuja enemmän kauppakeskuksia, joten pääkaupunkilaiset myös asioivat enemmän kauppakeskuksissa sijaitsevis- sa päivittäistavarakaupoissa.

Vaikka päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus koettiin hyvänä, pienellä osalla talouksista saavutettavuutta hankaloittivat lähimyymlöiden suppea ja huonolaatuinen tarjonta, tuotteiden löytäminen kaupasta, ostosten kuljettaminen kotiin sekä heikko taloudellinen tilanne. Hankaluudet liittyvät ostostapahtuman eri vaiheisiin, henkilökohtaisiin kulutustapoihin sekä taloudellisiin ja fyysisiin esteisiin. Hankaluuksia kokevat taloudet olivat taustoiltaan erilaisia, mutta keskimääräistä

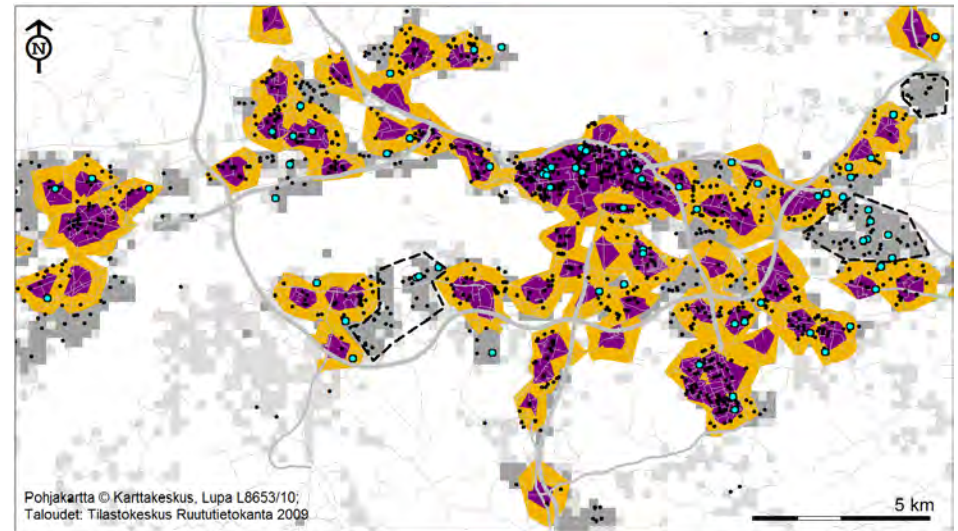
alhaisempi auton käyttömahdollisuus sekä ostosten tekoa hankaloittava sairaus tai vamma korostuivat. Suurin osa talouksista kuitenkin asui palvelujen lähituntumassa, ei palveluaukoissa. Palvelujen saavutettavuus ei välttämättä ole hyvä, vaikka kauppa sijaitseisi kävelyetäisyydellä kodista; palvelujen on myös vastattava kulutustarpeita.

YLI 65-VUOTIAIDEN NÄKÖKULMA TURUN SEUDULLA

Turun seudulla yli 65-vuotiaat kokivat saavutettavuuteen liittyviä hankaluuksia suhteellisesti muita seutuja enemmän. Ikääntyneet kuluttajat asuivat lähellä palveluja (kuvio 4) ja he myös asioivat usein kotiaan lähinnä olevissa myymälöissä (taulukko 1). Lähipalvelujen suosiminen ei kuitenkaan tarkoittanut pienissä kaupoissa asioimista, koska hypermarketit olivat suosituimpia ostopaikkoja. Myymälän valintaan vaikuttavia tekijöitä olivat sen sijainti lähellä kotia, kanta-asiakkuus sekä korkealaatuinen ja laaja tuotevalikoima. Isoissa myymälöissä toimiminen koettiin kuitenkin haastavaksi, koska tuotteita oli vaikea löytää ja henkilökohtaista palvelua ei ollut saatavilla. Merkittävä palvelujen saavutettavuutta heikentävä tekijä oli isojen myymälöiden perhekeskeinen tarjonta. Hankaluuksia aiheutti myös ostosten kuljettaminen kotiin. Ikääntyessä, ja erityisesti autoilun vähentyessä hankaluudet palvelujen fyysisessä saavutettavuudessa lisääntyivät. Taloudelliset esteet eivät sen sijaan korostuneet. Ikääntyminen lisää hankaluuksia saavuttaa palvelut, mutta tutkimus osoitti, että merkittävästi vasta 75 ikävuoden jälkeen. Ikääntyneet kuluttajat pitivät ostoksilla käynnistä ja olivat halukkaita näkemään hieman vaivaa sekä kuluttamaan aikaa ostosten tekemiseen. Ostoksilla käynti nähtiin tärkeänä keinona päästä pois kotinurkista ja ylläpitää sosiaalista elämää.

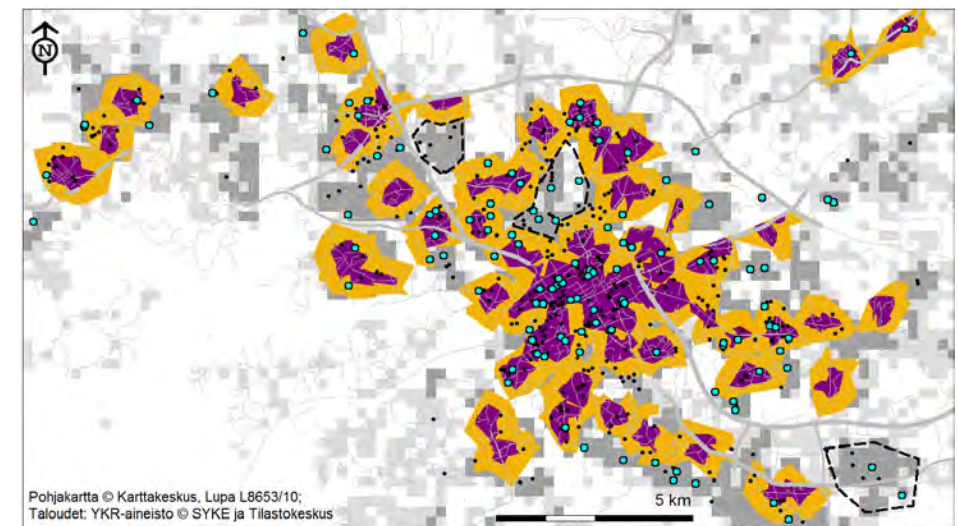


Kuvio 1. Päivittäistavarakaupan saavutettavuus pääkaupunkiseudulla.



Kuvio 2. Päivittäistavarakaupan saavutettavuus Tampereen seudulla.

Kuvio 3. Päivittäistavarakaupan saavutettavuus Turun seudulla.



TUTKIMUSALUEET

Tässä tutkimuksessa pääkaupunkiseudun muodostavat Espoo, Helsinki, Kauniainen ja Vantaa. Tampereen seudun muodostavat Kangasala, Lempäälä, Nokia, Pirkkala sekä Tampere. Turun tutkimusalueeseen kuuluivat vuonna 2006 Aura, Kaarina, Lieto, Masku, Naantali, Nousiainen, Piikkiö, Raisio, Rusko, Turku sekä Vahto.

- kyselyyn osallistunut talous
 - hankaluuksia kokeva talous
- Talouset (250 m X 250 m tilastoruutu)
- talouksia 1-9
 - talouksia 10 tai enemmän
- Päivittäistavarakaupan palvelualueet
- 500 metrin palvelualue
 - 1000 metrin palvelualue
 - esimerkki palveluaukosta

LIIKUNTAVAMMAISTEN KULUTTAJIEN NÄKÖKULMA

Liikuntarajoitteisuus heikensi merkittävästi liikuntavammaisten mahdollisuutta saavuttaa tarpeitaan tyydyttävät palvelut (vrt. Kohijoki 2010a). Vamman laatu ja aste vaikuttivat oleellisesti saavutettavuudessa kohdattuihin ongelmiin. Liikuntavammaiset joutuivat tukeutumaan autoon lyhyilläkin ostosmatkoilla, jolloin kaupan sijainnilla ei ollut suurta merkitystä ostopaikkaa valittaessa. Eläminen autottomassa yhdyskuntarakenteessa olisi haasteellista, koska julkinen liikenne oli monen liikuntavammaisen saavuttamattomissa.

Kauppan suuryksiköitymisen sekä esteettömyyslakien seurauksena tehtyjen parannusten on havaittu helpottaneen liikuntavammaisten ostostentekoa (Bromley & Matthews 2007). Esteettömyys on parhaiten huomioitu kauppakeskuksissa ja hypermarketeissa, mutta etenkin hypermarketeissa liikuntavammaiset eivät viihtyneet. Palvelujen saavutettavuus ei siten ole vain rakennusteknistä esteettömyyttä, koska isot myymälätilat väentungoksineen tekivät ostosten tekemisen epämiellyttäväksi. Merkittävin este, jonka liikuntarajoitteisuuden koettiin aiheuttavan, oli muiden asiakkaiden ennakkoluulot ja asenteet. Liikuntavammaiset asioivat mieluiten pienemmissä myymälöissä, joissa he kokivat saavansa palvelua ja pystyivät paremmin hallitsemaan myymälätilan. Vaikka pienissä myymälöissä asiointi oli fyysisesti vaikeampaa, hankaluudet oltiin valmiita kohtaamaan. Tutkimukseen osallistuneet liikuntavammaiset kuitenkin toivoivat ostosten tekemisen helpottavien järjestelyjen, kuten pakkaus- ja kotiinkuljetuspalvelujen kehittämistä. Kauppakeskuksia ei koettu hyviksi päivittäistavaroiden ostosympäristöiksi, mutta ne nähtiin kuitenkin

tärkeinä erikoiskaupan ja julkisten palvelujen saavutettavuuden vuoksi. Erityisesti kauppakeskuksiin toivottiin liikkumista helpottavien apuvälineiden lainausmahdollisuutta.

Hankaluuksista huolimatta liikuntavammaiset olivat tyytyväisiä tapaan, jolla suomalaisen päivittäistavarakauppa heidät huomioi. He olivat kuitenkin huolissaan tulevaisuudestaan ja erityisesti tilanteesta, jossa autoa ei enää pystytä itse ajamaan ja arjen rutiineista selviytyminen jää lähipiiriin tai yhteiskunnan varaan.

PALVELUJEN SAAVUTETTAVUUDESTA POHJOIS-IRLANNISSA

Samoin kuin Suomi, Pohjois-Irlanti on harvaan asuttu alue, jossa saavutettavissa olevaa myymäläverkkoa on vaikea ylläpitää. Kaupan rakenne on muuttunut uusien ketjujen asettauduttua kaupunkien reunamille ja erityisesti ikääntyvän väestön suosimien itsenäisten erikois- ja pienmyymälöiden vähennyttyä keskustoista (Mintel 2008). Ikääntyneiden kuluttajien ostoskokemukset ovat samansuuntaisia kuin Suomessa (Kohijoki 2010b). Kuluttajien kohtaamat hankaluudet liittyvät kauppamatkoihin ja kaupassa asioimiseen (Meneely et al. 2009). Pohjois-Irlannissa onkin panostettu varsin paljon myymälöiden esteettömyyteen ja palvelujen saavutettavuuteen.

Pohjois-Irlannissa toimii valtakunnallinen Shopmobility-avustusjärjestön ylläpitämä palvelu, jonka apuvälineitä lainaavia palvelupisteitä on eri puolilla kaupunkia, kauppakeskuksissa sekä vapaa-ajanviettopaikoissa. Palvelu on siten helposti saavutettavissa. Palvelujen saavutettavuutta on parannettu myös kauppiaslähtöisesti. Suurimpien ketjujen kauppiaat tarjoavat kuljetuksia keskustojen ulkopuolella sijaitseviin suurmyymälöihinsä.

Palvellakseen myös keskustassa liikkuvia, erityisesti pieniä talouksia, ketjut ovat laajentaneet toimintansa convenience-myymlöihin. Myös sähköiseen päivittäistavarakauppaan on panostettu, vaikka päivittäisten ostosten tekeminen verkon kautta on vielä monelle kuluttajalle vierasta. Lisäksi harva asutus luo oman haasteensa verkkokaupan tuottavuudelle. Tästä huolimatta suurimmilla ketjuilla on sähköinen kauppa, koska se nähdään tärkeänä osana asiakaspalvelua ja palvelujen saavutettavuutta. (Mintel 2008; 2009.)

Esteettömyyslakien mukaisesti on huolehdittu, että myymälöissä ovat asiaan kuuluvat paikoitusalueet, sisäänkäynnit ja WC-tilat. Myös hyllyjen, vaakojen, ostoskärryjen korkeuteen ja riittäviin levähdyspaikkoihin on kiinnitetty huomiota. Nämä asiat on huomioitu myös monessa suomalaisessa päivittäistavarakaupassa. Jotta myymälässä toimiminen helpottuisi, kauppiaiden on panostettava enemmän henkilökohtaiseen palveluun.

Eräs pohjoisirlantilainen kauppias on pyrkinyt toteuttamaan asiakkaidensa toiveet ja lisännyt henkilökuntaa auttamaan ostosten keräämisessä, pakkaamisessa ja kantamisessa autoon. Myymälän edustalla ovat inva-paikoituksen lisäksi erilliset parkkiruudut senioriasiakkaille. Kauppias tarjoaa myös ostos- ja kotiinkuljetuspalveluja nimellishintaan. Eryistä kiitosta kauppias on saanut yksikkötarjouksistaan ”osta-3-maksa-2”-tarjousten sijasta. Tarjoukset ovat siten kaikkien talouksien saavutettavissa. Kauppias kokee ikääntyviin asiakkaisiinsa panostamisen yhteiskunnallisesti tärkeänä, mutta myös tuottoisana liiketoimintana.

Palvelujen hyvä saavutettavuus on sekä niiden tarjoajien että käyttäjien etu.

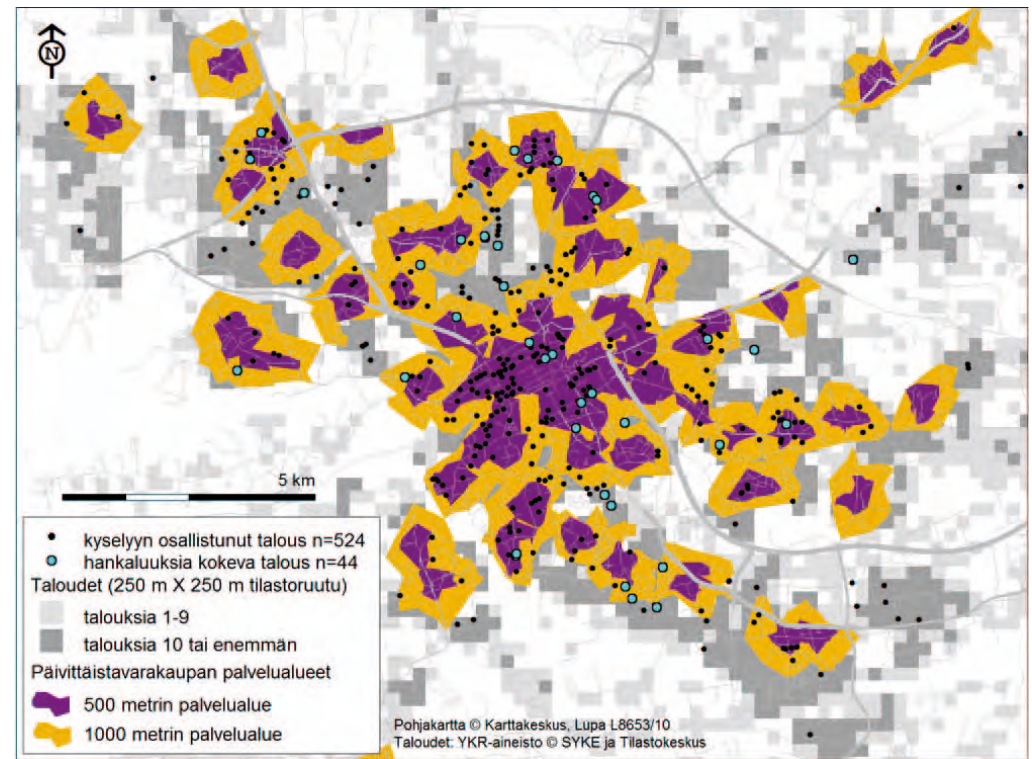


Kuva: Anna-Maija Kohijoki

AINEISTOT JA MENETLMÄT

Tutkimusaineiston muodostavat pääkaupunkiseudulla ja Tampereen seudulla vuonna 2009 kerätty kotitalouskysely (KOKKKA) sekä Turun seudulla toteutettu Mylly-tutkimuksen (2006) kotitalouskysely ja Suomen Nivelyhdistys ry:n liikuntavammaisille jäsenille suunnattu kysely. Analyysimenetelmiä olivat tilastopohjaiset frekvenssianalyysit sekä paikatietopohjaiset palvelualue- ja verkostoanalyysit.

Taulukko 1. Tutkimukseen osallistuneet talouset, päivittäistavaroiden ensisijaiset ostopaikat sekä myymälöiden fyysinen saavutettavuus.



Kuvio 4. Päivittäistavarakaupan saavutettavuus Turun seudulla: yli 65-vuotiaat talouset.

	kaikki talouset						hankaluuksia kokevat talouset				65+ talouset			
	PKS N=4582		Tre N=1712		Tku N=2098		PKS N=305		Tre N=87		Tku N=145		Tku N=524	
asuu 500 metrin palvelualueella (%)	56	44	39	55	38	40	44							
asuu 1000 metrin palvelualueella (%)	85	75	68	83	67	66	75							
tekee pt-ostokset ensisijaisesti (%)	tp	vp	tp	vp	arki	vl	tp	vp	tp	vp	arki	vl	arki	vl
hypermarketissa (>2500m ²)	22	33	31	45	40	56	20	35	25	45	37	49	45	44
supermarketissa (400-2500m ²)	52	45	49	40	33	29	48	39	59	34	32	32	39	42
valintamyymälässä (<400m ²)	25	17	20	14	18	10	31	19	16	18	20	9	14	11
jossain muussa paikassa	1	5	0	1	9	5	1	7	0	3	11	10	2	3
ensisijaisesti käytetyin pt-kauppa sijaitsee kauppakeskuksessa (%)	29	39	7	6	6	15	30	40	4	4	4	10	7	10
tekee ostokset kotia lähinnä sijaitsevassa pt-kaupassa (%)	30	20	21	16	27	16	29	17	19	21	33	12	30	25
yhdensuuntainen kauppamatka (M d,km)	1,2	1,7	1,9	2,4	1,7	2,7	1,3	2	2,6	2,7	1,4	2,9	1,3	1,4
käyttää autoa ostosmatkoilla usein tai lähes aina (%)	55	61	67	71	70	74	46	55	66	72	56	56	64	57

PKS = pääkaupunkiseutu, Tre = Tampereen seutu, Tku = Turun seutu

tp = työpäivä, vp = vapaapäivä
 arki = arkipäivä, vl = viikonloppu

Verkostokaupunki ymmärretään useiden erilaisien verkostojen, kuten mm. infrastruktuuriverkostojen, toiminnallisten verkostojen sekä sijaintiverkostojen muodostamana kokonaisuutena, jossa perinteinen pääkeskuksen ja eri tasoisten alakeskusten muodostama hierarkkinen rakenne on muuntunut erikoistuneiden keskusten moninaiseksi rakenteeksi. Tutkimusosiossa tarkastellaan fyysisen tilan muodostaman rakenteen ominaisuuksia seutu- ja aluetasoilla kaupunkimorfologisen verkostanalyysin menetelmin.

SAAVUTETTAVUUS VERKOSTORAKENTEESSA

Teiden ja katujen muodostama verkosto on keskeisin kaupunki- ja seututasoinen tilarakenne, joka muodostaa kehysten yksilöiden toiminnalle ja liikkumiselle sekä määrittää alueiden ja sijaintien keskinäiset tilalliset suhteet. Tutkimuksen ensimmäisessä vaiheessa arvioitiin kauppa-keskusten saavutettavuutta ja sijaintien keskeytyttä tieverkoston ominaisuuksiin perustuvalla analyysimenetelmällä. Menetelmä tarkastelee liikenneverkostoa topologisena verkostona, jossa risteysten välisten tieosuuksien, tiesegmenttien (verkoston linkkien) keskimääräinen etäisyys muista tiesegmenteistä kuvaa sijaintien keskeytyttä tietyssä naapurustossa. Naapuruston sädetä muuttamalla voidaan arvioida tiesegmenttien suhteellisen saavutettavuuden muutosta ja keskeisien sijaintien muutosta, kun verkostossa liikkuvan toimijan liikkumissäde muuttuu.

Pääosa kauppa-keskuksista on suhteellisen hyvin saavutettavissa ja integroituneita seudullisessa liikkumismittakaavassa: ne sijoittuvat hyvin tai erittäin hyvin saavutettaviin sijainteihin. Lähiliikkumisen mittakaavassa kauppa-keskukset sijoittuvat useimmiten keskitasoisen tai heikon saavutettavuuden sijainteihin. Yhtä kauppa-kes-

kukselle tyyppistä saavutettavuuden profiilia ei kuitenkaan voida määrittellä, vaan joukosta löytyy myös lähietäisyyksillä hyvin saavutettavia kauppa-keskuksia kuten esimerkiksi Espoontori ja Kolumbus. Keskipitkillä etäisyyksillä hyvin saavutettavaa tyyppiä edustavat Helsingin ydinkeskustan kauppa-keskukset Kamppi ja Kluuvi.

Kaupunkiseutujen välillä voidaan havaita rakenteellisia eroja: Turun kaupunkiseudulla hyvän saavutettavuuden alueet muodostavat erityisesti keskipitkillä etäisyyksillä yhtenäisemmän vyöhykkeen kuin pääkaupunkiseudulla tai Tampereen kaupunkiseudulla. Lisäksi Turun ydinkeskusta näyttäisi olevan hyvin saavutettava myös seudullisessa liikkumismittakaavassa, toisin kuin Helsingin ja Tampereen ydinkeskustat.

VERKOSTON POTENTIAALIT

Potentiaalin määrittämiseen verkostoympäristössä käytettiin menetelmää, joka on verrattavissa perinteisiin maantieteessä käytettyihin potentiaalimalleihin. Potentiaaliansalyysien perusteella voidaan arvioida kauppa-keskusten sijaintia suhteessa siihen väestö- tai työpaikkamäärään, joka kustakin verkoston osasta on saavutettavissa.

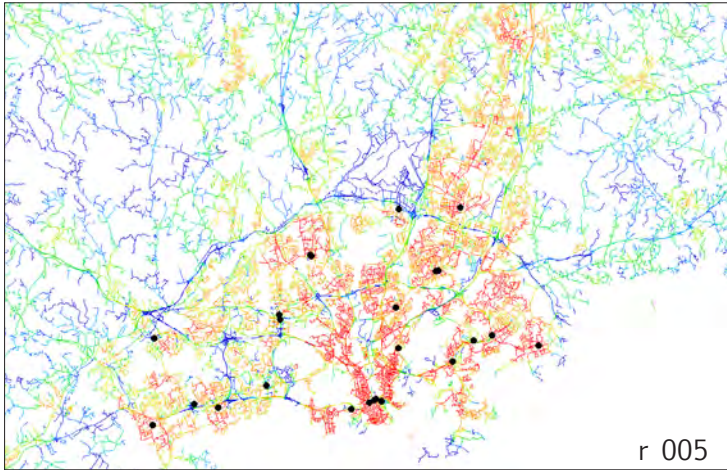
Pääkaupunkiseudun osalta analyysien perusteella voidaan todeta, että suurin osa kauppa-keskuksista sijoittuu välittömässä tai lähinaapurustossaan suhteellisen hyvin väestöpotentiaalin huippukohtiin. Kun naapuruston kokoa asteittain kasvatetaan laajempaan liikkumisen mittakaavaan, osa kauppa-keskuksista sijoittuu väestöpotentiaaliltaan heikommille verkoston osille. Esimerkiksi pääkaupunkiseudulla väestöpotentiaalin huippuarvot sijoittuvat verkoston itä- ja koillisosiin, kun taas lännessä matala potentiaali jää hallitsevaksi.

Näiden potentiaalin huippuarvojen sijoittuminen lähestyy parhaimmin saavutettavia verkoston osia, kun liikkumissädettä kasvatetaan seudulliseen mittakaavaan, ts. verkoston rakenteella on sitä suurempi merkitys mitä laajempaa liikkumisen mittakaavaa tarkastellaan. Tarkempi käsitys kutakin kauppa-keskusta ympäröivästä asukaspotentiaalista saadaan asukaspotentiaaliprofiilien avulla. Potentiaaliprofiileja tarkasteltaessa jako keskusta-, aluekeskus- ja kehätyyppisiin ei ole yhtä selvä kuin tarkasteltaessa puhtaasti saavutettavuusprofiileja. Kunkin kauppa-keskusten potentiaaliprofiilien avulla voidaan yksilöllisesti tarkastella niiden lähinaapurustossa saavutettavissa olevia asukas- ja työpaikkamääriä sekä arvioida lähiympäristön kehittämistoimenpiteiden hyödyllisyyttä ja etäisyyksiä, joille kehittämistoimenpiteet tulisi keskittää.

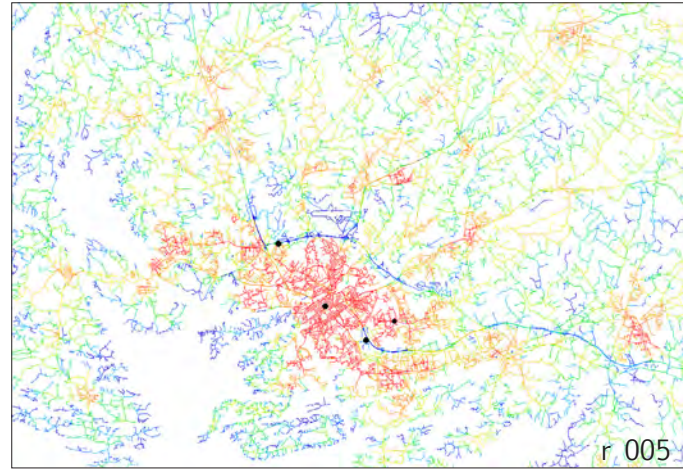
Kauppa-keskusten lähinaapurustojen hyvä väestöpotentiaali antaa otolliset lähtökohdat sellaisille kestäväälle kehitykselle tukeville rakenteellisille ratkaisuille, joiden avulla pyritään kasvattamaan kevyen liikenteen osuutta asiointiliikenteestä tai pyrkimyksiä motivoida asukkaita käyttämään lähinaapurustonsa kauppa-keskuksia. Ratkaisemalla paikallisen tason integraatioon liittyviä ongelmia voidaan tätä väestöpotentiaalia hyödyntää tehokkaammin.

Paikallisen tason integraatiota tarkasteltiin tutkimusosiossa analysoimalla kauppa-keskusten asemaa myös suhteessa rakennuskannasta koostuvaan kaupunkikudokseen, fyysisinä tiloina ilmeneviin asukkaiden sekä toimitilojen ja työpaikkojen tiheyksiin. Tiiviissä kaupunkirakenteessa kauppa-keskusten monipuolinen integroituminen on luontevinta. Lähiympäristön kehittämistoimet ovat hienovaraisia, koska välitön ympäristö tarjoaa runsaasti potentiaalia, esimerkiksi liikenne-

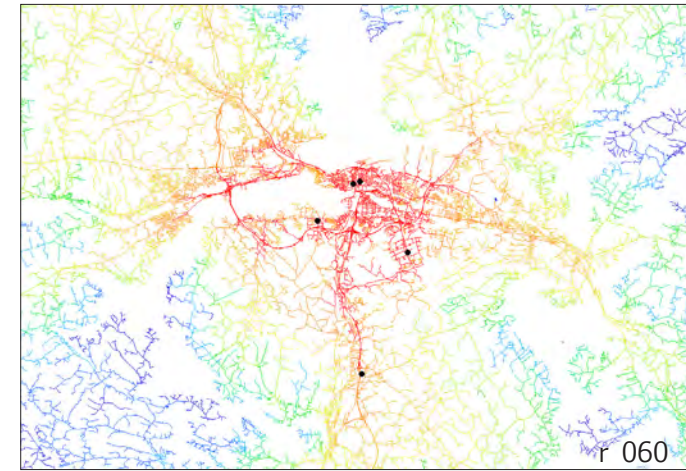
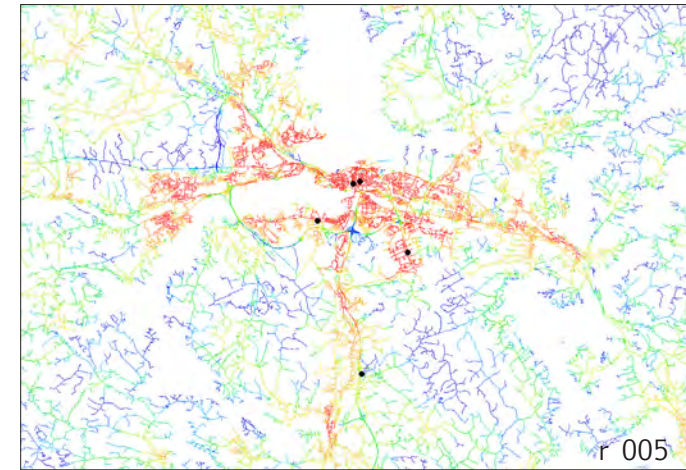
Helsinki



Turku



Tampere



Kuva 1. Asukaspotentiaalin jakautuminen tieverkolla lähinaapurustossa (r005) ja seudullisella tasolla (r060) Helsingin, Turun ja Tampereen kaupunkiseuduilla. Kauppakeskukset merkitty mustin pistein (Pohjakartta © Kartta-keskus, Lupa L8653/10).



suuri potentiaali

pieni potentiaali

virtoja ja virikkeellisiä kevyen liikenteen reittejä. Aluekeskuksissa paras integroitumisen taso on saavutettu niiden kauppakeskusten osalta, jotka sijoittuvat toimitila- ja asumistihentymien yhtymäkohtiin. Toiminnallinen monipuolisuus tarjoaa mahdollisuuksia myös monipuolisempiin tilallisiin ratkaisuihin, joiden avulla kauppakeskusta ja sen ympäristöä voidaan kehittää. Haastavimpia integroitumisen kannalta ovat yksipuolisen aluerakenteen tai mittakaavaltaan pienipiirteisen rakenteen ympäröivät, kehä- ja sisääntuloväylien välittömään läheisyyteen sijoittuvat tai tihentymien muodostamasta rakenteesta saarekemaisesti irrallaan olevat kauppakeskukset. Näiden kauppakeskusten paremman integraation saavuttamiseksi tulisi kaupunkirakenteellisten tilaratkaisujen ja joukkoliikenteen kehittämisen keskittyä ylittämään infrastruktuurin tai mittakaavallisten erojen synnyttämiä estevaikutuksia. Estevaikutuksia vähentäviä tai poistavia rakenteita voivat olla esimerkiksi tieinfrastruktuurin ylittävät sillot ja muodostavat kansirakenteet tai rakennukset, joissa taataan virikkeellinen kevyen liikenteen ympäristö. Mittakaavallisten erojen – esimerkiksi rakennuskannaltaan pienirakeisen pientaloalueen ja suuren yhtenäisen kauppakeskusrakennuksen - synnyttämiä estevaikutuksia voidaan puolestaan vähentää tukemalla mittakaavaltaan monipuolisempien toimintojen sijoittumista kauppakeskukseen läheisyyteen. Tällöin pystytään suurien liikennevirtojen hajauttamalla, katutilojen ja julkisia tiloja määrittelemällä luomaan kaupunkitilaa, joka mahdollistaa useampien toiminnallisten elementtien rinnakkaiselon.

LOPUKSI

Tutkimuksessa hyödynnettyjen ja kehitettyjen morfologisen verkostoaanlyysin työkalujen ja menetelmien avulla voidaan olemassa olevan

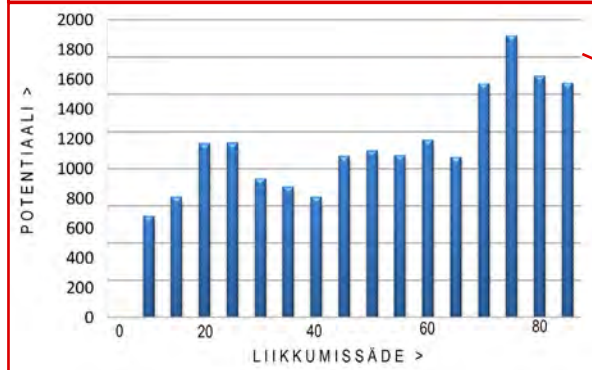
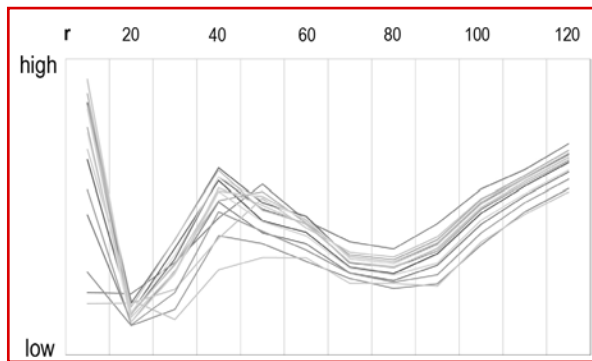
tilanteen lisäksi arvioida ja tuottaa tietoa suunnitteilla olevista hankkeista.

Morfologinen verkostoaanlyysi tuottaa tietoa kaupungin fyysisestä tilarakenteesta siten, että voidaan arvioida yksittäisten sijaintien tai osakokonaisuuksien asemaa suhteessa muuhun rakenteeseen. Määrittämällä paikkojen suhteellinen asema tietyn verkoston ominaisuuden perusteella voidaan arvioida yksittäisten sijaintien keskeyttä tai periferisyyttä, joka puolestaan vaikuttaa verkostoa käyttävien toimijoiden päätöksiin esimerkiksi sijoittumisen tai liikkumisen suhteen.

Tietoa kauppakeskusten saavutettavuudesta verkostorakenteessa voidaan hyödyntää parannaessa niiden tilallista ja toiminnallista integraatiota ympäristöönsä. Kattava saavutettavuus monipuolisesti eri liikennemuodoilla on edullista sekä kauppakeskukselle että yhteiskunnalle. Se tarjoaa mahdollisuuksia valita ekologisesti kestävämpiä liikkumismuotoja joustavammin jo nykyisessä toimintaympäristössä ja puolestaan pidemmällä tähtäimellä tulevaisuutta arvioitaessa se auttaa varautumaan esimerkiksi energian hinnasta tai teknologisesta kehityksestä syntyviin liikkumismuotojen ja -käytäntöjen muutoksiin. Tieverkon säilyminen keskeisenä liikkumisen infrastruktuurina on kuitenkin todennäköistä. Saavutettavuusprofiilin avulla voidaan tunnistaa yksittäisen kauppakeskuksen, jo olemassa olevan tai suunnitteilla olevan, asema kaupunkirakenteessa liikkumisen eri mittakaavatasoilla.

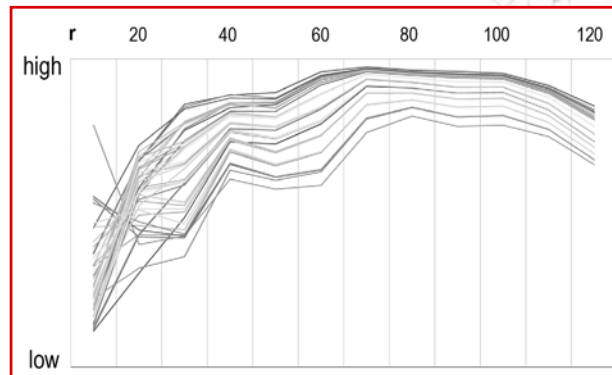
Yksittäisen kauppakeskukseen liittyvää joukkoliikenteen palvelutarjontaa tulisi kehittää erityisesti mittakaavatasoilla, joilla kyseisen sijainnin tieverkon rakenteeseen perustuva saavutettavuus on heikko. Maankäytön suunnittelun näkökulmasta uusien kauppapaikkojen sijaintia voidaan arvi-

oida tarkastelemalla niiden suhteellista asemaa sellaisilla liikkumisen mittakaavatasoilla, joilla kestävä kehitys tukevat liikennemuodot toimivat. Toiminnallisen integraation kannalta voidaan saavutettavuusprofiilia hyödyntää esimerkiksi päätöksenteon tukena suunniteltaessa minkä mittakaavatason julkisia palveluita kauppakeskuksen yhteyteen on luontevinta sijoittaa.

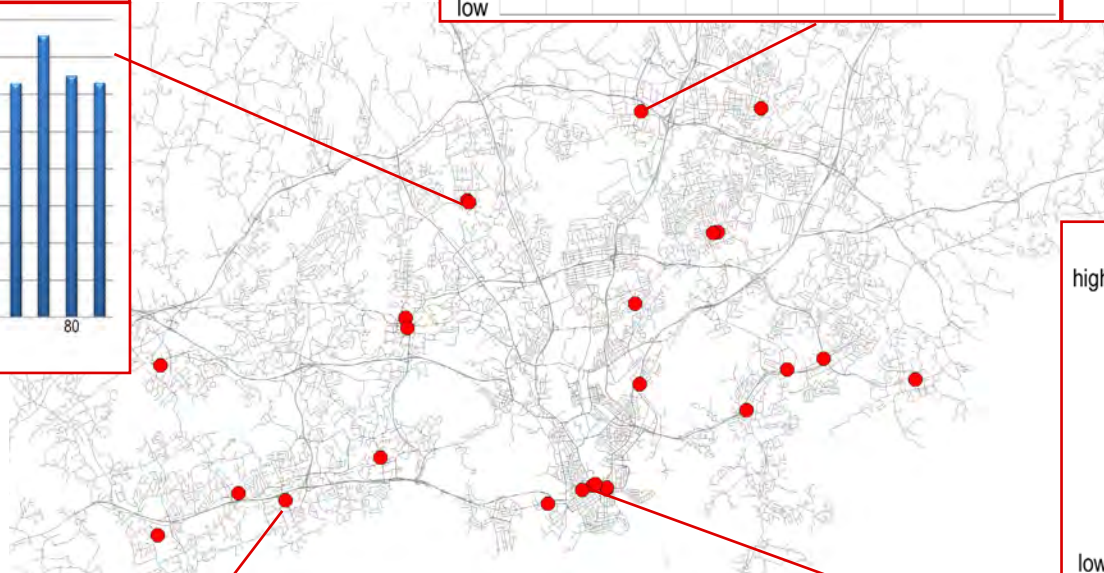
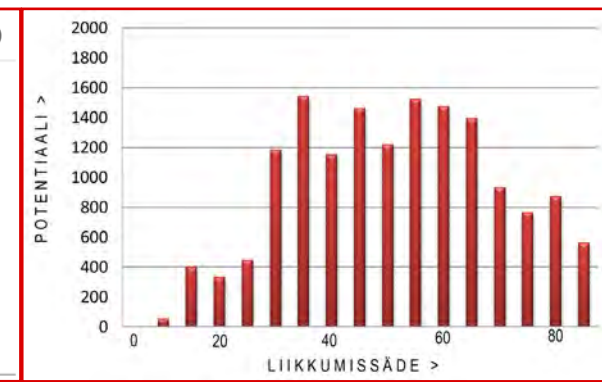
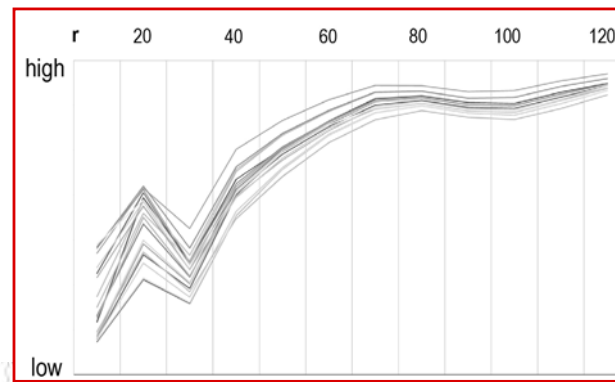


Myyrmanni

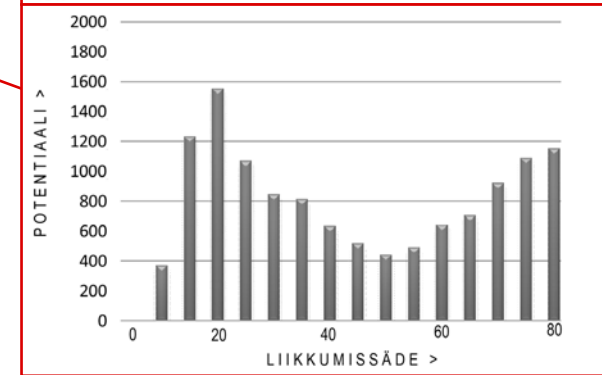
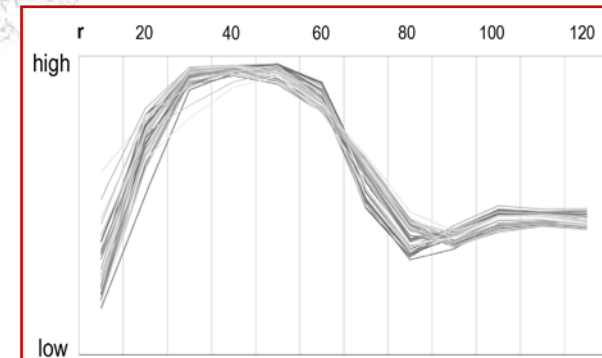
Iso Omena



Jumbo



Kamppi



Pohjakartta © Karttakeskus,
Lupa L8653/10

Kuva 2. Esimerkkejä pääkaupunkiseudun kauppakeskusten saavutettavuusprofileista sekä asukaspotentialiprofileista. Saavutettavuusprofiilit kuvaavat kauppakeskuksen suhteellisen aseman koko tieverkostoon nähden: tarkasteltavaa liikkumissädettä kuvaava naapuruston koko ($r=20, 40, \dots$) kasvaa x-akselilla oikealle, saavutettavuus on sitä parempi mitä ylempänä (high) käyrästä kulkee. Asukaspotentialiprofiilit kuvaavat kauppakeskuksesta saavutettavaa asukaspotentialia eri etäisyyksillä.

Kaupunkirakenteen läpikuljettavuus, kytkettyneisyys ja monimuotoisuus luovat potentiaaleja käyttäjävirroille ja toimintojen kasautumiselle. Integroivalla suunnittelulla pyritään parantamaan näitä ominaisuuksia eri mittakaavatasoilla. Palvelut tukeutuvat nykyisin pitkälti saavutettavuuteen autolla. Jotta kauppakeskuksen lähialueen väestöpotentiaali olisi hyödynnettävissä kestäväällä tavalla (ks. Iltanen), lähiympäristön suunnitteluratkaisujen tulee luoda yhteyksiä ja edistää ympäristön käyttöä myös kävellen ja polkupyörällä. Esitetään tilallisia ratkaisuja, joiden avulla lähimittakaavatasolla lisätään kauppakeskuskäytön elävyyttä ja houkuttelevuutta jalankulkuympäristönä sekä siten mahdollistetaan kevyen liikenteen virtoja.

KAUPPAKESKUKSEN TYPIN MUOTOUTUMISPERIAATTEET

Pystyäksemme löytämään tapoja kauppakeskukseen integroimiseksi ympäristöönsä, on ymmärrettävä tyypin muotoutumisperiaatteita, jotka ehdollistavat sen suhdetta kaupunkitilaan. Rakennustyyppit edustavat käyttäjävirtojen ja toimintojen suhdetta eri mittakaavatasoilla sekä rakennuksen suhdetta kaupunkikudokseen, mm. rakennuksen ja katutilan suhdetta (Caniggia & Maffei 2001). Rakennustyyppit edustavat myös laajempia aikaan sidottuja yhteiskunnallisia ja kulttuurisia kehityskulkuja.

Kauppakeskustyyppin synty Yhdysvalloissa 1950-luvulla liittyi ekspansiivisen esikaupungistumisen, infrastruktuurin rakentamisen ja kuluksen lisääntymisen vauhdittamiin muutoksiin kaupungin muodossa. Kauppa hyödynsi uusien kuluttajien ostopotentiaalin ja moottoritieverkoston tuottamat saavutettavuusedut kehittämällä autoille asiakkaille suunnattuja palvelukon-

septeja. Ostoskeskukset ja katetut kauppakeskukset (*enclosed mall*), joihin esikaupunkien kaupalliset palvelut keskitettiin, olivat modernin autokaupungin vastineita keskustan kauppa-kuille. Kaupungin laidalla kuitenkin keskustoille ominainen kadun ja kaupan suhde sekä kadun rooli kulkumuodot yhdistävänä tilana murtui, kun katu muuttui ajoväyläksi. Autoliikenteen ja jalankulun virrat erotettiin toisistaan funktionalististen suunnitteluperiaatteiden mukaisesti. Ostostenteko siirtyi katutilasta saarekemaisen ostoskeskittymien ”sisäkauduille”, jotka eivät kutoneet katuverkon tavoin kaupunkirakennetta yhteen. Näin uudessa tyyppissä yhdistettiin hyvä saavutettavuus autolla ja kävely-ympäristö tehokkaasti ja miellyttävästi. Kauppakeskukseen sisälle luotiin ympäröivästä kaupungista erotettu ostoskaupunki, jota pysäköintikentät ympäröivät ja johon pääsy autolla oli helppoa laajalta alueelta. Saavutettavuus lähiympäristöstä jalan oli kuitenkin huono, sillä liikennejärjestelyt eristivät kauppakeskukset lähialueesta.

Kauppakeskukseen sisällä pyrittiin tuottamaan asiakasvirtojen ohjailuun säätelemällä liikkumista ja näkyvyyttä tilojen ja toimintojen sijoittelulla. Tavoitteena oli ankkuriliikkeiden avulla ohjata asiakasvirtoja kulkemaan kaikkia liiketiloja hyödyttävästi. Asiakkaiden luontaiset kulkutavat vaikuttivat tilasuunnitteluun, liikkeiden välisiin etäisyyksiin ja kerroskorkeuteen. Oleskeluun tarkoitetuilla sisäaukioilla virkistyspalveluineen saatiin asiakkaat viettämään enemmän aikaa kauppakeskukseen sisätiloissa. (Maitland 1990). Erilaiset kauppakeskukseen alatyypit ja muodot muuntelevat yhä tätä periaatetta. Kun kauppakeskukseen alettiin rakentaa myös keskustoihin, niiden integroitumisen ongelmana oli juuri asiakasvirtojen keskittämisestä sisäkäytävälle johtuva puutteellinen avautuminen kaupunkitilaan. Tyy-

pin saarekemaisuus ja sulkeutuneisuus ulospäin ovat ongelmallisia ympäröivän kaupunkitilan elävyyden ja integroitumisen kannalta. Asiakkaiden kulkutavoista johtuu, että kauppakeskus on myös tyyppillisesti suurirakeinen, enemmän horisontaali kuin vertikaali. Suuri raekoko huonontaa kaupunkikudoksen läpikuljettavuutta kauppakeskukseen ollessa suljettuna.

KAUPPAKESKUSTEN INTEGRAATIO LÄHIYMPÄRISTÖÖN

Kohdeanalyysien avulla havainnoitiin erityyppisten kauppakeskusten suhdetta lähiympäristöön. Havaintoja käytettiin eri sijaintityyppien integraatioperiaatteiden pohjaksi. Tavoitteena oli löytää keinoja, joilla voitaisiin vahvistaa kauppakeskukseen saavutettavuutta ja hahmotettavuutta sekä lisätä monimuotoisuutta. Kauppakeskukseen on tapana luokitella mm. konseptien, asiakaskunnan, palvelumuodon ja sijainnin mukaan (Guy 1998). Sijainnin mukainen luokittelu on morfologisesti perusteltua, koska se viittaa toistaiseksi erilaisiin kaupunkitilallisiin lähtökohtiin.

Viidestä kohteesta, jotka edustivat keskustassa, aluekeskuksessa ja kehällä sijaitsevaa tyyppiä (Koskikeskus ja Duo, Tampere; Skanssi, Turku; Iso Omena ja Jumbo, pääkaupunkiseutu) laadittiin morfologinen analyysi. Sen avulla arvioitiin kauppakeskukseen ja sen naapuruston toimintojen jakautumista, liikenneverkostoa, kaupunkikudoksen rakeisuutta sekä reittien ja tilojen avautumista ulkotiloihin. Lisäksi mitattiin saavutettavuutta suhteessa näkyvyyteen l. integraatiota rakennuksen sisällä ja sen lähiympäristössä (isovist-metodi). Huomioita tehtiin myös muista kohteista (mm. Kamppi, Helsinki; Sello, Espoo; Hansa, Turku; Mylly, Raisio).

Keskustoissa kauppakeskusten ongelmana on seudullisen saavutettavuuden ja pienimittakaavaisen keskustarakenteen yhteentörmäys, joka ilmenee katujen ruuhkautumisena sekä kaupunkikuvaan ja -kudokseen sopimattomina massoittelu- ja liikennejärjestelyinä ja muutoksina katuverkon kaupallisessa hierarkiassa. Kevyen liikenteen verkosto on tihein ja kytkeytynein keskustoissa ja kulkee autoliikenteen rinnalla; vaihtoehtoisia reittejä on helppo valita. Kauppakeskus liittyy luontevasti kävelykeskustan avointen ja katettujen tilojen verkostoon. Keskustan kauppakeskuksia tulisi kehittää ensijaisesti joukko- ja kevyen liikenteeseen tukeutuvaksi, sillä keskustatyypeissä päivittäistavaroiden myynti ei ole keskeistä. Osana laajempaa katuverkkoa kauppakeskuksen pitää mahdollistaa esteetön läpikulku kaikkina vuorokaudenaikoina.

Keskustoissa kauppakeskukset liittyvät ympäristönsä monipuoliseen ja vetovoimaiseen palvelutarjontaan. Liikkeet avautuvat pääsääntöisesti kadulle eivätkä muodosta siten sulkeutunutta julkisivua. Kuitenkin asiakasvirtojen siirryttyä kadulta kauppakeskuksen sisäkäytävälle liikkeiden kadunpuoliset sisäänkäynnit suljetaan helposti tarpeettomina. Puutteellinen avautuminen heikentää kadun houkuttelevuutta liikkumisympäristönä ja siten lähikatujen kaupallista elävyyttä. Etenkin silloin, kun kauppakeskus sijoitetaan samansuuntaiseksi kadun kanssa, kadun suosio laskee (Maitland 1990). Sen sijaan korttelin poikki sijoitettu kauppakeskus lisää kaupunkitalan läpäisevyyttä (kuten pasaasit). Kadun puolelle tulee sijoittaa myyntitiloja tai ravintoloita, joissa on tiheä asiakasvaihtuvuus eikä tarvetta kulkea sisätilojen kautta. Visuaalinen yhteys sisältä ulos on usein heikko, vaikka kauppakeskus sijaitsee keskustassa keskeisellä paikalla (esim. Koskikeskus, Kamppi). Koska kauppakeskus pyr-

kii olemaan keskustan kohtaamispaikka, kaupunkinäkyvät tulisi hyödyntää kahviloiden ja ravintoloiden sijoittelussa.

Aluekeskusten ongelmat ovat palvelurakenteen yksipuolisuus ja tilallinen hajanaisuus. Aluekeskukset palvelevat sekä kauempaa tulevia että lähialueen asukkaita. Kauppakeskuksen riippuvuus suurista liikennevirroista johtaa sijoittumiseen helposti ruuhkautuviin alueellisiin liittymiin. Aluekeskusten ympärillä väylät ovat usein leveitä ja vilkasliikenteisiä. Pysäköinti on toteutettu rakenteellisena, parkkitaloin sekä kellari- ja kattoparkkeina. Maantasopaikkoja on marketasiakkaille.

Tiet ja pysäköintitilat katutasossa muodostavat jalankulkijoille ikävää ja turvatonta lähiliikkumisympäristöä (vrt. Kuoppa s. 38-41) ja estevaikutuksen kauppakeskuksen ympärille.

Katutilan elävyyttä heikentää myös se, että myymälöiden ikkunat on usein peitetty ja sisäänkäynnit kadulta liikkeisiin suljettu. Kauppakeskusten palvelutaso on suhteellisen monipuolinen, mutta niiden ympäristössä se on puutteellinen. Kadunvarsia ei ole nähty potentiaalisiksi liikepaikoiksi, liiketiloja ei ole tai ne ovat muussa käytössä. Tämä kertoo kaupallisen vyöhykkeen epäjatkuvuudesta, asiakasvirtojen puuttumisesta



Kuva: Annuska Rantanen

Kuva 1. Kauppakeskus Duo Tampereen Hervannassa integroituu lähiympäristöön hyvin. Vanha ostoskeskus muodostaa v. 2007 rakennetun kauppakeskuksen ytimen. Kulkumuodot ovat tasapuolisesti edustettuna, kauppakeskus toimii yhdistävänä reittinä ja osa liikkeistä avautuu katutilaan. Bussipysäkit sijaitsevat sisäänkäyntien edessä ja ajohidasteet helpottavat kadun ylitystä. Keskuksessa on monipuolisesti sekä ketjuliikkeitä että yksityisiä palveluja.

tai virtojen keskittymisestä kauppakeskukseen.

Maankäytöllisesti liittymien lisääminen, liikeneverkon tiivistäminen ja katuverkon luominen, ovat pitkän aikavälin strategioita lisätä kaupunkirakenteen läpäisevyyttä, vaihtoehtoisia reittejä ja kulkutapoja sekä luoda paikkoja uusille toiminoille. Pysäköintikentät tarjoavat mahdollisuuden kaupunkirakenteen tiivistämiseen. Kenttäpysäköintiä voitaisiin korvata kadunvarsipysäköinnillä. Sijoittamalla pieni 24/7-päivittäistavarakauppa kadun puolelle mahdollistettaisiin nopea ostos-
tenteko markettien ollessa kiinni ja elävöitetäisiin katutilaa: autopaikat voisi sijoittaa kadun varteen, eikä myymälä kilpailisi suurmyymälän kanssa. Autoilun ”kesyttäminen” nopeusrajoituksin ja ajohidastein (esim. Duo) mahdollistaa saavutettavuuden autolla, mutta jalankulku helpottuu (Southworth 2005).

Kaupungin laidalle sijoittuvien kauppakeskusten ongelmat eivät ole ratkaistavissa samoilla keinoin kuin keskustassa tai aluekeskuksissakaan. Tyyppi edustaa ensisijaisesti seudullista saavutettavuutta autolla. Se määrittää tilalliset järjestelyt ja tarkoittaa hyvää autokaupunkia mutta huonoa jalankuljettavuutta. Suhteessa edellisiin sijainteihin reittien kytkeytyminen on heikkoa, jalankulkuetäisyydet pitkiä ja vaihtoehtoiset reitit vähissä. Kehätyypit muodostavat itsessään saarekemaisen ostosmatkakohteen, eivätkä ne siten asetu luontevaksi jalankulkureitistö osaksi. Integroiminen tarkoittaa järeämpiä maankäytöllisiä ja liikenteen järjestelyn keinoja. Se ei tarkoita yritystä luopua saavutettavuudesta autolla, vaan autoliikenteen ja tehottoman maankäytön vaikutuksesta eriytyneen rakenteen kehittämistä. Saarekkeisuutta tulee vähentää täydennysrakentamisella, joka lisää noodin monipuolisuutta ja liittyy sen ympäröiviin alueisiin (estevaikutuksen

poistaminen). Kaupungin laidalle kauppakeskus kannattaa suunnitella vain osana monipuolista asumisen, palveluiden ja työpaikkojen keskittymää, sillä myöhempi integroiminen ympäristöön voi olla vaikeaa. Kehätyypit ovat tyyppillisesti julkisivuiltaan ulospäin sulkeutuneita (esim. Jumbo, Mylly). Näköyhteys ulos ympäröivään kaupunkitilaan on vähimmäisedellytys, jotta kävijä näkee ympäristön olosuhteet. Joukkoliikenne tulee tuoda pääsisäänkäynnin eteen sen sijaan, että se jää sisäänajovyölyien ja pysäköintijärjestelyjen taakse (esim. Jumbo).

VIRROISTA JA YHTEYKSISTÄ ELINVOIMAA

Kauppakeskustyyppin syntyhistoriasta juontuvat muotoperiaatteet, sisäänpäinkääntyneisyys ja saarekemaisuus, löytyvät siis myös tutkituista suomalaiskohteista. Kauppakeskusten tytopologisten variaatioiden ja yksittäisten kohteiden liittyminen ympäristöön kuitenkin vaihtelee saavutettavuudeltaan, hahmotettavuudeltaan ja toiminnoiltaan. Erilaisen asiakasprofiilin lisäksi voidaan siten tunnistaa erimittakaavaisista tekkijöistä koostuvat morfologiset profiilit integraatiotoimien lähtökohdaksi (vrt. Iltanen s. 30-33).

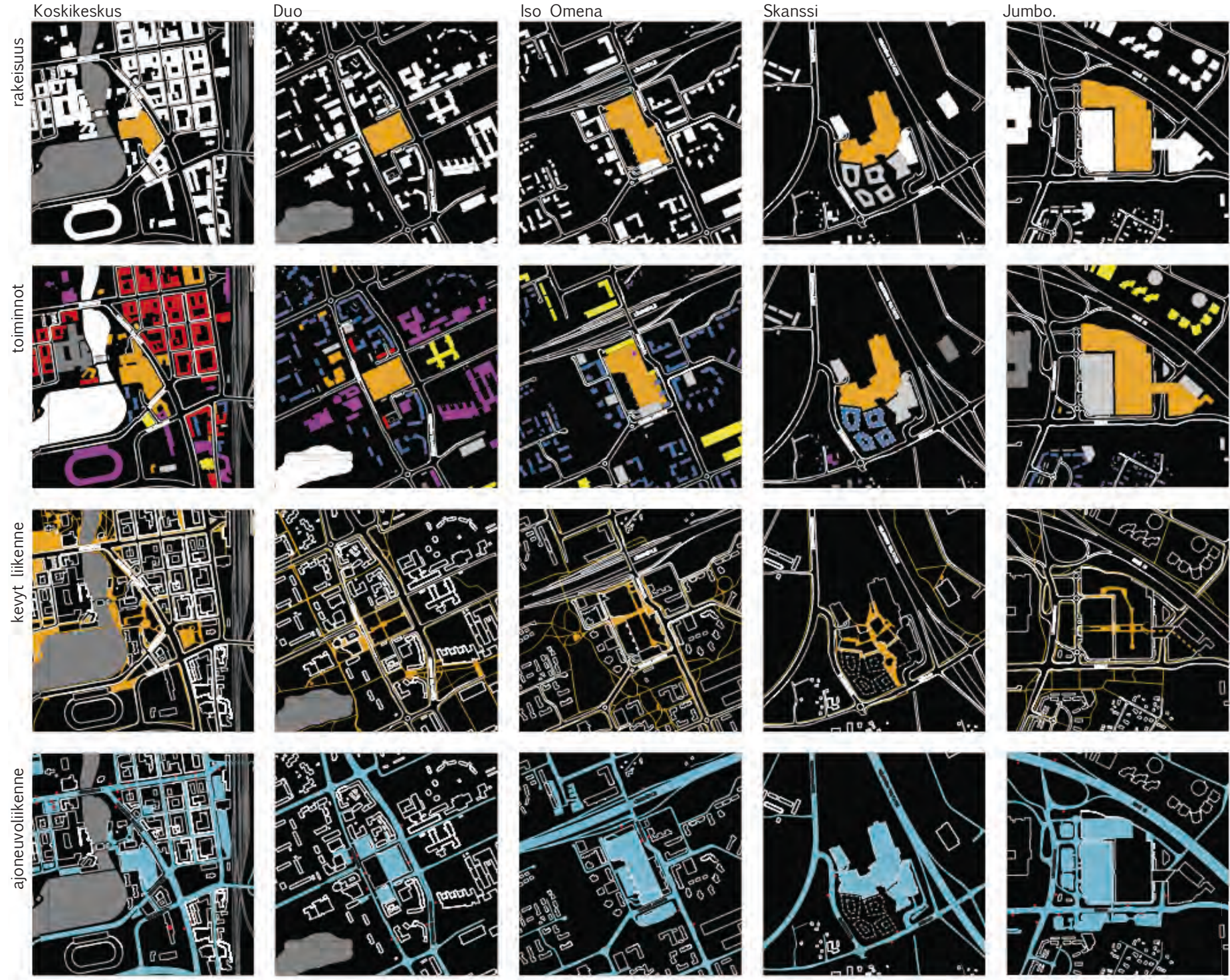
Kärjistäen voidaan sanoa, että viihtyisä jalankulkuympäristö on muuttanut kaupunkitilasta kauppakeskusten sisälle ja kauppakeskusten ympärillä kaupunkitila palvelee enää autoilijoita. Jos katutila halutaan herättää henkiin palvelu- ja oleskeluympäristönä – eikä vain ulkoistettuna *mallina* – tarvitaan aktiviteetteja ja käyttäjävirtoja oikein sijoitettuna toisiinsa nähden sekä muutoksia reittien ja rakennusten suunnittelussa. Kauppakeskuksen jalankuljettaville reiteille tulisi sijoittaa ”katuhengittäviä” toimintoja: pieniä myymälöitä, kahviloita ja kioskeja. Autoliikenteen puolelle sijoitetaan yksitoikkoisempaa julkisivua

muodostavat suurivolyymiset toiminnot, kuten isot marketit. Kevyen liikenteen reittien tulee tu-
lee linkittyä kauppakeskukseen ja jatkua sen läpi saumattomasti. Kuten pasaasit kaupallisina käytävinä lisäävät kaupunkikudoksen läpäisevyyttä, kauppakeskukset on hyvä jakaa osiin avoimin, julkisin reitein (mm. Kokkolan Chydenia). Miellyttävä kauppakeskus on sisä- ja ulkotilojen ku-
delma.

Kun kauppakeskuksen lähelle on tulossa uusi liikenteellinen tai toiminnallinen solmukohta (esim. Ison Omenan eteläpuolelle metroasema, Koskikeskuksen lähelle Ratinan kauppakeskus), tiloja uudelleen järjestelmällä tulee varmistaa läpikuljettavuus ja kytkeytyminen uuteen noodiin. Rakennuksen sisäisen integraation tarkastelun avulla voidaan arvioida eri pohjaratkaisuvaihtoehtojen edullisuutta annetussa lähiympäristössä

Nyrkkisääntönä on, että kaupunkitila pidetään elävänä keskustoissa, sitä elävöitetään aluekeskuksissa ja luodaan kehäympäristöissä. Kauppakeskuksella voidaan yhdistää toisistaan erillisiä noodeja ja alueita, eheyttää kaupunkirakennetta sekä luoda kaupunginosakeskus sinne, mistä se puuttuu. Paikallisia kauppakeskuksia tulisi kehittää vahvistamalla niiden luonnetta kaupunginosakeskuksina ja erikoistuneella tarjonnalla. Nykyinen joukkoliikenteen palvelutaso ei ole kilpailukykyinen auton kanssa. Linkittämällä eri profiilin kauppakeskuksia tehokkailla joukkoliikenneyhteyksillä kauppakeskuksista voisi muodostua tulevaisuudessa seudullinen erikoiskauppan ja palvelujen ”à la carte.”

Kuva 2. Toiminnot: oranssi/kaupalliset palvelut; violetti/julkiset palvelut; sininen/asuminen; keltainen/työpaikat (tsto); tummanharmaa/teollisuus; punainen/sekoittunut rakenne. Julkisen liikenteen pysäkit merkitty punaisiin pistein.



Hankkeessa tarkasteltiin omana tutkimusosiona kauppakeskuksen asettumista osaksi lähialueen asukkaiden arkikäytäntöjä ja elinympäristöä. Kauppakeskuksen kestävyuden kannalta olennainen kysymys on, millaisena sen saavutettavuus eri kulkumuodoilla näyttäytyy kävely- ja pyöräilyetäisyydellä asuvien arjessa. Tutkimus osoitti, että kävelyetäisyys on hyvin suhteellinen mitta eikä kerro kovin täsmällisesti saavutettavuudesta, saati sitten toteutuvista liikkumisen käytännöistä. Osiossa käytetty laadullinen tutkimusote täydentää hankkeessa kyselyllä saatua tietoa kauppakeskusten saavutettavuudesta ja kuluttajien kulkumuotovalinnoista pyrkien ymmärtämään sitä, miten tilastolliset ilmiöt syntyvät ja mitä ne arjessa ihmisille merkitsevät.

Kirjoituksessa tarkastellaan, kuinka asukkaat käyttävät kauppakeskusta ja millaisia kokemuksia heillä on liikkumisesta kauppakeskukseen. Näistä näkökulmista pohditaan kauppakeskusten kehityspotentiaalia lähiliikkumisen, erityisesti kävelen saavutettavuuden suhteen. Tutkimuksen aineisto koostuu kuuden kauppakeskus Ison Omenan sekä kahden kauppakeskus Jumbon lähialueen (n. 200-2000 metrin etäisyydellä asuvan) asukkaan haastattelusta.

KAUPPAKESKUS ARJESSA

Haastatellut käyttivät kauppakeskuksen palveluita varsin rutiininomaisesti ja melko rajatusti. Kauppakeskuskäynneille on tiettyjä kaavoja siitä, kuinka usein ja mihin aikoihin kauppakeskuksessa käydään, aina siihen, mihin kohtaan auto parkkeerataan ja mitä jogurttia marketissa valitaan. Suurin osa haastatelluista käytti kauppakeskuksen päivittäistavara-kauppoja, jotkut myös kirjastoa tai kuntosalia, useita kertoja viikossa. Ison Omenan haastateltavat käyttivät usein alu-

eensa pienempää lähikauppaa maitojen ja leipien täydennysostoksiin. Jumbon lähialueella tätä mahdollisuutta ei ole. Muita kauppakeskuksen palveluita haastatellut käyttivät huomattavasti harvemmin ja joitakin, kuten ravintola- ja viihdepalveluja monet tuskin koskaan. -- *Täs on sitte nää hohtokeilaukset...Never been there.* (Anne, Flamingo)

Kauppakeskus kytkeytyy arjen erilaisiin sykleihin ja rytmeihin ja voi käyntien rutiinoinumisen kautta myös vaikuttaa niihin. Päivärytmiin kaupsakäynti voidaan sovittaa esimerkiksi vältellen ruuhka-aikoja, työmatkan varrelle tai iltalenkiksi. Viikkosyklissä jääkaappi tyhjenee ja vaatii täydennystä. Ostoslista määrittää jo kotona, tarvitaanko autoa vai mahtuvatko ostokset reppuun. Esimerkiksi Ari lähtee lauantaisin Isoon Omenaan ruokakauppaan autolla, sillä ostettavaa kertyy liikaa kannettavaksi kilometrin matkaa kotiin. Ostoslastin jakaminen useammalle päivälle ei sovi rytmiin, koska arki-illat ovat töiden jälkeen lyhyitä ja käyntiin kauppakeskuksen marketissa kuluu suhteellisen paljon aikaa. Lauantain kauppareissu muodostuu myös ikään kuin rituaaliksi, rakentaa viikkorytmiin viikonloppua. Kauppakeskuksen hypermarketin käyttö lähikauppana rytmittää arkea erityisellä tavalla. Toisaalta jos arkirytmii on riittävän huokoinen tai joustava, esimerkiksi eläkkeellä, voi kaupassa käydä kävelen useammin, vaikka se veisi hieman aikaa. Elämänvaihe luo työn, kodin, perheen ja harrastamisen välistä ajankäytön rytmiä. Kauppakeskuksen käytön rytmit kietoutuvat myös sosiaalisiin suhteisiin – kuluttaja ei ole yksikkö, vaan valintoihin ja rutiineihin vaikuttavat toiset jääkaapin tyhjentäjät tai muut merkitykselliset sosiaaliset suhteet. Haastateltavat esimerkiksi tekivät kotoa jo muuttaneiden lastensa kanssa edelleen yhteisiä kauppareissuja, toimivat autoi-

neen kauppakasseina; kokkasivat lasten perheille viikonloppuisin; menivät lastenrattaiden kanssa arkisin kauppakeskukseen, mutta pyhittivät viikonloput muulle toiminnalle; tapasivat autolla saapuvia tuttaviaan kauppakeskuksessa, koska se oli ystäville helpointa; rytmittivät ostoksia lapsen päiväunien mukaan ja niin edelleen.

KÄVELIJÄ KOHTAA SEUDULLISEN SAAVUTETTAVUUDEN

Liikkumisvalinnat ovat paitsi yksilöllisten arki-rutiinien ja kulttuuristen käytäntöjen ehdollistamia, myös fyysisen ympäristön mahdollistamia ja rajoittamia. Saavutettavuus määrittyy yksilölle hänen konkreettisissa arkisissa käytännöissään, joissa hän kohtaa ympäristön lähtien kotiovelta aina marketin perimmäiselle hyllylle asti. Liikkujalle avautuu rikas valikoima toimintamahdollisuuksia, joita hän havaitsee ja hyödyntää tavoitteidensa mukaan. Toisaalta hänen toimintaansa rajoittavat ympäristön rakenteet: kaikki ei ole aina mahdollista ja yksilön ja ympäristön kohdatessa syntyy aina myös liikkettä tai toimintaa vastustavaa kitkaa. Kun kitka kasvaa liian suureksi, liike loppuu. Liikkujat kokevat samassa ympäristössä eri määrän kitkaa, se on suhteellista ja koettua, mutta sillä on perustansa ympäristössä.

Isoon Omenaan johtaa haastateltavien mukaan kohtuullisen hyvä kävely- ja pyöräilyverkosto. Puistoalueen kautta kulkevia kävelyteitä ja muun muassa niille järjestettyjä istuskelumahdollisuuksia haastateltavat kiittivät viihtyisiksi. Niitä käytettiin kun mahdollista, mutta esimerkiksi valaistuksen puuttuminen rajoitti käyttöä. Matkoilla on myös kohtia, joissa sujuva liikkuminen katkeaa. Kauppakeskukseen kävelen saapuvien kokemuksissa näkyi seudullisen saavutettavuuden – joka

nykyisellään konkretisoituu autoliikenteenä – sekä paikalliskeskuksen ja lähiliikkumisen mittakaavan yhteentörmäys. Autolla saapuville rakennettu infrastruktuuri, autoliikenteen ruuhkautuminen ja liikennevalojen tuottama liikenteen rytmitys vaikuttavat kävely-ympäristöön negatiivisesti, jopa katkoen kävelijöiden reittejä. Pysäköinnille varattu market-tason sisäänkäynnin edusta, kauppakeskuksen “takapiha”, oli haastateltavien mielestä ankea, epämukava ja turvatonkin kävely-ympäristö, joka autioituu kauppakeskuksen sulkemisaikaan.

Matkan varrella ei tosiaan paljon liikennettä huomaa muuten kuin jos tulen sitä reittiä, että joudun ylittämään Merituulentien [Prisman ja Minimanin kohdalla]. Siinä on hurja liikenne ruuhka-aikoina eikä tien yli meinaa päästä kääntyvien autojen takia. Siksi ruuhka-aikoina yleensä valitsen toisen reitin. Jos kuljen Olarinkatua ja Piispansiltaa, reitti on aika tylsä, ja siinä ikävä paikka on tuo Sports Academyn terassi, koska siinä kohtaa on kävelytie katkaistu. Muuten reitti on kätevä, esim Merituulentien yli menee kävelysilta, samoin kuin Länsiväylän, on vain parit pienet liikennevalot. Reitti on turvallinen. Toinen mainitsemani reitti on kauniimpi, puistomaisempi ja mukavampi mutta turvattomampi, koska Merituulentie pitää ylittää suojatiellä ja autot eivät pysähdy ja päästä ohi (kääntyvät autot)... Ehkä kukkaistutuksia voisi olla enemmän myös Piispansillalla. Olarinkadun varsi on kesäisin nätti. Puistot Olarin puolella myös viihtyisiä. (Heini)

Täytyy tulla ton Piispansillan yli, ton kadun yli, ja se on kyllä ihan hirvee. Siin on liikennevalot, mut jos rollaattorilla tai hitaasti kulkee, ni siin ei ehdi molempien yli, ja

sitte siin on kävelijöille vihreetä samalla kun Nelikkotieltä tulee autot, (...) et se on kyllä aika vaarallinen, (...) mä kuljen ihan pakkana punasia päin tossa ku se on paljon turvallisempaa ku mä nään et mikään auto ei tule, (...) mut jos mä vihreellä menen ni niitähän tulee. (...) silloin ne on jonottanu pitkin Nelikkotietä ja vaikka miten kauan ni niil on niin hermo pinkeenä, ku ne tohon nurkkaan tulee, et ne tulee melkein päälle. (Anneli)

SAAVUTETTAVUUDEN PARADOKSIT

Liikkuvuuden kitka ja sujuvuus vuorottelevat matkalla yhä syvemälle kauppakeskuksen uumeniin ja jälleen takaisin kotiin. Saavutettavuus näyttäytyy paradoksaalisena ilmiönä.

PARKKIHALLIPARADOKSI

Kauppakeskukseen saapuminen on suunniteltu autoilun – eli sen määrittämän sujuvuuden, nopeuden, mukavuuden ja tehokkuuden – ehdoilla. Mutta mitä useampi autolla saapuu, ja/tai mitä lähempää autolla saapuu, sitä suurempi suhteellinen osuus kauppamatkasta kuluukin muuhun kuin sujuvaan etenemiseen, kun lähiympäristö ja parkkihallit ruuhkautuvat. Tämä ei kuitenkaan johda autoilun vähenemiseen.

Kartanonkosken ja Ylästöntien kiertoliittymä (...) Se saattaa olla niin täynnä autoja, et siihen ei pääse, mä en pysty ajamaan siitä läpi, ku kaikki on tulossa Jumboon, (...) Et jos tosiaan ei tarvi muuta ku sen maitoliträn, ni sit on pakko mennä (...) aina on kello 15-16 liikenne tukossa (...) Ja sit tää ties mistä kaukaa väkeä, ja sen takii liikenne, varsinkin lauantaiaamusin taikka sitte paitsi nää ruuhka-ajat ni myös lauantaiaamusin on ihan valtava ruuhka. (Tarja, Jumbo)

meil on auto mut mä en ite tykkää ajaa tänne koska tää on tosiaan ku tää on hirveen ruuhkanen ja täältä on vaikee päästä välillä pois ja mä ajan niin vähän autoo ni mä en hirveen mielelläni tuu yksin autolla tänne. (Anne, Jumbo)

Annen kolmihenkinen perhe käy Jumbossa neljästi tai viidesti viikossa päivittäistavaraostoksilla ja kuntosalilla. Annen mukaan Jumboon on heiltä kotoa hyvin helppo ja nopea tulla kävellen tai pyörällä, mutta matka tehdään lähes aina autolla. Ruuhkaisessa parkkihallissa ei ole helppo ajaa. Tämä ratkaistaan valitsemalla rattiin kokeneempi kuski, Annen mies. Ruuhkien välttämiseksi perhe myös pyrkii tekemään ostokset arkisin. Auton jättäminen kotiin ei näyttäydy vaihtoehtona, vaan autoilun rutiini pyrkii sovitumaan ruuhkienkin hankaloittamaan arkeen ja jatkumaan muodossa tai toisessa.

Ensin perhe suuntaa kuntosalille ja treenin jälkeen he ajavat toiselle puolelle kauppakeskusta ruokaostoksille. Kävelymatkaa kertyisi siis kauppakeskuksen tiloissakin. Autollakin saapuessa joutuu kävelemään; yleensä autopaikkaa on Annen mukaan hankala saada ja auton joutuu jättämään melko kauas. Toisaalta lapsi saadaan autosta kätevästi suoraan kärryihin ja kitka vaihtuu taas mukavuudeksi.

kärryjä on tuolla joka paikassa (...) tuol on yks välikkö tuol autojen välissä tos keskellä et sielt saa aina sen kärryn näppärästi ku meil on just 3-vuotias lapsi ni sen kaa ei viiti kävellä täällä ku se juoksee, heittää sen vaan siihen ni se on ihan ok ja sit sen kärryn saa jätetty sinne näppärästi. (...) Tuola menee sellanen kävelytie tos keskellä missä noi kärryt on tavallaan, ni sielt voi turvallisesti mennä. Sit tässä jos sä kävelet ni saat sit

oikeesti tapella vähän, tääl on autoja...(Anne, Jumbo)

MAITOPURKKIPARADOKSI

Kauppakeskus voi olla autoilijalle helposti saavutettava mutta asukkaiden lopullinen määrän-pää, maitohylly, kaukana. Kaiken vaivansa vuoksi autoilijan kannattaa ostaa peräkontti täyteen ja hänet palkitaan vaivattomalla matkalla ostosten kanssa autolle -- *vaikkei mul ois ku yks kassi, ni en mä rupee turhaan sitä kanniskelee vaan mä lykkään kärryt tohon auton viereen ja sitte sen tonne noin.* (Ari) Sitä kauempana autolta maitopurkki suhteellisesti on, mitä lähempää saapuu. Vielä kauempana se on kävelijälle.

Esimerkiksi Teuvolla on matkaa Isoon Omenaan noin 250 metriä. Samoin Tarjan kävelyreitti Jumboon on hyvä: *ei tarvitse mennä ollenkaan ees autotien yli. Et tunnelin kautta pääsee ja siel on joku oikopolkukin ja tämmönen.* Kumpikin haastatelluista on kuitenkin käynyt kauppakeskuksessa enimmäkseen autolla töistä tullessa poiketen, ainakin aina jos ostettavaa on enemmän. Tavallisen marketkäynnin lisäksi he enää harvoin jaksavat kiertää kauppakeskusta: *... sitä on jo nii leipääntyny siihen turhaan kävelyyn et ei sit tule käytyä* (Teuvo). Paradoksaalista on, että Tarja ajaa joskus Jumboa kauemmas kauppaan, koska haluaa asioida pienemmässä ja miellyttävämmässä kaupassa. Kohijoki (ks. s. 28) havaitsi, että hypermarketeissa palveluiden saavutettavuuden haasteet liittyivät isoissa myymälöissä toimimiseen ja liikkumiseen.

Automarketin konsepti on sellanen että kilometrikaupalla semmost inhottavaa, mul oli rasisusvammoja urheilun takia jaloissa, mä kaipasin potkulautaa et mä saisin sen maitoliträn tuolta perältä. (...) Jos mä kuljeskelen

ni sit mä käyn lenkillä, että muuten mä en ikinä kuljeskele enkä käy ikkunaostoksilla. Jos se ois raittiissa ilmassa ni se vois olla eri asia. (Tarja)

Mitä sulla menee yleensä aikaa tommoseen peruskauppareissuun?

Alle tunti. Ja siihen tuntiin sisältyy kävelyä, kävelyä, kävelyä. Mulla on kampaaja-aika nyt, mun kampaamo on tuola nurkassa, ni mun on pakko lähteä (...) 15 minuuttia ennen sitä kampaamoaikaa (...) kävelyn menee niin kauan, pysäköimiseen, parkkipaikan etsimiseen ja sinne kävelemiseen menee täällä kauppakeskuksen sisällä menee niin paljon aikaa. Ja tosiaan ne tavarat on tahallaan sijoitettu sillä tavalla et kaikkein keskeisimmät päivittäistavarat on mahdollisimman kaukana liikkeen perällä et näkis kaiken sen ihanan houkuttelevan tarjonnan (Tarja)

MALL WALKING -PARADOKSI

Britanniassa ja USA:ssa suurissa kauppakeskuksissa on usein, yleensä aamuisin ennen liikkeiden aukeamista, varattu aika kuntoilijoille, jotka haluavat tulla kävelemään tai hölkkäämään kauppakeskukseen. Kauppakeskus näyttäytyy luontevana paikkana kävelyn harrastamiselle fyysisessä ympäristössä ja kulttuurissa, jossa kaupungit on suunniteltu pikemminkin autoiltaviksi kuin käveltäviksi. Kävelykulttuurin siirtymien turvallisiin, esteettömiin ja autottomiin sisätiloihin on nurinkurista, sillä se tuottaa entistä huonompaa – autiompaa, turvattomampaa, autoille kuuluvampaa – kävely-ympäristöä muualle. Viihtyisä sisäympäristö ja sisällä kävelyn mukavuus kääntyy sosiaalisen ja ekologisen kestävyuden kannalta ongelmalliseksi, jos kaupunki tai asuinalue ei tarjoa vaihtoehtoja tai jos kaup-

pakeskus asukkaiden paikallisena omana tilana kääntyy sisäänpäin vain autolla saavutettavaksi saarekkeeksi (vrt. Rantanen s. 36). Ison Omenan haastatellut viittasivat kauppakeskuksen valvotuun ja kontrolloituun ja siten häiriöttömäksi ja turvalliseksi koettuun sosiaaliseen ympäristöön.

Se sen verran aina mä oon huolissani, että sitte ku noi tytön tytöt kasvaa, ettei ne nyt rupee täälä pyörimään. Varmaan ne täälä on niinku nää, tää nyky- tos toiki ryhmä, nuorisoo, ni ne istuu täälä, ku tääl on lämmin tietysti heill on ja aika hyvin ne näkyy vartijat antavan olevan, olla täällä. ... no tietysti ku on muuta ihmistä, ei ne nyt täälä pahojaa tee sitte. Eikähän tässä nytkään vartijoita näy yhtään... Taitaa aika rauhallinen ja turvallinen paikka loppujen lopuks on noin että... eikä täälä nyt toistaseks vielä mitään sattunu pahempaa että... tota... siitä nyt ei sais puhua tietysti mutta, siinä mielessä tää on viihtyisämpi ku Itäkeskus että täällä on suomalaisia, sanotaan näin päin että... (...) vaikka on täälläki vuokra-asuntoja. Siellähän ne aika vähän enää suomen kieltä kuulee ku menee Itäkeskukseen. (Teuvo, Iso Omena)

KUINKA NORSU POSLIINIKAUPOSSA KESYTETÄÄN?

Autolla saavutettavuuden parantaminen tuntuu heikentävän lähisaavutettavuutta, erityisesti kävelen ja pyörällä. Suuret yksikkökoot näyttävät sopivan huonosti kävelen ja pyörällä elettyyn ja hallittuun arkeen.

Ajatus Jumbon kaltaisesta jätistä osana elävää kävelykaupunkia tuo mieleen norsun posliinikaupassa. Kävelijät lakoavat tieltä. Ison Omenan kaltainen aluekeskustason kauppakeskus toimii

ajatuksena jo paremmin, mutta alueellisen ja paikallisen saavutettavuuden törmäys näkyi jos-sain määrin sielläkin.

Ekologisempaan liikkumiseen nojaavan saavutettavuuden lähtökohta ovat kauppakeskuksen sijainti ja sitä ympäröivä yhdyskuntarakenne. Kauppakeskuksen tulisi olla luonteva osa joukkoliikenteellä, kävellessä ja pyörällä hallittavissa olevaa arkiverkostoa, johon kuuluvat myös työpaikat, koulut, lasten päivähoito ja harrastukset. Auton käyttö leviää helposti myös niille matkoille, joilla se ei olisi välttämätöntä. Jokainen auto – miten läheltä se tulikaan, tai vaikka kyse olisi matkojen ketjuttamisesta – vähentää muilla kulkumuodoilla liikkuvien viihtyvyyttä ja kehittää kauppakeskuksen konseptia ja tyyppiä yhä enemmän autoilun ehdoilla. Kuinka norsu kesytetään, vai pitääkö se kutistaa, jos ympärille halutaan elävää kävelykaupunkia?

KUTISTAMINEN

Lähialueen asukkaiden tarpeisiin eivät tunnu kuuluvan kylpylä ja hohtokeilaus. Jos kauppakeskuksen halutaan toimivan lähiasukkaiden arkeen integroituvana paikalliselämän keskuksena, on pohdittava, voiko se toimia yhtä aikaa turistikvirtoja tavoittelevana megakeskuksena. Toisaalta haastateltavat kiittelivät kauppakeskusten laajaa palvelutarjontaa. Kauppakeskus, kuten kaupunkikeskusta, on myös lupaus, jonka olemassaolo voi riittää ilman, että se lunastaa itsensä – vaikka kauppakeskuksen ravintoloita käyttäisi itse vain kerran vuodessa, voi olla tärkeää, että ne ovat siellä.

siin [Ison Omenan pääkäytävällä] on jotenki semmosta suuren maailman tuntua. Siis että ollaan ikäänku jossaki muualla ku Matinkyläs-

sä. Vaikkei siel ostais mitään, ni mä tykkään kävellä siellä (Ari, Iso Omena)

Kuinka sekoittuvat toiminnot ja ihmiset (asukkaat ja turistit) eivät häiritse toisiaan? Kuinka lupaus voi olla niidenkin ulottuvilla, jotka eivät aina halua kuluttaa tai joilla ei ole autoa? Onko lupaus kauppiaille hyödyllinen vain realisoitessaan kulutukseksi?

Hypermarket on kestävämmän kauppakeskuksen suurimpia kompastuskiviä. Se ei palvele parhaiten lähialueen asukkaita maitokauppana, eikä myöskään harvemmin vierailevia elämysten ja viihteen etsijöitä. Se luo arkeen auton peräkontrin määrittämää ostosrytmiä ja autoliikennettä ympäristöön. Yksikkökoon pienentäminen auttaisi kauppakeskusta integroitumaan paremmin lähialueeseen ja tekisi niistä myös käveltäviä, eikä autoa tarvittaisi kuljettamaan uupuneita ostostentekijöitä. Rantanen (ks. s. 36) ehdottaakin pienemmän, ympärivuotisen ruokakaupan sijoittamista kadun puolelle sekä hypermarketin korvaamista usealla supermarketilla.

KESYTTÄMINEN

Tulokset tukevat monia tässä raportissa esitettyjä fyysisen ympäristön suunnittelun tavoitteita ja keinoja kauppakeskuksen integraation parantamiseksi kaupunkitilaan. Integraatio tarkoittaa myös, että kauppakeskus kutsuu kävelemään ja pyöräilemään. Kauppakeskuksiin liikkumista kehitettäessä olisi huomioitava, että kuluttajat ovat erilaisilla kantamuksilla, liikkumisvälineillä, lapsilla ja koirilla lastattuja. Auto on mukana kulkeva henkilökohtainen tila sekä säilytys- ja kuljetusjärjestelmä. Myös kävelijöille ja pyöräilijöille olisi mietittävä toimivia säilytys- ja kuljetusratkaisuja koko kauppakeskuskäynnin ajalle.



Kuva: Vesa Kanninen

KULTTUURINEN MUUTOS

Lähialueen asukkaat ovat kauppakeskusten negatiivisten ulkoisvaikutusten kokijoita mutta myös osittain tuottamassa niitä. Kun tämä konkretisoituu asukkaiden arjessa esimerkiksi ruuhkien muodossa, voivat niistä seuraavat hankaluudet ja kitka olla itu kuluttajien protestille ja parhaimmillaan omien toimintatapojen muutokselle. Tarja otti Jumbon aikanaan innostuneena vastaan, mutta innostus on muuttunut kritiikiksi:

Mä ajattelen aika negatiivisesti. Et pitäis olla ihmisten lähellä eikä niin, että jonnekki tosiaan tavarat kuljetetaan, ne on kalliita kustannuksii niist kuljettamisista ja ihmisten kuljettamisesta tulee kustannuksia, saastetta. (Tarja, Jumbo)

Kyse on arjen kokonaisuuden järjestelyistä, joilla kävelylle tai pyöräilylle tehdään joko arjessa tilaa tai jäädään kiinni rutinoituneen autoilun käytäntöön. Arkisten rutiinien muutokseen tarvitaan kuitenkin vahva rakenteiden tuki; tavoiteltaessa liikkumisen kulttuurin muutosta pelkkä kevyen liikenteen väylä ei riitä, vaan kauppapaikan on liityttävä kävellessä, pyörällä ja joukkoliikenteellä hallittavissa olevaan arkeen. Se on haaste niin yhdyskuntarakenteelle kuin kauppakeskuksen konseptille, rakennustyyppille ja fyysiselle lähiympäristölle.

Kestävä kehitys ja kauppakeskukset -aiheiset ryhmäkeskustelut järjestettiin Suomessa elo- syyskuussa 2009. Yhteensä Suomessa järjestettiin seitsemän keskustelua, joissa oli 37 osallistujaa. Suurin osa oli pääkaupunkiseudulta. Ruotsissa järjestettiin lisäksi viisi ryhmäkeskustelua, joissa oli 25 osallistujaa, marras-joulukuussa 2009. Osallistujina oli edustajia kauppakeskusalan eri toimijaryhmistä: sijoittajia, rakennuttajia, konsultteja, arkkitehteja, managereja, vuokralaisia ja julkisen sektorin toimijoita. Keskustelijat on tutkimuksessa nimetty kyseisillä nimikkeillä.

KESTÄVÄ KEHITYS TUNNETAAN HYVIN

Kestävä kehitys osoittautui keskustelijoille tutuksi käsitteeksi, jonka painoarvoa viimeaikaiset keskustelut ilmastomuutoksesta ja yritysten yhteiskuntavastuusta ovat entisestään lisänneet. Kestävän kehityksen taloudellinen, ekologinen, sosiaalinen ja kulttuurinen ulottuvuus tunnistettiin, ja kauppakeskusten todettiin voivan vaikuttaa kestävään kehitykseen eri tavoin kaikilla näillä ulottuvuuksilla. Ensimmäiseksi kauppakeskuksilla tunnistettiin olevan merkittävä rooli hyvän elinympäristön luojana. Siksi kauppakeskusten sijoittumista pidettiin tärkeimpänä asiana, jonka kautta kauppakeskukset voivat vaikuttaa kestävyteen. Kauppakeskusten tulisi sijoittua sinne, missä ihmiset luontaisesti liikkuvat. Kuitenkin todettiin, että parantamisen varaa kauppakeskuksen suunnittelussa vielä on, erityisesti kaupakeskuksen integroimisessa ympäröivään alueeseen. Kauppakeskusten vahvuutena pidettiin sitä, että ne tarjoavat monipuolisesti yksityisiä ja julkisia palveluita saman katon alla. Palvelujen hyvän saavutettavuuden (erityisesti pääkaupunkiseudulla) ja monipuolisten palvelujen tuoman vilskeen todettiin luovan viihtyisää elinympäristöä. Toiseksi kauppakeskusten todettiin voivan

vaikuttaa kestävyteen tasapainoisen luonnonvarojen käytön kautta. Rakentamisen laadukkuus, ekotehokkuus, tekniset näkökohdat ja rakennuksen muuntojoustavuus nostettiin tästä näkökulmasta keskeisiksi tekijöiksi. Rakentamisen osalta todettiin, että paljon parannuksia onkin jo viime vuosina tehty, mutta lisää voitaisiin tehdä erityisesti energiankulutuksen vähentämisessä. Kolmantena näkökulmana kauppakeskusten rooliin kestävässä kehityksessä liitettiin pitkäjänteisen, erityisesti taloudellisen, suunnittelun merkitys. Ongelmana pidettiin eri toimijoiden, kuten julkisen sektorin ja rakennuttajan tai kaupan, erilaisia aikajänteitä. Tämä asettaa haasteita yhteisen päämäärän löytämiselle ja pitkän aikavälin kokonaisvaltaiselle suunnittelulle.

Kestävän kehityksen on todettu olevan laaja ja monitulkintainen käsite, mikä tuli esille myös ryhmäkeskusteluissa. Käsitettä käytettiin laajasti kuvaamaan eri asioita hyvän elämän ihanteista laadukkaaseen rakentamiseen. Kestävyden eri ulottuvuuksia myös painotettiin eri tavalla. Taloudellinen ulottuvuus nostettiin kauppakeskusten näkökulmasta keskeisimmäksi sen toimissa ”yhteisenä mittana” alan toimijoiden kesken. Osallistujien mukaan kestävä kehitys ollaan kyllä halukkaita edistämään, kunhan hanke on kestävällä taloudellisella pohjalla. Käsitteen haastavuus tuli esille myös puhuttaessa tavoista arvioida ja mitata kestävän kehityksen toteutumista. Toisin kuin esimerkiksi hiilijalanjälkiä, kestävä kehitys ei voida mitata suoraviivaisesti. Tämän vuoksi erityisesti sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyden todettiin monesti jäävän vain korupuheiden tasolle. Mittaamisen näkökulmasta sertifikaattien ja standardien yleistymisen koettiin positiiviseksi asiaksi. Sertifiointijärjestelmät, kuten LEED ja BREEAM, tarjoavat toimijoiden mielestä selkeät ohjeet ja mittapuut erityisesti

ekologisen kestävyden huomioimiseen kauppa-keskuskehittämisessä. Sertifikaateissa todettiin olevan vielä paljon kehitettävää, mutta tulevaisuudessa ne voivat olla työkalu, jolla monitulkintainen kestävyysajattelu voitaisiin muuttaa konkreettisiksi toimenpiteiksi.

KAUPPAKESKUS OSAKSI TIIVISTÄ YHDYSKUNTARAKENNETTA

Osallistujien mielestä kauppakeskukset pystyvät vaikuttamaan kestävään kehitykseen erityisesti sijoittumisensa kautta. Keskusteluissa tuli esiin viisi kauppakeskusten sijoittumisen kestävyteen vaikuttavaa asiaa. Kestävästi sijoittunut kauppa-keskus sijaitsee kaupunkirakenteen sisällä, muiden toimintojen yhteydessä, hyvällä kauppapaidalla, on helposti saavutettava (myös julkisella ja kevyellä liikenteellä) ja luo hyvää elinympäristöä. Toimintojen sekoittaminen, eri alueiden hyvä saavutettavuus erityisesti julkisella liikenteellä ja hyvän elinympäristön luominen löytyvät myös mm. Kenworthy'n (2006) kymmenen kestävan kaupungin kriittisen ominaisuuden listalta.

Keskusteluissa nähtiin, että kauppakeskukset tulevat tulevaisuudessa sijaitsemaan yhä vahvemmin tiiviissä kaupunki- ja yhdyskuntarakenteessa ja tähän saatetaan pyrkiä yhä vahvemmin myös lainsäädännön kautta. Kauppakeskusten sijoittumista ohjataan jo nyt maankäyttö- ja rakennuslaissa. Kestävänä nähtiin kaupakeskuksen sijoittuminen muiden toimintojen, kuten työpaikkojen, asutuksen ja julkisten palveluiden yhteyteen. Työpaikkarakentaminen kaupakeskusten lähelle koettiin tärkeäksi, sillä sen mukana saataisiin kauppa-keskukseen myös kaupakeskuksen menestymisen kannalta elintärkeitä lounasasiakkaita. Pohdittaessa, miten kauppa-keskus voisi rakennuksena tuottaa parempaa kaupunkikuvaa,

esille tulivat myös Kenworthy (2006) mainitse-
mat julkisten tilojen selkeys, läpäisevyys, kestä-
vyys ja visuaalinen kaupunkikuva. Useassa kes-
kustelussa tuotiin esiin myös kauppakeskuksen

RYHMÄKESKUSTELU TUTKIMUSMENETELMÄNÄ

Ryhmäkeskustelu on hyvä tapa selvittää erilaisia näkemyksiä ja mielipiteitä ihmisiltä useissa ryhmissä. (Krueger & Casey 2009) Yleensä nämä ihmiset jakavat jonkin yhteisen kokemuksen, kuten ammatin, asuinpaikan tms. (Stewart et al. 2007). Tarkoituksena on saada ryhmä kommunikoimaan keskenään. Ajatuksena on, että osallistujat voivat esittää kysymyksiä toisiltaan ja tehdä vastaväitteitä. Näin esille saattaa nousta asioita, jotka eivät olisi tulleet esille ilman ryhmän vuorovaikutusta. (Kitzinger ja Barbour 1999).

Tässä tutkimuksessa halusimme selvittää kauppakeskustoimijoiden näkemyksiä kestävästä kehityksestä ja kauppakeskuksista. Ryhmäkeskusteluilla saimme kerättyä tietoa tehokkaammin, kuin mitä yksilöhaastatteluilla olisi saatu. Tämän katsotaan olevan yksi ryhmäkeskustelumenetelmän vahvuuksista (Morgan 1997).

On hyvä, että ryhmä on riittävän pieni, jotta kaikilla on mahdollisuus osallistua keskusteluun, mutta silti tarpeeksi iso, jotta saadaan riittävästi erilaisia näkemyksiä (Krueger & Casey 2009). Siksi tässä tutkimuksessa oli aina vähintään neljä osallistujaa jokaisessa ryhmässä. Kaikki ryhmät olivat sekaryhmiä ja jokaisessa ryhmässä oli vähintään neljä eri toimijaryhmän edustajaa. Keskustelut nauhoitettiin ja litteroitiin. Paikalla oli kaksi tutkijaa: moderaattori, eli keskustelujen vetäjä, sekä toinen tutkija auttamassa käytännön järjestelyissä.

liittyminen lähiympäristöön. Nähtiin, että kaup-
pakeskuksen tulee luoda ”hyvää elinympäristöä”.

KAUPPAGESKUKSEEN PITÄÄ PÄÄSTÄ MYÖS KEVYLLÄ JA JULKISELLA LIIKENTEELLÄ

Osallistujien mielestä julkisen ja kevyen liikenteen yhteyksiin pitäisi panostaa enemmän kauppakeskusten suunnittelussa. Osallistujat olivat yksimielisiä siitä, että on hyvä, jos kaup-
pakeskus pystyy sijainnillaan edistämään myös julkisen liikenteen ja kevyen liikenteen käyttöä asioinnin kulkutapana. Hyvä saavutettavuus oli toimijoiden mielestä ehdottoman tärkeää, sekä kauppakeskuksen menestymisen että päästöjen minimoimisen takia. Nähtiin, että tiivis palvelurakenne sekä toimintojen yhdistäminen vähentäisivät turhaa liikennettä ja loisivat myös alueen asukkaalle kannalta toimivamman ympäristön. Nämä näkemykset ovat myös täysin linjassa Kenworthy (2006) kanssa. Ryhmäkeskusteluissa liikenteen suurimmaksi ongelmaksi koettiin autoliikenteen päästöt ja niiden vaikutus ilmastonmuutokseen. Sähköautoihin suhtauduttiin erittäin positiivisesti, ja niiden nähtiin jopa ratkaisevan autoliikenteen aiheuttamat päästöongelmat. Sähköautoihin tarvittavan sähkön tuotantoa ei kuitenkaan pohdittu.

Joissain keskusteluissa tuotiin ilmi kuluttajien liikkumiskäytäntöjen muuttuminen. Kuluttajien matkat ovat eriytyneet niin, että käydään erikseen töissä, kaupassa ja harrastuksissa sen sijaan, että matkoja yhdistettäisiin toisiinsa. Osallistujat pohtivat myös pysäköintiratkaisujen vaikutusta auton käyttöön. Auto koettiin kuitenkin tärkeäksi välineeksi ostosmatkoilla, erityisesti lapsiperheille, ja autoteollisuuden toivottiin vievän auton kehitystä yhä ympäristöystävällisempään suuntaan. Osallistujat pohtivat paljon

kuluttajien käyttäytymistä. Ryhmäkeskusteluissa osallistujat mainitsivat, että kuluttajat ”äänestä-
vät jaloillaan” kaupan kehityksestä. Vaikeaa on kuitenkin sanoa, vaikuttaako kauppa enemmän kuluttajiin vai kuluttajat kauppaan, eikä tästä ollut yhtä linjaa myöskään osallistujien välillä. Kuluttajien valinnat ovat kuitenkin rajattuja kaupan nykyiseen rakenteeseen.

Tärkeäksi tekijäksi keskusteluissa nousi kuluttajien ostosmatkojen autoriippuvuus. Tätä aihetta käsitellään tässä teoksessa mm. Simo Syrmanin (s. 16-19) ja Jenni Kuopan (s. 38-41) kirjoituksissa. Kulutusvalintojen kestävyys ei keskusteluissa juuri keskitytty. Kyseessä on oma aiheensa, jonka tutkiminen ei ole yksinkertaista. Jos kestävyyttä halutaan lisätä, tulisi myös kuluttajakäyttäytymisen kestävyyttä pohtia. Miten esimerkiksi kuluttajien ostokäyttäytymisen ja ostosmatkojen kulkuvälinevalintoihin voitaisiin vaikuttaa, ja miten kauppa voi tähän osallistua?

Osallistujat eivät erityisemmin pohtineet ohjauskeinojen käyttöä kauppakeskusten sijainnin ohjauksessa tai kauppakeskusten ulkoisvaikutusten hillitsemisessä. Liikenteen kasvun hillitsemiseksi kansallisessa kestävässä kehityksen strategiassa (Valtioneuvoston kanslia 2006) mainitaan perinteisten liikennepoliittisten keinojen lisäksi myös maankäytön suunnittelu sekä taloudellinen ja tiedollinen ohjaus. Myös muiden yhteiskuntapoliittisten päätösten, erityisesti talous-, vero-, alue-, elinkeino- ja asuntopoliittikan vaikutusta liikenteen kysyntään tulisi arvioida. (mt.) Mitä vaikutuksia esimerkiksi erityyillisillä ruuhkamaksuilla tai tietulleilla olisi pääkaupunkiseudun asiointiliikenteeseen ja kauppakeskusten menestymiseen?

KAUPPAKESKUS - KESTÄVÄ KONSEPTI?

Kestävä kaupan verkon rakenne herätti paljon keskustelua. Keskusteluissa pohdittiin, onko kestävämpää, että asiakas hankkii kaiken samasta paikasta vai että kaupan rakenne olisi hajautettu pienempiin yksiköihin. Kivijalkakaupoista todettiin, että ne voivat olla kannattavia tarpeeksi tiiviillä alueella, jolla asioi paljon ihmisiä, kuten Helsingin keskustassa. Kivijalkakaupat koettiin kuitenkin ongelmalliseksi esimerkiksi sään, saavutettavuuden ja palvelutason eli yleistäen käytettävyyden osalta. Useassa keskustelussa painotettiin, että kaupan tarkoitus on palvella kuluttajaa ja vastata ihmisten tarpeisiin. Kauppakeskusten nähtiin olevan toimiva konsepti, joka palvelee kuluttajaa tarjoamalla useita palveluja saman katon alla. Tämä nähtiin usein myös kestävyttä edistävänä tekijänä. Joissain keskusteluissa tuotiin esille, että olisi tärkeää selvittää, mikä tai minkälainen kaupan palvelurakenteen malli olisi kestävin. Miten mitattaisiin hajautuneemman pienkauppavaltaisen keskuksen ja kauppakeskusmaisen keskuksen eroja kestävyudessa? Otetaanko huomioon esimerkiksi asiointiliikenne, logistiikka, vaikutukset lähialueen asukkaiden elämänlaatuun ja ympäröivään luontoon?

PÄÄKAUPUNKISEUDULLA TILAA JA TARVETTA ALUEKESKUKSILLE

Monikeskuisuus, joka joissain tutkimuksissa (esim. Gordon & Richardson 1997 ja Levinson & Kumar 1994) ja mm. Kansallisessa kestävä kehityksen strategiassa (Valtioneuvoston kanslia 2006) on mainittu kestävyttä edistävänä tekijänä, nousi ryhmäkeskusteluissa esiin lähinnä pääkaupunkiseudun kohdalla. Pääkaupunkiseutu koettiin asukastiheydeltään tarpeeksi tiiviiksi ja

väkiluvultaan tarpeeksi suureksi alueeksi, jossa on sijaa myös useammalle aluekeskukselle. Joissain keskusteluissa osallistujat puhuivat suoraan juuri monikeskuisen kaupunkirakenteen puolesta, jossa keskuksot olisivat hyvin linkittyneitä toisiinsa julkisen liikenteen yhteyksillä. Osallistujat näkivät, että pääkaupunkiseudulla on tilaa ja varausta useammallekin kauppakeskukselle.

Pääkaupunkiseudun kauppakeskuksot ovat osallistujien mielestä sijoittuneet kestävästi kaupunkirakenteeseen. Myös Suomen Kauppakeskusyhdistyksen (2010) mukaan suurin osa kauppakeskuksista sijaitsee ydinkeskustoissa tai aluekeskuksissa. Tämä poikkeaa julkisen sektorin sekä median julkisuudessa antamasta kuvasta, jossa suurin osa varsinkin uusista kauppakeskuksista sijaitsee kaupunkirakenteen ulkopuolella. Tähän syynä saattaa olla erilaisten kriteerien käyttö sijainnin määrittelyssä.

Pääkaupunkiseutu koettiin alueeksi, jossa voi olla useampia aluekeskuksia ilman, että ne joutuvat kilpailemaan keskenään. Jumbo ja Ideapark tuotiin usein esiin esimerkkinä kestävästi sijoittuneesta kauppakeskuksesta. Jumbon ympärille nähtiin kuitenkin kehittyneen tiiviimpää yhdyskuntarakennetta ja sen koettiin olevan jo selkeämpi osa Vantaan kaupunkirakennetta. Ideaparkin koettiin saaneen liikaa huomiota julkisessa keskustelussa niin, että varjoon ovat usein jääneet monet kestävä kehityksen mukaiset hankkeet. Kauppakeskuksen rakentaminen ns. pellolle koettiin hyväksyttäväksi, jos sen ympärille on kehittymässä muuta yhdyskuntarakennetta, kuten asutusta ja työpaikkoja. Pitkällä aikavälillä kauppakeskus ei näin jää irralleen muusta rakenteesta. Tästä esimerkkinä pidettiin Itäkeskusta, joka on alun perin rakennettu pelolle, mutta on nyt tiivistä kiinni muussa raken-

teessa. Pienemmällä paikkakunnalla saattavat ison hankkeen vaikutukset alueen toimintaan ja rakenteeseen olla kuitenkin erittäin merkittävät. Osallistujat olivat huolissaan erityisesti pienten kaupunkien ja kylien keskustojen näivettymisestä, mikäli isoja keskustan ulkopuolisia hankkeita rakennetaan.

KAAVOITTAJALLA ON VIIMEINEN SANA?

Toimijat olivat huomanneet julkisen sektorin ja erityisesti ympäristöministeriön asenteen olevan, että kaupunkien ja kuntien keskustoja halutaan nyt kehittää. Julkisessa keskustelussa on puhuttu paljon kaupan sijainnohjouksesta ja aihe nousi myös keskusteluissa paljon esille. Uudenmaan maakuntakaava tuli esille lähes joka keskustelussa. Uudenmaan maakuntakaavaa ollaan parhaillaan uudistamassa ja ennen ryhmäkeskusteluja oli jo pidetty ensimmäinen Uudenmaan liiton kaupan palveluverkkoseminaari. Maakuntakaava nähtiin mahdollisuutena yhteisiin pelisääntöihin. Sillä voitaisiin vaikuttaa kuntien väliseen tarpeettomaan kilpailuun, joka koettiin ongelmaksi kestävä kehityksen näkökulmasta. Keskusteluissa tuli esiin esimerkkejä, joissa naapurikunnat ajavat kilpailevia hankkeita aivan kuntien rajalla ja molempien toteutuessa alueella olisi ylitarjontaa. Tämä nähtiin ongelmalliseksi erityisesti, jos hankkeet aiheuttavat kuntien keskustojen näivettymistä. Pienelle kunnalle iso hanke on iso asia, jonka hyväksyntää perustellaan usein työpaikoilla. Keskusteluissa koettiin, että isoissa hankkeissa tarvittaisiin tarkempaa ohjausta, jotta lopputulos olisi kaikkien kannalta mahdollisimman toimiva. Kaupan ja kauppakeskusten sijainnin ohjaukseen toivottiin läpinäkyvyyttä ja selkeämpää linjaa mm. tilaa vievän kaupan osalta.

Kaavoitus herätti paljon mielipiteitä. Kaavaan tulisi saada enemmän kauppapaikkoja ja lisää rakennusoikeutta, jotta mahdollistetaan kasvu tulevaisuudessa. Toimintojen parempi sekoittaminen toisi osallistujien mielestä lisää elävyyttä. Tätä olisi syytä kuitenkin tutkia enemmän, jotta nähtäisiin, tapahtuuko näin myös todellisuudessa. Keskusteluissa todettiin, että lopullinen vastuu, eli ”viimeinen sana” kauppakeskuksen sijoittumisesta on kaavoittajalla. Todellisuudessa kaavoittajalla on kuitenkin aika vähän liikkumavaraa, kun alueen kehityksestä päättävät yhtäällä valtiolliset toimijat (mm. ELY-keskus, museovirasto, SYKE ja ympäristöministeriö) omine aluevarauksineen, suunnitelmineen ja suojelutavoitteineen – ja toisaalla poliitikot omilla linjanvedoillaan aina ministeri- ja kansanedustajatasolta kunnallispoliitikkoihin.

KESKUSTAN SIOJITTUMINEN VAIKEAA JA KALLISTA

Keskusteluissa todettiin, että kestäviä kauppapaikkoja on liian vähän tarjolla. Kauemmas tiiviistä kaupunkirakenteesta on halvempaa ja helpompaa rakentaa. Lisäksi tiiviin kaupunkirakenteen ulkopuolella oleva keskus saattaa olla asiakkaille houkuttelevampi, erityisesti jos se on helpommin saavutettavissa autolla. Keskustan kehittämisessä nähtiin useita ongelmia. Esteitä kehittämiselle olivat markkinatalouden mukainen maan hinta, kaavalliset rajoitteet, rakennusten suojele ja moniomisteiset rakennukset ja korttelit. Myös pysäköintipaikat tuotiin esille tekijänä, joka nostaa keskustahankkeiden hintaa huomattavasti varsinkin, jos ne on rakennettava maan alle. Yksimielisiä oltiin siitä, että keskustan kehittämisen esteitä pitää purkaa ja julkinen sektori voisi kehittää sijoittumisen ohjauksen lisäksi muotoja, joilla auttaa kauppakeskusten sijoittumista kau-



Kuva: Vesa Kanninen

punkirakenteeseen ja keskustoihin. Konkreettisia keinoja keskustojen kehittämisen parantamiseksi keskusteluissa ei annettu. Toisaalta nähtiin, että monet kunnat ovat onneksi jo heränneet kehittämään keskustojaan.

YHTEISTYÖLLÄ KESTÄVÄMPIIN RATKAISUIHIN

Yhteistyön tekeminen ja sen kehittäminen tuli keskusteluissa esille useasti. Koettiin, että hankkeiden suunnittelussa ei tehdä tarpeeksi yhteistyötä, vaan eri toimijat kehittävät omia hankkeitaan ja alueitaan yksin. Esimerkiksi pitkän aikavälin suunnittelu ja avoimempi keskustelu olisivat tärkeitä. Olisi arvokasta, jos kaikilla osapuolilla olisi selvä näkemys siitä, miten aluetta kehitetään pitkällä aikavälillä. Tämä helpottaisi myös kalliimpien ja riskialttiimpien keskustahankkeiden kehittämistä.

Osallistujat kokivat, että yhteistyön avulla saattaisiin päästä jokaisen osapuolen kannalta parempaan lopputulokseen, myös kuluttajan ja asukkaan. Parempi yhteistyö kauppakeskusten ja kaupan hankkeiden kehittämisessä jo hankkeen alkuvaiheista lähtien voisi tuoda lisää selkeyttä ja toimivuutta hankkeen kulkuun. Tämä olisi omiaan vähentämään hankkeeseen liittyviä riskejä ja lisäämään kestävän kehityksen edistämistä. Erityisesti julkisen sektorin ja yksityisen sektorin välille toivottiin lisää vuorovaikutusta, jolla lisättäisiin tuntemusta muiden toiminnasta ja tavoitteista. Tärkeää olisi pohtia, miten kauppakeskuskehittäjien ja julkisen sektorin viranomaisien näkemykset saataisiin kohtaamaan niin, että kaikki kolme kestävän kehityksen ulottuvuutta, ekologinen, taloudellinen sekä sosiaalinen ja kulttuurinen, toteutuisivat.

Kauppa-keskus on optimaalinen muoto tarjota palveluja nykyajan ihmisille, sanovat kauppa-keskusalan toimijat. Kauppa-keskusten ja muun yhteiskunnan välinen vuorovaikutus kattaa runsaasti viranomaistahoja ja -menettelyjä, poliittisia päätöksiä sekä kuluttajien mielipiteitä. Nykytilannetta leimaa kaksi muutossuuntaa, jotka vaikuttavat kauppa-keskuksen ja julkisen sektorin väliseen yhteistyöhön lisäävästi. Ensimmäinen muutos on jatkuvan kehittämisen ja uudistamisen vaade, joka alan mukaan on voimakas asiakkaiden ja kilpailuedun säilyttämiseksi. Toinen muutoksista on monimuotoisten palvelujen, eli muiden kuin kaupallisten palveluiden lisääntyminen kauppa-keskuksissa. Monivuoroiseen vuorovaikutukseen liittyy paljon ongelmia, joita KOKKKA-hankkeen yhteistyö-ryhmäkeskusteluissa pyrittiin tunnistamaan ja samalla hakemaan malleja yhteistyön kehittämiseen.

ONGELMALLINEN YHTEISTYÖ

Ryhmäkeskusteluaineiston perusteella ongelmia yhteistyössä on silloin, kun toimijoiden tavoitteet eroavat. Tavoitteet eroavat suuresti julkisen ja yksityisen sektorin välillä. Osa julkisen sektorin edustajista havaitsi arvostiritoja kaupunkisuunnittelun ja kauppa-keskusektorin välillä. Kauppa-keskuksen puolelta epäiltiin kaupunkisuunnittelun kykyä suunnitella kokonaisvaltaista kaupunkirakennetta ja sanottiin, että kaupan alan kyky suunnitella kaupungin ja kaupan rakennetta jätetään huomiotta, vaikka ala ei halua suunnitella huonoa. Kaupunkien kaupallisen rakenteen suunnittelussa suuret julkilausutut tavoitteet voivat olla samankaltaisia, mutta välitavoitteet ovat erilaisia. Esimerkiksi molemmat osapuolet pitävät kaupunkikeskustan elävyyttä tärkeänä. Yksityinen sektori kuitenkin saavuttaisi elävän keskustan vähentämällä liiketoiminnan rajoituk-

sia keskustuissa, kun taas kaupunkisuunnittelussa pidettäisiin parempana asettaa kaupan alan toiminnalle rajoituksia. Valtiollisen ja alueellisen tason viranomaisten (kuten ympäristöministeriö tai liikenteen suunnittelu) ja yksityisten kauppa-keskustoimijoiden välillä tuli ilmi eroja tavoitteissa erityisesti liikennesuunnittelussa ja raideliikenteen määrässä. Kauppa-keskustahojen

”...näin kaupan toimijan näkökulmasta ku aattelee tätä asiaa ni, se että siihen ruvetaan puuttuu siihen kauppa-keskuksen siihen liiketoiminnan tai siihe liiketoiminnan sisältöön, ni se minusta on niin ku sellanen että kyllä toisaalta ku aattelee, että ei mekään laiteta niitä kauppoja niin ku ihan räiskimällä minne vaan et siihen perustuu kuitenkin niin ku aika paljon niin ku tutkimustyötä, analyysiä ja analyysiä toisen perään, että mikä on niin ku tavallaan, niin ku sen kaupan näkökulmasta se paikka, mihin se kauppa on tulossa tai kauppa-keskus.” (vuokralainen)

mielestä julkisen sektorin ajama raideliikenne ei pysty tarjoamaan tarpeeksi hyvää palvelutasoa, sillä rakentaminen on hidasta, raiteita ei voida rakentaa tarpeeksi ja toisaalta myös autoa pidetään merkittävänä, ainakin päivittäistavaraostoksilla, myös tulevaisuudessa. Autoriippuvuus on tarkemmin esillä hankkeen muissa tutkimuksissa, esimerkiksi Kuopan (s. 38-41) ja Syrmanin (s. 16-19) artikkeleissa.

Yhteistyön onnistumisen esteeksi havaittiin myös runsaiden toimijatahojen erilaiset toimintatavat sekä vakiintuneen yhteistyötavan tai -väylän

puuttuminen. Esimerkiksi yksityisten kauppa-keskustoimijoiden ja valtiollisten ja alueellisten viranomaisten välillä ei koettu olevan riittäviä käytäntöjä yhteistyölle ja ne eivät kehity, sillä yhteistyötä tehdään harvoin. Myös julkisen sektorin sisällä eri tason viranomaisia on hyvin paljon, ja keskustelua viranomaisten välillä ei keskustelijoiden mukaan aina ole. Sen sijaan kaavoittajien ja yksityisten kauppa-keskustoimijoiden yhteistyölle on olemassa käytäntö ja yhteistyötä tehdään paljon. Kuitenkin keskustelijat kokivat, että toimintatavat, esimerkiksi suunnittelun nopeus ja avoimuus, eroavat ja yhteistyössä on puutteita. Toimintatavat liittyvät tässä kohtaa selvästi vallan jakautumiseen. Kaavoitusprosessin toiminnan viiveet liittyvät julkiseen sektoriin ja yksityinen sektori joutuu odottamaan ja kestäämään päätösten epävarmuutta. Erityisesti poliittisten päätösten valtaa kaavoituksessa kritisoitiin. Niiden sanottiin olevan kapea-alaisia, lyhytjänteisiä ja vähentävän ennustettavuutta.

Kaavoitusjärjestelmän puutteet muodostuivat keskusteluissa yhdeksi keskeiseksi teemaksi. Järjestelmää pidettiin liian rajoittavana ja yksityiskohtaisena, sillä suuri osa kaavoituksesta on lukittu ylemmän tason kaavoilla tai lainsäädännöllä ja prosessi on hidas. Keskustelijat kysyivät, onko valta liian kaukana kaupungeista, joiden tulevaisuudesta päätetään? Ehdotettiin, että laeilla rajoittamisen sijaan kaupungit voisivat kohdata keskustojen ulkopuoliset hankkeet vapaassa kilpailussa, jolloin toiminnan annettaisiin muotoutua vapaasti ja ohjauskeinona käytettäisiin keskustojen vetoa. Keskustaja pidettiin tavoiteltavana sijoittumispaikkoina, lähinnä koska ne ovat kaupallisesti hyviä paikkoja. Keskustelijat halusivat keskustarakentamisen esteitä purettavan julkisen sektorin toimin, mutta myönnettiin, että keinoja siihen on hankala löytää.

Spieringsin (2006) ja Guyn (2007, 241) mukaan silloin, kun keskustojen ulkopuolista kaupallista rakentamista on rajoitettu politiikalla, se on vähentynyt. Kuitenkin Guy (2007, 241) kertoo, että sijainnin ohjauksen politiikan lisäksi on muitakin tekijöitä, jotka vähentävät keskustojen ulkopuolista rakentamista, kuten kysynnän saturaatio. Tiukka rajoittaminen ei siis välttämättä ole ainoa mahdollisuus. Sijoittumisesta ja sen ohjauksesta puhuttiin paljon myös Kestävä kehitys -ryhmäkeskusteluissa, joissa keskusteltiin enemmän myös keskustasijoittumisen kestävydestä (katso Yrjänä & Uotinen s. 42-45).

Keskustelijat tunnistivat nykyisessä toiminnassa paljon urautuneita ajatusmalleja sekä julkisella että yksityisellä puolella. Suurin kritiikki kohdistui julkiseen sektoriin, olihan suurin osa keskustelijoista yksityisen sektorin edustajia.

Sanottiin, että yksityisen kauppakeskusalan sisällä, oman työn kannalta läheisten toimijoiden välillä, kuten managereiden, sijoittajien ja rakentajien välillä yhteistyö toimii. Yksityistä sektoria kuitenkin myös kritisoitiin. Kritiikin kohteina oli muun muassa rakennuttajien, sijoittajien ja keskusliikkeiden lyhyen aikavälin tuoton hakeminen, joka voi muodostaa huonoa yhdyskuntarakennetta. Myös päivittäistavarakaupan keskittyminen synnyttää valtarakenteita, jotka estävät toimialan uudistumista.

MITEN YHTEISTYÖN ONGELMIA RATKAISTAISIIN?

Keskustelijat olivat laajasti sitä mieltä, että heidän tavoitteidensa mukaista kaupallista ympäristöä, elävää ja monitoimintaista kaupan ja kaupungin rakennetta, saataisiin aikaiseksi, jos vain yhteistyö olisi laajaa, heidän kuvailunsa

mukaista. Tässä keskustelijat unohtivat ristiriidat tavoitteissa. Vaikka yhteistyö toimisi saumattomasti, silti tavoitteet voivat olla erilaisia, kuten raideliikenteen määrä suhteessa yksityisautoilun määrään.

Keskustelijoiden mielestä yhteistyön tulisi olla laajan toimijaryhmän yhteistyötä. Sekä julkisen että yksityisen sektorin kykyjä pitäisi hyödyntää ja käyttää uusia työtapoja paikalliset olosuhteet huomioiden. Haluttiin lisätä aitoa keskustelun yhteyttä esimerkiksi kaa-

voittajien, rakennuttajien, investorien ja asukkaiden kesken. Tällaista toivottiin pysyväksi käytännöksi.

Julkiselta sektorilta haluttiin keskustelelevampaa, avoimempaa ja vuorovaikutteisempaa kaavoitusprosessia, jonka tulisi olla ennustettavampi aikataulullisesti sekä julkilausutulta tavoitteeltaan. Vaatimus ennustettavuudesta oli kuitenkin jossain määrin yksipuolinen, sillä kaupallisen puolen keskustelijat halusivat omalle toiminnalleen

”Ja ja siinä mä näkisin, että välillä on vähän puutteita, et ei olla keskustelufoorummeissa, semmosissa avoimissa, esimerkiksi ympäristöministeriön kanssa. Me ollaan niissä mukana mutta ei niin ku sillä semmosella syvällisellä ehkä tasolla, että jossa niin ku sitä pohdittais ja mis ois ehkä poliitikkoja mukana. Jossa niin ku pohdittas sitten, että että mihin suuntaan maailma kehittyy ja niin ku eri näkökulmista ja se on ihan sattumanvaraista, kuka siellä sitten millonkin on [...] keskustelelee niin ihmiset ajattelee aivan eri näkökulmista asioita. Ja se on todella vaikee niin ku nähdä sitä toisen näkökulmaa, ku toinen elää siinä toisessa...” (rakentaja)



Kuva: Jenni Kuoppa

reagointikykyä nopeisiin muutoksiin.

Keskusteluissa puhuttiin paljon siitä, että kun-kin toimijan pitäisi katsoa käsiteltäviä asioita nykyistä laajemmasta näkökulmasta. Useimmin tämä puhe kuitenkin pelkistyi vaatimukseksi elinkeinoelämän näkökulman huomioinnista, joka keskustelijoiden mukaan julkisella sektorilla jää edelleen muiden näkökulmien jalkoihin. Keskustelijat ehdottivat Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusten elinkeinopuolen vahvistamista ja kaupallisten toimijoiden osallistumista hankkeisiin aikaisessa vaiheessa.

Yleisesti hankkeissa tulisi panostaa enemmän kannattavuuteen, myös julkisen sektorin edustajat olivat sitä mieltä. Suurin osa keskustelijoista oli sitä mieltä, että kaupungin tulisi täydentää kaupallista osaamistaan, esimerkiksi ottamalla hankekehitykseen edustuksia kaupallisista toimijaryhmistä tai kouluttautumisen kautta. Keskustelijat eivät tunnistanee tarvetta osaamisen täydentämiseen yksityisellä sektorilla. Kestävä kehitys -ryhmäkeskusteluissa (Yrjänä & Uotinen s. 42-45) molempien osaamisen täydentämisestä kuitenkin puhuttiin.

Osa keskustelijoista kritisoi julkista kaupunki-suunnittelua visioiden puuttumisesta. He tulkit-sivat suunnittelun pitkän ajallisen keston poukkoilevaksi ja siten strategiattomaksi. Kuitenkin kunnallisen ja maakunnallisen kaavoituksen poliittisten tahojen kautta muodostunut lopputulos on väistämättä kompromissi erilaisista visioista. Kaupallisen puolen osallistujat peräänkuuluttivat prosessia, jossa byrokratiaa olisi vähän. Virkamiesten valtaa suhteessa poliittiseen valtaan haluttiin kasvattaa. Yksityisen sektorin tavoitteille haluttiin suurempi näkyvyys.

Guyn (2007, 167) mukaan usein, kun kaupan alan toimijat pyytävät suurempaa vapautta kaa-voittamisessa, perusteluina käytetään kilpailun lisäämistä, mutta usein kyseessä on paremman kilpailuaseman hankkiminen toimijalle itselleen. Keskusteluissa puhuttiinkin paljon joustavammas-ta kaavoituksesta, haluttiin, että kaavoitus olisi yleisemmällä tasolla suunniteltua tai, että siinä olisi valmiina laajennus- ja kehitysvaraa, jotta muutoksenhaku olisi nopeampaa ja kehittäminen kuluttaisi vähemmän resursseja sekä useammilla toimijoilla olisi mahdollisuus päästä markkinoille.

”Sipoossa on tämä, meil on tää yks han-ke, joka on tosi herkullinen, sanotaan et Helsinkiin ei saanu. Nyt me aiotaan muut-taa kaavat. Eihän se, eihän se nyt niin perin voi mennä, et joku tota tuolla joku semmose.. täytyy olla tilaa myös kehittää ja innovoida yhteiskunnassa. Nyt ja tule-vaisuudessa. Ne hankkeet on ne, jotka vie asioita eteenpäin, ne kaavat muutetaan sen mukaseks.” (arkkitehti)

Kuitenkin Guy (2007, 167) kertoo, että suurten toimijoiden laajentuminen johtaa usein kilpailun vähenemiseen, eli suurten toimijoiden aseman vahvistumiseen. Keskustelijat kritisoivatkin esi-merkiksi keskusliikkeiden valtaa mutta samalla toisaalta halusivat kasvattaa omaa toimintaansa. Kasvamisen pakkoa perusteltiin kaupakeskuk-sen elinvoimaisuuden säilyttämisellä.

Kuluttajien ja asukkaiden mielipiteen saamista pidettiin tärkeänä. Samalla useat keskustelijat

halusivat vähentää kaavoituksen valitusoikeuksia projektin hallittavuuden ja valituksista johtuvi-en kustannusten vuoksi. Keskustelijat halusivat osallistumisen tapahtuvan hankkeen varhaisessa vaiheessa esimerkiksi keskustelutilaisuuksin. Tä-män tyyppisellä ”pre-planning” yhteistyöllä py-ritään yleensä vähentämään hankkeessa esiin tulevia ristiriitoja ja saada hanke sujumaan kaupallisen toimijan kannalta sujuvasti. Monissa maissa tällaiseen varsinaista kaavoitusprosessia edeltävään yhteistyöhön onkin toimijoita kan-nustettu (ks. Kanninen s. 50-53).

Osa kaupallisen puolen keskustelijoista halusi aidosti kehittää asukkaiden osallistumismahdol-lisuuksia, osa halusi käyttää keskustelutilaisuuksia hyväksynnän antajina. Toisaalta epäselväksi jäi, parantaisiko keskustelijoiden suunnittelema epämuodollinen keskustelutilaisuus asukkaiden vaikutusmahdollisuuksia kaavoituksen valitusoi-keuteen verrattuna.

Monet keskustelijat halusivat huomauttaa, että kauppa on yhdyskuntarakenteeseen haluttu toi-mija. Heidän mukaansa kaikki hyötyisivät tilan-teesta, jossa parempaa yhteistyötä tehtäisiin, jot-ta saataisiin parempia hankkeita, haluttavampaa toimintaympäristöä ja vilkkaampaa elinkeinoelä-mää. Yhdyskuntarakenne ja liiketoimintakonseptit voisivat kehittyä jatkuvasti. Vilkas elinkeinoelämä oli keskustelijoiden puheissa hyvän kaupungin ja hyvän elinympäristön merkki.

Kestävä kehitys -ryhmäkeskusteluissa (Yrjänä & Uotinen s. 42-45) saatiin samankaltainen tulos, taloudellinen vilkkaus yhdistettiin taloudelliseen kestävyteen, jota käytettiin yhteisenä mittana kestäväälle toiminnalle ja hyvälle elinympäristölle. Ajattelutapa on hyvin yleinen. Mäenpään mu-



Kuva: Vesa Kanninen

kaan kuluttamisesta on tullut nykyisen kaltaisen kaupunkikulttuurin läpivievä ajatus. Kauppakeskusten kaltaiset puolijulkiset tilat, joissa toiminta perustuu kuluttamiseen tai sen ajatukseen, ovat lisääntyneet. (Mäenpää 2005.)

JOHTOPÄÄTÖKSET

Ryhmäkeskusteluissa osallistujat keskittyivät paljon kaavoitusprosessin kritisointiin. Kuitenkin paljastui, että suuria ongelmia oli myös eriävissä tavoitteissa. Toimivallakaan yhteistyöprosessilla ei saada aikaiseksi kaikkia miellyttävää lopputulosta, jos tavoitteet eroavat. Keskusteluissa kauppakeskusalun näkökulma, jonka edustajia keskusteluissa oli enemmistö, oli selvästi voimakkaampi kuin julkisen sektorin.

Liiketoiminnan edun tavoittelu näkyi kommentteissa. Edun tavoittelu onkin tarpeellista liiketoiminnalle. Kuitenkin etua perusteltiin usein kaikkien yleisellä hyvällä. Kaavoitus- ja suunnitteluprosessien muuttamista perusteltiin parempien toimintatapojen valitsemisella mutta taustalla oli tavoite – valtaa haluttiin siirtää elinkeinoelämälle julkiselta sektorilta sekä jossain määrin myös asukkailta ja kuluttajilta. On ymmärrettävää, että tietynlainen nopea ja matalan byrokratian toimintakulttuuri sopii kaupalliselle puolelle, mutta hitaassa prosessissa voi olla etunsa sidosryhmillä, jotka eivät ammattimaisesti seuraa ympäris-

tönsä kehitystä, kuten asukkaat.

Toimintatavoissa ja prosessissa esiintyi myös aitoja ongelmia. Keskusteluissa muodostui vastakkainasettelu julkisen ja yksityisen sektorin välille, vaikka osapuolia todellisuudessa on paljon enemmän. Suuren osapuolien määrän havaittiinkin olevan yksi yhteistyössä esiintyvistä ongelmista, sillä laajan osallisten määrän myötä yhteistyöhön tulee paljon eri osapuolten aiheuttamia viiveitä ja byrokratiaa, varsinkin julkisen sektorin eri tasojen taholta.

”Sit tietysti yks asia on se, että kaupungin, kaupunkien kuntien virkamiesjohdon oikee päätäntävalta, mikä se on, pitäiskö sitä pyrkiä lisäämään. Mä nyt nyt kun se menee poliittiseen päätöksentekoon lähde tekni-sestä lautakunnasta alkaen etenemään niin on päivän selvä asia, että jossain vaiheessa se tie katkeaa taikka taikka se niin ku sielt tulee hirveä vastustus jostain käsittämättömästä syystä, jota ei pysty millään järkiseikalla enää perustele. Se on yhden ihmisen synnyttämä ajatus ja ja sit rupeekin leviämään.” (rakentaja)

Tavoitteiden eroavaisuudet eri toimijoiden välillä kuuluvat väistämättä laajaan yhteistyöhön. Koska erojen ristiriitaisuuksia ei voida kokonaan poistaa, on vaihtoehtona on luoda aktiivista vuoropuhelua, etsiä yhteisiä toimintatapoja ja väyliä, jotta ymmärrys muiden toimijoiden tilanteesta kasvaa.

Ryhmäkeskustelut olivat hyvä foorumi tuoda yhteen alan eri toimijoita ja etsiä konfliktien aiheuttajia. Nyt keskustelua pitäisi jatkaa. Eryteisesti julkisen sektorin suuren toimijamäärän yhteistyötä toisiinsa ja yksityiseen sektoriin tulisi tutkia, sillä osa väylistä koettiin toimimattomiksi.

Osana KOKKKA-hanketta toteutettiin tutkijavie-railuja eri maihin. Alankomaihin ja Iso-Britanni-aan 2009-2010 suuntautuneen kuuden kuukau-den mittaisen tutkijavaihdon yhteydessä tutkittiin kauppakeskusten suunnittelun ohjausta sekä suunnitteluprosesseja toimijahaastatteluin, suun-nitteludokumenttianalysein ja tutustumiskäyn-nein. Kauppakeskusten suunnittelu-, sijainti- ja kehittämiskysymyksistä olennaisiksi nousivat eri-tyisesti suunnitteluyhteistyön hallinta ja julkisen sektorin toimijoiden koordinaation tarve, suun-nittelun sisällöllisten ja prosessuaalisten näkö-kohtien painottuminen hanke- ja maakohtaisesti, sekä keskusten liittyminen lähiympäristöönsä niin fyysisesti, toiminnallisesti kuin sosiaalisestikin.

KAUPAN SIOITTUMISEN OHJAUS JA SUUNNITTELUYHTEISTYÖ

Iso-Britanniassa kaupan ohjauksen keskeiset instrumentit ovat olleet erityiset keskushallinnon suunnitteluohjeet. Sisällöt ovat vaihtuneet puoluepoliittisen vallan vaihdosten myötä. Tiukkaa kontrollia on seurannut vapaamman kehittämisen kausia. 1980-luvun loppupuolella ja 1990-luvun alkuvuosina myönnettiin paljon lupia kaupunkirakenteessa perifeerisesti sijaitseville kauppakeskuksille. Vuodesta 1993 on kaupan ohjauksessa pidetty kiinni keskustojen kehittämistä tukevasta linjasta. 1990-luvun lopulta käytössä on ollut periaate, jonka mukaan kehittäjän tulee ensisijaisesti etsiä keskustasijainteja, sen jälkeen keskustaan liittyviä, ja vasta kolmanneksi keskustan ulkopuolisia sijainteja. Samalla keskustan ulkopuolisten hankkeiden on täytynyt osoittaa kaupallinen ”tarve” toiminnoille (Guy 2007).

Iso-Britannian tapauksissa yhteistyö paikallisviranomaisten ja kehittäjän välillä nähtiin toispuoleisena. Yhtäältä hankkeeseen sitoutuneella

kehittäjällä on vahva ja kattava näkemys keskuksesta, mutta tämän näkemyksen koordinoiti eri paikallisviranomaisten kanssa on vaikeaa. Toisaalta viranomaisella on rajallisesti mahdollisuuksia hankesuunnittelua tukevaan toimintaan. Vahvasti sektoroitunut hallinto ei ole aina kyennyt edistämään edes haluamiaan hankkeita toivotuissa paikoissa (Adams 2008). Niin suunnitteluviranomaisen kuin kehittäjänkin näkökulmasta tilanne on turhauttava – hankkeen laatu ei välttämättä johda sen toteutumiseen.

Ratkaisuja on haettu kaupan hankkeiden ja muiden kehittämishankkeiden yhteisten päämäärien kautta. Kauppakeskus voi toimia lähiuudistuksen moottorina ja vahvistaa kaupunginosan kehittämisedellytyksiä, kuten Glasgown Pollokissa, jossa kauppakeskus toimii osana lähiön keskustaa. Aberdeenissa puolestaan uusi keskustan kauppakeskus on periaatteessa onnistunut hyvin – yhtäältä se on kaupallisesti käynnistynyt hyvin, toisaalta se täydentää keskustan kaupallista tarjontaa, yhdistää joukkoliikenteen terminaaleja, sekä on samalla osa ydinkeskustaa ja hyvin saavutettavissa kaikilla liikkumismuodoilla. Käytännössä kuitenkin yhteys muuhun keskustaan on ongelmallinen.

Alankomaissa kaupan rakenne on seurausta vahvasta sijainnohjauspolitiikasta, jolla on koko toisen maailmansodan jälkeisenä aikana pyritty sekä edistämään kaupunkikeskustojen kilpailukykyisyyttä että luomaan yhdyskuntarakenteeseen kiinteästi liittyvä kaupan palveluverkko. Kaupan suuryksikköjen kehitys 1960-luvulla johti sääntelyn tiukkenemiseen 1970-luvun alussa. Aina 1980-luvulle asti kansallisena tavoitteena oli tarjota kaikille kansalaisille ”hyvätaoainen elintarvikemyymälä” kävely- tai pyöräilyetäisyydellä (Evers 2002). Tästä tavoitteesta luopumisen

jälkeenkin sijoittumisen ohjauksella on pyritty kaupallisten lähipalvelujen takaamiseen. Kaupan ohjauksen periaatteet määritellään provinssihallinnoissa kunkin provinssin omien tarpeiden mukaisesti. Niinpä kaupan strateginen ohjaus vaihtelee provinssista toiseen varsin paljon. Pääsääntöisesti provinssit kuitenkin seuraavat aiempaa ohjeistusta tai ovat ottaneet käyttöön jopa tiukempia ohjausperiaatteita. Joissain provinseissa kuitenkin luotetaan kaavoituksen yleisiin periaatteisiin, kaupan sijainnohjauksesta ei tällöin ole erillisiä säädöksiä (Evers 2010).

Hollantilaisissa tapauksissa korostui vahva ohjauspolitiikan perinne sekä eri tasoisten viranomaisten tiukka ote kaupan suuryksikköjen suunnittelussa. Utrechtissa aloite kauppakeskusten toteuttamisesta osana moottoritien meluvaltia tuli kaavoittajalta. Rakennus onkin yhtä lailla osa kaupunginosan kehittämissuunnitelmaa kuin yksittäinen kaupallinen sijainti, eivätkä viranomaiset ole tehneet kompromisseja keskuksen sallittujen toimintojen suhteen vaikei konsepti vastaakaan lähialueen tämänhetkiseen kysyntään.







Tilburgissa kaavoittaja ja kehittäjä muodostivat tiiviin yhteistyötiimin, joka yhdessä pyrki ratkaisuun kauppakeskuksen kehittämiseen liittyneet alue- ja paikallispoliittiset ongelmakohdat. Keskeiset toimeenpanijat (kehittäjä, kaupunginhallinto, provinssihallinto) olivat yhtä mieltä hankkeen laadusta ja vaikutuksista, mutta poliittiset toimijat (kaupungin päättäjät, media, paikalliset kauppiat, kansalaiset) puolestaan puolestaan näkivät hankkeessa useita epävarmuuksia. Paikallisen poliittisen ilmaston muututtua hankkeesta päätettiin järjestää kansanäänestys. Äänestystuloksen perusteella hankesuunnittelu lopetettiin.

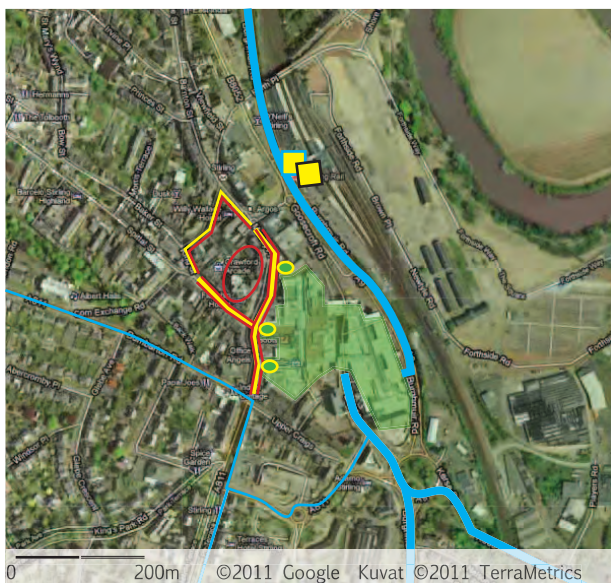


Kuvat: Vesa Kanninen

SKOTLANTI: KAUPPAKESKUSTEN SUHDE LÄHIYMPÄRISTÖÖNSÄ

Thistles (40 000 m²) Stirlingin (38 000 asukasta) keskustassa on rakennettu 1977 ja laajennettu nykyiseen kokoonsa 1997. Keskus on lähes huomaamaton osa keskustakadun julkisivuja, mutta rakennuksena keskustan itäreunaa hallitseva ja rajoittava. Keskus muodostaa pääosan kaupunkikeskustan palvelutarjonnasta. Yli 80% keskuksen asiakkaista saapuu keskuksen oman paikoitushallin kautta.

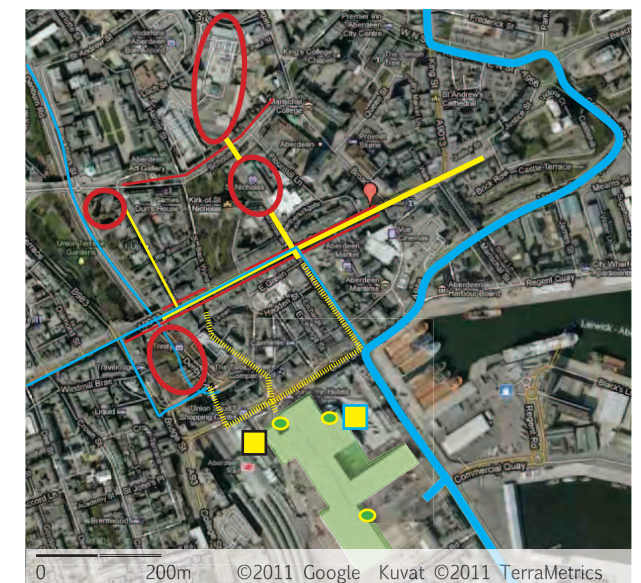
-  kauppa-keskus, sisäänkäynti
-  muu tärkeä kaupan asiointikohte
-  keskeiset kävelyreitit
-  keskeiset ajoreitit kauppa-keskukseen
-  bussiterminaali
-  raideliikenneterminaali



Silverburn (91 000 m²) sijaitsee noin 8 kilometrin päässä Glasgown (kaupunkiseutu 1,7 milj. as.) keskustasta etelään Pollockin lähiössä. Keskus avattiin vuonna 2007. Hanke oli osa lähiön mittavaa uudistusta, jota on toteutettu 1980-luvulta alkaen mm. purkamalla vanhoja vuokrakerrostaloja ja rakentamalla tilalle huomattavasti väljempää pienkerrostalo- ja rivitalotyyppistä asuntokantaa. Kauppakeskushankkeeseen liittyi alueen vanhan ostoskeskuksen purkaminen ja sen palvelujen sijoittaminen kauppakeskuksen yhteyteen. Keskuksen viereen on rakennettu mm. asukastalo ja linja-autoterminaali. Fyysisesti kauppakeskus integroituu tiiviisti asuinalueeseen, myös keskuksen yhteyteen sijoittunut hypermarket palvelee paikallisia asukkaita.



Union Square (50 000 m²) sijaitsee Aberdeenin (210 000 as.) keskustan eteläreunalla. Kauppakeskus avattiin vuonna 2009. Hanke hyödynsi keskustan tuntumassa sijainnutta ratapiha- ja varastoaluetta, joka hankkeen takia muutettiin virallisesti osaksi keskustaa. Kauppakeskuksen integroituminen seudullisiin joukko-liikennedyhteyksiin on hyvä, mutta valtaosa kaupungin sisäisistä bussilinjoista kulkee korttelin matkan päässä Union Streetillä. Kauppakeskuksen suunnittelussa korostuu autoilevan asiakkaan asema – pysäköintipaikkoihin on kiinnitetty paljon huomiota, jopa maanpäällistä paikoitustilaa on runsaasti. Toisaalta jalankulku keskustakadun ja kauppakeskuksen välillä on vaikeaa: tasoerot ovat suuria, reitit ahtaita ja kadunlytykset vaikeita. Myös suunnittelijat myöntävät tämän.



UUSIA SUUNTIA JA NÄKEMYSTÄ SÄÄNTELYYN JA OHJAUKSEEN

Toimijoiden puheessa nousivat esiin yhteiset onnistumiset: olemassa olevat hallinnon mahdollisuudet (sijainnin määrittely keskustaksi, hankkeiden liittäminen lähiuudistuksen tavoitteisiin, kaavoituksen joustojen käyttö) käytettiin hyväksi ja kauppakeskuskonseptia ja hankkeita sovitettiin näiden mukaisesti (sijaintien löytäminen, sisäänkäyntien sijoittaminen, arvonnousun kompensatiot liikennejärjestelyjen, julkisten tilojen ja viherakenteiden muodossa, työllisysohjelmat).

Toteutukseltaan kauppakeskushankkeita pidettiin korkealaatuisina, joskin huolta aiheuttivat erityisesti liikennejärjestelyt. Kehittäjätahot kuitenkin korostivat, että heillä on mahdollisuuksia kestävämpiin ratkaisuihin esim. joukkoliikenteen ja lähiympäristöön liittymisen suhteen, mutta julkishallinnon toimet eivät luo niiden toteuttamiselle otollisia olosuhteita. Esimerkiksi kaupakeskuksen ympäristön polkupyöräilyjärjestelyt on helppo sisällyttää suunnitteluun, mutta jollei ympäröivässä kaupunkitilassa ole toimivaa pyörätieverkostoa, on niitä järjestöntä toteuttaa (vrt. Rantanen s. 34-37, Kuoppa s. 38-41).

Kaupan hankkeiden suunnittelun ja ohjauksen kysymyksistä keskeiseksi ovat osoittautuneet prosessien yhteistyön koetut hankaluudet, hankkeiden sisältöjen kaupunkirakenteelliset tekijät sekä suunnittelun reunaehtojen, politiikkaohjauksen, oikean muodon ja tason löytäminen. Clifford Guy (2007) esittää, että suurin osa ongelmista piilee suunnittelujärjestelmän sisällä, erityisesti strategisten tavoitteiden asettelussa. Ristiriitaisista tavoitteista tulee epäselviä politiikkoja ja sääntelyn ohjeistoja, joita ei ole mahdollista soveltaa johdonmukaisesti. David Evers

(2008) löysi Englantia, Alankomaita ja Saksaa käsitelleessä vertailussaan selkeät liittymäkohdat sääntelyn ja kauppakeskuksen menestyksen eri osatekijöiden välillä. Paras kompromissi löytyi maltillisesta sääntelystä, joka pakotti molemmat osapuolet tekemään priorisointeja, refleктоimaan hanketta suhteessa omiin ja toisten osapuolten päämääriin. (vrt. Heikkinen & Yrjänä s. 46-49).

Kaupan ohjauksen ja siihen liittyvien suunnittelujärjestelmien strategisuus vaikuttaa olevan irrallaan kaupunkikehityksen dynamiikasta. Niinpä Alankomaissa markkinoiden tiukka kontrollointi on vaikeuttanut tervettäkin kilpailua ja luonut kaupan rakenteita, jotka suosivat tietyn tyyppisiä toimijoita ja toimintoja. Toisaalta Iso-Britanniasa on löyhän sääntelyn aikana tehty sijainti- ja konseptipäätöksiä, joiden eivät edesauta kestävä kaupunkirakenteen kehittämistä.

Niin Alankomaissa kuin Iso-Britanniassakin suunnittelujärjestelmä näkee kaupunkirakenteen staattisena ja melko paikallisesti kaupakeskushankkeiden yhteydessä. Suunnittelu näyttää kiinnittyvän yhteen näkemykseen kaupunkirakenteesta. Rakenne kuitenkin on ja tulee olemaan suurien arjen käytännöistä ja talouden "lainalaisuuksista" nousevien muospaineiden kohteena – saavutettavuuden korostaminen erityisesti autoliikenteen infrastruktuurien kehittämisen kautta on luonut uuden tyyppisiä verkostonoodeja ja -malleja, joiden tarkasteluun ja kehittämiseen ei aina ole välineistöä.

Siinä missä kaupan sijoittumisen ohjausjärjestelmä kykenee kontrolloimaan yksittäisen kaupunkiseudun kaupan rakennetta, se ei kykene käsittelemään uusia kaupunkikehityksen mittakaavoja. Keskustojen ulkopuolisten hankkeiden hyötyjen ja haittojen käsittelyn tulisi kyetä ottamaan hu-

mioon vaikutukset monikeskustumisen luonteeseen – luodaanko uutta kaupunkirakennetta vai uusia kuluttamisen verkostoja. Saavutettavuuden moniulotteinen ja -tasoinen käsittely onkin yksi keskeisistä tavoista nähdä kaupunkirakenteiden sisäisten dynamiikkojen vuorovaikutus.

Suhdetta kansallisen ohjaavuuden toimivasta tasta ja tarkkuudesta ei ole onnistuttu ratkaistaan siten, että ohjaus tuottaisi sekä kehittäjille houkuttelevia että paikallisesti toimivia ja hyväksyttäviä mahdollisuuksia. Poliitiikkaohjauksen toivottavan suunnan on kuitenkin todettu olevan kohti nykyistä paikallisempia sovelluksia mahdollistavaa raamitusta, pois kansallisen tason rajaavista ja kategorisoivista lähestymistavoista. Samalla prosessien kehittämisessä korostuvat tarpeet löytää toimijoiden yhteiset päämäärät ja kartoittaa hankkeiden vaikutukset mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jopa ennen varsinaisen (virallisen) suunnitteluprosessin alkua.

Olennaista on, että kyetään aikaansaamaan tilanteita, joissa mahdollisimman monilla kehittämisen toimijoilla on mahdollisuus aktivoitua joko julkisen sektorin mahdollistavien toimenpiteiden avulla tai rakenteiden tuottamien uusien kaupallisten, sosiaalisten ja kulttuuristen potentiaalien kautta. Sama logiikka koskee myös keskustojen kehittämisen suhdetta muuhun kaupunkiseutuun.

Valta- ja sisällönhallintasuhteiden symmetrisyys keskeisten toimijoiden välillä tulisi myös asettaa tavoitteeksi. Tämän mahdollistamiseksi julkisen sektorin olisi kyettävä toimimaan nykyistä integroidummin asiantuntijuksiensa aktivoimiseksi. Kehittäjän puolestaan tulisi entistä aktiivisemmin nähdä ja tehdä näkyväksi kaupallisen toiminnan rooli osana yhteiskunnallista ja kaupunkirakenteellista kehittämistyötä.



Kuva: Vesa Kanninen

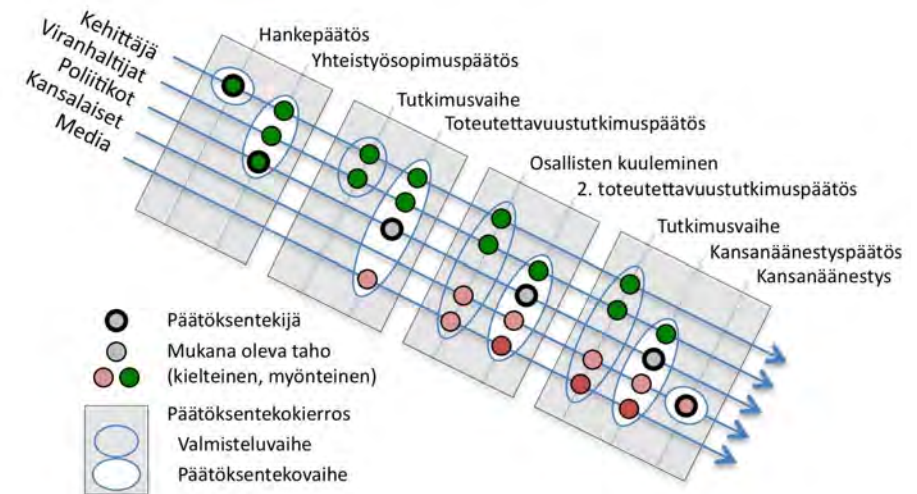
TILBURG: SUUNNITTELUN JA PÄÄTÖKSENTEON PROSESSI JA TAHOT

Tilburgin kaupungin (200 000 as) reunalle suunnittelun AvenTura Brabant -hankkeen (80-120 000 m²) suunnitteluprosessissa korostui uuden, mahdollistavan ohjauksen ja vanhojen käytäntöjen välinen ristiriita. Vaikka hanketta valmisteltiin määräysten mukaisesti, vastustus nojasi aiempien käytäntöjen periaatteisiin. Vastakkain olivat näkemykset seudullisesti houkuttelevasta vapaa-ajan kauppakeskuksesta, joka tuo uutta vaurautta paitsi kaupunkiseudulle, myös lähialueille ja -kaupunkeihin, sekä kaupunkikeskustan ja lähikaupungit näivettävästä ylisuuresta kauppakeskuksesta, jonka aikaansaamat liikenneongelmat heijastuisivat sekä kaupungin sisäisten että seudullisten väylien ruuhkautumiseen.

Päätöksentekijät kaupungissa jatkautuivat uuden ja vanhan linjan kannattajiin. Paikallinen media ja kaupunkikeskustan kauppiat olivat hanketta vastaan, ja vaalien jälkeen jo alun perinkin hankkeeseen ristiriitaisesti suhtautuneen kaupunginvaltuuston enemmistö oli hanketta vastaan. Hanketta kannattanut pormestari näki kansanäänestyksen viimeisenä keinona hankkeen toteuttamiselle.

Kehittäjä ei onnistunut markkinoimaan hanketta uskottavasti kaikille sidosryhmille tilanteessa, jossa myönteisten viranhaltijoiden oli pitädyttävä suunnitteluprosessin mahdollistamassa viestinnässä hankkeen vaikutuksista. Lisäksi vaikutusselvitysten uskottavuutta nakersi se, että ympäröivien kuntien teettämä vaikutus selvitys oli tuloksiltaan selkeästi negatiivisempi kuin kehittäjän ja suunnitteluviranomaisten yhdessä teettämä. Luotettaviksi uskottavien faktojen puuttuessa mielikuvapelin voittivat ne, jotka kannattivat nykyisen tilanteen säilyttämistä.

Kaavio: AvenTura Brabant -hankkeen päätöksentekoprosessi (Teismania (2000) ja Janssenia (2009) soveltaen)



©2009 OVG Real Estate

Hankkeen tutkimusasetelmassa kestävyydellä viitataan kaupan palveluiden, kaupunkirakenteen ja suunnittelun yhdentämiseen, joka mahdollistaa kuluttajalle – asukkaalle ja kaupunkilaiselle – ympäristöä entistä vähemmän kuluttavan mutta arjen vaateisiin entistä paremmin vastaavan tavan organisoida kuluttamista ja arjen palvelujen käyttöä.

Tutkimuksessa on käsitelty kaupan toimijoiden, yhdyskuntasuunnittelijoiden ja kuluttajien käsitteitä kestävydestä. Ne kiinnittyvät luonnollisesti yleisesti käytettyyn kestävyuden brundtlandilaiseen määritelmään eri pilareineen. Monesti keskeiseksi on kuitenkin noussut kestävyuden taloudellinen ulottuvuus kilpailukykyä, kassavirtana, jatkuvuutena ja uusiutumiskykyä.

Yhdyskuntien kestävyyttä voidaan myös lähestyä ulkoisvaikutusten, kuten ympäristöllisten ja sosiaalisten hyötyjen ja haittojen kautta. Haitoille pitäisi pystyä osoittamaan konkreettiset kustannukset, joihin niin julkinen ja yksityinen sektori kuin kuluttajatkin kytkettäisiin omien valintojensa kautta.

Kuluttajien käyttäytymisestä, toimijoiden näkemyksistä ja kaupunkimorfologiasta löytyi sekä tukea että vasta-argumentteja keskeisille väitteille integroivan suunnittelun mahdollisuuksista tuottaa nykyistä kestävämmiin saavutettavia sijainteja, arjen sujuvuutta palvelevia ja lisäarvoa tuottavia konsepteja niin kaupallisille toimijoille kuin yhteiskunnallekin.

Osa johtopäätöksissä esitetyistä näkemyksistä liittyy suoraan kauppaeskkusten suunnitteluun, osa taas laajemmin kaupunkisuunnitteluun. Osa liittyy eri osapuolten toimintaan, toiminnan mahdollisuuksiin ja näitä kehästäviin asenteisiin.

TUTKIMUSOSIOIDEN JOHTOPÄÄTÖKSET

Simo Syrmanin kauppatarkastelu kulkumuotoja käsittelevä tarkastelu osoittaa, kuinka kaupunkirakenteen erot vaikuttavat eri kulkumuotojen käyttöön. Asuinpaikan ja lähialueen kauppajen sijainnilla on merkitystä riippumatta autonomistuksesta ja vastaajan tulotasosta. Vaikka kaupunkirakenteella ei voida yksin vaikuttaa kulkutapoihin, ei kauppaan kävellä ellei kauppa ole kävelyetäisyydellä. Arjen rakentamisessa on kuitenkin eri strategioita. Muutoksen keskiöön nousevat asenteet. Asenteet muuttuvat hitaasti ja arki on kokonaisuus, jossa lukuisat valinnat ja rajoitukset vaikuttavat toisiinsa. Autoilevien asiakkaiden palvelu esimerkiksi kauppaeskkusten pysäköintitarkoituksilla on perusteltua – myös tulevaisuudessa. Yhteiskunnan muutokset, kuten yhdyskuntien eheytyminen, väestön ikääntyminen ja talouksien keskikoon pienentyminen voivat kuitenkin muuttaa tilannetta merkittävästi.

Asiointikohteen valinnan perusteita tarkastelleen *Ari Hyvösen* mukaan asiointin helppous ja palvelut nousevat tärkeimmiksi tekijöiksi asiointipaikkaa valittaessa. Helppoutta voi olla kauppaeskkuksen hyvä saavutettavuus joko autolla tai julkisilla kulkuneuvoilla, helppo asiointi keskuksen sisällä tai ostosten teon nopeus ja sujuvuus. Kauppaeskkuksen sisällä asiointin helppous korostuu pienemmissä kauppaeskkuksissa, joissa hyvä asiakaspalvelu on viihtymisen perusedellytys. Kauppaeskkusten halutaan myös tarjoavan mahdollisuuksia sosiaaliselle kanssakäymiselle. Viikottaisessa asiointissa asuntoa lähimpänä sijaitsevien kauppaeskkusten rooli nousee keskeiseksi, mutta kuukausittain ollaan valmiita ajamaan autolla selvästi lähintä keskustaa kauemmas. Helsingin keskustan yliveräinen vapaa-ajan tarjonta vetää puoleensa urbaaneja

nautiskelijoita, mutta yllättävää on, että monet kuluttajat hakevat palveluita mieluummin muualta kuin Helsingin keskustasta.

Riitta Kosk tarkasteli tutkimuksessaan kirkkonummelaisten oman kunnan palvelujen käyttöä ja asiointia naapurikunnissa. Kirkkonummella on kolme selkeästi erillistä taajamaa, joissa kaupan tarjontarakenne ja etäisyydet kilpaileviin keskuksiin poikkeavat selkeästi toisistaan. Kirkkonummen keskustassa asuvista 62% asioi siellä viikoittain mutta Masalassa ja Veikkolassa asuvat suuntaavat matkansa useammin muihin keskuksiin. Tutkimukseen osallistuneet kuitenkin arvioivat Kirkkonummen vetovoiman lisääntyneen uuden hyeprmarketkeskuksen ja Prisman myötä eikä kaupallisten palveluiden uskottu vähenevän tulevaisuudessa. Pitkät välimatkat sekä kunnan sisäisen julkisen liikenteen heikko taso pakottaa kirkkonummelaiset käyttämään ostosmatkoillaan pääsääntöisesti omaa autoa.

Palvelujen hyvä saavutettavuus on kaikkien etu. *Anna-Maija Kohijoen* päivittäistavarakaupan saavutettavuutta käsittelevän tutkimuksen mukaan palvelujen fyysinen saavutettavuus oli tutkituilla alueilla hyvä, mutta osalle talouksista hankaluuksia aiheuttivat lähimyyälöiden suppea ja huonolaatuinen tarjonta, tuotteiden löytäminen kaupasta, ostosten kuljettaminen kotiin sekä oma taloudellinen tilanne. Palvelujen saavutettavuus siis ei välttämättä ole hyvä, vaikka kodin lähellä on kauppa; sen on myös vastattava kulutustarpeita. Yli 65-vuotiaille ostoksilla käynti oli myös osa sosiaalista elämää. He suosivat lähellä kotia sijaitsevia isoja marketteja, vaikka niiden suuri koko toisaalta aiheutti ongelmia ostosten teossa. Liikuntavammaiset asioivat mieluummin pienissä päivittäistavarakaupoissa, joissa myymälätila oli paremmin hallittavissa.

Kauppakeskukset olivat heille tärkeitä erikoiskaupan ja julkisten palvelujen saavutettavuuden vuoksi. Oma auto on monelle liikuntavammaiselle välttämätön apuväline, joten kaupan sijainnilla ei ollut suurta merkitystä ostopaikan valinnassa. Autosta luopuminen merkitsisi heille siten myös lisääntyneitä riippuvuutta läheisten tai yhteiskunnan avusta.

Sanna Iltanen lähestyy kaupunkiseutua liikenneverkoston saavutettavuusanalyysin keinoin ja toteaa kauppakeskusten monipuolisen integroimisen olevan luontevinta tiiviissä kaupunkirakenteessa. Tällöin lähiympäristön kehittämistoimet ovat hienovaraisia, koska välitön ympäristö tarjoaa runsaasti liikennevirtoja ja virikkeellisiä kevyen liikenteen reittejä. Aluekeskuksissa paras integroimisen taso on saavutettu niiden kauppakeskusten osalta, jotka sijoittuvat toimitila- ja asumistihentymien yhtymäkohtiin. Toiminnallinen monipuolisuus tarjoaa mahdollisuuksia myös monipuolisempiin tilallisiin ratkaisuihin, joiden avulla kauppakeskusta ja sen ympäristöä voidaan kehittää. Uusien kauppapaikkojen sijaintia voidaan arvioida tarkastelemalla niiden suhteellista asemaa sellaisilla liikkumisen mitta-kaavatasoilla, joilla kestävä kehitys tukevat liikennemuodot toimivat.

Annuska Rantanen toteaa kauppakeskuksen tyyppiä käsittelevässä tarkastelussaan viihtyisän jalankulkuympäristön muuttaneen kaupunkitilasta kauppakeskusten sisälle ja kauppakeskusta ympäröivän kaupunkitilan palvelevan enää autoilijoita. Lähiympäristön suunnitteluratkaisuilla voidaan edistää kauppakeskuksen käyttöä kevyen liikenteen kulkumuodoilla. Jos katutila halutaan herättää henkiin palvelu- ja oleskeluympäristönä, tarvitaan aktiviteetteja ja käyttäjävirtoja oikein sijoitettuna toisiinsa nähden sekä muutoksia

reittien ja rakennusten suunnittelussa. Miellyttävä kauppakeskus on sisä- ja ulkotilojen kudelma. Kauppakeskuksella voidaan myös yhdistää toisistaan erillisiä noodeja ja alueita, eheyttää kaupunkirakennetta sekä luoda kaupunginosakeskus sinne, mistä se puuttuu. Linkittämällä eri profiilin kauppakeskuksia tehokkailla joukkoliikenteen yhteyksillä kauppakeskuksista voisi muodostua tulevaisuudessa seudullinen erikoiskaupan ja palvelujen ”à la carte.”

Jenni Kuopan tarkastelu kauppakeskuksen asetumisesta osaksi lähialueen asukkaiden arkiikäytäntöjä ja elinympäristöä viittaa siihen, että autolla saavutettavuuden parantaminen tuntuu heikentävän lähisaavutettavuutta, erityisesti kävelen ja pyörällä. Jokainen auto – tulipa se läheltä tai kaukaa – vähentää muilla kulkumuodoilla liikkuvien viihtyvyyttä ja kehittää kauppakeskuksen konseptia ja tyyppiä yhä enemmän autoilun ehdoilla. Myös kävelijöille ja pyöräilijöille olisi mietittävä toimivia säilytys- ja kuljetusratkaisuja koko kauppakeskuskäynnin ajalle. Laajemmin kyse on arjen kokonaisuuden järjestyksestä, joilla joko tehdään tilaa uusille käytännöille tai jäädään kiinni rutinoituneen autoilun käytäntöön. Tavoiteltaessa liikkumisen kulttuurin muutosta on kauppapaikan liityttävä kävelen, pyörällä ja joukkoliikenteellä hallittavissa olevaan arkeen. Tämä on paitsi kauppakeskuksia koskettava, myös laajempi yhdys- ja yhteiskunnallinen kysymys.

Kestävä kehitys osoittautui *Laura Yrjänän ja Sanna Uotisen* käsittelemässä ryhmäkeskusteluissa tutuksi käsitteeksi, jonka painoarvoa viimeaikaiset keskustelut ilmastonmuutoksesta ja yritysten yhteiskuntavastuusta ovat entisestään lisänneet. Taloudellinen kestävyys nostettiin kauppakeskusten näkökulmasta ”yhteiseksi mi-

taksi” alan toimijoiden kesken. Kestävästi sijoitunut kauppakeskus sijaitsee kaupunkirakenteen sisällä, muiden toimintojen yhteydessä, hyvällä kauppapaikalla, on helposti saavutettava myös julkisella ja kevyellä liikenteellä, sekä luo hyvää elinympäristöä. Osallistujat kokivat, että yhteistyön avulla saatettaisiin päästä jokaisen osapuolen – myös kuluttajan ja asukkaan – kannalta parempaan lopputulokseen. Tärkeää olisi pohtia, miten kauppakeskuskehittäjien ja julkisen sektorin viranomaisten näkemykset saataisiin kohtaamaan niin, että kaikki kolme kestävän kehityksen ulottuvuutta, ekologinen, taloudellinen sekä sosiaalinen ja kulttuurinen, toteutuisivat.

Jenni Heikkisen ja Laura Yrjänän kuvaamissa yhteistyötä käsitelleissä ryhmäkeskusteluissa osallistujat keskittyivät kaavoitusprosessin kritiikkiin, mutta ongelmia paljastui myös eriävissä tavoitteissa. Kaavoitus- ja suunnitteluprosessin muuttamista perusteltiin parempien toimintatapojen kehittämisellä. Taustalla oli kuitenkin havaittavissa tavoitteita vallan siirtämisestä julkiselta sektorilta (sekä jossain määrin myös asukkailta ja kuluttajilta) elinkeinoelämälle. Tavoitteiden eroavaisuudet eri toimijoiden välillä kuuluvat kuitenkin väistämättä laajaan yhteistyöhön. Koska erojen ristiriitaisuuksia ei voida kokonaan poistaa, on vaihtoehtona luoda aktiivista vuoropuhelua, etsiä yhteisiä toimintatapoja ja väyliä, jotta ymmärrys muiden toimijoiden tilanteesta kasvaa.

Kansainvälisten kokemusten perusteella *Vesa Kanninen* näkee, että kaupan ohjauksen suunta on kohti entistä paikallisempia ratkaisuja mahdollistaville malleille. Rajoittavan ohjauksen sijaan tulee edistää mahdollisimman monien kaupunkien kehittämisessä mukana olevien tahojen mahdollisuuksia aktivoitua sekä julkisen sektorin

mahdollistavien toimenpiteiden – proaktiivinen politiikkaohjaus, avoimet prosessit, läsnäoleva kaavoitus – avulla että kehitettävien rakenteiden tuottamien uusien kaupallisten, sosiaalisten ja kulttuuristen potentiaalien kautta. Julkisen sektorin olisi kyettävä toimimaan nykyistä integroidummin asiantuntijuksiensa aktivoimiseksi – monesti tarvittava asiantuntemus on olemassa mutta jää hyödyntämättä sektoroituneiden toimintatapojen vuoksi. Hallinnon “siilojen” välisen “ristiinpölytyksen” tulisi olla olennainen osa suunnitteluprosessia. Kauppakeskuskehittäjän puolestaan tulisi entistä aktiivisemmin nähdä ja tehdä näkyväksi kaupallisen toiminnan rooli osana yhteiskunnallista ja kaupunkirakenteellista kehittämistyötä.

MILLAINEN ON KESTÄVÄ KAUPPAKESKUS?

SUJUVA ARKI JA SAAVUTETTAVUUS

Kuluttajalle tärkeintä on arjen sujuvuus. Sujuva arki tarkoittaa vapautta valita milloin, missä ja mihin aikaan asioi, mahdollisuutta tehdä ostokset laajimmasta mahdollisesta valikoimasta (jota ei kuitenkaan välttämättä hyödynnetä), ja asiointiin käytettävän ajan minimointia “oman ajan”, harrasteiden ja muiden aktiviteettien hyväksi. Vaikka kaupunki ja kaupat tarjoavat laajan palvelupaletin, ostoskäyttäytyminen on myös rutiinoinutunutta. Rutiineissa pitäytyminen onkin osa arjen sujuvuutta.

Arjen sujuvuuden ja kauppakeskusten kestävyiden välinen suhde näyttäytyy yhtäältä mahdollisuutena tehdä vihreitä kulutusvalintoja, toisaalta mahdollisuutena saavuttaa kauppakeskus kestäväällä tavalla. Ensimmäisen suhteen kauppa-keskuksilla on rakennuksen ekotehokkuuteen ja

kauppa- ja palvelukokoonpanojen kestävyteen liittyviä mahdollisuuksia, joita ei tässä tutkimuksessa ole kuitenkaan pääasiallisesti käsitelty. Kuluttajakyselyssä kuitenkin esitettiin kestäväan kuluttamiseen liittyviä tekijöitä sekä ympäristöllistä ajattelua kartoittavia kysymyksiä. Merkit ”vihreästä kuluttamisesta” kohdistuvat ostotottumuksiin lähinnä yleisen ympäristöystävällisyyden kautta, kun taas liikkumisen suhteen tulos on monitulkintainen. Vaikka kaupan läheisyyttä arvostetaan, ovat valikoimaan, laatuun ja viihtyisyyteen liittyvät tekijät tärkeämpiä ostospaikan valinnassa. Auto valitaan usein kulkumuodoksi myös kauppakeskusten lähiympäristössä ja kun yhdyskuntarakenne ei muita kulkumuotoja tue.

Kauppakeskuskäynnit ovat sujuvia auton käyttäjille niin kauan kuin oman auton mukavuus ja logistinen kapasiteetti ylittävät ruuhkien ja parkkipaikkojen haun kitkavaikutuksen. Kauppakeskustoimijat tunnustavat kevyen ja joukkoliikenteen tärkeyden erityisesti tiivistyvän ja eheytyvän yhdyskuntarakenteen osana toimimisen kautta, mutta kauppakeskusten joukkoliikenteen palvelutasossa on useimmiten puutteita ja kevyen liikenteen kannalta etäisyydet ovat usein pitkiä – myös keskustojen kauppakeskuksissa. Hyvä saavutettavuus autolla nähdäänkin välttämättömänä.

Kauppakeskus voikin sijoittua melko vapaasti asukastiheydeltään tai ostovoimaltaan harvallekin alueelle niin kauan, kun se kykenee tukeutumaan pääsääntöisesti autolla suoritettaviin matkoihin, tehokkaaseen kaupunkiseudun infrastruktuuriin ja rakentamisen sallivaan kaavoitukseen. Jotta autolla tehtäville ostosmatkoille voisi esittää vaihtoehtoja, tiivistäminen ja väestöpohjan lisääminen kauppakeskusten ympärillä tulee ilmeiseksi tavoitteeksi.

Verkostoanalyysi kuitenkin osoittaa, että kauppa-keskukset sijaitsevat jo tällä hetkellä melko hyvin väestökeskittymien lähistöillä. Kohteiden valinnan analyysi puolestaan kertoo, että kuluttajien valinnat myös kohdistuvat lähialueiden keskuksiin, erityisesti kun asiointi on usein toistuvaa. Lähialueen integraatiota parantamalla tämä läheisyys olisi vielä paremmin hyödynnettävissä. Uusien hankkeiden kohdalla olennaista olisi arvioida väestöpotentiaalia eri saavutettavuussäteillä.

Kaupallisten keskittymien sijaintien kestävyiden merkityssisältö ja sen arviointi on erilaista eri verkostotasoilla. Asukkaan näkökulmasta lähialueella mutta asuinalueen ulkopuolella sijaitsevan keskittymän voi kokea olevan vaikeasti saavutettavissa, mutta muutettaessa tarkastelun mittakaavaa kaupunginosan, kaupunkiseudun tai maakunnan tasolle saattaa keskittymän sijainti olla kuitenkin varsin ”keskeinen”. Liikkumisen kestävyiden kehittämisen liittyvät ratkaisutkin ovat tällöin eri tyyppisiä.

KOHTI LÄHILIKKUMISTA?

Päivittäistavaroiden hankinnassa suuryksiköityminen ja suurten yksiköiden huokuttelevuus muodostavat yhden reunaehdon lähiliikkumisen valinnoille: pitkät kulkuetäisyydet asuinalueilta ohjaavat käyttämään autoa. Tämä tarkoittaa hypermarkettien aseman korostumista yleisimpänä päivittäistavaraostosten tekopaikkana – joskaan useimpien päivittäisasiointia ei voi luonnehtia yksinkertaisesti hypermarketasiakkuutena.

Käytäntö, jossa viikoittain tehtävät ostokset muodostavat perheiden päivittäistavaroiden hankinnan rungon, olisi korvattavissa useammalla, jopa päivittäisillä ostoskäynneillä, mikäli kauppa

olisi lähellä ja konseptiltaan kuluttajan toiveiden mukainen. Kestävyyden monitahoinen parantuminen edellyttäisi tällöin moottoroidun kokonaisliikkumisen vähenemistä ilman että ostoksiin käytettävä aika olennaisesti lisääntyisi. Lisäksi taloudellisten vaikutusten tulisi olla niin kuluttajalle, kaupalle kuin yhteiskunnallekin positiivisia.

Liikkumistapojen muutos vaatii kaksi samanlaisesta muutosta. Ensinnä kaupunkirakenteen ja kaupunkitilan tulee mahdollistaa ja edistää niin laajassa mittakaavassa, lähimittakaavassa kuin rakennustenkin tasolla kulkemista jalan, pyöräillen ja julkisilla kulkuvälineillä. Tämä tarkoittaa sekä suoria, jalankulkijan mittakaavaan ja kulkunopeuteen suhteutettavia, elämyksellisyyttä tukevia yhteyksiä mm. asuinalueilta sekä keskuksien sisällä ja välillä että kaupallisten keskittymien mikroympäristöjen suunnittelua kävelyä ja pyöräilyä tukeviksi. Toiseksi tarvitaan muutoksia liikkujien asenteissa: kävely, pyöräily tai joukkoliikenteen käyttö tulisi voida nähdä houkuttelevana ja mielekkäänä vaihtoehtona tai ylipäänsä mahdollisena arjen organisoinnin ratkaisuna.

Perusedellytys autoriippuvuuden vähentämiseksi on, että kaupunkirakenne mahdollistaa vaihtoehtoiset liikkumistavat. Kaupunkitilallisilla ominaisuuksilla on tärkeä rooli kulkutapajakauman painopisteen siirtämiseksi autosta kevyeen liikenteeseen: Ensiarvoisen tärkeää on, että kauppa-keskuspalvelu on kävely- tai pyöräilyetäisyydellä asuinalueista – vaikka tämän etäisyyden määrittely ei olekaan yksiselitteistä. Välttämätön edellytys on, että reitistö lähialueelta kauppa-keskukseen on helppokulkuinen ja miellyttävä käyttää, eli sille voidaan asettaa samat laatuvaatimukset kuin mille tahansa nykyiselle kommunikaatiover-

kolle, jonka halutaan tuovan lisäarvoa arkeen. Kevyt liikenne tulee tehdä houkuttelevaksi vaihtoehdoksi siten, että se koetaan kilpailukykyisenä auton etuihin nähden.

KAUPPAKESKUSTYYPPI JA YMPÄRISTÖN HAASTEET

Kauppa on aina hyödyntänyt liikennevirtojen potentiaalit. Toisaalta kauppa ja kauppa-keskukset aiheuttavat itse virtoja ja palvelurakenteen painopisteen siirtymiä kaupunkialueilla. Kaikkien osapuolten mukaan kauppa on ”haluttu toimija yhdyskuntarakenteessa”, koska kauppa luo myös muille toimijoille mahdollisuuksia, luo yleisiä kasautumisetuja ja houkuttelee asukkaita palveluillaan. Taloudellisesti myönteiset ulkoisvaikutukset on nähty keskittymisetujen kautta ja kauppa-keskustoiminnan positiivisina vaikutuksina alueiden kiinteistö- ja toimialakehitykseen. Kauppa-keskuksissa toteutuu ”monen hyöty”, transaktiokustannusten minimoiminen.

Kauppakeskuskehittäjät kokevat tilaa vaativan kaupan keskittymien ja hypermarketkeskusten kehityksen haastavaksi, vaikka kauppa-keskustoimijat kieltävätkin kilpailevansa näiden kanssa. Lyhytjänteinen, nopeiden voittojen tavoittelu kiinteistökehittämisen keinoin tuomitaan kestävämmänä toimintatapana, joka tuottaa huonoa ympäristöä. Kaupallisten keskittymien ongelma on myös niiden hetkittäinen keskeisyys eli ne ruuhkautuvat hetkellisesti ja suuren osan aikaa toimivat vajaakäytöllä. Toisaalta, näin niissä on myös mahdollisuuksia toiminnalliseen monipuolistamiseen.

Useimmiten keskustasijainnin kauppa-keskus on toistanut alun perin esikaupunkiin kehitetyn kauppa-keskuskonseptin rakennetta, joka pe-

rustuu hyvään saavutettavuuteen henkilöautolla. Monet esimerkit osoittavat kauppa-keskusten keskustasijaintien olevan toimivia ja integroituvan keskustan toiminnallisiin verkostoihin. Tunnetut haasteet integraatiolle liittyvät lähisaavutettavuuteen ja hahmotettavuuteen. Niitä ovat julkisivujen sulkeutuneisuus, sisäänkäyntien vähyys, sisäisten kulkureittien huono kytkeytyminen ulkoreitteihin, estevaikutuksen ympäristön läpikuljettavuudelle muodostava ja pitkiä jalan- kulkuetäisyyksiä aiheuttava suurirakeisuus, sekä toiminnallinen yksipuolisuus.

Kaupalla on jo nyt käytettävissään useita tapoja sovittaa fyysinen toimintansa urbaaniin systeemiin. Esimerkiksi jakelu- ja asiakaslogistiikka ovat skaalattavissa haluttuun mittakaavaan samoin kuin voidaan valita kaupunkikudokseen sulautuvia yksikkökokoja. Kehittyvä informaatiotekniikka mahdollistaa osaltaan logistista uudelleenjärjestymistä, joka voi johtaa myös nykyistä pienempiin kokoihin ja suurten yhteenliittymien ”pilkkoutumiseen”. Suuria yksiköitä voidaan myös ”laadullistaa” yhä monipuolisemmiksi urbaaneiksi keskuksiksi. Kehittäjien näkemyksissä viitattiin kaupan luomaan toiminnalliseen elävyyteen hyvän kaupunkiympäristön merkinä.

Kauppakeskuskehittäjien näkemyksissä kaupunkirakenteen sekoittuneisuutta pidettiin tavoiteltavana sen tuomien asiakasvirtojen vuoksi, koska parhaana pidettiin kaupan sijoittumista sinne, missä ihmiset muutenkin liikkuvat. Mixed-use – keskusten konseptilla kauppa-keskuskehittäjät hakevat monitoimijuudesta nousevaa hyötyä. Konseptissa kauppa-keskuksiin liitetään julkisia palveluja ja asumista, jolloin niiden asiakasvirrat ja käyttäjät palvelevat myös kauppa-keskuksen elinvoimaisuutta.

Yksitoimintoisesta ja eriytyneiden käyttötarkoitusten maankäytöstä tulisivat luopua, vaikka samalla muodostuisi myös toimintalogiikoiden yhteentörmäyksiä ja ristiriitoja. Kaupan tulisi myös yhteistyössä kuntien kaavoittajien kanssa ottaa riski kehitellä, kokeilla ja houkutellessa kuluttajia käyttämään tilaa säästäviä, tiivistyvään kaupunkikudokseen sovitettuja kauppa- ja kauppakeskustyyppisiä.

HALLINNON JA YHTEISTYÖN KIPERÄT KYSYMYKSET

Kauppakeskusten kehittämisprosesseissa korostuvat kysymykset prosessien toimijoista ja heidän rooleistaan, prosessien ominaisuuksista ja yhteistyöstä niin hanketasolla kuin yleisemminkin, sekä viranhaltijavalmistelun ja luottamushenkilökäsittelyn suhteista. Kyse on mm. yhteistyön foorumien mahdollisuuksista vastata niin vuorovaikutuksen ja kommunikation vaatimuksiin kuin strategiin suunnittelukysymyksiinkin.

Kysymys eri näkökulmien yhteensovittamisesta tai yhdistämisestä on käytännössä noussut yhdeksi kestävästä kehityksen turvaamisen näkökulmista. Myös käsitys eheyttävästä yhdyskuntasuunnittelusta nojaa laaja-alaiseen, rajat ylittävään suunnitteluotteeseen. Toimijoiden välinen yhteistyö on kuitenkin osoittautunut haasteelliseksi.

Kaupan ja kauppakeskuksen konseptien kehittyminen ei kulje käsi kädessä kaupunkisuunnittelun kanssa, vaan on jännitteisessä ja joskus ristiriitaisessakin suhteessa siihen. Sijainnin ja konseptin suhteen joudutaan aina tekemään valintoja kummankin näkökulman sisällä ja näkökulmien välillä. Kaupunkisuunnittelun näkökulmasta kauppan hankkeet tulevat monesti esiin nopeatempo-

sina ja suunnittelun kannalta nopeita muutoksia vaativina, sisällöltään suunniteltuihin sijainteihin sopimattomina tai huonosti sovitettuina. Uudet sijaintiehdotukset luovat paineita uusille suunnitteluratkaisuille. Kauppakeskuskehittäjien näkökulmasta puolestaan kaupunkisuunnittelun aikajänne on pitkä, hallinto on monimutkainen ja byrokraattinen koneisto, ja uusien toimintamallien ja näkemysten sisällyttäminen hallinnon toimintaan on aivan liian hidasta.

Näiden haasteiden ratkaisemista yhteistyöllä ha luavat kaikki osapuolet. Yhteistyötä myös tehdään hanketasolla jo prosessien vaatimuksista johtuen, mutta myös minimitaso ylittäen. Yhteistyöllä nähdään olevan yhteinen päämäärä, hyvä ja kestävä elinympäristö, jossa kaupalliset toimijat voivat menestyä ja kansalaisilla on yhdenvertaiset mahdollisuudet palvelujen käyttöön.

Toimijoiden näkemykset päämäärien sisällöistä eroavat kuitenkin ratkaisevasti toisistaan painotustensa osalta. Samalla korostuvat toimijoiden erilaiset tavat argumentoida näkökulmiensa puolesta. Kaupallisten toimijoiden perusteluissa raja ”yleisen” ja kaupallisen edun välillä hämärtyy ja hämärretään. Hallinnon toimijat puolestaan toimivat kukin oman hallinnonalansa tai instituutionsa vakiintuneiden tai sellaisina esitettävien, usein säädösten ja viranomaismääräysten kirjaimen ja/tai tulkintaan perustuvien toimintatapojen mukaisesti. Nämä tavat saattavat olla eri toimijoilla jopa hämmentävän erilaisia ja edustaa monia, osin julkilausumattomiakin intressejä.

Kauppakeskustoimijoiden mukaan kauppakeskukset luovat kestävästä rakennetta sijoittumalla keskeisten virtojen solmukohtiin ja osaksi ihmisten arjen ympäristöä sekä muodostamalla itsesään ”hyvää elinympäristöä”. Nimenomaan julki-

sen sektorin tehtäväksi nähtiin kauppakeskusten asiakasvirtojen tukeminen mm. lisäämällä ympäristön toiminnallista monipuolisuutta ja osoittamalla hyviä sijainteja, joissa sallitaan kauppakeskustoiminnan aiheuttamat muutokset ja jotka ovat laajennettavissa myös aivan keskustoissa.

OPITTAVAA SUUNNITTELUUN JA KEHITTÄMISEEN

Urbanissa systeemissä eri toimijat luovat toisilleen potentiaaleja --kuten tiestö mahdollistaa virtoja ja virrat kauppapaikan. Tällaisiksi voidaan lukea myös asukkaiden tai yritysten toiminnassa piilevät resurssit, joita nykyinen rakenne ja ohjausmenettely eivät tue tai osaa hyödyntää. Kaupunkisuunnittelun tehtävä on tukea sellaisia rakenteellisia toimia, joilla näitä mahdollisuuksia hyödynnetään ja luodaan. Siten sillä vaikutetaan sekä paikkoihin, yhteyksiin että toimintojen monipuolisuuteen. Tämä ei tarkoita välttämättä uusien toimintojen ja toimijoiden tuomista rakenteeseen, vaan olemassa olevien rakenteiden uudelleen järjestelemistä mahdollisuuksien löytämiseksi.

Toiminnallisen ja tilallisen integraation ja siitä seuraavan kestävyuden lisääntymisen mahdollistamiseksi on tärkeää hahmottaa, missä laajuudessa eri toimintajärjestelmien ja -logiikoiden rationaliteetteja ja tarpeita pystytään integroimaan. Tarkastelujen tavoitteena on tässäkin ollut löytää eri toimijoiden ja verkostotasojen toisilleen luomia reunaehtoja ja potentiaaleja win-win -tilanteille kauppakeskusten ja kaupunkirakenteen kestävästä suhteen kehittämisessä.

Kauppakeskukset tuleekin nähdä sekä kehitettävänä osana nykyistä kaupunkien palvelutarjontaa että kaupunkitiloina, joiden ominaisuuksilla

voi ja tuleekin olla vaikutusta siihen, millaiseksi kaupunkia kehitetään ja suunnitellaan. Hyvin suunniteltuna kauppakeskus on mahdollisuus kaupunkitilan luomiseen sinne, missä sitä ei ole. Tämä edellyttää, että tunnistetaan nykyisen tyyppin kaupunkitilalliset ongelmat ja osataan vaatia nykyisestä poikkeavia, monipuolisesti kestävämpiä ratkaisuja. Vastavuoroisesti tulee hyväksyä kaupunkimaisuuteen olennaisesti kuuluvat ominaisuudet kuten sosiaalinen, ajallinen ja tilallinen avoimuus, joustavuus ja monimuotoisuus.

Tärkeää onkin kehittää kauppakeskuskonsepteja ja muotoja, jotka mahdollistavat tasapuolisen saavutettavuuden, ovat nykyistä avoimempia, tiloiltaan joustavampia ja monipuolisempia osia kaupunkirakennetta. Tärkeää on myös kehittää sellaista kaupunkisuunnittelua, joka mahdollistaa erilaisten konseptien sijoittumisen tavalla, joka tukee kestävyuden vaateita. Kauppakeskusympäristöjä on mahdollista kehittää entistä laadukkaammiksi monin tavoin. Kestävyyttä voidaan lisätä avaamalla reittejä ja yhteyksiä kaupunkialueiden, kaupunginosien ja seutujen välillä siten, että voidaan löytää uusia kauppapaikkoja ja asiakasvirtoja sekä samalla säästää energiaa ja kustannuksia.

Suunnittelu yhteistyön ja kestävyuden suhde on myös olennainen: julkisen ja yksityisen sektorin on kyettävä toimimaan yhdessä tavalla, joka tuottaa uusia mahdollisuuksia kehittää yhdyskuntia kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Tämä tarkoittaa kumppanuuksien rakentamista yhteisten päämäärien ympärille näkemyseroja silti piilottamatta. Lopulta tavoiteltavat edut ovat kuitenkin yhteisiä: parempaa ja kestävämpää arjen toimintaa hyvässä elinympäristössä. Tämä voi tarkoittaa myös paikallisen houkuttelevuuden ja yhteiskunnallisen ”kilpailukyvyyn” parantumista

yhä kansainvälistyvässä toimintaympäristössä.

Konkreettisesti kyse on erilaisten strategioiden ja ohjausperiaatteiden käytöstä eri suunnittelun tasoilla. Maakunnallisen maankäytön suunnittelun tulisi pureutua kaupan sijaintikysymyksiin ennen kaikkea yhteiskunnallisten resurssien tuhlaamisen estämiseksi. Kuntien välisen kilpailuasetelman purkamisen esim. seudullisten maankäyttöpolitiikkojen yhdentämisen kautta tukisi myös erilaisiin tulevaisuuksiin sopivien kaupan rakenteiden, mallien ja konseptien kehittämistä. Kaupunkiseutujen tasolla tulisi kiinnittää huomiota sijaintien saavutettavuuden ja kaupunkirakenteen kehittämisen väliseen suhteeseen. Yleiskaavallisen tason tärkeimpänä tehtävänä tulisi olla kaupan ja yhdyskunnan rakenteiden pitkäjänteinen kehittäminen siten, että kaupallisia keskittymiä sekä integroidaan rakenteeseen että käytetään integraation edistämisen välineinä. Asemakaavatasolla keskeistä olisi varmistaa kauppakeskusrakennuksen ja sen ympäristön saumaton kontakti tavalla, joka tekee kauppakeskuksesta orgaanisen osan ympäröivää rakennetta.

Rakennuslupaprosessiin voitaisiin luoda käytäntö, jossa näiden eri tasoisten integraation muotojen huomiointi ajantasaisesti tulisi osoittaa. Tällöin voitaisiin varmistua hankkeen edistävän eri kaavatasojen strategisia näkemyksiä. Toisaalta hankkeet voisivat perustellusti tuoda prosessiin toimintaympäristön ja maankäyttötilanteiden muutosten aiheuttamia mitoitus-, muutos- ja poikkeamistarpeita.

MITÄ SEURAAVAKSI?

Asiakkaat toivovat ostosten teolta sujuvuutta, kiireettömyyttä ja viihtyisyyttä. Kauppakeskuksissa tulleeikin entisestään korostumaan viihtyvä

shoppailu, joka tapahtuu sosiaalisen kohtaamisen, oleskelun ja viihtymisen kontekstissa — mitä ”kaupungilla olo” on tähänkin asti tarkoittanut. Maailmalla trendi on jo selvä: asukkaat toivovat nykyistä viihtyisempiä kauppakeskusympäristöjä ja lisää kohtaamispaikkoja. Sikäli kun kestävyuden vaatimus viittaa kulutuksen painopisteen siirtymistä ”kulutuskulttuurista kulttuurin kulutukseen” (Pakarinen 2010), tulee kauppakeskusten menestyäkseen osaltaan vastata tähän muutokseen. Kauppakeskusten asema oleskeluympäristöinä, kaupunginosan olohuoneina ja julkisina tiloina onkin haastamassa yksinomaan kaupalliset sisällöt ja asettamassa samalla vaatimuksia tilallisesti laadukkaille ratkaisuille niin kauppakeskuksissa kuin niiden ympäristöissäkin.

Vastaamattomia kysymyksiä on edelleen paljon. Millä kaikilla tavoilla tulisi mitata erilaisten typologioiden ja sijaintien eroja? On otettava huomioon paitsi asiointiliikenne ja logistiikka myös vaikutukset lähialueen asukkaiden elämäntilaan ja ympäröivään luontoon. Entä onko kauppakeskus kestävä tarjotessaan kaikki palvelut yhdestä paikasta vai lisääkö se autoliikennettä verrattuna muihin vaihtoehtoihin? Olisi tärkeää tutkia myös taloudellisten ohjauskeinojen tai muiden tekijöiden, kuten maan hinnan vaikutusta kauppakeskusten sijoittumiseen. Mitä vaikutuksia esimerkiksi ruuhkamaksuilla tai tietulleilla olisi asiointiliikenteeseen ja kauppakeskusten menestymiseen? Kauppakeskusten sekä laajemmin kaupan rakenteen reaalisten kestävyuden kustannusten muodostumiseen. Tulisi selvittää, mikä tai minkälainen kaupan palvelurakenne olisi kestävin ja mistä tekijöistä kestävyys eri tilanteissa ja olosuhteissa koostuu. Vuonna 2010 alkanut KAVERI-tutkimushanke tulee paneutumaan osaan näistä kysymyksistä.

Adams, D. (2008): Mapping out the regulatory environment and its interaction with land and property markets. *Energy Policy* 36, 4570-4574.

Barbour, R. & J. Kitzinger (1999): *Developing Focus Group Research: Politics, Theory and Practice*. Sage: London.

Baudrillard, J. (1998): *The Consumer Society*. Paris: Gallimard.

Bergholm, T. (2001): Suomen autoistumisen yhteiskuntahistoriaa. *Teoksessa Toiskallio, K. (toim.): Viettelyksen vaunu. Autoilukulttuurin muutos Suomessa*, 65-92. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Bourdieu, P. (1984): *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Bromley, R. & D. Matthews (2007): Reducing Consumer Disadvantage: Reassessing Access in the Retail Environment. *Int. Rev. of Retail, Distribution and Consumer Research* 17:5, 485-501.

Brown, J. & P. Duguid (2000): *The Social Life of Information*. Boston: Harvard Business School Press.

Caniggia, G. & G. Maffei. (2001): *Interpreting Basic Building. Architectural Composition and Building typology*. Firenze: Alinea Editrice.

Dieleman, F., M. Dijst, & G. Burghouwt (2002): Urban Form and Travel Behaviour: Micro-level Household Attributes and Residential Context. *Urban Studies* 39 (3), 507-527.

Dupuy, G. (2008): *Urban Networks-Network Urbanism*. Amsterdam: Techne Press.

Evers, D. (2002): The rise (and fall?) of national retail planning. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 93 (1), 107-113.

Evers, D. (2008): *The Politics of Peripheral Shopping centre Development in Northwest Europe in the 1990s. The Cases of Manchester, Amsterdam and Oberhausen*. Lewiston, New York: The Edwin Mellen Press.

Evers, D. (2010): De toekomstige planningsopgave. *Teoksessa Evers, D., van der Krabben & E. Kooijman (toim) Planning van winkellocaties*. The Hague: SDU Publishers.

Gordon, P. & H. Richardson (1997): Are compact cities a desirable planning goal. *Journal of the American Planning Association* 63 (1), 95-106.

Guy, C. (1998): Controlling new retail spaces: the impress of planning policies in western Europe. *Urban Studies* 35, 953-979.

Guy, C. (2007): *Planning for Retail Development: A Critical View of the British Experience*. Lontoo: Routledge.

Jacobs, J. (1961): *The Death and Life of Great American Cities*. Random House, New York.

Janssen, I (2009): Power positions in out-of-town retail development decisions. Paper presented at 16th ERES Conference 24-27 June, Stockholm, Sweden.

Kalenoja, H. (2009): Ostoksilla - ostosmatkat ja päivittäistavarakauppojen matkatuotokset. *Liikenne/Kaupunki* 1 (1), 28-46.

Kenworthy, J. R. (2006): The ecocity: ten key transport and planning dimensions for sustainable city development. *Environment & Urbanization* Vol 18 (1), 67-85.

Kohijoki, A-M., (2008): Päivittäistavarakaupan saavutettavuus Turussa. *Yhdyskuntasuunnittelu*, 46:2, 9-25.

Kohijoki, A-M., (2010a): Physically disabled people as customers within Finnish grocery retailing: is the physical impairment an obstacle in the accessibility of grocery retail services? The 17th International Conference on Recent Advances in Retailing and Services Science, Istanbul, Turkki, 2010.

Kohijoki, A-M., (2010b): Comparative study on grocery shopping behaviour and experiences of the elderly in Finland and Northern Ireland, The 2nd Nordic Retailing and Wholesale Conference, Göteborg, Ruotsi, 2010.

Kosonen, L. (2007): *Kuopio 2015. Jalankulku-, joukkoliikenne- ja autokaupunki*. Helsinki: Ympäristöministeriö.

Krueger, R. & M. Casey (2009): *Focus Groups: A practical guide for applied research 4e*. Los Angeles: Sage.

Levinson, D. & A. Kumar (1994): The rational locator: why travel times have remained stable. *Journal of the American Planning Association* 60 (3), 319-332.

- Logan, J. & H. Molotch (1996): The City as a Growth Machine. *Teoksessa* Fainstein S. & C. Campbell (eds) *Readings in Urban Theory*, 291-337. Massachusetts: Blackwell.
- Maitland, B. (1990): *The New Architecture of the Retail Mall*. London: Architecture Design and Technology Press.
- Marjanen, H. (1993): Store location analysis and the mystery of consumer spatial behaviour: competition between downtown shopping areas and out-of town shopping centres as special case. *Turun kauppakorkeakoulun julkaisu*. Sarja D 4:1993.
- Marjanen, H. (1997): Distance and store choice: with special reference to out-of town shopping. *Turun kauppakorkeakoulun julkaisu*. Sarja A 4:1997.
- Meneely, L., C. Strugnell & A. Burns (2009): Elderly consumers and their foodstore experiences. *Journal of Retailing and Consumer Services* 16:6, 458-465.
- Mintel (2009): Food Retailing – UK – November 2009.
- Mintel (2008): Food Retailing – Ireland – August 2008.
- Morgan D. (1997): *Focus groups as qualitative research*. London: Sage.
- MRL, Maankäyttö- ja rakennuslaki, (1999): *Suomen säädöskokoelma* 132/1999.
- Mylly-tutkimus (2006): <http://www.tse.fi/FI/tutkimus/yksikot/myllyprojekti/>.
- Mäenpää, P. (2005): *Narkissos kaupungissa*. Helsinki: Tammi.
- Pakarinen, T. (2010): Metaphors in Urban Planning From Garden City to Zwischenstadt and Netzstadt. *Datutop* 31, 2010. Tampere University of Technology.
- PTY (2009): Päivittäistavarakauppa Suomessa 2009-2010. *Päivittäistavarakauppa ry:n julkaisu*. Helsinki: Erweko.
- Rajaniemi, J. (2006): Arkea tukevat verkostot - ikääntyneiden kokemuksia arjen sujuvuudesta. *Gerontologia* 20 (4), 169-181.
- Rajanti, T. (2002): Helsingin autojärjestelmä - juurtunut teknologia. *Teoksessa* Järvelä, M. K. Lybäck & M. Jokinen (toim.): *Kaupunkiliikenteen ekososiaaliset ulottuvuudet*, 28-48. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos.
- Southworth, M. (2005): Reinventing Main Street: From Mall to Townscape Mall. *Journal of Urban Design*, June 2005.
- Spierings, B. (2006): The return of regulation in the shopping landscape? Reflecting on the persistent power of city centre preservation within shifting retail planning ideologies. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* Volume 97, Issue 5, 602-609.
- Suomen Kauppakeskusyhdistys ry (KKY ry) (2010): *Kauppakeskukset 2010*.
- Teisman G.R. (2000): Models for research into decision-making processes; on phases, streams and decision-making rounds. *Public Administration* 78 (4), 937-956.
- Wall, A. (2005): *Victor Gruen. 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. Edita.
- Whelan, A., N. Wrigley, D. Warm & E. Cannings (2002): Life in a 'Food Desert'. *Urban Studies*, 39:11, 2083-2100.
- Wilson, L.C., A. Alexander & M. Lumbers (2004): Food access and dietary variety among older people. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 32:2, 109-122.
- Zukin, S. & J. Maguire (2004): Consumers and Consumption. *Annual Review of Sociology* 30, 173-97.

JULKAISUT

Hynynen, A., S. Iltanen & A. Rantanen (2011*): Integrating Shopping Centres. A Morphological Approach. KOKKKA-research report. TUT EDGE-laboratory for architectural and urban research.

Kohijoki, A-M. (2010): Päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus liikuntavammaisten kuluttajien näkökulmasta. *Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja KR-2:2010.*

Kohijoki, A-M. (2011): The effect of aging on consumer disadvantage of grocery retail services among the Finnish elderly. *Journal of Retailing and Consumer Services.*

Kohijoki, A-M. (2011): Comparative study on grocery shopping behaviour and experiences of the elderly in Finland and Northern Ireland. Chapter in the anthology of the Nordic retailing research. Centre for Retailing, School of Business, Economics and Law, University of Gothenburg, Sweden.

KONFERENSSIARTIKKELIT JA ESITYKSET

Hyvönen, A., J. Culley & S. Syrman (2010): Investigating Shopping Choice Preferences In Helsinki And Tampere Urban Regions. Conference paper for European Real Estate Society Annual Conference, 23.-26.6.2010, Milan, Italy.

Iltanen, S. & A. Rantanen (2011): Shopping Centre Morphologies: Location, Accessibility, Integration - A Case Study of Shopping Centres in Helsinki and Tampere City Regions. Paper presented at International Seminar of Urban Form/ISUF, 26.-29.8.2011, Montreal, Kanada.

Kohijoki, A-M., Marjanen, H. (2011): The effect of age on shopping orientation - choice orientation types of the ageing shoppers. Conference paper for the 16th conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution, 29.6.-1.7.2011, Parma, Italy.

Kohijoki, A-M. (2010): Comparative study on grocery shopping behaviour and experiences of the elderly in Finland and Northern Ireland. Conference paper, the 2nd Nordic Retail and Wholesale Conference, 10.-11.11.2010, Gothenburg, Sweden.

Kohijoki, A-M. (2010): Physically disabled people as customers within Finnish grocery retailing: is the physical impairment an obstacle in the accessibility of grocery retail services? Conference paper, the 17th Recent Advances in Retailing & Services Science, 2.-5.7.2010, Istanbul, Turkey.

Kohijoki, A-M., Koistinen, K. (2009): Physical and experienced accessibility of grocery retail services from the viewpoint of households with children living in the urban areas of Finland.

Conference paper, the 15th conference of the European Association for Education and Research in Commercial Distribution, 5.-7.7. 2009, Guildford, UK.

Marjanen, H. (2010): Shopping orientation as an antecedent of store choice. Book of abstract, the 17th Recent Advances in Retailing & Services Science Conference 2.-5.7.2010, Istanbul, Turkey.

Marjanen, H. (2008): Value of consumer surveys in predicting future consumer behaviour. Nordic Retail and Wholesale Conference, 6.-7.11.2008, Norrtälje, Sweden.

Rantanen, A. (2010): From Corner Shop to Heterotopia. Paper presented at Nordic Association of Architectural Research/NAAR, 22.-24.4.2010, Tampere, Finland.

Rantanen, A. (2010): Evolution of the Shopping Mall Type. A Morphological Approach. Paper presented at Association of European Schools of Planning/AESOP, 7.-10.7.2010, Espoo, Finland.

Rantanen, A. (2010): Evolution of the Shopping Mall Type: Modifications in the Finnish Context. Paper presented at International Seminar of Urban Form/ISUF, 20.-24.8.2010, Hamburg, Germany.

* Hankkeen julkaisuista, opinnäytetöistä ja esityksistä hyväksytyt mutta vielä ilmestymättömät/pitämättömät on merkitty vuodelle 2011.

OPINNÄYTETYÖT

Kosk, R. (2011): Kirkkonummelaisten ostosmatkojen suuntautuminen ja mielikuvat kotikunnan palveluista. Pro gradu -tutkielma, Turun kauppa- korkeakoulu.

Malmari, M. (2010): *Kauppakeskusten ja ostosalueiden vaikutusalueiden määrittäminen – vaikutusalueiden empiirinen rajaaminen ja teoreettinen mallintaminen*. Pro gradu -tutkielma, Turun kauppa- korkeakoulu.

Simonen, S-K. (2011): Kohderyhmänä suuret ikäluokat. Aikuisten ikäkohorttien kulutusasenteiden ja -orientaatioiden vertailua. Pro gradu -tutkielma, Turun kauppa- korkeakoulu.

Syrman, S. (2011): Kuinka lähellä on lähellä? Ostosmatkojen autoriippuvuus osana kulutuskäsitystä pääkaupunkiseudulla. Pro Gradu -tutkielma, Helsingin yliopisto.

Yrjänä, L. (2010): *Kauppakeskus osana kestäväää kaupunkirakennetta - Kauppakeskustoimijoiden näkemyksiä kauppakeskusten sijoittumisen kestävydestä*. Pro Gradu -tutkielma, Helsingin yliopisto.

Shopping centres have become a hot topic in Finland. Commercial activity is forming larger and larger units, and new locations are often found outside the centers, alongside arterial roads and highways. At the same time, competition between municipalities within urban regions has intensified on new shopping centre project initiatives, thus making it difficult to coordinate the development of commercial sites regionally, e.g. with a concern for manageable public transportation networks. There is a shared interest in avoiding oversupply of shopping space in the urban region and in securing access to the shopping centres by alternative means of transportation.

The KOKKKA project has produced comparative knowledge and boundary-crossing understanding of shopping centres as subjects of planning and development, and as part of residents' everyday environmental and consumption behaviour. Through an interdisciplinary approach, new tools of planning and governance are being pointed at, in order to transgress the boundaries between different rationalities:

- New methods for the coordination of public-private shopping centre partnerships at the regional level;
- New tools for the analysis of urban form and networks, to enable better responsiveness between the shopping centre managers' location policies and the urban planners' aims;
- New ideas for shopping centre planning and design, to enable better access for groups with different mobilities and related capabilities.

The results highlight the importance of accessibility at all 'magnifications' from regional

structures to micro-environments. Most Finnish shopping centres are located within the urban structure, but are in many cases relatively detached from their surroundings. In shopping-related travel, while the urban customers' choices of destination favour locations near their homes, much can still be done to offer more viable alternatives to using the private car. This means not only improvements in connectivity, but also changes in attitudes and use of resources alike.

The relationship between sustainability and shopping centres is found to be multi-faceted, with intersecting and colliding trends leading to various interpretations of sustainability. Despite the different values and goals of public and private sector actors at large, common ground for better integrating shopping centres into the urban fabric can be seen. A wide range of measures, many of which are pointed at in this report, is needed to bring about win-win-win situations, involving especially planners, developers and customers – but also other key stakeholders, such as retailers, managers and constructors.

A research team from Aalto University, Tampere University of Technology and Turku University has carried out the research. (for project management, researchers and project partners, see the inside cover) As partners and co-financiers, the project brought together a wide group of enterprises and related associations involved in shopping centre activity and development, as well as public sector organizations from different levels of planning, concerning the target urban regions. The workshops, seminars and steering group activities, provided by the project, served as important forums for these partners' encounters and dialogues.

