

VAASAN YLIOPISTO
FILOSOFINEN TIEDEKUNTA

Satu Talasmäki

KESKUSTAN ULKOPUOLISEN KAUPPAKESKUKSEN VAIKUTUKSET

Tapaustutkimus Lempäälän Ideaparkista

Aluetieteen
pro gradu -tutkielma

VAASA 2010

SISÄLLYSLUETTELO

	sivu
KUVA- JA TAULUKKOLUETTELO	3
TIIVISTELMÄ	5
1. JOHDANTO	7
1.1. Tutkimuksen taustaa	7
1.2. Keskeiset käsitteet	9
1.3. Tutkimusongelma ja rajaus	10
2. KAUPPAKESKUSTEN VAIKUTUKSET	12
2.1. Kauppakeskusten kehittyminen	12
2.1.1. Kauppakeskukset Iso-Britanniassa	12
2.1.2. Kauppakeskukset Suomessa	15
2.2. Nykytutkimus kauppakeskusten vaikutuksista	17
2.2.1. Taloudelliset vaikutukset	18
2.2.2. Ympäristövaikutukset	25
2.2.3. Sosiaaliset vaikutukset	27
2.3. Yhteenveto aiemmista tutkimuksista	31
3. TUTKIMUSALUE LEMPÄÄLÄ	34
3.1. Lempäälän aluekuvaus	34
3.2. Ideaparkin sijoittuminen Marjamäkeen	36
4. AINEISTON HANKINTA JA MENETELMÄT	39
4.1. Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä	39
4.2. Tapaustutkimus	39
4.3. Haastattelu	40
4.4. Tutkimusaineiston hankinta	40
5. IDEAPARKIN VAIKUTUKSET	43
5.1. Taloudelliset vaikutukset	43

5.1.1. Taloudelliset vaikutukset kuntapäättäjien näkökulmasta	43
5.1.2. Taloudelliset vaikutukset yrittäjien näkökulmasta	46
5.1.3. Taloudelliset vaikutukset kuntalaisten näkökulmasta	48
5.2. Ympäristövaikutukset	50
5.2.1. Ympäristövaikutukset kuntapäättäjien näkökulmasta	50
5.2.2. Ympäristövaikutukset yrittäjien näkökulmasta	52
5.2.3. Ympäristövaikutukset kuntalaisten näkökulmasta	53
5.3. Sosiaaliset vaikutukset	54
5.3.1. Sosiaaliset vaikutukset kuntapäättäjien näkökulmasta	54
5.3.2. Sosiaaliset vaikutukset yrittäjien näkökulmasta	57
5.3.3. Sosiaaliset vaikutukset kuntalaisten näkökulmasta	58
6. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	61
6.1. Yhteenveto Ideaparkin vaikutuksista Lempäälän kunnalle	61
6.2. Johtopäätökset	67
6.3. Tutkimuksen luotettavuus ja tulosten yleistettävyys	70
6.4. Aiheita jatkotutkimuksille	72
LÄHDELUETTELO	74
LIITTEET	
Liite 1. Teemahaastattelun runko	80

KUVA- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuva 1. Lempäälän sijainti	34
Kuva 2. Lempäälän ja Ideaparkin sijoittuminen Pirkanmaalla	37
Taulukko 1. Kauppakeskusten sijoittuminen kaupunkirakenteeseen vuonna 2008	16
Taulukko 2. Kauppakeskusten taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöön vaikuttavat hyödyt ja haitat	32
Taulukko 3. Tiedot haastateltavista	42
Taulukko 4. Ideaparkin taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset	66

VAASAN YLIOPISTO**Filosofinen tiedekunta****Tekijä:**

Talasmäki Satu

Pro gradu -tutkielma:Keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen vaikutukset:
Tapaustutkimus Lempäälän Ideaparkista**Tutkinto:**

Hallintotieteiden maisteri

Oppiaine:

Aluetiede

Työn ohjaaja:

Hannu Katajamäki

Valmistumisvuosi:

2010

Sivumäärä: 80

TIIVISTELMÄ:

Kauppakeskukset ovat haluttuja investointikohteita ja niiden osuus suomalaisessa vähittäiskaupassa on kasvanut. Niillä on merkittävä rooli ihmisten viihtymisessä sekä palvelujen käytön helpottamisessa. Kauppakeskusten perinteiset sijoittumispaikat, keskustat, ovat kuitenkin täyttyneet ja suurille kauppapaikoille ei löydy tilaa. Siksi kauppa on alkanut hakea entistä enemmän sijoittumispaikkoja keskustojen ulkopuolelta, jonne suuryksiköt laajoine parkkipaikoineen mahtuvat. Kauppakeskusten rakentamista keskustojen ulkopuolelle puoltavat myös edullisemmat tonttihinnat kuin kaupunkikestoissa. Hajautunut yhdyskuntarakenne on kuitenkin ongelmallinen ja keskustan ulkopuolelle suuntautuvat kauppakeskushankkeet aiheuttavat erimielisyyksiä. Ne ovat lisänneet pelkoa etenkin lähialueiden keskustojen palvelurakenteiden muuttumisesta ja heikentymisestä, joka johtaa eriarvoisuuteen palvelujen saatavuudessa.

Tässä tutkielmassa selvitetään keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen vaikutuksia. Tutkimusongelmana on selvittää millaisia vaikutuksia keskustan ulkopuolisella kauppakeskuksella on. Tutkielma on rajattu koskemaan kauppakeskusten taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristövaikutuksia. Tutkielman keskeisin käsite on kauppakeskus, jolla tarkoitetaan liikerakennusta, jossa myymälät ja palvelut avautuvat sisään-päin käytäville tai keskusaukiolle. Vuokrattavan liiketilan määrä on yleensä vähintään 5000 huoneistoneliometriä ja myymälöitä on vähintään kymmenen. Kauppakeskuksessa on yleensä yksi tai useampi ankkuri- tai veturiyritys, joukko avainyrityksiä, muita myymälöitä ja palveluja. Palvelut voivat olla sekä kaupallisia että julkisia. Minkään yksittäisen yrityksen osuus liiketilan kokonaismäärästä ei ylitä 50 prosenttia. Kauppakeskuksella on yhteinen johto ja markkinointi. Tutkimusongelmaan haetaan selvyyttä tapaustutkimuksen keinoin. Tapaukseksi on valittu Ideapark, joka avattiin vuonna 2006 Lempäälän Marjamäkeen. Tutkielmaa varten haastateltiin Lempäälän kuntalaisten, yrittäjien ja päättäjien edustajia.

Kauppakeskusten historia näyttää Suomessa ja Iso-Britanniassa varsin samanlaiselta, Suomessa kehitys on vain tapahtunut parikymmentä vuotta myöhemmin. Suomessa ollaan nyt tilanteessa, jossa Iso-Britannia oli jo 1990-luvun alkupuolella, kun monia kauppakeskushankkeita on suunnitteilla tai käynnissä. Iso-Britanniassa vastaava kehitys johti suureen huoleen ja sitä kautta edelleen sääntelyyn. Suomessakin varmasti pohditaan vielä rajoituksia suurien keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia suunniteltaessa. Tämän samankaltaisen kehityskulun vuoksi tutkielman pohjana on käytetty Iso-Britanniassa aiheesta tehtyjä tutkimuksia, joita on monia. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset näyttävät varsin kielteisiltä niin Iso-Britanniassa kuin Suomessakin julkisessa keskustelussa, vaikka ne eivät ehkä sittenkään ole niin huonoa kehitystä. Kauppakeskus Ideaparkin vaikutukset Lempäälän kunnalle ovat yllättävän myönteisiä taloudelliselta, sosiaaliselta ja ympäristön kannalta aiheuttaen kunnalle myönteistä kehitystä ja kasvua. Keskustojen kehittämisen ja keskustojen ulkopuolisten kauppakeskushankkeiden välille tulisi etsiä tasapaino, mutta keskustojen ulkopuolisia hankkeita ei tulisi tyrmätä tekemättä perusteellista tutkimusta.

AVAINSANAT: kauppakeskus, Ideapark, taloudelliset vaikutukset, sosiaaliset vaikutukset, ympäristövaikutukset

1. JOHDANTO

1.1. Tutkimuksen taustaa

Kaupan keskittämällä ja suuryksiköitymisellä pyritään tehostamaan toimintaa ja parantamaan kilpailukykyä. Pyrkimyksenä on, että kuluttajille olisi tarjolla monipuoliset valikoimat edullisesti. Keskustat ovat kuitenkin täyttyneet ja suurille kauppapaikoille ei löydy tilaa eikä parkkipaikkoja, minkä seurauksena kauppa on alkanut hakea entistä enemmän uusia sijoittumispaikkoja keskustojen ulkopuolelta rakentamattomilta alueilta, jonne massiiviset suuryksiköt laajoine parkkipaikkoinen mahtuvat. Kauppakeskusten rakentamista keskustojen ulkopuolelle puoltavat myös edullisemmat tonttihinnat kuin kaupunkikeskustoissa.

Suomen aluerakenteessa on 1980-luvulta lähtien ollut keskeistä se, että kasvavat kaupunkiseudut ovat vähentyneet määrällisesti. Kasvu on suuntautunut sellaisille seuduille, joilla on hyvät yhteydet maan sisäisesti sekä kansainvälisesti. Näitä alueita ovat etenkin Helsingin, Tampereen, Turun ja Oulun seudut. Samanaikaisesti tämän kehityksen myötä kyseisten kaupunkien aluerakenne on vastaavasti hajautunut, mikä on vaikuttanut vahvasti myös siihen, että monet vähittäiskaupan yksiköt – etenkin suuryksiköt, ovat siirtyneet keskustojen ulkopuolelle. Hajautuminen johtuu monesta eri syystä, kuten varallisuuden kasvun tuomista paremmista kulutusmahdollisuuksista, autoistumisesta ja mieltymyksestä pientalomaiseen asumiseen kaupunkien keskustojen ulkopuolella (Pietala 2003: 30).

Kauppakeskusten kehitys käynnistyi Yhdysvalloissa 1960-luvulla, jolloin arkkitehti Victor Gruen kehitti mallia kauppakeskuksista, joilla voitaisiin palvella hajaantunutta yhdyskuntarakennetta (Gruen 1965). Kauppakeskuksen ajatuksena oli palvella esikaupunkialueiden kunnallisia, kulttuurisia ja sosiaalisia tarpeita. Yhdysvalloissa autoistuminen oli kasvanut räjähdysmäisesti ja kauppakeskusten ajateltiin palvelevan kyseistä tarvetta. Gruen sijoitti kauppakeskuksen asutuksen, toimistorakennusten, teattereiden ja muiden vastaavien toimintojen viereen, jotta esikaupunkialueilla olisi ytimensä. Tällainen kehitys lähti Yhdysvalloissa nopeaan kasvuun, vaikka kauppakeskuksista ei aivan alkuperäisen suunnitelman mukaisia kauppapaikkoja sijainniltaan tullutkaan.

Kaupan suuryksiköityminen rantautui myös Eurooppaan. Etenkin Iso-Britannia seurasi Yhdysvaltojen mallia ja kauppakeskuksia rakennettiin tiheään tahtiin ensin keskustoihin, minkä jälkeen 1980-luvulla tilanne muuttui ja kauppakeskuksia alettiin rakentaa suurmyymälöiden sekä suurmyymäläkeskittymien tapaan kaupunkien ja taajamien ulkopuolelle. (Crosby, Lizieri, Oughton & Palmer 2003: 1.) Kulutustottumukset muuttuivat ja varallisuusmarkkinat elivät nousuvaihetta. Lisäksi keskushallinnossa tapahtui merkittäviä muutoksia maankäyttöä kohtaan. Monia keskustojen ulkopuolisia kauppakeskushankkeita ehdittiin toteuttaa ennen kuin huomattiin niiden aiheuttamat muutokset vähittäiskaupan rakenteelle erityisesti läheisissä keskustoissa. Hallitus reagoi tilanteeseen ja alettiin kehittää uutta tiukkaa suunnittelupolitiikkaa. (esim. BDP Planning & OXIRM 1992; MacDonald 1987).

Suomessa kehitys on ollut samansuuntaista, tosin täällä kehitys on tapahtunut 20 vuotta myöhemmin. Kauppakeskukset ovat tällä hetkellä erittäin haluttuja investointikohteita ja niiden osuus suomalaisessa vähittäiskaupassa on kasvanut. Ostoskäyttäytyminen näyttää yhä selvemmin siirtyvän kohti kauppakeskuksia. Niillä on merkittävä rooli ihmisten viihtymisessä sekä palvelujen käytön helpottamisessa. Miljööltään niistä on haluttu rakentaa edustavia ja mukavia ympäristöjä. Kauppakeskukset vastaavat useisiin nykypäivän kuluttajan arvostamiin palveluodotuksiin, kun etsitään elämää helpottavia, aikaa säästäviä sekä viihtyisiä asointiympäristöjä.

Julkisessa keskustelussa on tullut esiin suuria kauppakeskushankkeita, jotka sijoittuvat nimenomaan keskustojen ulkopuolelle. Tällainen hajaantunut yhdyskuntarakenne on kuitenkin ongelmallinen. Ensinnäkin yhdyskuntarakenne muodostuu kalliiksi ylimääräisten rakennus- ja käyttökustannusten vuoksi. Kaupan kannalta tarkasteltuna kaupan desentralisaation vaikutusta on pelätty etenkin lähipalveluverkon kehitykseen. (Esim. Koistinen 2006). Kyseisiä keskustan ulkopuolelle rakennettavia kauppakeskushankkeita on viime vuosina ollut monia. Tämä on lisännyt pelkoa etenkin siitä, että lähialueiden keskustojen palvelurakenteet muuttuvat ja heikentyvät. Tästä aiheutuu eriarvoisuutta, sillä uudet kaupan keskittymät sijaitsevat usein kaukana kaupunkien keskustoista paikoissa, joihin mennään pääosin vain autolla, ja asiointimatkat ovat pidentyneet huomattavasti.

Kiinnostava kysymys tulevaisuuden kannalta on, jatkuuko samanlainen rakennekehitys kaupan alalla edelleen vai rajoitetaanko etenkin keskustojen ulkopuolista rakentamista tiukemmin. Tulevaisuudessa haasteita aiheuttavat ainakin väestön ikääntyminen, polttoaineiden hintakehitys, teknologia ja taajamien keskustojen palvelutarjonnan vahvistuminen. Lisäksi yhteiskunta aktivoituu ohjausotteessaan ja aukiololainsäädäntö muokkaa varmasti kaupallista rakennetta. (Pentti 2007: 29–30.)

1.2. Keskeiset käsitteet

Kauppakeskus on tutkielman tärkein käsite. Sillä tarkoitetaan liikerakennusta, jossa myymälät ja palvelut avautuvat sisäänpäin käytäville tai keskusaukiolle. Vuokrattavan liiketilan määrä on yleensä vähintään 5000 huoneistoneliömetriä ja myymälöitä on vähintään kymmenen kappaletta. Kauppakeskuksessa on yleensä yksi tai useampi ankkuri- tai veturiyritys ja joukko avainyrityksiä sekä muita myymälöitä ja palveluja. Palvelut voivat olla sekä kaupallisia että julkisia. Minkään yksittäisen yrityksen osuus liiketilan kokonaismäärästä ei ylitä 50 prosenttia. Kauppakeskuksella on yhteinen johto ja markkinointi. Tämä määritelmä on peräisin vuodelta 2003 ja se perustuu kansainvälisen kauppakeskusyhdistyksen ICSC:n (International Council of Shopping Centre) määritelmään. (Suomen Kauppakeskusyhdistys 2008.)

Taloudellisella vaikutuksella tarkoitetaan yleisesti jonkin uuden toiminnan aiheuttamaa muutosta jollekin tietylle elinkeinolle tai liikevaihdolle sekä investoinneille. Taloudellisella vaikutuksella viitataan talouskasvun kehitykseen, työllisyyden kehitykseen, yritystoimintaan ja kilpailukykyyn, elinkeinorakenteisiin sekä kansalaisten hyvinvointiin liittyviin vaikutuksiin. (BDP Planning & Oxford Institute 1992.)

Ympäristövaikutus on yleisesti määritelty jonkun tai jonkin toiminnan aiheuttamaksi muutokseksi ympäristössä. Ympäristövaikutukset voivat kohdistua luontoon, ihmisten terveyteen ja elinolosuhteisiin. Näitä ovat muun muassa päästöt, saasteet ja ympäris-

tönmuutokset. Ympäristövaikutukset voivat johtua ihmisen toiminnan lisäksi myös luonnon ilmiöistä. (Esim. BDP Planning & Oxford Institute 1992).

Sosiaalisella vaikutuksella tarkoitetaan Juslénin (1995) määritelmän mukaisesti ihmisiin, yhteisöön tai yhteiskuntaan kohdistuvaksi vaikutukseksi, joka aiheuttaa muutoksia ihmisten hyvinvoinnissa tai sen jakautumisessa. Niillä viitataan jonkin hankkeen tai toiminnan aiheuttamiin ihmisten elinoloihin ja viihtyvyyteen kohdistuvien vaikutusten tunnistamiseen ja arviointiin.

1.3. Tutkimusongelma ja rajaus

Tässä tutkielmassa keskitytään keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen vaikutuksiin. Tutkimusongelma on:

-Millaisia vaikutuksia keskustan ulkopuolisella kauppakeskuksella on?

Tutkielma on rajattu koskemaan kauppakeskusten *taloudellisia, sosiaalisia* ja *ympäristövaikutuksia*. Edellä mainitut kolme näkökulmaa antavat monipuolista tietoa vaikutuksista. Tällä hetkellä käytävässä kauppakeskuksia koskevassa keskustelussa pohditaan juuri niiden ympäristöä kuormittavaa vaikutusta. Ympäristökysymysten lisäksi sosiaaliselta puolelta tärkeäksi seikaksi on noussut etenkin keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten aiheuttama pelko siitä, että ne lisäävät eriarvoisuutta. Taloudellisia vaikutuksia ei voi sivuuttaa, taloudelliset syyt ovat vastaavasti ensisijaisesti ohjaamassa kauppakeskusten investointipäätöksiä.

Tutkimusongelma sisältää kolme keskeistä toimijatahoa:

- 1) kuntalaiset
- 2) yrittäjät
- 3) kunnallisten päättäjien edustajat

Näillä kolmella toimijalla on merkittävä rooli kunnalliselämässä. He tarkastelevat kuntaa hyvin erilaisista näkökulmista, joten näiltä kolmelta taholta saadaan monipuoliset näkökulmat kunnan sisäisistä näkökannoista. Tutkimusongelmaa lähestytään tapaustutkimuksen avulla. Tutkimuskohteena on kauppakeskus Ideapark, joka sijaitsee Lempäälän Marjamäessä, keskustan ulkopuolella.

2. KAUPPAKESKUSTEN VAIKUTUKSET

2.1. Kauppakeskusten kehittyminen

Kauppakeskusten historia näyttää Suomessa ja Iso-Britanniassa varsin samanlaiselta. Suomessa kehitys on vain tapahtunut parisenkymmentä vuotta Iso-Britanniaa myöhemmin. Suomessa ollaan tällä hetkellä tilanteessa, jossa Iso-Britannia oli jo 1990-luvun alkupuolella, kun suuri määrä kauppakeskushankkeita on suunnitteilla tai käynnissä. Iso-Britanniassa vastaava kehitys johti suureen huoleen ja sitä kautta edelleen sääntelyyn. Suomessakin varmasti pohditaan vielä rajoituksia suurien keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia suunniteltaessa. Tämän samankaltaisen kehityskulun vuoksi tutkimuksen pohjana on käytetty tutkimuksia Britanniasta, jossa keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten vaikutuksia on tutkittu paljon.

2.1.1. Kauppakeskukset Iso-Britanniassa

Ensimmäiset kauppakeskukset perustettiin Iso-Britanniassa 1950-luvulla Yhdysvalloista saatujen vaikutteiden perusteella. Alkuun niitä rakennettiin juuri keskustoihin ja tällainen kehitys jatkui 1970-luvun lopulle asti. Keskustoja haluttiin laajentaa ja niistä haluttiin moderneja ostospaikkoja, kun taloudellinen tilanne oli parantunut. Vuosien 1965–75 välillä lähes jokainen kaupunki oli saanut oman kauppakeskuksensa, ja toisiin niitä oli perustettu jopa kaksi. (Guy 1994: 183.)

Tilanne kuitenkin muuttui 1980-luvulla ja kauppakeskuksia alettiin rakentaa suurmyymälöiden sekä suurmyymäläkeskittymien tapaan kaupunkien ja taajamien ulkopuolelle. Ennen 1980-lukua tällaisia kauppakeskuksia oli ollut vain yksi, Brent Cross, joka sijaitsee Luoteis-Lontoossa. Paikalliset viranomaiset yksinkertaisesti hyväksyivät kyseisen kauppakeskuksen, sillä se ei näyttänyt horjuttavan muiden keskustojen asemaa. (Crosby ym. 2003: 1.)

Myöhemmin, 1980-luvun puolivälistä 1990-luvun alkuun asti, tällaisia kaupunkien ulkopuolelle rakennettavia kauppakeskuksia oli suunnitteilla jopa 50. Syyt, miksi hank-

keita sateli yhtäkkisesti niin paljon, olivat monenlaisia. Ensimmäkin asiakkaiden kulutus alkoi nousta kovaa vauhtia etenkin vertailtavissa olevien tuotteiden osalta, jolloin vähittäiskauppaan tarvittiin suurempia tiloja. Toiseksi, keskushallinnon asenne maankäyttöön muuttui selvästi. Lisäksi varallisuusmarkkinat lähtivät nousuun, sillä rahoitusta oli helppompaa saada. (Guy 1994.)

Kaikkia hankkeita ei kuitenkaan toteutettu, sillä laman puhkeaminen laski kysyntää. Seuraavat kauppakeskukset kuitenkin ehdittiin rakentaa: MetroCentre lähellä Gatesheadia, Merry Hill lähellä Dudleyta, Lakeside lähellä Thurrockia ja Meadowhall Sheffieldissä. Osa hankkeista jäi myös ilman rakennuslupaa, ja osa hankkeista hylättiin, sillä samoilla alueilla oli monta hanketta meneillään samanaikaisesti, jolloin vain yhtä voitiin tukea.

Keskustojen ulkopuolelle rakennetut edellä mainitut keskukset muuttivat kuitenkin merkittävästi vähittäiskaupan rakennetta, sillä niiden myyntipinta-ala oli hyvin suuri. Keskukset saivat vielä kuusi seuraajaa 1990-luvun loppuun mennessä. Tämän seurauksena alettiin huomata, että kaupunkien ulkopuolella sijaitsevat keskukset olivat vaikuttaneet olemassa olevien kaupunkien keskustojen kaupalliseen palvelutarjontaan. Joitakin kauppiaita oli suljettu ja fyysinen ympäristö oli kärsinyt. Toki lamalla oli omat vaikutuksensa asiaan. Hallitus reagoi tilanteeseen ja alettiin kehittää uutta suunnittelupolitiikkaa. (Guy 1994.)

Kun keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia alettiin rakentaa Iso-Britanniaan, yleinen mielipide niitä kohtaan oli hyvin myötäilevä. Julkista keskustelua käytiin aluksiin hyvin vähän. Tämä on ollut pieni ihmetyksen aihe, sillä esimerkiksi hypermarkettien tulo aikoinaan oli saanut aikaan suurta vastustusta. Kauppakeskukset yksinkertaisesti hyväksyttiin niiden mukavuuden, tehokkuuden ja turvallisen ympäristön vuoksi. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset houkuttelivat etenkin autolla liikkuvia perheitä viihtymään ja kauppakeskukset vastasivat kuluttajien vaatimuksia. (Jones & Vignali 1990: 15.) Lisäksi niissä oli tarjolla vielä ilmaiset ja laajat paikoitusmahdollisuudet (Guy 1994: 80).

Syy siihen, ettei kauppakeskusten rakentamiseen aluksi puututtu lienee kuitenkin ollut se, että alun perin suuri osa kauppakeskuksista sijaitsi kaupunkien keskustoissa ja ne vastasivat paikallisten asiakkaiden kysyntään. Bennisonin & Daviesin (1980) tutkimus kuuluu ensimmäisiin kauppakeskusten vaikutuksia selvittäneisiin tutkimuksiin. Siinä vaiheessa sijainti ei kuitenkaan ollut kauppakeskustutkimukselle merkittävä, vaan vaikutuksia käsiteltiin yleiseltä tasolta jakaen ne taloudellisiin, ympäristöön liittyviin ja sosiaalisiin vaikutuksiin.

Uusia tiukempia säännöksiä tehtiin koskemaan vähittäiskaupan kokoa, sijaintia ja tyyppiä 1990-luvulla. Pohjan suunnittelulle antaa 1996 Britanniassa luotu ohjeistus Planning Policy Guidance 6 (PPG6), ja tämän korjailtu versio Planning Policy Statement 6 (PPS6). Näiden mukaan kaiken kaupallisen suunnittelun lähtökohtana halutaan pitää kaupunkikeskustojen vireys ja elinkykyisyys, ja keskustoja suojellaan. (Findlay & Sparks 2007: 32). Vähittäiskauppa tulee sijoittaa olemassa oleviin keskuksiin, jotta voidaan vähentää ylimääräistä liikkumista etenkin autoillen. Keskustoja pyritään vahvistamaan kaikkialla, missä se vain on mahdollista. (Howard 2000: 34.)

Keskustoihin rakennettavia kauppakeskuksia on tuettu ja keskustojen ulkopuolisia rajoitettu voimakkaasti. Keskustoihin onkin 2000-luvulla noussut uusia kauppakeskuksia välillä hyvin runsaasti, mutta keskustojen ulkopuolelle ei enää ole juurikaan saanut rakentaa. (Ward 2001: 41.) Maankäytön suunnittelu aiheuttaa aika ajoin edelleen erimielisyyksiä, sillä keskustavetoisuus ei miellytä yksiselitteisesti kaikkia vähittäiskaupan toimijoita (Findlay & Sparks 2007: 32–37).

Kauppakeskushanketta suunniteltaessa rakennuttajat, kauppiat ja suunnittelijat joutuvat miettimään ja etsimään tasapainoa kaupan toimintaympäristölle siten, että tasapaino säilyisi kaupunkikeskustojen ja kaupunkien ulkopuolisen kaupan välillä. Etenkin kaupunkien ulkopuoliset kauppakeskukset tarvitsevat aluksi suuria investointeja ja riskit ovat suuria. Suunnittelijoiden on otettava huomioon taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöllisetkin vaikutukset, jotka ovat luonteeltaan hyvin moniulotteisia. (McGoldrick & Thompson 1992: vii)

Suunnittelusta on tullut yhä keskeisempää ja suunnittelulla pyritään turvaamaan etenkin keskustojen elinvoimaisuus. On kuitenkin harhaanjohtavaa sanoa, että keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten kehitys olisi pysähtynyt. Kauppiaat ovat erittäin aktiivisia ja he haluavat muokata jo rakennettuja ja toimivia kauppakeskuksiaan. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset muokkaavat strategioitaan ja niiden tarjontaa halutaan monipuolistaa vastaamaan kuluttajien moninaisia tarpeita. Lisäksi uudenlaisia keskittyviä luodaan rajoituksia mukaillen. (Howard 2000: 35.)

2.1.2. Kauppakeskukset Suomessa

Suomessa kauppakeskukset ovat suhteellisen nuori ilmiö vähittäiskaupan yksikköinä, mistä kertoo jo sekin, että virallinen määritelmä kauppakeskukselle on vasta vuodelta 2003. Ensimmäisenä Suomessa varsinaisesti rakennettuna kauppakeskuksena pidetään Itäkeskusta Helsingissä. Se avattiin vuonna 1984 ja se toimii vielä nykyäänkin ja on Suomen suurin kauppakeskus. Seuraavaksi peräkkäisenä vuonna avattiin Forum, joka myös sijoitettiin Helsinkiin. Espoon Heikintori oli avattu tosin jo aiemmin, vuonna 1968. Se kuitenkin toimi ensin kauppiastavaratalona ja muutettiin vasta myöhemmin kauppakeskukseksi. Hansa Turussa avattiin vuonna 1985. (Heinimäki 2006: 228; Suomen kauppakeskusyhdistys 2008.)

Edellä mainittujen kauppakeskusten seurauksena maahamme alettiin rakentaa lisää kauppakeskuksia. Tarkasteltaessa kauppakeskusten avausta viisivuotisjaksoin nähdään, että kauppakeskuksia avattiin eniten vuosina 1991–95 (17 kpl) ja toiseksi eniten vuosina 1986–90 (12kpl). Lama, joka sijoittui 1990-luvun alkuun, heijastui vuosiin 1996–2000 voimakkaasti vähentäen kauppakeskusten avaamista. Tuolloin avattiin vain viisi uutta kauppakeskusta. Laman jälkeen suurten kauppakeskustyyppisten investointien osalta tultiin varovaisemmiksi, koska epäilyt menestymisestä olivat heikot. Ennen kuin kauppakeskuksiin uskallettiin taas alkaa sijoittaa, kaivattiin vahvoja perusteita menestykseltä. (Kiuru 1996: 71; Heinimäki 2006: 228.)

Usko kauppakeskuksiin kuitenkin palasi ja viisivuotiskaudella 2001–05 rakennustahti jälleen kiihtyi, kun uusia kauppakeskuksia avattiin 11kpl (Heinimäki 2006: 229). Kauppakeskusten merkitys kaupan rakenteessa on siis kasvanut erittäin merkittäväksi. Tällä hetkellä maassamme toimii 58 kauppakeskusta. Ne ovat sijoittuneet pääosin keskusta-alueille, kuten taulukko 2 osoittaa. (Suomen Kauppakeskusyhdistys 2009.)

Taulukko 1. Kauppakeskusten sijoittuminen kaupunkirakenteeseen vuonna 2008 (Suomen Kauppakeskusyhdistys 2008).

Sijainti	Lukumäärä	Osuus %
Ydinkeskusta	34	59
Aluekeskus	14	24
Paikalliskeskus	6	10
Keskustan ulkopuolinen	4	7
Yhteensä	58	100

Ympäristöministeriössä selvitettiin vireillä olevat, seudullisesti merkittävät kaupan hankkeet kesän ja alkusyksyn 2008 aikana. Kyseinen kartoitus koskee sekä vähittäiskaupan suuryksiköjä ja myymäläkeskittymiä että paljon tilaa vaativan erikoistavaran myymälöitä. Selvitys osoittaa, että sekä uusien kauppakeskusten perustaminen että vanhojen laajentaminen on vauhdissa. Tuleville vuosille tällaisia hankkeita on suunnitteilla jopa 38, joista täysin uusien kauppakeskusten osuus on 29. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset ovat myös lisäämässä osuuttaan merkittävästi. Toteutuvien hankkeiden osuuteen tulee varmasti vaikuttamaan myös taloudellinen tilanne. (Ympäristöministeriö 2008.)

Kauppakeskukset ovat vahvistaneet rooliaan Suomen vähittäiskaupassa etenkin siinä viime vuosikymmenen aikana. Vaikuttajina tässä ovat kauppakeskusten määrällinen kasvu sekä toimivaksi osoittautunut palvelukonsepti. Arvion mukaan 20 suurimmassa

kauppakeskuksessa käy vuosittain lähes 200 miljoonaa kävijää. Keskustoissa sijaitseviin kauppakeskuksiin poiketaan usein, kun taas vastaavasti kaupunkien ulkopuolisiin kauppakeskuksiin tehdään suunnitellumpia ostosmatkoja, jolloin keskimääräiset ostoksetkin ovat usein suuremmat. Lisäksi niissä käytetty aika on selvästi pidempi, kuin keskustoissa vietetty aika. (Pentti 2008: 48–49.)

Kuten jo aiemminkin on mainittu, näyttää siltä, että Suomessa kauppakeskusten on annettu tulla sijoittumispaikoilleen suhteellisen vapaasti. Suuri osa hankkeista on tullut kaupunkien keskustoihin ja vasta viime vuosina kauppakeskuskulttuuri on siirtynyt keskustojen ulkopuolille. Näin ollen etenkin kaupunkien ulkopuolisten kauppakeskusten tutkimusta on suhteellisen vähän. Vasta 1990-luvun lopulla herättiin kiinnittämään huomiota niiden rakentamiseen toden teolla.

2.2. Nykytutkimus kauppakeskusten vaikutuksista

Kauppakeskus on massiivinen hanke, jonka vaikutukset ovat erittäin tuntuvat ympäröivällä alueella. Kauppakeskusten vaikutukset jaetaan tavallisesti *taloudellisiin, sosiaaliin ja ympäristövaikutuksiin*. (BDP Planning & OXIRM 1992.) Nämä erilaiset vaikutukset ovat hyvin tiukasti toisiinsa liittyviä eikä niitä ole välttämättä helppo erotella toisistaan. Huomionarvoista on myös se, että vaikutukset eivät välttämättä ole vain kielteisiä, vaan myös myönteisiä vaikutuksia on havaittavissa paljon.

Iso-Britanniassa keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia ovat tutkineet monet tutkijat 1980-luvulta lähtien. Tutkimusta on tehnyt etenkin Howard (1986; 2000; 2001), Bennison (1980) McGoldrick (1992), Thompson (1992), Guy (1994) ja Schiller (1985), Lowe (1993; 1998; 2000) sekä uudempana Fennell ja Robertson (2007). Uudemmat tutkimukset tuovat esiin enemmänkin myönteisiä vaikutuksia, sillä kielteiselle aineistolle ei välttämättä ole niin vankkaa todistusaineistoa, kun yleisesti on väitetty tai luultu etenkin Iso-Britannian hallinnon näkemysten mukaan.

Suomessa kauppakeskuksia on tutkittu jonkin verran. Suurin osa tutkimuksesta on keskittynyt tutkimaan kaupan sijoittumista ja kuluttajan ostopaikan valintaa. Tutkimuksia on tehnyt etenkin Marjanen (1997; 1998), Pietala (2003). Lisäksi Koistinen (2006) on tutkinut suuryksikön sijoittumiseen liittyvää suunnittelua ja päätöksentekoa sekä näihin liittyviä käytäntöjä.

Vastaavanlaista kaupunkikeskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen vaikutuksia Suomessa on tutkinut Leinonen, Lind ja Vesajoki (1994). Kauppakeskus Zeppelinin avattiin vuonna 1992 keskustan ulkopuolelle, n. 10 kilometriä Oulusta etelään valtatie 4:n varrelle Kempeleen eritasoliittymään viereen. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää keskusta-alueen ulkopuolelle sijoittuneen kauppakeskuksen vaikutuksia ja lainalaisuuksia ja mitä näihin vaikutuksiin liittyy. Se selvitti kauppakeskusten vaikutuksia liikenteeseen sekä laati kauppakeskuksen liikenteen tuotos- ja suuntautumismallit ja testasi niiden yleispätevyyttä.

2.2.1. Taloudelliset vaikutukset

Keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten vaikutuksista taloudellisia vaikutuksia on tutkittu eniten. Ensimmäisissä keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten tutkimuksissa (esim. Bennison 1980) tuotiin esille etenkin massiivisten kauppakeskusten myönteisiä tulovaikutuksia, joita ne alueilleen loivat. Keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten selvitettiin olevan menestyksekkäitä ja lisäksi niistä kertyvät erilaiset verotulot olivat merkittäviä.

Myöhemmissä tutkimuksissa tuotiin esille etenkin keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten vaikutukset talouden kannalta niiden työllisyyden luonnille. Suuret kauppakeskukset luovat työpaikkoja sekä suoraan että epäsuoraan. (McGoldrick 1992). Samoilla linjoilla on myös uudempaa tutkimusta tehneet Fennell & Robertson (2007: 154), joiden mukaan kaikkein pysyvimmän ja tärkeimmän taloudellisen vaikutuksen keskustan ulkopuolinen kauppakeskus luo työllisyyteen. Pitkät aukioloajat luovat työpaikkoja ja suurin osa kauppakeskuksen työväestä on nimenomaan kauppojen myyntihenkilökun-

taa. Toki hallinnollisiin tehtäviinkin työllistyy paljon väkeä ja lisäksi tarvitaan henkilökuntaa siivous- ja turvallisuustehtäviin.

Vasta-argumenttina työllisyyden luonnille voidaan sanoa, että keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset aiheuttavat työpaikkojen menetyksen pelkoa keskustoissa työskentelevälle työvoimalle. Kauppakeskusten työllisyysvaikutuksia kumotaan usein vetoamalla siihen, että työpaikat eivät ole uusia, vaan niihin siirretään väkeä vain muista yksiköistä. (Department of the Environment 1994.) Uudet avattavat kauppakeskukset nielevät vanhoja työpaikkoja muista keskuksista, kaupoista ja huoltoasemilta ja muilta vastaavilta jo olemassa olevilta toimipaikoilta. (McGoldrick 1992: 19). Kuitenkin Fennellin ym. (2007) tutkimus osoittaa, että kauppakeskusten avaamisen myötä vähittäiskaupassa työllisyys on lisääntynyt. Sitä paitsi tällaista työpaikkojen siirtymistä ja korvaamista tapahtuu kaikilla muillakin aloilla samalla lailla.

Tämän lisäksi kerrannaisvaikutusten kautta vaikutukset työllisyyteen epäsuorasti ovat merkittäviä. Palveluita ja tavaroita tarvitaan paikallisilta yrittäjiltä ja esimerkiksi kuljetukset tuovat oman lisänsä työllisyyteen. Tavaroiden kuljetusten lisäksi tulee muistaa työt, joita esimerkiksi linja-autonkuljettajat saavat kauppakeskuksen myötä. Kerrannaisvaikutuksiksi voidaan lukea myös sellaiset asiat, kuten asiakkaiden poikkeaminen samalla vaikkapa läheiselle huoltoasemalle tankkaamaan. (Fennell ym. 2007: 155.)

Sama tutkimus korostaa myös paikallisille työmarkkinoille vaikuttavien parannusten tärkeyttä työtilanteessa, sillä työpaikat täytetään yleensä juuri paikallisesta väestöstä. Monet työt ovat osa-aikaisia, mutta sopivat työntekijöiden elämäntilanteisiin hyvin juuri joustavuutensa vuoksi. Esimerkiksi opiskelija, joka haluaa työskennellä opiskelun lomassa tai yksinhuoltaja, joka tarvitsee aikaa myös perheelleen, on tyypillinen esimerkki kauppakeskuksen työntekijästä. Lisäksi kauppakeskukset tarjoavat töitä mahdollisesti sellaisille, jotka haluavat lisätyötä tai vaikkapa vanhemmalle väestölle, joka on siirtymässä jo puoliksi eläkkeelle. Lisäksi huomionarvoinen seikka on se, että vähittäiskauppa on ollut viimeisen kymmenen vuoden aikana suhteellisen vakaa ala suhteessa moniin taloudellisesta vaihtelusta herkemmin haavoittuviin aloihin nähden. (Fennell ym. 2007: 157–158.)

Kaupunkikeskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset ovat herättäneet pelkoa alun perin etenkin siksi, että niiden on pelätty aiheuttavan haittaa etenkin kaupunkikeskustoja kohtaan. Näitä vaikutuksia alettiin tutkia, kun keskustoissa oli kaupankäynti hiljentynyt ja niiden fyysinen rakenne oli muuttunut. (McGoldrick ym. 1992.) Taloudellisia hyötyjä kumotaan sanomalla, että vanhat kaupunkikeskustat vahingoittuvat. Asiakasvirrat häviävät ja yrittäjät joutuvat jopa lopettamaan kauppiaan, jolloin perinteisen keskustan palvelut heikkenevät. (Department of Environment 1994.) Tutkijat ovat saaneet erilaisia tuloksia siitä, millaisia vaikutuksia keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset lähialueille luovat.

Suurimman huolen vähittäiskaupalle keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset aiheuttavat läheisten keskusten näivettymisen pelosta. Etenkin kaupunkikeskustojen elinvoimaisuuden perään on kysely. Fennellin ym. (2007) mukaan kaupunkien ulkopuolisilla keskuksilla on varmasti jotakin vaikutuksia kaupunkikeskustoihin, mutta nämä vaikutukset näkyvät etenkin kauppakeskusten toimintojen ensimmäisinä vuosina. Pitkäaikaisia ja vahingollisia vaikutuksia ei kuitenkaan näyttäisi olevan, ja jotkut kaupunkikeskustat menestyvät jopa paremmin, kuin ennen uuden kauppakeskuksen avaamista.

Fennellin ym (2007: 166) mukaan pienemmät lähikeskukset näyttävät kuitenkin kärsineen jossakin määrin. Kuitenkin yleisesti kaupunkikeskukset osoittautuvat muuttuneen enemmän läheisten kaupunkikeskustojensa kilpailusta kuin yksittäisen kauppakeskuksen vaikutuksen johdosta. On myös merkkejä siitä, että alueelliset kauppakeskukset olisivat jopa stimuloineet suuria parannuksia ympäröiviin kaupunkikeskustoihin kasvattaen muun muassa kilpailua.

Samansuuntaisiin näkemyksiin läheisten keskusten elävyyden säilymisestä on päätynyt myös Doidge (2007), joka osoittaa, että vaikka keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset ovat menestyneet, menestys ei ole tapahtunut keskustojen kustannuksella. Ulkopuoliset keskukset ovat luultavasti imeneet paljon kulutuksen kasvusta, mutta keskustojen myynti ei ole muuttunut. Vain pienimmät keskukset saattavat kärsiä, kuten Fennellkin (2007) toteaa. Samoilla linjoilla on myös aiempi tutkimus, jonka mukaan keskustojen

ulkopuoliset kauppakeskushankkeet pahensivat jo ennestään huonosti menestyvien keskusten tilaa, kun taas menestyvät keskukset katsoivat hyötyvänsä uusien kauppakeskusten tulosta alueille (British Council of Shopping Centres 1996).

Vastaavasti Roger Tym & Partnersin (1993) keskusten ulkopuolisten kauppakeskusten tutkimus osoittaa vaikutukset lähikeskuksiin monisävyiseksi. Tutkimusaineiston perusteella kauppakeskukset jaettiin vaikutusten perusteella kolmeen eri tyyppiin. Ensimmäinen luokka käsitti keskukset, joille kauppakeskuksella oli ollut suurimmat vaikutukset. Tässä luokassa vaikutukset olivat rajuja: elinvoimaisuus oli todella heikentynyt. Keskuksen tilat olivat tyhjentyneet ja asiakasvirrat olivat vähentyneet eli toisin sanoen markkinaosuudet olivat pienentyneet. Toisessa luokassa vaikutuksia oli nähtävissä jonkun verran. Vähittäiskaupan toimipisteet eivät välttämättä olleet vähentyneet, mutta laatu oli huonontunut. Asiakasvirrat olivat myös vähentyneet, mutta ei niin suuressa määrin kuin edellä mainitussa luokassa. Viimeisimmässä ryhmässä olevat keskukset olivat kokeneet vaikutuksia vain rajallisesti.

Osa asiakkaista on varmasti kokenut vähittäiskaupan palvelujen heikkenen. Tämä on tapahtunut keskuksissa, johon tutkittu kauppakeskus on vahvasti vaikuttanut, ja joiden asiakkaille nämä keskukset olivat juuri tärkeimpiä ostospaikkoja. Tällaisia keskuksia varten tarvitaankin tulevaisuudessa suunnittelua. Kauppakeskusta edeltäneeseen tilanteeseen tuskin enää päästään, mutta vähittäiskaupan tarjontaa pitäisi pyrkiä kehittämään sellaiseen suuntaan, jossa jokaisella vähittäiskaupan yksiköllä olisi oma erikoistunut paikkansa.

Vastaavasti Howardin (2001) tutkimuksen mukaan hänen tutkimansa kauppakeskuksen vaikutukset olivat laajalle levinneitä, mutta epätasaisia. Kauppakeskus oli kerännyt huomattavan markkinaosuuden lähialueellaan ensimmäisinä vuosinaan. Sen vaikutukset eivät kuitenkaan olleet suoranaisesti keskittyneet heikentämään läheistä kaupunkikeskustaa. Jo aiemmin kaupankäynnissä huomattu trendi siitä, että asiakkaat halusivat suurempia ja erikoistuneita ostospaikkoja, tuli tutkimuksessa esiin. Sellaiset kaupunkikeskustat ja kauppakeskukset, jotka täyttivät ne kriteerit, pysyivät edelleen kilpailussa mukana.

Sen sijaan vaikutukset olivat olleet epäsuotuisia heikoissa keskuksissa ja suurempien keskusten heikommissa osissa. Tällaiset alueet olisikin otettava tulevaisuuden suunnittelussa paremmin huomioon, jos niiden halutaan vielä menestyvän. Muistettavan arvoinen seikka tutkimuksessa oli myös se, että vähemmän nousujohteisessa taloudessa voi olla paljon rankemmat vaikutukset talouteen, kuin kyseisellä tutkitulla kauppakeskuksella on alueellaan. Tämä johtuu siitä, että kyseisessä tutkimuksessa paikallisten suhtautuminen yleisesti kauppakeskukseen oli jo suunnitteluvaiheessa suotuisa.

Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset perustetaan usein niin sanotusti ”tyhjälle sijainnille”. Fennelin ym. (2007) mukaan rakennuttajille on usein riski rakentaa tällaisille alueille, joista johdettavat mielikuvat voivat olla kehojakin. Sijoittajia on hankala saada mukaan. Usein rakennuttajan saatua kehityksen vauhtiin, rakennettava kohde kääntyy usein hyvinkin houkuttelevaksi, ja myös muut haluavat samalle alueelle. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset ovat usein olleet tällaisia ”vetureita”, joiden imussa alueille on rakennettu muutakin. Alueella on näin ollen parempi infrastruktuuri ja liikenteellisesti paremmat pääsymahdollisuudet. Tutkimuksessa esiteltyjen kauppakeskusten läheisyyteen on noussut esimerkiksi yhteisyrityksiä, erilaisia vapaa-ajan viettoon tarkoitettuja kokonaisuuksia ja jopa yrityspuisto.

Samansuuntaisiin oletuksiin on päätyneet myös Williams (1992: 8), jonka mukaan kaupungin ulkopuolista kauppakeskusta voidaan pitää varsinaisena kasvun moottorina. Hänen mukaansa taloudellisena hyötynä pidetään myös sitä, että suuri kauppakeskus houkuttelee ympärilleen myös muuta kauppaa ja toimintoja. Keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia voidaan pitää kasvumoottoreina, jotka houkuttelevat alueelleen uusia kohteita. Samalla linjalla on myös McGoldrick (1992: 19), jonka mukaan suuret kauppakeskukset vetävät alueelleen muuta vähittäiskauppaa ja näin ollen ne saavat aikaan luonnollisesti myös suurempia liikevaihtoja.

Williams (1992: 8) tuo esille myös seikan, jota keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset Iso-Britanniassa edistävät selvästi. Hänen mukaansa keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten vastustajia ei häiritse vain kulutusmyönteisyys, vaan se, että massiivi-

set kauppakeskukset tekevät ostostenteosta miellyttävää, jota Britanniassa ei yleisesti ole pidetty hyväksyttävänä. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset näyttäisivät vastaavan kysyntään, jota kasvualueiden ostovoimaisilla kuluttajilla on (Lowe 2000).

Ostosten teko tai ”shoppailu” onkin havaittu yhdeksi Iso-Britannian yleisimmäksi vapaa-ajan aktiviteetiksi ja näin ollen sen vaikutusta ei voi väheksyä myöskään turismiin. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset houkuttelevat paljon asiakkaita kauempaa kuin paikallisilta alueilta. Esimerkiksi The MetroCentren kävijämäärät kohoavat jopa yli 25 miljoonaan ihmiseen vuodessa. Vapaa-ajan viettomahdollisuuksien sijainti kauppakeskuksen vieressä kasvattaa omalta osaltaan kauppakeskusten asiointimääriä kovasti. (Lowe 2000.)

Paikalliset ja alueelliset turismia kehittävät elimet ovat antaneet ymmärtää, että keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset auttavat kasvattamaan alueen turismia, sillä keskustojen ulkopuolinen kauppakeskus on merkittävä maamerkki ja tärkeä syy lähteä kotoa pois. Käyttönotetut ja parannetut alueet saavat alueelle suuria ihmismassoja, jolloin koko aluetta voidaan hyödyntää ja alueelle houkutella ihmisiä tekemään muutakin kuin käymään ostoksilla. (Fennell ym. 2007: 163–164.)

Tämän lisäksi on kehittynyt vielä tavallisesta turismista kehittyneempi versio, eräänlainen ”bisnesturismi”. Liikematkalaisille kannattaa järjestää konferensseja ja he käyvät usein näyttelyissä ja ostavat usein keskimääräistä enemmän. Tämä on uudenlainen ilmiö, johon kauppakeskukset varmasti panostavat yhä enemmän tulevaisuudessa. (Fennell ym. 2007: 163.)

Alzubadin, Daviesin, Schmidtin ja Vignalin (1997: 89) tutkimus osoittaa, että kaupunkien ulkopuoliset kauppakeskukset ovat taloudelliselta kannalta kuluttajille suotuisampia, koska ne pystyvät tarjoamaan kuluttajille halvemmat hinnat. Myös McGoldrick (1992: 19) tuo esiin samaiset keskusten ulkopuolisten kauppakeskusten aikaansaamat halvemmat hinnat. Tähän yleistykseen pitää kuitenkin suhtautua erittäin varovaisesti, sillä suoranaisesti ei voida sanoa, että kauppakeskus sinällään loisi halvempia hintoja. Kauppakeskukset tosin luovat kilpailua yritysten välille ja täten mahdollistavat kulutta-

jille paremmat vertailumahdollisuudet, jolloin he samalla tulevat yhä hintatietoisemmiksi valintojaan tehdessään.

Kaupungin ulkopuoliseen keskukseen lähdetään usein myös vankemmalla ostotarkoituksella ostamaan tiettyjä hyödykkeitä, kun taas keskustan kauppakeskuksessa saatetaan pysähtyä vain ohikulkumielessä samalla, kun ollaan esimerkiksi tulossa töistä tai koulusta. Yrittäjän kannalta keskustan ulkopuoliseen kauppakeskukseen on näin ollen suotuista sijoittua. (Alzubaidi ym. 1997: 89.)

Vaikka kauppakeskus luo parempaa infrastruktuuria ympärilleen, parantamiseen tarvitaan lisärahaa. Tästä saadaankin aikaan kiistoja siitä, kuka rahoittaa hankkeet. Usein kuitenkin yrittäjät ovat valmiita investoimaan etenkin teihin, sillä kulkuyhteydet ovat menestyvälle kauppakeskukselle ensiarvoisen tärkeä ominaisuus. Hyvä sijainti on kaiken toiminnan perusta itse kauppakeskuksen menestymisen kannalta, jotta se houkuttelee asiakkaita. (McGoldrick 1992: 2)

Schillerin (1986) mukaan keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset ovat parantaneet tuntuvasti liikennejärjestelyitä. Julkisen liikenteen palvelut ovat parantuneet monessa paikassa. Lisäksi nämä liikennevälineet toimivat usein myöhään asti, sillä keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset ovat yleensä avoinna myöhään. Näin ollen lähialueiden ihmisten liikkumismahdollisuudet voivat parantua keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen vaikutuksesta.

Fennellin ym. (2007) tutkimus tiivistää, että kaupunkien ulkopuoliset kauppakeskukset ovat 30 vuoden aikana tulleet tärkeäksi osaksi taloutta. Ne ovat tärkeitä kilpailijoita aluetalouksissa ja luovat merkityksellisen määrän työpaikkoja. Niiden voidaan nähdä luoneen sijaintipaikoilleen uutta kehitystä ja houkuttelleen uusia investointeja paitsi itse kauppakeskuksiin myös ympäröiville alueilleen.

Suomessa kauppakeskus Zeppelinin vaikutustutkimus osoittaa taloudelliselta kannalta Oulun seudulla lähinnä markkinoiden uusjakoa. Tutkimuksen mukaan sen sijaan myynnin kokonaismäärä on kasvanut oletettua vähemmän ja Zeppelinin vaikutukset jäivät

tutkimusjaksolla oletettua pienemmiksi. Näin oletettiin tapahtuneen kahdesta syystä: sijaintinsa vuoksi se ei ole saanut ennakoitua asiakas- ja myyntimäärää ja toisaalta lama on tuonut mukanaan yleisestikin kulutuksen vähenemistä tai kulutuksen kasvun hidastumista. (Leinonen ym. 1994.)

Tutkimustuloksissa ilmeni etenkin se, että Oulun kaupunkiseudun kaupan palvelujen painopiste on siirtymässä etelään. Eniten vaikutukset ovat näkymässä Kempeleen keskustassa, jossa palvelu- ja kauppatoimintoja on siirtynyt kuntakeskuksesta Zeppeliiniin. Toiseksi Oulun kaupunkiseudun kokonaismarkkinat ovat kasvaneet, mutta oletettua vähemmän. Kolmanneksi vaikutukset liikenteeseen jäivät ennakoitua pienemmiksi. (Emt.)

2.2.2. Ympäristövaikutukset

Ympäristövaikutuksista voidaan puhua myös sekä haittoina että hyötyinä. Ensinnäkin suurta kauppakeskusta on vaikea rakentaa ilman, että aiheutettaisiin luontaiselle elinympäristölle visuaalisia häiriötekijöitä. Kaupallisen menestymisen kannalta toki kauppakeskuksen olisikin oltava houkutteleva myös ulkoisesti. Esimerkiksi Iso-Britanniassa niin sanotuille vihervyöhykkeille ei ole saanut edes rakentaa missään vaiheessa. Tämän takia jotkut rakennuttajat ovat pyrkineet kaivamaan esiin rappeutuneita teollisuusalueita, jossa siistin ja hyvin organisoidun kauppakeskuksen tulo alueelle onkin tavallaan ympäristön kannalta hyöty. (McGoldrick ym. 1992.)

Bennisonin (1980: 43) mukaan suurimmat kauppakeskusten ympäristöongelmat liittyvät niiden ympäristölle kohdistuvaan visuaaliseen haittaan. Heidän tutkimuksensa mukaan monet jo rakennetuista kauppakeskuksista eivät ole sopineet välttämättä tyyllillisesti vallitsevaan ympäristöön, vaan ne on rakennettu piittaamatta ympäristöstä. Ne ovat olleet massiivisia rakennuksia, jotka eivät ole sopineet katukuvaan. Lisäksi ne ovat aiheuttaneet kaduille ruuhkia ja tärvelleet alueita.

Samoilla linjoilla on myös McGoldrick (1992: 19), jonka mukaan keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset lisäävät merkittävästi liikennevirtoja ja saavat aikaan näin ollen

myös liikenteen ruuhkautumista. Suomessa kauppakeskus Zeppelinin tutkimus hahmotti ympäristöllisesti erityisesti liikenteellisiä vaikutuksia. Oletuksena oli, että liikennevirrat kasvaisivat merkittävästi, mutta vaikutukset jäivät kuitenkin tutkimusajalla oletettua pienemmiksi (Lind ym. 1994). Ympäristöllisenä ongelmana keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset näyttävät tutkimusten mukaan aiheuttavan myös logistisia ongelmia. (esim. Howard 1993.)

Ympäristön kannalta suurimman huolen näyttävät aiheuttavan nykyään saasteet ja ruuhkat. Kun kauppakeskus sijaitsee keskustan ulkopuolella, sinne mennään usein autolla, ja tämä on täysin vastoin kestävä kehityksen linjauksia. Päästöt lisääntyvät ja ilmastonmuutoksen kannalta tämä on erittäin huolestuttavaa. Tutkimusten mukaan keskustoissa sijaitsevat kaupungit tuottavat huomattavasti vähemmän henkilöautoliikennettä kuin keskustojen ulkopuolella sijaitsevat kaupunkikeskittymät. Myös asiointi tapahtuu useammin jalkaisin. Esimerkiksi Tampereen keskustassa pääosa (80 %) asiointista hoidetaan jalkaisin, pyörällä tai joukkoliikennettä käyttäen. Ilmastonmuutoksen hillinnän kannalta tämä on huomattavaa. (Vapaavuori 2008.)

Useimmat kauppakeskuksista ovat nykyään hyvin huonosti linjassa lähiaikojen välttämättömien ympäristötavoitteiden kanssa. Niiden sijainti on sellainen, että niihin pääsee vaivattomimmin henkilöautolla. Lisäksi kiinteistöt on pääosin rakennettu aikana, jolloin nykyaikaiset energiatehokkuusvaatimukset eivät olleet vielä viranomaisten ja suunnittelijoiden vaatimuslistalla ja näin ollen ne kuluttavat energiaa enemmän kuin nykytietouden pohjalta olisi välttämätöntä. Tulevaisuuden kauppakeskus voisikin ottaa lämpönsä ilmanvaihdon lämmön talteenoton ja kylmälaitteiden lauhdelämmön kautta. (Tompuri 2008: 49.)

Avainasemassa hiilijalanjäljen pienentämisessä pidetään kauppakeskuksen sijoittumista. Liikkuminen tulee joka tapauksessa tulevaisuudessa kallistumaan. Eräs vaihtoehto olisi, että kauppakeskukset kehittävät omat kevytraideratkaisut. (Tompuri: 2008: 49.) Vastavasti puolustavana väitteenä tälle voidaan sanoa, että keskustojen ruuhkat lieventyvät keskustojen ulkopuolella sijaitsevien kauppakeskusten ansiosta, jolloin keskustan ulko-

puolista kauppakeskusta voidaan pitää myönteisenä vaikutuksena ympäristön kannalta (Thomas & Bromley 1993).

Fennell ym. (2007: 160) tuovat esiin tutkimuksessaan keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten ympäristölle aiheuttaman hyödyn. Heidän mukaansa keskustan ulkopuolinen kauppakeskus sijoittuu usein alueelle, joka ei ole aiemmin ollut houkutteleva. Tämän kautta alueelle saadaan uusia investointeja. Investoinnit tuovat mukanaan paitsi uusia rakennuksia, myös merkittäviä parannuksia alueen infrastruktuuriin. Huomionarvoista on heidän mukaansa myös se, että rakennukset edustavat yleensä teknisesti hyvin laadukkaita ratkaisuja ja ne parantavat entuudestaan vähän houkuttelevia alueita.

Bennison ja Davies (1980: 45) toivat esille ränsistyneen alueen parantamisen lisäksi mahdollisina kauppakeskuksen aiheuttamana ympäristöllisenä hyötynä myös kauppakeskuksen luoma turvallista ympäristöä, jossa on helppo asioida. Sen sijaan, että ajeltaisiin ympäriinsä autolla moneen paikkaan, mennään yhteen paikkaan, jossa voi vertailla tuotteita ja yhdellä kauppamatkalla hoitaa erityyppiset asiointinsa vaivattomasti, sillä kauppakeskusten tarjoamat laajat valikoimat antavat yleensä tällaiseen asiointiin mahdollisuuden.

Tompurin (2008: 48) mukaan keskustojen ulkopuolisissa kauppakeskuksissa viivytään keskimääräistä kauppakeskuksessa asiointia pidempi aika. Keskustojen ulkopuolisissa kauppakeskuksissa keskimääräinen asiointiaika ylittää lähes neljään tuntiin, kun se tavallisessa keskustan kauppakeskuksessa on vain puolitoista tuntia. Lisäksi nykyään kuluttajat ovat hyvin hintatietoisia ja haluavat vertailla tuotteita ennen lopullista ostopäätöstä. Katettu kauppakeskus mahdollistaa tämän oivasti. (Heinimäki 2006: 2; McGoldrick ym. 1992: 21.)

2.2.3. Sosiaaliset vaikutukset

Nykyisin sosiaalisista vaikutuksista ensimmäisenä nostetaan esiin usein se seikka, että kauppakeskukset aiheuttavat eriarvoisuutta erilaisten ihmisryhmien välillä. Sellaiset

ihmiset, joilla on auto, saavat palvelunsa kaupunkikeskustojen ulkopuolella sijaitsevasta keskuksesta, jossa on laaja valikoima ja tehokasta tehdä ostoksia suuren valikoiman vuoksi. (McGoldrick 1992: 21.) Kaikki eivät kuitenkaan pääse kauppakeskuksiin, jos omaa autoa ei esimerkiksi ole. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset on kohdennettu etenkin autonomistajille, jolloin autottomat asiakkaat eivät pääse sinne vaivattomasti. Näin ollen vähemmän liikkuvat tekevät vain niin sanottua täydennysostelua keskuksissa. (Bromley & Thomas 1993.)

Väite keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten aiheuttamasta eriarvoisuudesta on tosin kumottu nykyään usein, sillä useaan keskustan ulkopuoliseen kauppakeskukseen on järjestetty erittäin hyvät julkiset kulkuvälineet. Tämä on johtanut myös siihen, että samalla koko alueen julkiset liikennevälineet ovat parantuneet merkittävästi ja monen muunkin paikan saavutettavuus on muuttunut entistä paremmaksi julkisilla kulkuneuvoilla. (Fennell ym. 2007.)

Toinen kiistelyä aiheuttava seikka on se, että kauppakeskuksilla on erittäin suuret valikoimat. Monen kaupan valikoiman voi nähdä antavan asiakkaalle lukemattoman määrän valintamahdollisuuksia. Kuitenkin tästä voi seurata, että tietyt liikeketjut kasvattavat osuuksiaan luoden jopa eräänlaisia paikallisia monopoleja. Tähän pyritäänkin vastamaan kannustamalla itsenäisiä ja erikoistuneita yrittäjiä perustamaan liikeyrityksiään kauppakeskukseen, mutta aina se ei tietenkään onnistu. (McGoldrick 1992.)

Bennisonin ja Daviesin (1980) tutkimuksessa sosiaaliselta kannalta pelkoa aiheutti etenkin monopolien kasvu. Kauppakeskuksiin rakentuu helposti monopoleja, jolloin yksittäisen yrittäjän on vaikea pärjätä. Fennellin ym. (2007) mukaan tällainen ajattelutapa ei kuitenkaan sovi enää oikein nykypäivään, kun ajatellaan kauppakeskusten rakenteita. Sosiaalisesta näkökulmasta Bennison ja Davies (1980) tuovat esille myös sen, että kauppakeskukset ovat olleet yleensä aika massiivisia rakennuksia ja näin ollen ovat vie-neet paljon tilaa, jolloin se on aiheuttanut pelkoa sosiaalisten kohtauspaikkojen roolin arvostamisesta. Tämä tila olisi voitu käyttää esimerkiksi sosiaalisten kohtauspaikkojen luomiseksi, kun se käytettiin luomaan ostospaikkoja.

Keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia moititaan myös siitä, että ne eristävät vanhoja vähän liikkuvia ihmisiä. Ensinnäkin keskustelua herättää se, että kauppakeskukset eivät tarjoa vanhemmalle väestölle mitään, jonka vuoksi he tulisivat sinne. Lisäksi heidän on vaikea päästä keskuksiin, vaikka julkinen liikenne olisikin hyvin järjestetty. (McGoldrick 1992: 22)

Kaupunkikeskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset ovat saaneet moitteita edelleen Bennisonin ja Daviesin(1980) kritisoimasta sosiaalisten kohtaustapaikkien roolin puuttumisesta. Tämä väite on kuitenkin pyritty kumoamaan, sillä keskustojen ulkopuolisiin kauppakeskuksiin rakennetaan esimerkiksi paljon vapaa-ajan viettomahdollisuuksia ja ruokapaikkoja, jotka tarjoavat tapaamispaiikkoja asiakkaille. Monet asiakkaat haluavat yhdistää kauppoilla käynnin ja vapaa-ajanvieton ja uusien kaupunkien ulkopuolisten keskustojen on tehtävä kaikkensa, jotta tapoihin pinttyneet asiakkaat löytäisivät tiensä näihin keskuksiin. (McGoldrick 1992: 21). Sitä paitsi ostosten teosta, ”shoppailusta”, on tullut jo yksi vapaa-ajanviettotapa ja se kilpaileekin vahvasti myös vapaa-ajanviettotapana muiden tapojen joukossa (Marjanen 1993: 39).

Myös Fennellin ym. (2007) mukaan ”shoppailu” on tullut yhdeksi tärkeimmäksi ajanviettotavaksi Iso-Britanniassa ja sen merkitys turismin kannalta onkin valtaisa. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset houkuttelevat päivämatkalle huomattavan suuren määrän kävijöitä tavallisen vaikutusalueensa ulkopuolelta. Tämän vuoksi kauppakeskuksiin onkin rakennettu vapaa-ajanviettomahdollisuuksia, jolloin ”shoppailuun” voi samalla yhdistää muita vapaa-ajanaktiviteetteja. (Fennell ym. 2007: 164). Monissa kauppakeskuksissa onkin elokuvateattereita, luisteluratoja, kuntokeskuksia, ravintoloita, teemapuistoja ja muita vastaavia, jotka tekevät keskustojen ulkopuolisista kauppakeskuksista sosiaalisia kohtaustapaikkoja.

Kauppakeskusten sosiaalisena haittana nähdään myös se, että ne houkuttelevat rikollisuutta ja vandalismia (McGoldrick ym. 1992). Rikollisuuden selvään kiihtymiseen ja kaupunkikeskustojen heikkenemiseen keskustan ulkopuolisen rakentamisen seurauksena pohjautuu myös kaupunkikeskustojen elävyyttä selvittänyt tutkimus, jonka mukaan vandalismi kasvaa selvästi keskustan ulkopuolisten kauppakeskusten myötä (Depart-

ment of Environment 1994). Keskustojen turvattomuutta pelkäävät asiakkaiden lisäksi myös kauppiat, jotka sijoittavat vähittäiskaupan yksikkönsä Fernien (1998) mukaan juuri tästä syystä keskustan ulkopuolelle.

Tämän lisäksi kauppakeskukset saavat moitteita siitä, että ne ovat iltaisin ja öisin aivan autioita paikkoja, vaikka ne ovat potentiaalisia tapahtumapaikkoja. Jossain määrin tätä väitettä voisi tosin pitää ehkä enemmän keskustoihin sijoittuvien kauppakeskusten ongelmana, sillä jos kauppakeskus sijaitsee aivan kaupungin ytimessä parhaalla paikalla, juuri tällainen paikka autioituu yöksi. (Crosby ym. 2003.)

Alzubadin ym. (1997) tutkimuksen mukaan keskustan ulkopuoliseen kauppakeskukseen lähdetään yleisimmin siitä syystä, että aiheena on tehdä ostoksia. Vastaavasti keskustassa poiketaan useasti samalla, kun ollaan hoitamassa muita asioita. Sinne lähdetään myös kohtaamaan ihmisiä ja viettämään vapaa-aikaa, jolloin sen rooli nähdään sosiaalisena kohtauspaikkana paremmin kuin keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen, joilta on moitittu puuttuvan rooli yleisenä sosiaalisena kohtauspaikkana.

Williamsin (1992: 8–9) mukaan kaupunkien ulkopuoliset kauppakeskukset voivat parantaa merkittävästi alueen yleisilmettä. Jos tietylle alueelle sijoittuu moderni kauppakeskus, paikan arvostus voi muuttua merkittävästi ja alueen imago nousta korkeammalle, jolloin siitä voi tulla paikallisille jopa ylpeydenaihe. Tämä yleensä parantaa alueen asemaa ylipäänsä.

Lisäksi kaupunkien ulkopuoliset kauppakeskukset voivat hyvin luoda vakiintuneita asiakassuhteita, jolloin kaupankäynti sujuu jatkossa mutkattomasti ja helposti. Tällöin asiakkaan on helppo tehdä ostoksia ja hän voi kokea asioivansa turvallisesti. Näin asiakas suuntaa samaan paikkaan uudelleenkin tekemään ostoksensa. (Williams 1992: 9.) Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset nähdäänkin sosiaaliselta kannalta erittäin tehokkaina ostostentekopaikkoina, joissa on helppo tehdä vertailua (McGoldrick 1992: 22).

Fennellin ym. tutkimus (2007) osoittaa myös, että keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset näyttävät tuoneen myös jotakin vähemmän tuntuvia hyötyjä yhdyskunnille, joissa ne sijaitsevat. Tärkeimpänä toki se, että ne tarjoavat ostosten tekoon ja vapaa-aikaan hyvät mahdollisuudet erityisesti paikallisesti. He muistuttavat tutkimuksissaan myös siitä, että vaikka keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset on rakennettu ”tyhjille” alueille, ne sijaitsevat usein kuitenkin suhteellisen lähellä markkinoita, eli liikenteiden solmukohdissa ja asutusten lähellä paikoissa, jonne ihmiset lähtevät mielellään.

2.3. Yhteenveto aiemmista tutkimuksista

Keskustojen ulkopuolisista kauppakeskuksista on tehty paljon tutkimuksia, kuten edellä mainitut tarkemmat kuvaukset tutkimustuloksista osoittavat. Kauppakeskusten vaikutustutkimuksessa huomionarvoista on etenkin se, että vaikka keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia on haluttu arvostella etenkin julkisessa keskustelussa, arvostelua on alettu pikku hiljaa kyseenalaistamaan. Tutkimustuloksia kaivataan kuitenkin lisää, jotta voidaan vertailla todellisia vaikutuksia suunnittelun pohjaksi.

Taulukko 3 esittelee tiivistetysti kauppakeskusten keskeisiä taloudellisia, ympäristöön liittyviä ja sosiaalisia vaikutuksia McGoldrickin ym. (1992) mukaan. Taulukko ilmentää hyvin sitä, kuinka kauppakeskuksen vaikutukset kietoutuvat toisiinsa tiiviisti ja vaikuttavat toisiinsa kierteisesti. Vaikutukset voivat näyttäytyä niin myönteisinä hyötyinä kuin kielteisinä haittoinakin, vaikka tällaisenkin jaottelun teko on osittain hankalaa.

Taulukko 2. Kauppakeskusten taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristöön vaikuttavat hyödyt ja haitat (McGoldrick ym. 1992).

Vaikutus	Mahdolliset hyödyt	Mahdolliset haitat
Taloudellinen	<p>Uudet työpaikat</p> <p>Luo kunnalle tuloja</p> <p>Halvemmat hinnat (?)</p> <p>Uudet yritykset ympärille</p> <p>Vastaa kasvualueiden kysyntään</p>	<p>Läheisten keskusten nääntyminen</p> <p>Työllisyysrakenteen muutokset</p> <p>Infrastruktuurin kohentamisen varat</p> <p>Vaikutukset kaupan rakenteeseen</p>
Ympäristöön liittyvä	<p>Ränsistyneiden alueiden parantaminen</p> <p>Turvallinen, mukava ympäristö, jossa valinnan varaa</p> <p>Keskustojen ruuhkien vähentäminen</p>	<p>Elinympäristön vauriot</p> <p>Uudet ruuhka-alueet</p> <p>Muun kehitykset esto</p> <p>Saasteet</p> <p>Maankäytön konfliktit</p>
Sosiaalinen	<p>Mukava ostosten teko</p> <p>Tehokas ympäristö</p> <p>Yhdistää vapaa-ajan viettömahdollisuuksia</p> <p>Enemmistön suosima</p>	<p>Suosii autoilevia asiakkaita</p> <p>Eristää vanhempia ja vähän liikkuvia</p> <p>Paikalliset monopolit</p> <p>Paikallisen vähittäiskaupan sosiaalisen roolin muutokset</p>

Taloudelliset vaikutuksista tärkeimmäksi nousevat erityisesti työllisyysvaikutukset, joita suurilla kauppakeskuksilla kieltämättä voidaan sanoa olevan. Arvostelijoiden mukaan ne ovat kuitenkin vain siirtymiä muista työpaikoista. Lisäksi taloudellisista vaikutuksista myönteisinä esiin nousevat erilaiset tulokertymät, joita kauppakeskukset alueilleen tuovat. Lisäksi myönteisinä vaikutuksina nähdään infrastruktuurin muutokset sekä hintavaikutukset. Taloudelliselta kannalta haittoina nähdään etenkin kauppakeskusten heikentävät vaikutukset läheisiin keskuksiin, joiden pelätään usein näivettyvän jopa kokonaan sekä muutoksia vähittäiskaupan rakenteeseen. Lisäksi muutokset työllisyysrakenteissa näyttävät kielteisinä vaikutuksina.

Ympäristövaikutuksista nostetaan esiin etenkin visuaaliset haitat, joita keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset massiivisina rakennuksina aiheuttavat. Lisäksi lisääntyneet saasteet ja ruuhkat liikenneväylillä nähdään haittoina, joita kasvavat liikennevirrat aiheuttavat. Pelkoa aiheuttaa myös muun kehityksen esto, joka saattaa muuttua merkittävästi uuden kauppakeskuksen myötä. Vastaavasti myönteisenä vaikutuksena nähdään se, että keskustojen ruuhkia pystytään vähentämään, kun kauppakeskus sijoittuu keskustan ulkopuolelle. Lisäksi etenkin ränsistyneet alueet saattavat parantua merkittävästi kauppakeskuksen tultua alueelle ja houkuttaa alueelle uutta toimintaa, kuten yrityksiä sekä asustustakin.

Sosiaalisten vaikutusten selvityksessä esiin on noussut etenkin huoli siitä, että keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset aiheuttavat ikääntyvän ja vähän liikkuvan väestön eristämistä, sillä heillä ei ole riittäviä pääsymahdollisuuksia keskustoista kaukana sijaitseviin kauppakeskuksiin. Lisäksi nämä kehitysmoottorit eivät tunnu tarjoavan heille oikein syytä tulla kyseisiin kauppakeskuksiin. Näiden lisäksi keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia syytetään siitä, että ne suosivat autoilevaa väestöä. Myönteisinä hyötyinä keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset kuitenkin näyttäisivät olevan tehokkaita ja helppoja ostosympäristöjä. Ne ovat myös enemmistön suosimia. Niiden yhteyteen on luotu myös paljon uusia vapaa-ajan viettomahdollisuuksia, jotka tarjoavat erilaisia aktiviteetteja.

3. TUTKIMUSALUE LEMPÄÄLÄ

3.1. Lempäälän aluekuvaus

Lempäälä on vireä kunta Tampereen kaupunkiseudulla. Vuonna 2008 kunnassa oli 19 702 asukasta, joista naisia 9 865 ja miehiä 9 837. Se on pinta-alaltaan 308,7 km², josta maa-alueen osuus on 272,9 km². Maantieteelliseltä sijainniltaan kunta sijaitsee erittäin edullisessa paikassa Tampereen kyljessä (ks. kuva 1). Kuntakeskus sijaitsee saarella ja kunnan pinta-alasta yli 10 prosenttia peittyy veden alle. Kunnan halkoo vilkasliikenteinen Helsinki-Tampere moottoritie. Tämän lisäksi kuntakeskuksen läpi kulkee rautatie, jonka asemalle pysähtyvät pikajunat. Tampere-Pirkkalan lentoasema sijaitsee myös lähellä, ja sinne on matkaa keskustasta 15 kilometriä. Lisäksi Lempäälässä on myös kanava. Kuntaa pidetään siis todellisena valtavyölien ja reittivesien kohtauspaikkana. (Lempäälän kehitys Oy 2009: 4–5).



Kuva 1. Lempäälän sijainti (Lempäälä 2009.)

Lempäälä on hyvän asumisen ja monipuolisten palvelujen kunta, jossa maaseutu ja kaupunki kohtaavat. Kunnan kilpailuvaltteja ovat asumisen ja elinkeinotoiminnan osalta sen erinomainen sijainti Tampereen eteläpuolella, Helsinki-Tampereen kaupunkivyöhykkeellä. Liikenteen suunnittelussa pyritään turvaamaan ja kehittämään toimivat joukko- ja kevyenliikenteen yhteydet kestäväen kehityksen mukaisesti. (Lempäälän kehitys Oy 2009: 5.)

Lempäälä tekee tiivistä yhteistyötä ja haluaa olla tulevaisuudessakin mukana Tampereen kaupunkiseudun kehittämisessä, sillä seudun vetovoima ja kilpailukyky merkitsevät ratkaisevasti myös kunnan omalle menestykselle. Tulevaisuutta ajatellen toimiva ja taloudellinen yhdyskuntarakenne edellyttää seudun suunnittelua maankäytöllisesti kuntarajoista välittämättä. Vaikka Lempäälä on kasvanut nopeasti, sen palvelut ovat erittäin kilpailukykyiset. Palvelutaso tulee säilyttää silti tulevaisuudessakin. (Lempäälän kehitys Oy 2009: 18.)

Lempäälä on yhdyskuntarakenteeltaan nauhamainen ja pitkä. Se on yksi Suomen väkimäärältään nopeimmin kasvavista kunnista. Lempäälä on käynnistänyt keskustan kehittämishankkeen, jonka tarkoituksena on lisätä keskustan vetovoimaisuutta. Hanke käsittelee uusia asuntoja, tiloja sekä mahdollisuuksia yrityksille kuntakeskukseen. Lisäksi yleiseen viihtyvyyteen keskustassa halutaan kiinnittää huomiota. Hanke konkretisoituu osayleiskaavan laatimiseen ydinkeskustan alueelle. Suunnitelmissa on, että kaava on valmis vuonna 2011. (Lempäälän kehitys Oy 2009: 18–19.)

Keskustan osayleiskaavan ensisijaisena tavoitteena on löytää kaavalliset periaatteet yli 30 000 asukkaan kunnan keskuksen kehittämiseksi sekä kaupallisen että kulttuurisen ja sosiaalisenkin elämän keskuksena. Tavoitteena on kuntakeskus, joka on Tampereen kaupunkiseudun eteläosan elinvoimainen ykkönen. Lisäksi halutaan, että liikenteellistä asemaa hyödynnetään paitsi kokonaisvaltaisesti myös etenkin raideliikenteen osalta. Tulevaisuudessa Lempäälä on omaleimainen, viihtyisä ja paikallisia piirteitä korostava. Lisäksi halutaan, että kuntakeskus on rakenteellisesti ja toiminnallisesti energiataloudellinen ja ympäristöltään viihtyisä ja arkkitehtuuriltaan korkeatasoinen. Kuntakeskuksesta halutaan yhteinen ”olohuone” jokaiselle kuntalaiselle. (Lempäälän kehitys 2009: 18–19.)

3.2. Ideaparkin sijoittuminen Marjamäkeen

Lempäälän Ideapark avattiin joulukuussa 2006. Se sijaitsee Lempäälän keskustasta noin 6,5 km pohjoiseen, Helsinki-Tampere välisen moottoritien varrella. Hankkeen taustalla vaikuttavat liikemies Toivo Sukari sekä hänen liikekumppaninsa Toni Virkkunen. Myöhemmin mukaan liittyi myös Jarmo Viitala. Hanke sai alkunsa, kun miehet pohtivat suomalaisen kaupan kehittämistä kansainvälistymisen myötä. He halusivat luoda Ideaparkista kodinsisustamisen keskuksen, jonka täydentäjiksi valittiin muodin, pukeutumisen ja vapaa-ajan kaupan keskittymä. (Mänttari 2003: 14; Jaakkola 2004: 15.)

Kiinteistö Oy Ideapark osti Lempäälän kunnalta vuonna 2003 joulukuussa 27,9 hehtaarin suuruisen alueen Marjamäestä 3,5 miljoonalla eurolla. Rakennuslupa sai lainvoiman tammikuussa 2004. Rakennuslupa oikeutti noin 88 000 kerrosneliömetrin suuruisen liikerakennuksen rakentamiseen. Rakentaminen aloitettiin marraskuussa 2004 ja se kesti noin kaksi vuotta. Kaikkiaan liikekaupunkiin kaavailtiin alun perin noin 350–400 yritystä. Ideaparkista kaavailtiin ostoskeskuksen, messukeskuksen ja elämyksellisen matkailupaikan risteytystä. (Mänttari 2003: 14 ; Jaakkola 2004: 15). Sen rakentamiskustannukset olivat noin 100 miljoonaa euroa. Rakennusaikainen työllistämisaikutus oli noin 700–800 miestyövuotta. Ideapark sai aikaan noin 1200 työpaikkaa. (Ekholm: 51–52.)

Marjamäen kaava-alue oli pääosin rakentamaton. Se oli luonnonolosuhteiltaan ja topografialtaan monimuotoinen aluekokonaisuus, jonka ympäröivä liikenneverkosto oli jo ennalta sellainen, joka loi hyvät mahdollisuudet alueen kehittämiseksi monipuolisesti. Aluetta reunustivat pohjois-eteläsuuntaisesti moottoritie (vt 3), eteläreunassa maantie 130 ja Valkeakosken suuntaan ja itäpuolelle pohjoiseen vievä Savontie. Alue oli suurelta osin maa- ja metsätalousaluetta, joka käsittää luonnonmetsää sekä peltoalueita. Alueella oli vain vähäisesti haja-asutustyyppistä asutusta. (Lempäälän kunta 2006.) Kuvassa 1 esitetään Ideaparkin sijoittuminen.



Kuva 2. Lempäälän ja Ideaparkin sijoittuminen Pirkanmaalla (Lempäälän kunta 2010).

Ennen Ideaparkin tuloa Marjamäkeen asemakaavaan laadinnan vaiheessa alueelle laadittiin kolme vaihtoehtoista maankäytön mallia. Kaupallisten vaikutusten selvitys tehtiin osana Marjamäen ympäristövaikutusten arviointia. Kaksi vaihtoehtoista tutki mahdollisuutta sijoittaa alueella vähittäiskaupan suuryksikkö tai tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Selvityksessä pyrittiin arvioimaan kauppapaikan kaupallisia vaikutuksia sen vaikutus-

alueella. Tähän vaikutusalueeseen kuuluvat Lempäälän lisäksi Vesilahti, Kylmäkoski, Viiala, Toijala ja Valkeakoski. Myös Tampereen eteläiset osat voivat kuulua tähän alueeseen riippuen siitä, minkälaisesta kaupasta on kyse. Perusteena selvitykselle käytettiin asiantuntijoiden tekemää palvelurakenne- ja ostovoima-analyysiä. Kaupalliset palvelut kartoitettiin kenttäkäynneillä. (Santasalo Ky 2000.)

Ideaparkin tulo herätti valtavasti pelkoa Lempäälän naapurikunnissa, joissa Ideaparkin suunnittelua seurattiin kauhunsekaisin tuntein. Sen pelättiin olevan kuolinisku monelle Etelä-Pirkanmaan omalle kaupalliselle hankkeelle. Lähikunnat olisivat toivoneet Lempäälän arvioivan paremmin suurhankkeen liikenteelliset ja kaupalliset vaikutukset lähikuntiin. Kaavaa arvosteltiin monelta taholta ja sen sanottiin olevan huonosti valmisteltu. Lisäksi ympäristöselvitysten ja laskelmien taloudellisista ja kaupallisista vaikutuksista sanottiin puuttuvan. Marjamäen alueen kaupallisten toimintojen rakennusoikeudet olivat niin suuria, että toteutuessaan niillä pelättiin olevan lähiseudun toiminnallista rakennetta vinouttava merkitys. (Ritamies 2005: 7.)

Ideaparkin konsepti on täysin uudenlainen vähittäiskaupan yksikkö Suomessa. Se on pinta-alaltaan suurin katettu kauppakeskus koko Pohjoismaissa. (Mäkipää & Rämö 2006.) Ideapark käsittää noin 200 kotimaista ja kansainvälistä liikettä. Lisäksi sinne sijoittuu yli 30 ruokaravintolaa ja kahvilaa. Ideaparkin alueella on pysäköintitiloja 4 500 autolle. Siellä järjestetään paljon erilaisia tapahtumia. Kauppakeskuksessa on myös huipputasoisia seminaari-, kokous- ja messutiloja sekä mahdollisuudet mitä erilaisimpiin tilaisuuksiin ovat hyvät. (Lempäälän kehitys 2009: 54.)

4. AINEISTON HANKINTA JA MENETELMÄT

4.1. Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimukset jaotellaan perinteisesti kvalitatiivisiksi ja kvantitatiivisiksi. Ne eroavat toisistaan monien menetelmiin liittyvien oletusten perusteella. (Hirsjärvi & Hurme 2001: 21.) Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus pyrkii argumentoimaan lukujen ja niiden välisten tilastollisten ja systemaattisten yhteyksien avulla. Aineisto saatetaan yleensä taulukkomuotoon, ja jokaiselle tutkimusyksikölle annetaan muuttujia. Lähtökohtana on siis etsiä tutkimusyksiköiden välisiä eroja eri muuttujien avulla. Aineisto voidaan kerätä esimerkiksi lomakekyselyllä. (Alasuutari 1994: 34, 37.)

Kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen tutkimus ovat toisiaan täydentäviä ja niitä on vaikea erottaa toisistaan tarkkarajaisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2006: 127). Tässä tutkimuksessa käytetään kvalitatiivista menetelmää. Kvantitatiivinen tutkimustapa lomakkeilla kerättyineen aineistoinen ei olisi antanut vastauksia tutkimusongelmaan, jonka tarkoituksena on selvittää vaikutuksia. Tämän tutkimuksen luonne on tehdä ymmärtävää eli selventävää tutkimusta. Tutkimusongelman luonne määrittää tutkimusmenetelmän, minkä vuoksi kvalitatiivinen tutkimus on luonteva valinta.

4.2. Tapaustutkimus

Tässä tutkimuksessa käytetään tapaus eli case-tutkimusta, joka on yleinen tapa tehdä kvalitatiivista tutkimusta. Yin (2009: 17) kuvailee case-tutkimuksen tavoitteeksi tuottaa intensiivistä sekä yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta ilmiöstä: miksi jotakin on tehty, miten se on toteutettu ja millaisin tuloksin. Tapaustutkimuksen avulla pyritään antamaan tilaa ilmiöiden monimuotoisuudelle. Vuorovaikutus tutkimusilmiön ja sen kontekstin välillä voidaan ymmärtää parhaiten perusteellisella case-tutkimuksella. Tapaustutkimusta käytetään laajasti yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa. (Dubois & Gadde 2002: 554.)

Tämä tutkielma on instrumentaalinen eli välineellinen tapaustutkimus. Sen tarkoituksena on tarjota näkemyksiä tutkimusongelmaan ja tuottaa tapaustutkimuksen avulla tietoa tutkimusilmiöstä yleisemmällä tasolla. (Stake 2005: 445). Tässä tutkielmassa keskitytään yksityiskohtaisesti Ideaparkin tapaukseen, jonka kautta pyritään saamaan tutkimustietoa keskustojen ulkopuolisista kauppakeskuksista.

4.3. Haastattelu

Tässä tutkielmassa käytetään haastattelua, joka kuuluu tiedonhankinnan perusmuotoihin. Tutkimushaastattelut eroavat toisistaan. Niiden valikoima on kirjava ja osittain hieman sekavakin. Tutkimushaastattelun lajeja ovat lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja strukturoimaton haastattelu. Lomakehaastattelussa haastattelun muoto ja vastausvaihtoehdot ovat tarkkaan ennalta määrättyjä. Strukturoimattomassa haastattelussa kysymykset ovat avoimia ja haastattelija pyrkii syventämään haastateltavan vastauksia. Tässä tutkielmassa metodina on käytetty teemahaastattelua. Se on lomakehaastattelun ja strukturoimattoman haastattelun välimuoto. Teemahaastattelussa haastattelu etenee tiettyjen teemojen varassa. (Hirsjärvi ym. 2001: 11, 43–48.)

Tässä tutkielmassa käytettiin kolmea haastatteluteemaa. Kyseiset teemat ovat keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset. Näiden teemojen alle koottiin kysymysrunko, jota haastattelija käytti tehdessään teemahaastatteluja. Vastauksia verrattiin keskenään sekä jo aiemmin tutkittuun teoriaosiossa esiteltyyn aineistoon.

4.4. Tutkimusaineiston hankinta

Haastattelut sovittiin viikoilla 2 ja 3 vuonna 2009 puhelimitse, sähköpostitse ja henkilökohtaisesti sopien. Ne toteutettiin viikoilla 3 ja 4 vuonna 2009. Haastateltavia henkilöitä oli kaikkiaan 10. Haastateltavaksi valittiin kaksi vastaajaa kertomaan kunnan edustajien näkemyksiä vaikutuksista ja vastaavasti valittiin kaksi haastateltavista edustamaan yrittäjien näkökulmia. Loput kuusi vastaajaa edustivat kuntalaisten näkemyksiä vaikutuk-

sista. Kuntapäättäjät sekä yrittäjät valittiin asemansa perusteella sellaisiksi, joilla on riittävä näkemys olla haastateltavina.

Kuntapäättäjien ja yrittäjien osalta haastattelut tehtiin tapaamalla haastateltavat henkilökohtaisesti heidän ennalta määrittelemissään paikoissa Ideaparkissa, Lempäälän kunnantalolla sekä erään yrityksen tiloissa. Kuntalaisten osalta valittiin satunnaisia haastateltavia Lempäälän kuntakeskuksessa. Haastatteluja jatkettiin niin kauan, että satunnaistiotopiste täyttyi eli vastaajien vastaukset alkoivat toistua samankaltaisina. Kaikki haastattelut tallennettiin nauhurilla.

Taulukossa 3 esitetään haastateltavien sukupuolet, roolit haastateltavina sekä päivämäärät, haastattelupaikat ja haastattelujen kestot. Taulukosta ilmenee, että päättäjien haastattelut kestivät selvästi pisimpään. Kuntalaisten haastattelut olivat kestoiltaan huomattavasti lyhyimpiä.

Taulukko 3. Tiedot haastateltavista.

Rooli	Sukupuoli	Päivämäärä	Paikka	Kesto
yrittäjä	mies	15.1.2009	Ideapark	35min
kuntapäättäjä	mies	15.1.2009	Ideapark	32min
kuntapäättäjä	mies	15.1.2009	kunnantalo	42min
yrittäjä	nainen	22.1.2009	yritys	28min
kuntalainen	nainen	20.1.2009	keskusta	16min
kuntalainen	mies	20.1.2009	keskusta	13min
kuntalainen	nainen	20.1.2009	keskusta	18min
kuntalainen	nainen	20.1.2009	keskusta	12min
kuntalainen	nainen	22.1.2009	keskusta	16min
kuntalainen	mies	22.1.2009	keskusta	12min

Haastattelut litteroitiin tutkimusongelmiin antavien kysymysten osalta suhteellisen tarkasti sanasta sanaan. Haastateltavien ajatukset pyrittiin purkamaan mahdollisimman tarkasti. Haastattelurunkojen kolmea pääteemaa (taloudellisia, ympäristöllisiä ja sosiaalisia vaikutuksia) käytettiin hyväksi purkamisessa siten, että jokaisen pääteeman alle kirjoitettiin mielipiteitä ja ajatuksia haastateltavilta. Litteroinnissa käytettiin digitaalista nauhuria, mp3 -soitinta ja Windowsin Word -tekstinkäsittelyohjelmaa.

5. IDEAPARKIN VAIKUTUKSET

Tässä kappaleessa eritellään Ideaparkin vaikutuksia teemahaastattelujen tulosten perusteella. Haastattelut tehtiin kuntapäättäjien ja yrittäjien edustajille sekä tavallisille kuntalaisille. Vastaaajia pyydettiin erittelemään taloudellisia, ympäristöön liittyviä ja sosiaalisia vaikutuksia vapaasti ilman ennalta määrättyjä luokituksia, jotta voitaisiin saada mahdollisimman monimuotoinen kuvaus tutkimusilmion vaikutuksista. Vastaukset on jäsennelty näihin kolmeen vaikutusryhmään. Vastaukset menivät osittain päällekkäin, ja ne kietoutuvat erittäin kiinteästi toisiinsa ja niitä on välillä vaikea erotella toisistaan.

5.1. Taloudelliset vaikutukset

Taloudellisia vaikutuksia selvennettäessä niillä tarkoitetaan yleisesti jonkin uuden toiminnan aiheuttamaa muutosta jollekin tietylle elinkeinolle tai liikevaihdolle sekä investoinneille. Iso-Britanniassa tehtyjen tutkimusten mukaan keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten taloudellisia vaikutuksia ovat muun muassa työllisyyden vaikutukset, elinkeinoelämän ja kaupan rakenteen muutokset, yritystoiminnan kehitys ja kilpailukykyyn muutokset, kunnan tulojen kehitys, hintojen kehitys, kasvualueiden tarpeiden muutokset ja kunnan imagon kehitys sekä vaikutukset hyvinvoinnin kannalta. Samankaltaisia vaikutuksia on noussut esiin myös suomalaisessa kauppakeskuksia käsittelevässä kirjallisuudessa.

5.1.1. Taloudelliset vaikutukset kuntapäättäjien näkökulmasta

Kunnan päättäjien mukaan keskustan palvelurakenne ei ole merkittävästi muuttunut, sillä ennen Ideaparkin tuloa keskustan merkitys erikoistavara-kaupan keskittymänä ei ole ollut kovin merkittävä. Lempääläläiset ovat tottuneet hakemaan erikoispalvelut Tamperelta, jossa palvelutarjonta on erittäin monipuolinen. Sen sijaan kunnan elinkeinorakenne on muuttunut paljon, kun Ideapark on tuonut mukanaan paljon erikoistavara-kauppaa: huonekaluja, kodinkoneita, vaatteita, tekstiilejä sekä lisäksi vielä ravintolapalveluita.

Päättäjien mukaan lempääläläiset toimivat yritykset ovat suurelta osin ikään kuin kokeneet Ideaparkin vahvistavan yrittäjien toimintaedellytyksiä. Vain yksi keskustan kauppa oli kertonut lopettaneen toimintansa Ideaparkin tulon myötä, muiden lopettaneiden liikkeiden taustalla ovat eläkkeelle siirtymiset sekä muut luonnolliset syyt. Huomattava seikka päättäjien mukaan on myös se, että muutama liike on pitänyt yritystoimintansa sekä Ideaparkissa että kuntakeskuksessa ja molemmissa liiketoiminta on pysynyt kannattavana. Tämä osoittaa, että Ideaparkin kautta voidaan tehostaa kuntakeskuksen toimintaa.

Yhdeksi tärkeimmistä taloudellisista vaikutuksista päättäjät toivat esille Lempäälän tunnettavuuden paranemisen. Kaikki lempääläläiset ovat hyötäneet tunnettavuuden kasvamisesta ja nyt ihmiset tietävät, missä Lempäälä sijaitsee. Lempäälästä on tullut ”jumalattoman tunnettu”, ja se on noussut valtakunnallisissa imago tutkimuksissa valtavasti. Valtakunnallisen imago tutkimuksen mukaan se on Pirkanmaan toiseksi tunnetuin kunta Tampereen jälkeen. Samaisen tutkimuksen mukaan Lempäälää kuvataan uusien, myönteisten adjektiivein, kuten kaupallinen ja palvelullinen. Lisäksi elinkeinojohtaja kertoo uutena adjektiivina tutkimuksessa löytyneen myös osuvasti kuntaa kuvaavan sanan ”ideaparkmainen”. Ideapark on tuonut myönteistä kierrettä, joka luo uutta hyvää.

Lempäälän Ideapark on suuri työllistäjä. Kuntapäättäjien mukaan työllisyystilanne on muuttunut, mutta vähemmän, kuin osattiin odottaa. Henkilöstöä Ideaparkissa on noin 1000, ja sesonkiaikana noin 1200. Lempääläläisiä siellä työskentelee noin 200. Lempääläläisten osuus yliarvioitiin, mutta työttömyysprosentti kunnassa kyllä laski Ideaparkin myötä. Päättäjien mukaan Ideapark vahvisti suuresti kaupan alan työpaikkojen syntyä ja osin myös palvelualojen. Lempäälän työpaikkaomavaraisuus on parantunut merkittävästi. Työllisyysrakenteet toki muuttuvat, mutta kaupan ala on suhteellisen vakaa ala.

Päättäjien mukaan Ideaparkin ja keskustan välistä houkuttelevuutta kauppapaikkana on vaikea vertailla. Kuntakeskuksessa on edelleen erikoistavarakauppoja, joita Ideaparkissa ei ole. Keskustaan ollaan neuvottelemassa uusia päivittäistavarakaupan yksiköitä. Päivittäistavarakauppa hakeutuu keskustaan, jonka asukasluku kasvaa. Elinkeinojohtajan

mukaan keskustan ja Ideaparkin antamat toimintaympäristöt liikkeenharjoittamiselle ovat kuitenkin suhteellisen erilaiset. Väkimäärän kasvu kunnassa on ollut 3 %:n luokkaa, joka on korkea.

”Kun kunta kasvaa, saadaan uusia asiakkaita. Tätä kautta sitten kaupallisten palvelujen tarjonta monipuolistuu.”

Kuntapäätäjien mukaan Ideaparkin vaikutukset Lempäälän kunnan talouteen ovat erittäin suuret. Ideaparkista on saatu niin maanmyyntihintoja kuin liittymismaksujakin. Lisäksi ”talosta” saatavat kiinteistöverot kattavat jopa 10 % koko kunnan kiinteistöveroista. Välillisinä veroina kunnalle siirtyvät myös työntekijöiden palkkojen verot. Investoimalla Ideaparkiin on saavutettu myös huomattavia korotuksia tonttimaan hintaan sekä tätä kautta myös asuntojen hintaan. Asuntokaupan kysyntä on muuttunut voimakkaasti. Sekä yksityiset ihmiset että yrittäjät näkevät alueen vetovoimaisuuden ja haluavat muuttaa alueelle sekä perustaa alueelle uuta liiketoimintaa:

”Jopa myynnissä olevien asuntojen ilmoituksissa kerrotaan, kuinka kaukana Ideapark kohteesta sijaitsee. Tähän just kertoo siitä, kuinka tärkeä se meille on.”

Ideapark on vetänyt alueelle paljon uutta yritystoimintaa, jonka olemassaoloa voi pitää kyseenalaisena ilman Ideaparkia. Yritystoiminnan merkitys on kuntataloudessa sekä suoraan että välillisesti erittäin merkittävä. Vaikka talouden taantuma onkin laittanut jäihin Ideaparkin ympäristöön tulevia investointeja, kuten areena, hotelli ja vapaa-ajan viettokeskus, päätäjien usko on vahva, että nämä tullaan vielä toteuttamaan.

Päätäjien edustajat haluavat korostaa nimenomaan sitä, että Ideapark on tuonut työtä ja toimeliaisuutta kunnalle eli konkreettisesti työpaikkoja ja yrityksiä. Nämä asiat vaikuttavat suoraan verotulokertymään, joka on ensiarvoisen tärkeää kunnallistalouden kehittymisen kannalta. Kun kunnallistalous on kunnossa, hyvinvointipalveluiden luonti ja ylläpito voidaan mahdollistaa.

5.1.2. Taloudelliset vaikutukset yrittäjien näkökulmasta

Myös yrittäjien edustajien mukaan Lempäälän kuntakeskuksen muutokset ovat olleet yllättävän vähäisiä erikoistavarakaupan osalta, jonka osalta pelko keskustan kaupallisten palvelujen kuihtumisesta suurin oli. Muutokset ovat olleet lähinnä luonnollisia, normaaleja siirtymiä. Yrittäjien edustajan mukaan matkailupalveluiden kysyntä on jopa parantunut, sillä Ideapark tuo Lempäälään väkeä. Tämä on säteillyt jossain määrin myös keskustan palveluihin:

”Hyvä esimerkki uudesta palvelusta on pikasuutari, joka on tullut keskustaan. Ennen koko Lempäälässä ei ollut yhtään kenkäkauppoja ja nyt niitä on muistaakseni jopa 10. Ideaparkissa myydään niin paskoja kenkiä, että suutarin hommat ovat lisääntyneet totaalisesti. Sillä piisaa kyllä hommia.”

Keskustan kehitys on yrittäjien edustajan mukaan ehkäpä osittain jopa parantunut Ideaparkin imussa. Lempäälän perusongelma on pitkään ollut se, että eurot suuntautuvat Tampereelle eli radikaalia muutosta erikoistavarakauppaan ei ole ollut. Tampereen eurot saattavat jäädä tosin nyt Lempäälän puolelle Ideaparkiin. Yrittäjien edustajien mukaan päivittäistavarakaupassa oli Ideaparkin avauksen jälkeen liikevaihdossa näkynyt pieni lasku, joka kuitenkin palautui ensimmäisten kuukausien jälkeen. Ideaparkin ja keskustan eroavaisuutta osoittaa myös yrittäjän mielipide:

”Ideapark on erikoistavarakaupan pitkälle kehittynyt keskittymä, josta ei maitopurkkeja kanniskella.”

Kiinnostusta keskustan liiketiloja kohtaan on edelleen. Kuntakeskus kasvaa uusien talojen rakentamisen myötä ja siksi etenkin päivittäistavarakaupan yksiköitä on avattu Ideaparkin tulon jälkeen. Kuitenkin myös erikoistavarakaupan liikkeitä perustetaan. Sen yrittäjät ovat huomanneet, että erityisesti viikonloppuisin ihmiset menevät Ideaparkiin, jos siellä on esimerkiksi jotakin tapahtumia meneillään. Keskustassa on huomattu, että vaikutus näkyy siis etenkin viikonloppuisin, mutta myös keskustassa on edelleen vilkkaita lauantapäiviä, vaikka tämä riippuu toki alasta. Huomionarvoisena keskustan yrittäjät mainitsivat, että nuoret perheet asioivat yllättävän vilkkaasti keskustan liikkeissä, vaikka juuri heidän luulisi asioivan vain Ideaparkissa.

Yrittäjien edustajien mukaan työllisyystilanne on parantunut kunnassa merkittävästi. Työttömyysprosentti on muuttunut reippaasti. Ideaparkiin on mennyt paljon pätkätyöläisiä, osa-aikaisia ja keikkatyöläisiä, joita etenkin ravintolasektori ja jotkin kaupat käyttävät. Tällaista irtonaista työvoimareserviä on mennyt Ideaparkiin, jolloin keskustaan ei ole ollut aina helppo löytää vähittäiskauppaan ja ravintolapalveluihin tekijöitä. Erikoistavarakaupan osalta työvoiman saanti on ollut edelleen mallillaan. Erikoistavarakauppaa keskustassa pitävä yrittäjä kertoo myös, että yritykset voivat antaa vinkkejä mennä katsoomaan Ideaparkista, jos ei omasta kaupasta jotakin löydy.

Yrittäjien edustaja haluaa korostaa yrittäjien kannalta, että Ideapark ei ole yritys, vaan se koostuu monesta yrityksestä. Jokainen yritys on mukana kilpailussa, oli se Ideaparkissa tai keskustassa ja jokainen yritys on mukana luomassa kunnalle hyvinvointia sekä suoraan että välillisesti:

”Ideapark on luonut kuntaan älyttömän suuren määrän yrittäjyyttä pienessä ajassa, joka on vahvistanut kunnan yrittäjyyttä ja yrittäjyysmyönteisyys on kunnassa näin ollen todella vahva.”

Verokertymä Ideaparkista on suuri ja erittäin merkittävä Lempäälän kunnalle. Lisäksi työntekijöiden verotulot ovat tärkeä osa kuntataloutta.

Yrittäjien edustajat tuovat esille myös sen valtavan potentiaalin, joka Ideaparkin imussa on alueelle tullut. Ideaparkin myötä Lempäälän yrittäjien määrä on kasvanut huimalla joukolla. Vaikka nämä yrittäjät ovat sijoittuneet keskustan ulkopuolelle, ne luovat kuntaan yrittäjähenkisyyttä sekä tukevat talouden kasvua. Ideapark sijaitsee kuitenkin suhteellisen lähellä keskustaa ja sinne on hyvät kulkuyhteydet, joten sen voi nähdä vahvistavan kuntakeskusta – jolla tosin on erilainen rooli kunnassa kuin Ideaparkilla. Ideaparkille toivotaan menestystä keskustan yrittäjien keskuudessakin, sillä se nähdään ehdottomasti kaikkien yhteisenä etuna.

Lisäksi yrittäjien edustajat muistuttavat siitä, miten Lempäälän kunnan imago on parantunut merkittävästi Ideaparkin myötä. Lempäälä on muuttunut myös asumispaikkana

houkuttelevammaksi kuin ennen. Asuntojen neliöiden hintakehitys on ollut todella hyvä. Se on ollut jopa parempi kuin ympäristökunnissa, vaikka alue kokonaisuudessaan on kasvualuetta ja vaikka taantumakin on meneillään.

5.1.3. Taloudelliset vaikutukset kuntalaisten näkökulmasta

Ideaparkin tulon jälkeen kuntalaiset näkevät toiminnot kunnassa palvelurakenteen osalta aika myönteisenä. Silmämääräisesti ja muistikuvien perusteella vaikuttaa, että muutama yritys on keskustasta hävinnyt, mutta tilalle on vastaavasti tullut uusia yrityksiä. Moni haastateltava suhtautuu palvelurakenteen muutoksiin neutraalisti, koska vastaajien mukaan palvelurakenne ei ole parantunut, muttei myös heikentynyt. Eräs kuntalainen kertoo, että Ideaparkissa on aina paljon vilskettä, kun siellä käy:

”Ei se [Ideapark] kuitenkaan ole vaikuttanut keskustan kauppakulttuuriin, vaan kuntakeskukseen riittää asiakkaita edelleen. Kuitenkaan keskustaan ei ehkä mitään vaatekauppoja enää kannata avata, kun on vieressä noin massiivinen rakennus, josta löytyy monenlaista kauppaa.”

Kunnan uskotaan hyötynneen Ideaparkin tulosta taloudellisesti hyvin merkittävästi, sillä sen uskotaan tuoneen ja tuovan kunnalle tuloja sekä suoraan että välillisesti. Eräs vastaaja kuntalaisista uskoo, että Ideapark on varmastikin liikuttanut ihmisiä kuntaan ja tuonut kunnalle rahaa ja ihmisiä. Toisen kuntalaisen mukaan varmaan on tullut nuoremalle väelle työpaikkoja. Hän uskoo myös, että moni Ideaparkin työntekijä voisi muuttaa myös asumaan Lempäälään työpaikkansa sijainnin vuoksi. Vastaavasti eräs kuntalainen näkee asian niin, että ihmiset muuttavat kunnan alueelle, sillä Ideapark toimii kunnassa yhtenä vetonaulana:

”Ideapark on luonut paljon työllisyyttä ja uskoisin, että etenkin nuorille. Se on hyvä työpaikka ja tarjoaa varmaan myös opiskelijoille hyviä työmahdollisuuksia osa-aikaisen työn merkeissä ja houkuttelee myös heitä alueelle.”

Ideaparkin katsotaan tuoneen huikean määrän julkisuutta kunnalle. Moni kertoo, että kaikki tietävät, missä Lempäälä sijaitsee, eikä sitä tarvitse enää selitellä. Imago on usean

kuntalaisen mukaan varmasti parantunut ja se mainitaan taloudellisena hyötynä, josta kunnalle on erittäin suuri etu, kun kuntaan pyritään houkuttelemaan uusia toimintoja ja sijoitustoimintaa. Eräs kuntalainen aprikoi, että Ideapark on varmasti nostanut tonttien arvoa. Hän painottaa, että on hyvä, että kuntaan muuttaa lisää väkeä ja uskoo sen houkuttelevan nimenomaan nuorehkoja perheitä eli työikäistä väkeä, mikä taas on hyvä kunnan verotulojen kannalta.

Kuntalaisten mukaan Ideapark on ollut näkyvä ja siihen on käytetty huomasti resursseja. Ehkä jossakin määrin kuntalaisilla on myös käsitys, että koko kunta pyörii Ideaparkin ympärillä, eikä varoja kohdenneta mihinkään muuhun. Osa kuntalaisista tuo esiin pelon, joka heitä on jossain määrin kalvanut, siitä, että jossain vaiheessa on tuntunut, että kaikki höpöttää vain Ideaparkista, eikä koko kunnassa tapahdu mitään muuta. Silloin on ajateltu, että viedäänkö kunnassa eteenpäin mitään muuta vai käyttääkö kunta kaikki resurssinsa vain yhteen taloon.

Kuntakeskus on edelleen elävä, mutta ei se koskaan mikään kummoinen ole ollutkaan. Ideaparkin ei uskota sitä ainakaan heikentäneen. Eräs kuntalainen tiivistää asian Lemppälän keskustan yleisilmeen ongelmaan:

”Kai ne samat vanhukset täällä keskustassa edelleen käy oli Ideapark tuossa vieressä tai ei.”

Osa kuntalaisista pelkää Ideaparkin voimistavan kunnan jo ennestäänkin hurjaa väestönkasvua. Väestönkasvu aiheuttaa kunnalle haasteita asukkaiden hyvinvoinnin turvaamiselle. Ideaparkin imussa alueelle tulee varmasti paljon asutusta ja osa toivoisi, että väestönkasvua hillittäisiin. Samaan aikaan eräs haastateltava kuntalainen myös toteaa, että Ideaparkin avulla pystytään varmaan luomaan hyvinvointipalveluita. Toinen kuntalainen täydentää tätä uskomusta ja toteaa uskovansa Ideaparkista saatavien tulojen vahvistavan kunnan toimeentuloa.

5.2. Ympäristövaikutukset

Ympäristövaikutuksella tarkoitetaan yleisesti jonkun tai jonkin toiminnan aiheuttamaa muutosta ympäristössä. Ympäristövaikutukset voivat kohdistua luontoon, ihmisten terveyteen ja elinolosuhteisiin. Iso-Britanniassa tehtyjen vaikutustutkimusten mukaan ympäristövaikutuksia keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten osalta ovat muun muassa päästöt, saasteet ja ympäristömuutokset. Ympäristövaikutukset voivat johtua ihmisen toiminnan lisäksi myös luonnon ilmiöistä. Tässä tutkielmassa ympäristövaikutuksista käsittelyssä ovat erityisesti elinympäristön kehitykseen liittyvät ympäristömuutokset.

5.2.1. Ympäristövaikutukset kuntapäätäjien näkökulmasta

Ideaparkin alueen ympäristö on muuttunut merkittävästi, sillä ennen Ideaparkin tuloa alue oli metsää ja kaavoitettu teollisuusalueeksi. Päätäjien mukaan ympäristö on parantunut reilusti ensinnäkin siltä osin, että se on ylipäättään otettu käyttöön. Kuntapäätäjät kertovat, että on toki selvää, että näin suurella hankkeella on merkittävät ympäristövaikutukset.

Ympäristövaikutuksista tehdään selvitystä yhdessä Ympäristöministeriön kanssa erilaisin seurantahankkein. Päätäjät korostavat, että ympäristön kannalta erityiseksi asiaksi on nostettava Ideaparkin sijainti. Sijainti on vilkkaan pääväylän varressa, jossa liikenteitiheys on suuri. Liikennemääriin ei ole kuitenkaan helppo ottaa kantaa:

”Se, mikä määrä tiellä liikkuvista ajoneuvoista tulee Ideaparkiin ja mikä ei, on vaikea suoraan yksilöidä. Laskelmien mukaan on kuitenkin selvästi nähtävissä, että liikennemäärät alueella ovat lisääntyneet merkittävästi.”

Päätäjien mukaan Ideaparkin sijaintia valtaväylällä on hyödynnetty. Ideaparkin myötä panostettiin julkisten liikenneyhteyksien saantiin ja siinä onnistuttiinkin. Valitettavasti ihmiset eivät vain käytä niitä kovin innokkaasti. Lisääntyneiden bussiyhteyksien vuoksi monen lempääläläisen työmatka Tampereellekin lyheni ajallisesti merkittävästi. Perheet tulevat kuitenkin autoilla, koska tavaramäärät ovat usein suuret. Liikenne on lisääntynyt, mutta se on pyritty hoitamaan mahdollisimman hyvin. Avajaisten aikaan oli ruuh-

kia, mutta risteysalueet on suunniteltu tekniikkaa hyväksi käyttäen etukäteen mallintamalla. Ruuhkat ovat syntyneet siitä, että parkkipaikkoja alueella on 4500 parhaimmillaan, mutta asiointiajat Ideaparkissa venyvät paljon pidemmiksi kuin muualla. Ruuhkat ovat kuitenkin olleet harvinaisia.

Ideaparkin myötä järjestetty joukkoliikennemahdollisuudet, jotka ovat poikkeuksellisen hyvät. Lempäälän saavutettavuus on parantunut huomasti Ideaparkin myötä. Joukkoliikennevälineet mahdollistavat sen, että jos ihmiset vain osaisivat ja haluaisivat, he pääsisivät paikalle julkisen liikenteen välineillä. Tosiasia näyttäisi olevan kuitenkin se, että valtaosa tulee omilla autoilla, ja osuuden lasketaan olevan noin 4/5.

Ulkonäöllisistä seikoista päättäjät tuovat esiin, että Ideaparkin moottoritien puoli ei ole sellainen kuin se alkuperäisissä suunnitelmissa oli. Julkisivun puolelta he näkevät sen kuitenkin tyylikkään näköisenä. Kun Ideaparkia rakennettiin, pyrittiin huomioimaan maisemalliset asiat kuten istutukset ja muut maisemalliset seikat hyvin:

”Kyllähän se [Ideapark] sinne ihan hyvin istuu. Onhan se iso, mutta silti ihan ihmillisen oloinen ja näköinen.”

Ympäristönäkökulmasta päättäjät haluaisivat korostaa, että Ideaparkin energiatehokkuuteen kiinnitettiin todella paljon huomioita. Sillä on ylivoimainen energiatehokkuus, joka on yli tuplasti parempi kuin muilla kauppakeskuksilla:

”Kauppakeskusvertailussa Ideapark on Suomen edullisimmin toimiva kauppakeskus energiataloudellisesti verrattuna. Tämän vuoksi jouduttiin tekemään kompromisseja ulkonäön suhteen.”

Päättäjät uskovat, että kokonaisuuden valmistuessa Ideapark ja koko Marjamäen yritysalue on hyvin erinäköinen ja tyylikkäämpi, kun päihin tulee jatkeeksi hotelli ja areena. Maisemassa on siis päättäjienkin mukaan parantamisen varaa.

Ympäristön kannalta suuri säästö tulee siitä, että samaan taloon mahdutetaan niin paljon erilaisia palveluita. Ideapark käsittää noin 4-5 normaalikokoista kauppakeskusta. Nyt saman katon alla on muodin, huonekalujen ja vapaa-ajan keskittymä. Uuteen kauppaan siirtyessä ei tarvitse käynnistää autoa:

”Ei tarvitse ajaa sokin sokin, ristiin rastiin ja etsiä parkkialuetta ja taas sama juttu uuteen liikkeeseen mentäessä. Tämä käytännön asia tuppaa unohtumaan helposti, vaikka voidaan todeta sen olevan liikenteellisesti jopa järkevää, kun verrataan tilannetta esimerkiksi Kehä kolmosella, jossa kaupan teko ei ole missään määrin järkevää muuten kuin omalla autolla ajellen ympäriinsä. Ja taas kuluu bensaa.”

5.2.2. Ympäristövaikutukset yrittäjien näkökulmasta

Yrittäjät ovat huomanneet liikennevirtojen kasvun – mutta vain moottoritiellä Ideaparkin välittömässä läheisyydessä. Muuten liikennevirrat keskustassa eivät ole muuttuneet. Heidän mukaansa liikennejärjestelyt on kuitenkin hoidettu hyvin. Ideapark sijaitsee pääväylällä, ja sinne on vain pieni poikkeama liikennevirroilta. Julkinen liikenneverkko on suunniteltu kattavaksi, mutta aikatauluissa on vieläkin hiomista. Yrittäjien mukaan jotkut työntekijät ovat jättäneet ottamatta työpaikkoja vastaan, kun liikenneratkaisut eivät ole vastanneet työmatkojen aikatauluja.

Aluksi asiakkaat tulivat valtaosin yli 100 kilometrin päästä. Tilanne on kuitenkin muuttunut, kun suurin osa asiakkaista tulee 50 kilometrin säteeltä lähialueilta. Liikennevirrat ovat sinänsä lisääntyneet, mutta vain avajaiset ja jotkin kampanjat, joulumyynti sekä alennusmyynneistä aiheutuneet ryntäykset ovat aiheuttaneet ruuhkautumista. Moottoritiellä liikenne on harvemmin ruuhkautunut – liittymät on rakennettu hyvin. Ainakaan poliisit eivät ole valitelleet. Paikoitustilaa on kuitenkin sen verran hyvin.

Yrittäjien edustajat eivät pidä Ideaparkia visuaaliselta kannalta kovin onnistuneena. Ideaparkista ei tullut rakennuksena ihan sellaista, kun oli alun perin suunniteltu. Se ei toteutunut ihan niin kuin oli suunniteltu. Kaareva osuus parkkipaikkojen puolelta on tyylikäs ja hyvä, mutta moottoritien puolelta se saa kritiikkiä yrittäjien edustajilta. Aiemmin alueella oli metsää, eikä siellä ollut rakennuskantaa ympärillä. Ympäristö on parantunut siinä mielessä, että se on otettu ylipäänsä käyttöön. Kaava-alueen täyttyessä siitä nähdään tulevan toimiva kokonaisuus.

5.2.3. Ympäristövaikutukset kuntalaisten näkökulmasta

Myös kuntalaiset uskovat liikennevirtojen kasvaneen etenkin moottoritiellä, mutta keskustassa liikennevirtojen kasvu herättää hieman kahtiajakoa: Osa haastatelluista kertoo liikennevirtojen kasvusta ympäri Lempäälää., kun taas toisten mielestä liikennevirrat ovat muualla kunnassa pysytelleet samanlaisina. Erään kuntalaisen mukaan ainakin viikonloppuisin Ideapark tuntuu olevan ”tupaten täynnä”, mutta hän on yllätynyt suhteellisen suurista asiakasvirroista myös arkisin. Liikennejärjestelyt saavat kiitosta kuntalaisilta. Niihin on varmasti panostettu, jotta ne on saatu joustaviksi. Muutama vastaaja kertoo, että liikennevirrat ovat ilman muuta lisääntyneet, mutta ne on kyllä ohjattu aika hyvin asumisesta pois päin, etteivät lisääntyneet virrat häiritse asukkaita esimerkiksi melun takia.

Kuntalaisten vastauksista sai selville, että moni kaipaisi ympäristövaikutuksista myös konkreettisia selvityksiä. Osa kuntalaisista päivittelee ison rakennuksen aiheuttamia saastemääriä vaarallisina ja heidän mielessään painavat myös meluhaitat:

”Kyllä tuollainen valtava rakennus varmasti lisää yksityisautoilua ja sitä kautta tietty saasteitakin.”

Ideapark herättää kuntalaisissa ulkoisesti aika krittisiä mielipiteitä. Etenkin moottoritielle päin oleva sivu saa kielteisiä kommentteja: Erään vastaajana mukaan moottoritien sivu on aika ruma kaikkine mainoksineen. Toisen vastaajan mukaan Ideapark ei oikein istu paikalleen ja se ei myöskään ole kaunis. Maisemoinnissa olisi vielä toivomisen varaa. Kuitenkin toisten vastaajien kertoman mukaan heidän silmänsä ovat jo tottuneet Ideaparkiin, kun se siinä on jo jonkin aikaa ollut. Lisäksi yksi kuntalainen kertoo varsin myönteiseen sävyyn Ideaparkin maastoutuvan ympäristöönsä hyvin, koska se on matala.

Mainoskyltit jakavat myös mielipiteitä. Eräiden kuntalaisten mielestä mainoskyltit ovat valosaastetta, ja ne pomppaavat silmään hieman häiritsevästi. Toiset kuntalaiset vastaavasti näkevät mainoskyltit hyvänä asiana, sillä ne ovat informoivia:

”Ideapark on niin iso paikka, että on kiva tietää etukäteen, onko jokin kyseinen liike ylipäänsä siellä ja missäpäin se sitte siellä sijaitsee. Niistä kylteistähän se selviää.”

Kuitenkin eräs kuntalainen kertoo, että moottoritieellä suhautetaan ohi 120 km:n tuntivauhdilla ja ajaessa kyltteihin ei kovinkaan paljon välttämättä ehdi huomiota kiinnittää, jos niitä ei erikseen nimenomaan kyttää.

Moni kuntalaisista kertoo, että on erittäin hyvä, että alue on otettu käyttöön. Juuri Ideaparkin tulo alueelle on myös heidän mukaansa hyvä asia, sillä esimerkiksi teollisuushallit tai vastaavat eivät olisi olleet maisemallisesti yhtään parempia. He kaikki korostavat, että alue ei kuitenkaan ole valmis ja ympäristöön odotetaan vielä muutakin ja etenkin uimahallin tuloon alueelle viittaa jokainen haastateltava.

5.3. Sosiaaliset vaikutukset

Sosiaaliset vaikutukset on määritelty yleisesti tarkoittamaan ihmisiin, yhteisöön tai yhteiskuntaan kohdistuvaa vaikutusta, joka aiheuttaa muutoksia ihmisten hyvinvoinnissa tai sen jakautumisessa. Iso-Britanniassa tehdyissä keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten tutkimuksissa sosiaalisiksi vaikutuksiksi ovat eriytyneet ihmisten viihtyvyydessä, elinoloissa ja hyvinvoinnissa tai hyvinvoinnin jakautumisessa tapahtuneet vaikutukset sekä näiden tunnistaminen.

5.3.1. Sosiaaliset vaikutukset kuntapäätäjien näkökulmasta

Päätäjien mukaan keskustan roolin muutoksesta sosiaalisena kohtauspaikkana on vaikea vielä sanoa. Keskustassa ollaan tekemässä systemaattista kehittämistä. Tosiasia on, että kuntakeskus säilyy kuitenkin hallinnon, asumisen ja peruspalvelujen keskittymänä. Keskusta halutaan pitää vihreänä, vihreänä ja virikkeellisenä. Se halutaan pitää edelleen oikeasti omana olohuoneenansa ja rakentaa sille parempaa ilmettä. Kuntakeskus on lähtökohtaisesti liian pieni näin isolle kunnalle. Fyysiset olosuhteet aiheuttavat omat rajoit-

tuksensa Lempäälälle ja kunta on nauhataajama. Silti esimerkiksi keskustan harrastustoiminta on erittäin vilkasta, eikä tähän Ideapark vaikuta.

Väkiluku on lisääntynyt keskustassa, jonka voi uskoa olevan myös Ideaparkin vaikutuksesta johtuvaa. Tämän vuoksi sosiaalinen toiminta keskustassakin on menossa parempaan suuntaan. Keskustaan on tulossa muun muassa senioriklubi. Kauppiaat ovat sanoneet, että nuoret perheet käyttävät yllättävän paljon keskustan palveluja, vaikka luulisi heidän viettävän aikaa juuri Ideaparkissa.

Ideaparkissa vietetään paljon vapaa-aikaa. Tämä on tuonut kunnalle paljon uusia kulttuuritapahtumia, kuten konsertteja, joita ei olisi järjestetty muualla kunnassa, ellei Ideaparkia olisi ollut. Ideapark tarjoaa tähän hyvät puitteet ja samalla kuntalaisille uudenlaisen kulttuuriulottuvuuden, joka käsittää edellä mainittujen tapahtumien lisäksi esimerkiksi ravitsemustoimintaa. Keskustan kulttuuritoimintaa tämä on mahdollisesti voinut heikentää siten, että jotkin tapahtumat, kuten joulunavaus, jää toteutumatta. Kuitenkin sen toteutumattomuuden taustalla vaikuttaa muitakin syitä.

Asiakastutkimusten mukaan viipymä Ideaparkissa on noin 3,8 h, joka on moninkertainen aika verrattuna kauppakeskuksessa ylipäänsä vietettyyn keskimääräiseen asiointiaikaan, joka on 1,5h. Tässä on siis merkittävä ero. Ideaparkissa on helppo asioida ja se on monipuolinen. Siellä on Suomen suurin huonekalukeskittymäkin:

”Jos ei soffaa Ideaparkista löydä, niin tuskin muualtakaan. Muotivaatteiden osalta on ihan varmasti sama juttu.”

Leimallisesti Ideapark keskittyy kodin sisustamiseen, huonekaluihin, vapaa-aikaan ja muotiin. Päittäjien mukaan tätä voidaan pitää erinomaisen kattavana kokoonpanona, joka täydentyy matkailun osalta varmasti vielä paljon, kun saadaan alamaailman liikuntapalvelut käyttöön.

Päittäjien mukaan Ideaparkiin on helppo tulla. Joukkoliikenne toimii asumiskeskittymän kannalta hyvin. Keskustasta on hyvät yhteydet ja muualtakin pääsee Ideaparkiin ainakin linkitetysti. Asiakaskuntana on eri-ikäisiä ihmisiä ja myös liikuntarajoitteisten on helppo päästä Ideaparkiin sekä liikkua siellä. Nauhataajama asettaa haasteet, mutta

päättäjien mielikuva on, että varsin kattavasti on ainakin pyritty järjestämään yhteydet. Heidän mukaansa Ideapark ei varsinaisesti suosi autoilevia asiakkaita, mutta ongelma on, että ihmiset silti tulevat pääosin autolla. Kevyenliikenteen verkostokin on hyvä ja sinne pääsee kunnan alueilta hyvin esimerkiksi pyörällä.

Ideaparkissa on päättäjien mukaan kohtuullisen kova kilpailu, mutta keskustan kanssa se ei päättäjien mukaan juuri kilpaile. Kilpailua ei ole keskustassa ollut juuri ennen Ideaparkia. Heidän mukaansa yrittäjät eivät ole tuoneet esiin hintamonopoleja. Ennemminkin sanotaan, että kilpailu avustaa heitä. Keskustan yrittäjien he uskovat pärjäävän omalla hyvällä palvelullaan. Ideapark ei ole lisännyt kilpailussa vääristymiä.

Kuntapäättäjät nostavat sosiaaliselta kannalta esiin myös ennalta tehdyissä riskianalyyseissä esille nousseet kauppakeskusten yleiset ongelmat, joihin kuuluvat sosiaaliset häiriöt, kuten esimerkiksi huumekauppa tai yleinen epäjärjestys, joita kauppakeskuksiin usein liitetään:

”Keskustan ulkopuoliseen kauppakeskukseen tällainen lieveilmiö ei tule kovin herkästi, sillä sinne tullaan omalla autolla tai julkisella kulkuvälineellä. Häiriöt Ideaparkissa ovat olleet poliisienkin mukaan yllättävän vähäisiä ja turvallisuus talossa on vaikuttanut erittäin hyvältä. Tosi vähän mitään häiriötä. Siitä on kyllä positiivisesti yllätetty.”

Päättäjät korostavat Ideaparkin mahdollisuuksia tulevaisuudessa vapaa-ajan viettopaikana. Siellä on mukava tehdä ostoksia ja jos tulevaisuuden suunnitelmat laajennuksista toteutuvat, siitä on koko kunnalle hyötyä uusina harrastusmahdollisuuksina. Lisäksi päättäjät haluavat korostaa, että Ideaparkin sisällä toimii tavattomasti yrityksiä, jotka palvelevat muita yrittäjiä, kuten työterveysasema ja tasokkaita ravintoloita ja tilat erilaisten tilaisuuksien järjestämistä varten. Näin ollen Ideapark toimii silläkin tavalla Lempäälän sydämenä uhkaamatta kuitenkaan keskustan peruspalveluita. Päättäjät muistuttavat myös, että mikään mainoskampanja ei olisi tuonut kunnalle näin paljon huomiota kuin Ideapark on tuonut.

5.3.2. Sosiaaliset vaikutukset yrittäjien näkökulmasta

Yrittäjät eivät näe keskustan autioituneen varsinaisesti, sillä Lempäälä on ollut nukku-malähiö perinteisesti aina. Ihmiset käyvät töissä jossakin muualla ja tulevat illaksi ko-tiin. Yrittäjien edustaja havainnollistaa keskustan liikennettä karrikoiden seuraavasti:

”Lempäälän keskustan yleiskuva on sellainen, että aamupäivällä keskustaan me-nee 10 rollaattoria ja iltapäivällä ne köröttelee sit takasin, että tämmönen hilja-nen keskushan tää on aina ollu.”

Keskustassa käydään asioilla, mutta se ei ole mikään varsinainen sosiaalinen kohtaus-paikka kuin harvalle osalle väestöä ja tämä väestö on nimenomaan vanhempaa väestöä. Ideaparkista vastaavasti on tullut eräänlainen sosiaalisen kohtaamisen paikka. Se on Lempäälän olohuone – ainakin nuorisolle. Nuoret kokoontuvat sinne viettämään aikaa usein koulupäivän päätteeksi.

Sosiaalinen kohtauspaikka keskusta on ollut varsinaisesti vain joidenkin tapahtumien tai yleisötilaisuuksien aikaan. Viikonloppuina, jolloin tällaisia tapahtumia on, keskustaan-kin kerääntyy kyllä väkeä. Tapahtumia tosin ei kovin usein järjestetä. Sellaisina viikon-loppuina, kun Ideaparkissa tapahtuu, keskusta on kyllä huomattavasti hiljaisempi kuin normaaleina viikonloppuina.

Yrittäjien mukaan kansainväliset ketjut haittaavat pienyrittäjien toimintaa, kun ne jyrää-vät. Etenkin tekstiilialoille on vaikea löytää. Kuitenkin keskustastakin löytyy esimerkil-linen kauppa, joka palvelullaan pitää kävijät edelleen keskustassa. Ketjut aiheuttavat silti tavallaan kilpailun vääristymää, mutta tämä on kaikei koko suomalaisen päivittäis-tavarakaupan rakenteen ongelma. Paikalliselle tuottajalle tämä aiheuttaa vaikeuksia. Kilpailu kunnassa nähdään kuitenkin terveenä, jos ajatellaan Ideaparkia ja keskustaa. Näiden kilpailu kun ei kuitenkaan ole samanlaista.

Julkisen liikenteen järjestelyt ovat parantuneet kunnassa Ideaparkin myötä yrittäjien näkökulmastakin, tarjontaa tullut lisää. Ideaparkin osalta henkilöstön työmatkaliikenne pitäisi vielä huomioida paremmin. Lempäälän kunnan osalta seuraava haaste on lähi-

junaliikenteen parantaminen seuraavina vuosina. Sillä nyt ei sinänsä ole vaikutusta Ideaparkiin, kun Ideaparkiin ei ole sivuraidetta ainakaan toistaiseksi. Kaikenikäisillä ihmisillä on yrittäjien mukaan varmaankin pääsymahdollisuus, vaikka suurimmat ongelmat aiheuttavat ehkäpä vanhusten ja vaikeasti liikkuvien pääsy Ideaparkiin. Palvelubussiliikenne on lisätty auttamaan tähän asiaan.

Yrittäjien edustaja korostaa vielä Ideaparkin tehokasta ja ennen kaikkea runsasvalikoimaista toimintaympäristöä, jossa ostosten teko on äärimmäisen helppoa asiakkaille. Ideaparkin toiminta on tehostettua:

”Sinne mennään ja pistetään auto parkkiin ja hoidetaan kaupankäynti yhdessä paikassa, kierrellen eri vaihtoehtoissa. Vastaavasti keskustassa ja taajamissa liikeasiointi hoidetaan ristiin rastiin, pörrätään paikasta a paikkaan b autolla.”

5.3.3. Sosiaaliset vaikutukset kuntalaisten näkökulmasta

Sosiaalisten vaikutusten osalta kuntalaisten mielipiteet jakautuivat aika lailla etenkin vastaajien iän ja sukupuolen mukaan. Nuoret ja keski-ikäiset pitivät Ideaparkissa asiointia yleisesti mukavana ja helppona, kuten eräs kuntalainen asian tiivistää:

”Tykkään asioida Ideaparkissa, koska siellä on suuret ja avarat tilat. Siellä on saman katon alla paljon liikkeitä, joten vertailun teko on helppoa ja mukavaa. Ei tarvitse mennä kuin yhteen paikkaan ja saa tehtyä monenlaiset ostokset yhdellä kertaa. Lisäksi sinne on helppo tulla myös lasten kanssa ja tarjonta on monipuolista. Kun tarjonta on monipuolista, isot massat tulevat Ideaparkiin, jolloin myös pienet yrittäjät hyötyvät.”

Vanhemman väen mukaan Ideaparkin tarjonta on vastaavasti hieman rajoittunut. Myös ”tavalliselle tallaajalle” suunnattuja vaatteita on vanhemman väen mukaan liian vähän. Eräs kuntalainen kertoo Ideaparkissa asioinnin olevan vanhemmalle väelle jopa ”vastenmielistä”, koska sieltä ei löydy mitään kiinnostavaa. Hän kertoo Ideaparkin olevan niin suuri, että siellä ei jaksakaan kiertää. Ideaparkin turvallisuus herättää kuitenkin myönteisiä ajatuksia niin vanhemmissa kuin nuoremmisakin kuntalaisissa. Erään vastaajan mukaan Ideaparkissa on turvallista liikkua, eikä siellä näe sellaisia sosiaalisia ongelmia,

kuin keskustojen kauppakeskuksissa, joissa saattaa joskus tuntea olonsa jopa turvattomaksi. Toinen vastaaja jatkaa samalla linjalla tarkentaen, että Ideaparkin käytävät ovat väljät ja valaistus hyvä, joten siellä tuntee olonsa turvalliseksi.

Vastaajista välittyy, että Ideaparkista on tullut sosiaalinen kohtaamispaikka etenkin nuorille kouluikäisille, mutta myös nuorille äidille lapsineen. Eräs kuntalainen kertoo, että sinne on helppo tulla ja alueella on paljon esimerkiksi mukavia kahviloita ja ravintoloita. Keskustassa nuorille ei ole oikein hyviä kohtaamispaikkoja. Nuoret ovat aiemmin jossain määrin viettäneet aikaansa keskustassa, mutta heidän mukaansa Ideapark ei ole korvannut keskustaa, vaan luonut Lempäälään uudenlaisen sosiaalisen kohtaamispaikan, joka sijaitsee lähellä.

Suuren osan vastaajista mukaan vanhempi väki kuntalaisista viihtyy edelleen kuntakeskuksessa. Muutosta asiointikäyttäytymisessä ei ole tapahtunut Ideaparkin avattua ovensa. Eräs vastaaja kertoo vanhemman väen tulevan mielellään edelleen keskustaan ostoksille ja samalla voi piipahtaa myös kahvilla keskustassa. Useita kuntalaisia vaivaa kuitenkin pelko, että keskustassa ei enää järjestetä mitään tapahtumia kuten esimerkiksi markkinoita tai joulun avausta. Kyseisen joulun avauksen kaltaiset tapahtumat saadaan järjestettyä paljon massiivisempina nyt Ideaparkin isoissa puitteissa. Lisäksi eräs kuntalainen harmittelee sitä, että nuoret ovat hävinneet keskustasta. Hänen mukaansa Ideapark eristää sukupolvia toisistaan.

Moni haastateltava kertoo Ideaparkin parantaneen kunnan julkisen liikenteen palveluja. Eräänkin vastaajan työmatka Tampereelle sujuu Ideaparkin ansioista nyt nopeammin, kun Lempäälästä ajetaan moottoritien kautta nopeita vuoroja Tampereelle. Moni uskoo, että julkisen liikenteen vuorot ovat varmasti lisääntyneet:

”Mielestäni Ideaparki on kaikilla hyvät kulkuyhteydet, kun on tämä palvelubus-sikin. Mutta jos on kamalan vanha, niin ei sinne kyllä sitten pääse. Mutta ei se varmaan mikään ongelma ole, koska mitäpä siellä sitten edes tekisi.. Ehkä se sitten jollain lailla eristää vähän liikkuvia. Ja vanhuksiakin.”

Omalla autolla sinne on toki helpoin tulla, ja monen mielestä ehkä järkevintäkin, jos siellä aikoo ostoksia tehdä.

Usea vastaaja kertoo Ideaparkin tulevista laajennuksista innolla. Jos Ideaparkin laajennustyöt toteutuvat, Ideaparkista odotetaan vapaa-ajan viettopaikkana hyvin monipuolista sosiaalista kohtauspaikkaa. Eräs kuntalainen puolestaan pelkää, että jos näin tapahtuu, silloin se saattaisi eristää joitakin ihmisiä, jotka asuvat kaukana kunnan laitamilla, kun kaikki toiminnot sijoittuisivat nimenomaan Ideaparkiin. Laajennusten mukanaan tuoma uimahalli saattaisi kuitenkin saada Ideaparkia vastustavatkin kuntalaiset innostumaan Ideaparkista, kuten eräs kuntalainen toteaa:

”Jos sinne nyt sitten rakennetaan kaikkia kuntalaisia palvelevia vapaa-ajanviettomahdollisuuksia, voisin minäkin sinne lähteä katsomaan. Se uimahalli nyt ehkä etupäässä...niin, ja ehkä se hiihtoputkikin.”

6. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää millaisia vaikutuksia keskustan ulkopuolisella kauppakeskuksella on. Tutkimus toteutettiin tapaustutkimuksena, jossa keskityttiin selvittämään Lempäälän Marjamäessä sijaitsevan Ideaparkin vaikutuksia Lempäälässä. Vaikutukset jaettiin kolmeen näkökulmaan, jotka ovat taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset. Tutkimustuloksista ilmenee, että nämä erilaiset vaikutukset kytkeytyvät kiinteästi toisiinsa.

6.1. Yhteenveto Ideaparkin vaikutuksista Lempäälän kunnalle

Jättimäisellä Ideaparkilla on ollut Lempäälän kunnalle paljon vaikutusta taloudellisesti, sosiaalisesti ja ympäristön kannalta. Tutkimusaineiston perusteella voidaan yleisellä tasolla sanoa Ideaparkin tuoneen mukanaan paljon hyvää. Etenkin taloudellisia vaikutuksia tarkasteltaessa kaikissa vastaajaryhmissä nähdään vaikutukset enemmän hyötyinä kuin haittoina. Ympäristöön liittyvät ja sosiaaliset vaikutukset aiheuttavat vastaajien keskuudessa eniten eroavaisuuksia.

Kunnan päättäjiltä kysyttäessä Ideaparkin vaikutuksista taloudellisesta näkökulmasta hyödyt ovat nousseet haittoja merkittävämpään rooliin. Pelkästään massiivisen rakennuksen kiinteistöverot merkitsevät kuntataloudessa suuria tuloja. Se on parantanut työllisyyttä sekä lisännyt kunnan työpaikkojen omavaraisuutta. Lisäksi yritysten toimintaedellytykset ovat parantuneet ja alueelle on tullut Ideaparkin imussa uutta yritystoimintaa. Liittymismaksut, maanmyyntihinnat sekä kiinteistöverot ovat vahvistaneet ja vahvistavat kuntataloutta ja asuntojen sekä tonttien hinnat ovat olleet nousussa. Taloudelliselta kannalta päättäjät löytävät Ideaparkin perusteluiksi siis hyvin myönteisiä argumentteja, joilla he haluavat korostaa kunnassa tehtyjä merkittäviä investointeja Ideaparkiin.

Yrittäjien huoli näkyy hieman kuntakeskuksen asiakaskadossa, mutta heidän mukaankin kehitys on ollut paljon pelättyä parempaa. Yrittäjien mukaan olisi muistettava, ettei

Ideapark ole suinkaan yksi yritys, vaan se koostuu useasta eri yrityksestä. Yrittäjyys kunnassa on kasvanut Ideaparkissa sen vuoksi jopa räjähdysmäisesti ja he näkevät juuri tämän myönteisenä taloudellisena vaikutuksena. Tämän vuoksi toisaalta voidaan katsoa, että keskustankin yrittäjät voivat Ideaparkin imussa hyötyä. Lisäksi yrittäjät näkevät myönteisenä yrittäjien yhteistyölle luodut mahdollisuudet, joista sekä keskustan että Ideaparkin yrittäjät hyötyvät.

Kuntalaisten suhtautuminen Ideaparkin taloudelliseen vaikuttavuuteen on aika suurpiirteistä. He näkevät kunnan varmastikin hyötyvän Ideaparkista muun muassa verojen ja työllisyyden kautta, mutta he eivät osaa kertoa vaikutuksista yhtä eksaktisti. He pitävät palvelurakenteen tilaa kunnassa aika lailla samanlaisena, joten Ideaparkin vaikutukset kuntakeskukselle he ovat kokeneet suhteellisen neutraaleina. Jossain määrin kuntalaisista näyttää tuntuvan, että kunnassa on keskitytty nimenomaan Ideaparkiin, eikä kunnassa puuhata juuri mitään muuta. Kuntalaisten huolena voi nähdä, että kunnasta on tullut monen mielestä ehkä jopa liiaksi Ideapark -keskeinen. He pelkäävät, että tulevat investoinnit vievät pohjaa muulta kehittämiseltä kunnassa.

Päättäjät, yrittäjät ja kuntalaiset ovat kaikki yhtä mieltä siitä, että Ideapark on nostanut kunnan imagoa valtavasti. Kunnan tunnettavuus on koko Suomessa parantunut huimasti ja tämä on nostanut kuntaa houkuttelevammaksi asuinpaikaksi ja tonttimaan sekä asuntojen hinnat ovat nousseet. Tämä nähdään myönteisenä kehityksenä, vaikka väestönkasvu tällä hetkellä onkin aika lailla äärimmäisyyksissään. Moni kuntalainen toivoo, että kasvu pysyisi näissä rajoissa, jotta hyvinvointipalvelut pystytään turvaamaan heille edelleen.

Massiivisen hankkeen ympäristövaikutukset ovat nähtävissä kaikissa haastateltavissa. Kaikkien vastaajien edustajat kertovat, että liikennevirrat ovat varmasti kasvaneet, mutta lähes kaikkien mielestä liikennejärjestelyt Marjamäkeen on hoidettu hyvin. Lisäksi Ideaparkin sijainti pääväylien varrella vilkkaan Helsinki-Tampere -moottoritien varrella saa kiitosta. Päättäjien mukaan ympäristövaikutuksista tehdään selvityksiä jatkuvasti. Kuntalaiset eivät ole kuitenkaan kyseisistä selvityksistä tarpeeksi tietoisia, sillä moni

kuntalainen uskoo saasteiden lisääntyneen, mutta he eivät koe saaneensa tarpeeksi tietoa Ideaparkin ympäristövaikutuksista.

Ideaparkin ulkoinen olemus herättää paljon ristiriitaisia mielipiteitä. Lähes kaikissa vastaajaryhmissä oltiin sitä mieltä, että Ideapark ei ole kovin tyylikäs. Kuntapäätäjät selittivät, että Ideaparkista ei tullut alkuperäisten suunnitelmien mukaista, sillä sen rakentamisessa jouduttiin tekemään kompromisseja. Ideapark on ensiluokkaisen energiatehokas, jos sitä verrataan muihin kauppakeskuksiin. Tämän vuoksi suunnitelmia jouduttiin muokkaamaan. Kuntalaiset eivät tunnu olevan kuitenkaan tästä energiatehokkuudesta tietoisia. Moni myös toivoi, että maisemointiin saataisiin vielä parannusta.

Etenkin Ideaparkin moottoritien sivua kaikkine mainoksineen kritisoidaan aika voimakkaasti. Joidenkin kuntalaisten mukaan mainoskyltit ovat jopa valosaastetta ja Ideaparkista aiheutuu myös melusaastetta. Kuitenkin toiset peräänkuuluttavat mainoskylttien informatiivisuutta. Myös yrittäjien mukaan Ideaparkin seinällä olevat kyltit antavat hyvin tietoa siitä, mitä liikkeitä Ideaparkissa on.

Ympäristön parantumisesta kunnassa ollaan montaa mieltä. Sekä yrittäjät että päättäjät korostavat sitä, että alue on ylipäänsä valjastettu käyttöön, sillä aiemmin se toimi joutomaana. Kuntalaisissa mielipiteitä herättää se, miten alue olisi pitänyt käyttää. Moni kuitenkin on tottunut Ideaparkiin ja tottunut siihen jopa niin hyvin, ettei osaa kuvitella alueelle enää mitään muuta. Toiset kuntalaiset miettivät kuitenkin vaihtoehtoja, mitä alueelle olisi voitu rakentaa Ideaparkin sijaan. Koko Marjamäen alueen kannalta kuntalaisten mielestä ratkaisevaa on kuitenkin se, millaiseksi koko alue lopulta muodostuu.

Sosiaaliset vaikutukset jakavat erityisen paljon vastaajien mielipiteitä. Päättäjät, yrittäjät ja kuntalaiset ovat yhtä mieltä siitä, että Ideapark on kasvattanut kunnan kulttuurista tarjontaa huomasti. Ideaparkin myötä kunnassa järjestetään konsertteja ja tapahtumia, joita kunnassa ei olisi aiemmin järjestetty. Etenkin kunnan päättäjät korostavat tämän olevan myönteinen kehitys. Kuntalaiset pelkäävät kuitenkin, että kuntakeskuksessa järjestettävät kulttuuritapahtumat vähenevät ja ovat ehkä vähentyneetkin Ideaparkin vuoksi. Samaa pelkäävät jossain määrin myös yrittäjien edustajat. Yrittäjien mukaan etenkin

Ideaparkissa viikonloppuisin järjestettävät tapahtumat vievät asiakkaita tavallisesti vilkkaalta viikonloppumyynniltä. Kunnan päättäjät eivät tuo esiin tällaista kehitystä.

Ideapark on muuttanut kuntakeskuksen roolia sosiaalisena kohtaamispaikkana jossakin määrin etenkin kuntalaisten käsityksen mukaan. Kuntakeskus on aina ollut suhteellisen ”nukkuva”. Kuntalaisten mukaan etenkin nuoriso on siirtänyt sosiaalisiksi kohtaamispaikakseen Ideaparkin, jossa on mukava viettää aikaa. Ideapark on aiheuttanut sosiaalista eristäytymistä vanhoille ihmisille, jotka kokevat sen palvelut itselleen vieraiksi. Moni kokee, että Ideaparkissa ei ole mitään, minkä vuoksi sinne pitäisi lähteä, koska etenkin vaatetarjonta on painottunut nuoremman väestön muotiin. Myös monet tapahtumat ovat suunnattu perheille ja nuorille, jolloin vanhempi väestö kokee eristäytyneensä.

Moni odottaa kuitenkin mahdollista laajennusta toiveikkaana, sillä esimerkiksi uimahallin tulo Marjamäkeen voisi lisätä kaiken ikäisten kuntalaisten kiinnostusta koko aluetta kohtaan. Vapaa-ajanviettomahdollisuuksien pelätään kuitenkin olevan liian yksipuolisia. Lisäksi pelkoa aiheuttaa se, että ne suunnataan pelkästään joillekin tietyille kohderyhmille, jolloin kaikki eivät näistä mahdollisuuksista hyödy. Päättäjät eivät tällaista eristämistä kehityksessä näe.

Kaikkien ryhmien edustajat kokevat, että julkista liikenneverkkoa on parannettu Ideaparkin myötä huomasti ja lähes kaikkialta pääsee sinne joko julkisella liikennevälineellä tai kevyenliikenteen reittejä pitkin suhteellisen vaivattomasti. Erityisesti kunnan edustajat keuhuvat, miten julkisen liikenteen välineillä pääsee Ideaparkiin vaivattomasti. Yrittäjät nostavat esiin kuitenkin ongelman aikatauluissa, jota kuntapäättäjät eivät ole huomioineet tarpeeksi hyvin: työpaikkoja on jätetty ottamatta vastaan huonojen aikataulusten vuoksi, jotka eivät ole sopineet työvuoroihin. Kunnan edustajien mukaan julkisen palveluverkkoa kuitenkin käytetään yllättävän vähän ja moni tulee edelleen Ideaparkiin omalla autolla, joka toki on perusteltuakin, jos siellä aikoo tehdä suuria ostoksia.

Kuntalaiset, jotka asioivat Ideaparkissa säännöllisesti viihtyvät talossa hyvin. Siellä asiain kerrotaan olevan helppoa ja ennen kaikkea turvallista. Päättäjät kertovat, ettei

Ideaparkissa ole ollut nähtävissä sellaisia sosiaalisia lieve-ilmioita, joita tavallisesti keskustojen kauppakeskuksissa näkee. Häiriötilanteita on ollut yllättävän vähän. Turvallisuusnäkökulma nousikin sosiaalisissa vaikutuksissa tärkeäksi.

Taulukkoon 4 on kerätty eri vastaajaryhmien haastatteluissa esiin nostamat keskeiset vaikutukset taloudellisesta, ympäristöön liittyvistä sekä sosiaalisista vaikutuksista, joita edellä on käyty läpi. Taulukko tiivistää keskeisiä tutkimustuloksia. Siitä ilmenee, että Ideaparkin vaikutukset yleisesti ovat kaikissa vastaajaryhmissä yllättävän myönteisiä suhteessa julkiseen kritiikkiin. Eroavaisuuksia on nähtävissä eniten kuntapäättäjien ja kuntalaisten vastauksista. Yrittäjien edustajien näkemykset ovat edellä mainittujen välimaastossa tai lähempänä kuntapäättäjien vastauksia.

Taulukko 4. Ideaparkin taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset.

	Kuntapäätäjät	Yrittäjät	Kuntalaiset
Taloudelliset vaikutukset	<ul style="list-style-type: none"> -elinkeinorakenne monipuolistunut -kunnan imago parantunut -työllisyys parantunut -vaikutukset kuntataloudelle -asuntojen ja tonttimaan hintakehitys 	<ul style="list-style-type: none"> -yrittäjämönteisyys kasvanut -potentiaali luoda uutta -imussa tulleet uudet yrittäjät -työllisyysvaikutukset -huoli kuntakeskuksen asiakaskadosta 	<ul style="list-style-type: none"> -palvelurakenne pysynyt samana keskustassa -välilliset ja suorat tulot kunnalle -pelko varojen yksipuolisesta kohdentamisesta -työllisyys parantunut -väestönkasvun pelko
Ympäristövaikutukset	<ul style="list-style-type: none"> -parantunut ympäristö -lisääntyneet liikennevirrat moottoritiellä -ympäristöllisesti tehokas 	<ul style="list-style-type: none"> -parantunut ympäristö -lisääntyneet liikennevirrat moottoritiellä 	<ul style="list-style-type: none"> -melu- ja valosaasteet, saasteet -liikennevirtojen kasvu koko kunnan alueella -julkinen liikenneverkko parantunut -yksityisautoilun lisääntyminen -maisemahaitta
Sosiaaliset vaikutukset	<ul style="list-style-type: none"> -vapaa-ajan vieton lisääntyneet mahdollisuudet -helppo ja turvallinen asiointi -ei sosiaalisia ongelmia -julkinen liikenneverkko parantunut 	<ul style="list-style-type: none"> -tapahtumakato keskustassa -keskustan roolin muutokset -yhteistyö Ideaparkin yrittäjien kanssa -vapaa-ajanviettomahdollisuudet 	<ul style="list-style-type: none"> -uusi sosiaalinen kohtauspaikka -vanhemman väen eristäminen -helppo ja turvallinen asiointiympäristö -vapaa-ajanviettomahdollisuudet -pelko keskustan tapahtumakadosta

6.2. Johtopäätökset

Ideaparkin taloudelliset vaikutukset ovat olleet erittäin merkittävät ja kaikkien vastaajaryhmien mielipiteet ovat tästä aika lailla yhteneväiset. Ideaparkin taloudelliset hyödyt konkretisoituvat työllisyyden parantumiseen, elinkeinorakenteen monipuolistumiseen ja kuntatalouden vahvistumiseen verokertymien kautta. Kyseiset taloudelliset vaikuttimet ovat huomionarvoisia asioita uusia kauppakeskushankkeita suunniteltaessa.

Lisäksi Ideapark on nostanut kiistatta koko Lempäälän kunnan imagoa. Tämä korkealle nostettu imago on lisännyt Lempäälän houkuttelevuutta niin asuinpaikkana kuin yrittäjävetoisena kuntanakin, jonne sijoittumista pidetään helppona ja mukavana. Houkuttelevuus ja imago aiheuttavat kunnalle myönteistä kierrettä, jonka voidaan nähdä toimivan ikään kuin käynnistysmoottorina uudelle toiminnalle, jota Lempäälään vielä tulevaisuudessa varmasti kasaantuu.

Keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten vastustajat korostavat, että hajaantunut yhdyskuntarakenne on kallis ja ongelmallinen infrastruktuurillisesti tarkasteltuna. Silti on muistettava, että Ideaparkin kaltaiset kauppakeskushankkeet kuitenkin houkuttelevat alueilleen paljon muutakin toimintaa. Niiden imussa voidaan luoda uutta yritystoimintaa, joka näin ollen käyttää hyväkseen jo valmiiksi rakennettua infrastruktuuria.

Lempäälän Ideapark on vastaajien mukaan toimiva konsepti. Se istuu alueelleen ja siellä on riittänyt kävijöitä. Vähittäiskaupan markkinat ovat kuitenkin suhteellisen pienet, joten kovin montaa Ideaparkia Suomeen ei mahdu. Jos keskustojen ulkopuolille rakennetaan samankaltaisia kauppakeskuksia, ne eivät varmaankaan voi olla yhtä massiivisia. Ideaparkin sijainti on poikkeuksellisen hyvä. Tosin monella oli alun perin sellainen käsitys, ettei Ideaparkiin riittäisi asiakkaita. Toisin on kuitenkin käynyt ja Ideaparkin kävijätavoitteet ovat täyttyneet.

Vastaavasti ympäristön näkökulmasta voidaan todeta, että Ideapark ei vastaa täysin ympäristövaatimuksia. Kaikissa vastaajaryhmissä ollaan sitä mieltä, että Ideapark ei ole tyylikäs. Tulevaisuudessa rakennettavien Ideaparkin kaltaisten keskustojen ulkopuolelle sijoittuvien kauppakeskusten suunnitteluun tulisi kiinnittää enemmän huomiota etenkin

ulkoiset tekijät huomioiden. Imagollisesti ajateltunakin Ideaparkin kaltaisiin hankkeisiin kannattaa kiinnittää huomiota, sillä imagon halutaan olevan varmasti kokonaisuus, joka tuottaa kauttaaltaan myönteisiä mielikuvia.

Ideapark lisää yksityisautoilua ja tätä kautta saasteita, vaikka samaan aikaan se on tehokas ostosympäristö, jossa voi hoitaa helposti monet ostokset yhdellä kertaa. Nämä kaksi ristiriitaa näyttävät olevan keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia koskevan yleisen keskustelun kaksi keskeistä vasta-argumenttia. Keskittämisestä koituvia etuja halutaan korostaa, sillä asiointi kauppakeskuksessa on helppoa ja tehokasta. Vertailua on helppo tehdä ja valinnanvaraa on paljon. Tämän vuoksi asiointiin nähdään olevan ympäristöllisesti tehokasta, kun sinne tullaan ja parkkeerataan yhteen paikkaan, eikä tarvitse ajaa autollaan ympäriinsä.

Kuitenkin Ideaparkiin tullaan usein omalla autolla kaukaakin, jonka katsotaan lisäävän saasteita. Tässä tutkielmassa kuitenkin osoitetaan, että lisääntynyt autoilu ei ole varsinaisesti kauppakeskuksen syytä, sillä Ideaparkiin on järjestetty hyvät julkisen liikenteen yhteydet. Asiakkaat tulevat silti pääosin omilla autoillaan. Ehkä julkista liikennettä käytettäisiin enemmän, jos se olisi järjestetty ilmaiseksi. Tulevaisuuden kannalta myös raiteliikenteen kehittäminen voisi linkittää asiakkaat vielä paremmin Ideaparkin läheisyyteen.

Ideapark ei ole heikentänyt tuntuvasti Lempäälän keskustaa, vaikka rakennus- ja suunnitteluvaiheessa pelättiin keskustan näivettyvän täysin jättimäisen ostosparatiisin tullessa alueelle. Perinteiset keskustojen ja keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten roolit ovat kuitenkin erilaiset etenkin sosiaalisesta näkökulmasta. Lempäälän keskusta pysyy jatkossakin hallinnollisena keskustana eikä se kilpaile erikoistavarakaupan osalta juurikaan Ideaparkin kanssa. Ideapark kilpailee mieluummin enemmän Tampereen keskustan kanssa, vaikka niissä onkin paljon samoja liikkeitä.

Keskustojen ulkopuolisiin kauppakeskuksiin mennään tekemään enemmän ”velvollisuudenomaisia” ostoksia, koska niissä tiedetään olevan ketjuliikkeitä ryhmittyneinä. Keskustoissa taas vietetään aikaa muutoinkin, jolloin keskustassa pysähdytään mielel-

lään esimerkiksi töistä tullessa ja ilman todellista ostoaietta. Ehkä ongelma on se, että keskustan ulkopuoliseen kauppakeskukseen halutaan tulla, koska siellä on onnistuttu luomaan todella tehokas ympäristö. Keskustojen kehittämiset eivät ole onnistuneet, sillä keskustat ovat usein hajautuneita ja niissä joutuu kiertelemään ympäriinsä, jolloin vertailun teko ei ole helppoa. Jos keskustat halutaan pitää eloisina, niitä pitää kehittää systemaattisesti. Lempäälässä keskustan kehittämisen eteen on tehty töitä ja se on varmasti tuottanut tulostakin.

Keskustojen ulkopuolista rakentamista halutaan hillitä. Perusteluiksi on nostettu johdonmukaisesti se, että kyseinen rakentaminen eristää erityisesti ikääntyvää väestöä. Kuitenkin ongelmaa aiheuttaa ehkä enemmänkin se, että Ideaparkin kaltaiset keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset eivät tarjoa ikääntyvälle väestölle mitään. Vanheneva väestö ei koe löytävänsä sieltä itseään palvelevaa tarjontaa aktiviteettien tai ostosten merkeissä. Tulevaisuudessa eläkkeelle siirtyvä väestö on kuitenkin ostovoimaista väestöä, jotka sekä voivat että haluavat kuluttaa. Tämän vuoksi keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten kannattaisi panostaa konseptejään laajemmiksi siten, että niiden asiakaskunta olisi laajempi.

Ideapark on luonut Lempäälälle uudenlaisen kulttuurisen ulottuvuuden, jollaista kunnassa ei ole ennen ollut. Siellä järjestettävät tapahtumat ovat lisänneet kunnan kulttuurista tarjontaa merkittävästi. Tulevaisuudessa Ideaparkin on suunniteltu laajentuvan myös vapaa-ajankeskukseksi, joka lisäisi huvittelumahdollisuuksia merkittävästi. Tällaista kehitystä eteenpäin vietäessä tulisi kartoittaa tarkasti, millainen kehitys alueelle on suotuisaa ja kuunnella lempääläläisten toiveita. Etenkin Yhdysvalloissa ja Aasiassa kauppakeskuksista on tullut erityisiä viihde- ja huvittelukeskuksia, joihin tullaan paitsi tekemään ostoksia myös viihtymään huvipuistoihin, elokuvateattereihin ja kuntokeskuksiin.

Suomessa kauppakeskukset eivät ole vielä toistaiseksi kehittyneet varsinaisesti huvittelukeskuksiksi ainakaan samaan tapaan kuin ulkomailla etenkin Aasiassa ja Yhdysvalloissa, mutta Ideaparkista haluttaisiin muovata sellainen tulevaisuudessa. Nähtäväksi jää, miten siellä huomioidaan eri-ikäisille suunnatut viihdepalvelut. Lisäksi on kiinnos-

tavaa nähdä, onko Suomessa ylipäänsä tilaa tällaisille huvittelukeskuksille ja mieltävääkö suomalaiset huvittelun ja ”shoppailun” yhdessä tärkeiksi vapaa-ajan viihtymisviihtö-aktiviteeteiksi.

Julkinen keskustelu näyttää suurelta osin kritisoivan keskustojen ulkopuolisia kauppakeskuksia. Tämän tutkimuksen mukaan Ideapark on kuitenkin paljon myönteisempi kuntapäätäjille, yrittäjille ja kuntalaisillekin, kuin vastaavat hankkeet yleensä julkisessa keskustelussa näyttävät olevan. Sen tuomat hyödyt Lempäälälle ovat varmasti haittoja merkittävämmät. Tämä osoittaa yhtenevyyttä Iso-Britanniankin uudempiin tutkimuksiin, joiden mukaan keskustojen ulkopuolisten kauppakeskusten haitat eivät ole perusteltavissa vanhoihin tutkimustuloksiin pohjautuen (ks. Fennell ym. 2007). Uudemmat tutkimukset ovat tuoneet esiin monia hyötyjä, jotka helposti halutaan jättää haittojen varjoon.

Näin ollen Ideapark näyttäisikin olevan jossain määrin ns. ”pirallinen” ongelma. Tutkimustulokset ovat yllättävän myönteisiä kaikissa vastaajaryhmissä, vaikka argumentteja Ideaparkia vastaan tuntuukin olevan helppo keksiä. Keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset eivät ehkä sittenkään ole niin huonoa kehitystä, kuin julkisessa keskustelussa tuodaan esiin. Keskustojen kehittämisen ja keskustojen ulkopuolisten kauppakeskushankkeiden välille tulisi kuitenkin etsiä tasapaino, mutta keskustojen ulkopuolisia hankkeita ei tulisi tyrmätä tekemättä perusteellista tutkimusta.

6.3. Tutkimuksen luotettavuus ja tulosten yleistettävyys

Tutkimusta tehdessä tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Reliaabeliutta ja validiteettia käytetään mittaamaan ja pohtimaan tutkimuksen luotettavuutta. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, mitataanko tutkimuksessa sitä, mitä on tarkoitus. Tutkijan tulisi kertoa perustellusti, miksi tutkittavaa asiaa on päädytty kuvaavaan juuri tietyin keinoin. Vastaavasti reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta eli jos tutkimus tehtäisiin uudelleen, samat tulokset saataessa reliabelius täytyisi. (Hirsjärvi ym. 2001: 186–189.) Reliaabelius siis merkitsee tulosten pysyvyyttä eli sattuman vaikutusta tuloksiin (Lotti 1994: 33).

Kvalitatiivinen tutkimus nähdään teoriaa luovana ja tuottavana tutkimuksena. Sen reliabiliteetti ja validiteetti eivät yllä samalle tasolle kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa, jonka piirissä käsitteet alun perin ovat syntyneetkin. (Hirsjärvi ym. 2006: 217). Tästä johtuen kyseiset mittarit eivät sovellu yksiselitteisesti kvalitatiiviseen tutkimukseen, jossa niiden käyttö ei ole täysin mielekästä.

Tästä tutkielmasta pyrittiin saamaan reliabeleja valitsemalla haastateltavia eri edustajaryhmiä. Erilaiset haastateltavien ryhmät antoivat tutkimukselle moninäkökulmaisuu- ta, kun aineiston hankinnassa käytettiin heiltä saatuja näkemyksiä. Aineistot edustivat kolmea ryhmää. Aineisto oli monipuolinen, mutta haastateltavia olisi voinut olla enem- mänkin. Kuitenkin haastateltavien vastaukset alkoivat olla samanlaisia, kun haastatte- luissa edettiin eteenpäin eli saturaatiopiste täyttyi.

Tässä tutkielmassa prosessin etenemisestä on pyritty kertomaan tarkasti, jotta lukija voi arvioida tutkimuksen validiteettia. Tällä keinolla tutkimus on pyritty tekemään mahdol- lisimman läpinäkyväksi. Tutkielman tekemisen vaiheet on pyritty avaamaan, jotta luki- jan pystyy seuraamaan, miten tutkimusprosessi on edennyt.

Tästä tutkielmasta ei voida tehdä yleistyksiä suoraan kaikkiin keskustoiden ulkopuoli- siin kauppakeskuksiin, sillä Suomi on pinta-alaltaan suuri, mutta väestö on hajautunut voimakkaasti ja Ideapark ei istuisi eri alueille saman lailla. Ideapark on sijoittunut poikkeuksellisen hyvälle alueelle. Varovaisesti voidaan kuitenkin arvioida vaikutuksia, joita keskustojen ulkopuoliset kauppakeskukset ympäröiville alueilleen luovat.

Ideapark on uniikki kauppakeskus ja sen sijainti yhden Suomen vilkkaimman päätien varrella ostovoimaisten markkinoiden läheisyydessä tekee siitä erityisen. Ideaparkiin riittää asiakkaita, vaikka se on Suomen mittakaavassa jättimäinen hanke. Jos vastaavia uusia Ideaparkeja rakennetaan muiden kaupunkiseutujen läheisyyteen, ne voisivat olla mahdollisesti pienemmässä mittakaavassa toteutettuja, sillä Pirkanmaan kokoisia alueita Suomessa ei kovin montaa ole.

Haastattelut onnistuivat hyvin, sillä haastateltavat vastailivat suhteellisen laajasti. Kysymyksiä oli tarpeeksi ja haastattelutilanteet tuntuivat luontevilta. Etenkin kuntapäätäjien ja yrittäjien edustajat vastailivat eksaktisti ja laajasti. Kuntalaisista huomasi, että heillä oli paljon sanottavaa, mutta joitakin asioita oli vaikea pukea sanoiksi. Joidenkin kuntalaisten vastaukset jäivät joltain osin suppeiksi edellä mainitun vuoksi. Haastatteli-joille annettiin vapaus siten, ettei heille tarkasti määritelty, mitä taloudellisilla, sosiaalisilla ja ympäristövaikutuksilla tarkoitetaan. He saivat vapauden määrittää, mitä he vaikutuksilla tarkoittavat ja he itse luokittelivat vastauksiaan näihin ryhmiin.

6.4. Aiheita jatkotutkimuksille

Jatkotutkimuksena olisi mielenkiintoista selvittää Lempäälän ympäristökuntien näkemystä Ideaparkin vaikutuksista. Olisi mielenkiintoista selvittää Ideaparkin vaikutukset etenkin Tampereen keskustalle, sillä kyseisen kaupungin keskustassa on erikoistavara-kaupan keskittymä. Lisäksi olisi mielenkiintoista selvittää, millaisia vaikutuksia Ideaparkilla on ollut läheisiin keskuksiin kuten Vesilahdelle ja Valkeakoskelle, sillä kyseiset kunnat vastustivat Ideaparkia alkuun todella voimakkaasti. Olisi mielenkiintoista selvittää myös Ideaparkin vaikutuksia sellaisille lähikunnille, kuten Pirkkala ja Ylöjärvi, jotka sijaitsevat lähialueille ja molemmissa toimii kauppakeskus. Pirkkalan Veska on avattu ennen Ideaparkia ja Ylöjärven Elo on avattu Ideaparkin jälkeen. Alueet kilpailevat kuitenkin samoista asiakkaista.

Tampereen seudulla, kuten muuallakin Suomessa, kuntarajat ylittävä yhteistyö ei kuitenkaan toimi aina kovin hyvin, vaan kunnat kilpailevat usein toistensa kanssa. Seudullista yhteistyötä kannattaisi kuitenkin tehostaa alueella, sillä Ideaparkia voitaisiin hyödyntää entistä paremmin veturina koko alueelle. Kyseinen seutu on kuitenkin kasvavaa kehitysalueita ja Ideaparkin kaltaiset kasvumoottorit voitaisiin nähdä mahdollisuuksina eikä kilpailua lisäävinä kielteisinä hankkeina.

Lisäksi jatkotutkimus voisi syventää vaikutuksia syvällisemmin. Taloudelliset, ympäristöön liittyvät ja sosiaaliset vaikutukset ovat perinteinen vaikutuksia ilmentävä jaottelu. Jatkotutkimuksella voitaisiin syventää tutkimusta koskemaan esimerkiksi Ideaparkin

vaikutuksia kulutuskulttuuriin. Olisi mielenkiintoista selvittää, miten ostosparatiisiksi luokiteltu monipuolinen Ideapark muokkaa väestön kulutustottumuksia. Jos Ideapark laajenee tulevaisuudessa viihdemaailmaksi, myös tästä saisi uudenlaisia tutkimusnäkökulmia.

LÄHDELUETTELO

- Alasuutari, Pertti (1994). Laadullinen tutkimus. 2. uudistettu painos. Tampere: Vastapaino.
- Alzubaidi, Hassan & Barry Davies, Ruth Schmidt & Claudio Vignali (1997). Town Centre Versus Out-of-town Shopping: a Consumer Perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management* 25: 2, 78–89.
- BDP Planning & Oxford Institute of Retail Management (1992). The Effects of Major Out-of-town Retail Development: A Literature Review for the Department of the Environment. London: HMSO.
- Bennison, David & Barry Davies (1980). The Impact of Town Centre Shopping Schemes in Britain: Their Impact on Traditional Retail Environments. Oxford: Pergamon Press.
- British Council of Shopping Centres (1996). Town Centre Futures: The Long-Term Impact of New Developments. London: BCSC.
- Bromley, Rosemary & Colin Thomas (1993). The Impact of Out-of-centre Retailing in Retail Change, Contemporary Issues. London: UCL Press Ltd.
- Crosby, Neil, Colin Lizieri, Melanie Oughton & Scarlett Palmer (2003). The Local Economic Impact of Regional In-town Shopping Centres: A Case Study of the Oracle Centre, Reading. The University of Reading Business School.
- Department of Environment (1994). Vital and Viable Town Centres: Meeting the Challenge, London: HMSO.
- Doidge, Richard (2007). The Mall Effect. *Estates Gazette: Centre Retailing*. 64–66.

- Dubois, Anna & Lars-Erik Gadde (2002). Systematic combining: An Abductive Approach to Case Research. *Journal of Business Research*, 55: 553–560.
- Ekkholm, Thea (2006). Olo kuin olympiavoittajalla! *KM Kaupan maailma*, 8: 51–52.
- Fennell, James & John Robertson (2007). The Economic Effects of Regional Shopping Centres. *Journal of Retail and Leisure Property* 6, 149–170.
- Fernie, John (1998). The Breaking of the Fourth Wave: Recent Out-of-town Retail Developments in Britain. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 8:3, 303–317.
- Findlay Anne & Leigh Sparks (2007). Is the Devil in the Detail? Retail Land Use Planning and the Planning White Paper. *The European Retail Digest* 54: 32–37.
- Gruen, Victor (1965). *The heart of our cities – The Urban Crisis: Diagnosis and Cure*. London: Thames and Hudson.
- Guy, Clifford (1994). *The Retail Development Process: Location, Property and Planning*. London: Routledge.
- Heinimäki, Heikki (2006). *Kauppan toimintaympäristö*. Helsinki: WSOY.
- Hirsjärvi, Sirkka & Helena Hurme (2001). *Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, Sirkka, Pirkko Remes & Paula Sajavaara (2006). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Howard, Elizabeth (1986). Measuring the Impact of the Big Schemes. *Town & Country Planning* 55: 282–284.

- Howard, Elizabeth (2000). Out-of-town Retailing. *European Retail Digest*, Dec 28: 33–36.
- Howard, Elizabeth (2001). Evaluating the Success of Out-of-town Regional Shopping Centres. *International Journal of Retail and Distribution Management* 33: 59-80.
- Jaakkola, Juha (2004). Kauppakeskus Ideaparkin lapiohommat varmistuivat. Suururakka: Kymmenen hehtaarin ja sadan miljoonan euron kokonaishankkeen rakennustyöt alkavat ensi viikolla. *Aamulehti* 12.11.2004.
- Jones, P & Claudio Vignali (1990). Town Centre Management Schemes in the UK. *International Journal of Retail and Distribution Management* 18: 3, 15–17.
- Juslén, Jyri (1995). Sosiaalisten vaikutusten arviointi (SVA): monipuolisempaan suunnitteluun. Helsinki: Stakes.
- Kiuru, Pertti (1996). Kaupan toimintaedellytyksiin vaikuttavien tekijöiden kehitys ja kehitysnäkymät. Helsinki: Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos.
- Koistinen, Katri (2006). Vähittäiskaupan suuryksikön sijoittumissuunnittelu: Tapaustutkimus kauppakeskus Myllyn sijoittumisesta Raision Haunisiin. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.
- Leinonen, Jarkko, Tuula Lind & Tuomo Vesajoki (1994). Kauppakeskus Zeppelinin vaikutukset Oulun seudulla. Tutkimusraportti 1. Ympäristöministeriö, Alueidenkäytön osasto. Helsinki: Painatuskeskus Oy.
- Lempäälän kehitys Oy (2009). Lempäälä 2009 –tietopaketti. Lempäälä: Lempäälän kehitys Oy.
- Lempäälän kunta (2006). Marjamäen asemakaava. Lempäälän kunta, Tekninen toimi.

- Lempäälän kunta (2010). Saatavissa 20.9.2010: http://www.lempaala.fi/asiointi_ja_neuvonta/neuvonta/karttapalvelu/
- Lotti, Leila (1994). *Markkinointitutkimuksen käsikirja*. Porvoo, Helsinki, Juva: WSOY.
- Lowe, Michelle (1998). The Merry Hill Regional Shopping Centre Controversy: PPG6 and New Urban Geographics, *Built Environment* 24: 57–69.
- Lowe, Michelle (2000). Britain's Regional Shopping Centres: New Urban Forms? *Urban Studies* 37: 2, 261–274.
- MacDonald, G. (1987). How the Out-of-town Shops Help the Centre. *Town and country planning*, September: 240–241.
- McGoldrick, Peter & Mark Thompson (1992). *Regional Shopping Centres: Out-of-town versus In-town*. Bristol: Avebury.
- Marjanen, Heli (1993). *Store Location Analysis and the Mystery of Consumer Spatial Behaviour : Competition Between Downtown Shopping Areas and Out-of-town Shopping Centres as a Special Case*. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.
- Marjanen, Heli (1997). *Distance and Store Choice: With Special Reference to Out-of-town Shopping*. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.
- Mäkipää, Marko & Satu Rämö (2006). Ideapark: Retail city within a city. *European Retail Digest* 51: 19–21.
- Mänttari, Hannu (2003). Marjamäen ostoskeskuksen ovet avautuvat syksyllä 2006. *Aamulehti* 2.10.2003.
- Pentti, Rauno (2007). Kumpi menestyy: pieni vai iso? *KM Kaupan maailma* 7: 28–30.

- Pentti, Rauno (2008). Kauppakeskukset kasvattavat osuuttaan. KM Kaupan maailma 3: 48–50.
- Pietala, Jorma (2003). Päivittäistavarakaupan dynamiikka ja ostoskäyttäytyminen pääkaupunkiseudulla. Helsingin kauppakorkeakoulu.
- Ritamies, Jaakko (2005). VALkeakoski ja Toijala säikähtivät IDEaparkin mammuttihan-
ketta. Kaavoitus: Naapurikunnissa suuruudenhulluksi leimattu kaavoitushanke
halutaan kuriin. Aamulehti 7.9.2005.
- Tym, Roger & Partners (1993). Merry Hill impact study. London: HMSO.
- Santasalo Ky (2000) Kaupallisten vaikutusten selvitys.
- Schiller, Robert (1986). Retail Decentralisation: the Coming of the Third Wave. The
Planner 72: 13–15.
- Stake, Robert (2002). Qualitative Case Studies. In Denzin, N. & Lincoln Y (2005). The
Sage Handbook of Qualitative Research. USA: Sage, 443-466.
- Suomen kauppakeskusyhdistys (2007). Saatavissa 9.10.2007: [http://www.rak-
li.fi/kky/attachements/2007-06-11T17-39-0648.pdf](http://www.rakli.fi/kky/attachements/2007-06-11T17-39-0648.pdf)
- Suomen kauppakeskusyhdistys (2008). Saatavissa 11.1.2008: [http://www.rak-
li.fi/kky/attachements/2008-11-25T14-48-2748.pdf](http://www.rakli.fi/kky/attachements/2008-11-25T14-48-2748.pdf)
- Tompuri, Vesa (2008). Tulevaisuuden kauppakeskus toimii ilmaston ehdoilla. KM
Kaupan maailma 6: 48–49.
- Vapaavuori, Jan (2008). Puhe Tampere – oikea kauppakaupunki -seminaarissa
15.10.2008. Saatavissa 28.11.2008: [http://www.vapaavuo-
ri.net/?kannanotot&id=313&y=2008](http://www.vapaavuori.net/?kannanotot&id=313&y=2008)

Ward, Peter (2001). UK Shopping Centres in the Pipeline. *European Retail Digest* 30, 41.

Williams, C.C. (1992). Impacts of Regional Shopping Centres: Myths and Realities. *The Planner* 11, 8–9

Yin, Robert (2009). *Case Study Research: Design and methods*. 4.painos. Thousands Oaks, CA: Sage.

Ympäristöministeriö (2008). Ympäristöministeriön kartoitus kaupan hankkeista 2008. Saatavissa 30.11.2008: <http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=92955&lan=fi>

LIITE 1. Teemahaastattelun runko

Taloudelliset vaikutukset

- Millaisia taloudellisia vaikutuksia Ideaparkilla mielestäsi on ollut?
- Millaisia vaikutuksia Ideaparkilla on ollut palvelurakenteeseen keskustassa? Entä muualla kunnassa? Ovatko asiakasvirrat muuttuneet?
- Miten palvelut ovat muuttuneet keskustassa/muualla kunnassa Ideaparkin myötä?
- Millaisia vaikutuksia Ideaparkilla on kunnan työllisyyteen?
- Millaisia vaikutuksia Ideaparkilla on kuntatalouteen?
- Millaista yrittäjyys on Ideaparkissa/kunnassa?

Ympäristövaikutukset

- Millaisia vaikutuksia Ideaparkilla on mielestäsi ollut ympäristölleen ja kunnalle?
- Miten liikennevirrat ovat muuttuneet Ideaparkin myötä?
- Miten koet Ideaparkin istuvan ympäristöönsä?

Sosiaaliset vaikutukset

- Millaisia sosiaalisia vaikutuksia Ideaparkilla on ollut?
- Miten Ideapark on vaikuttanut kunnan imagoon?
- Millaisena koet Ideaparkin/kuntakeskuksen roolin sosiaalisena kohtaustapaikkana? Onko tässä tapahtunut muutosta Ideaparkin myötä?
- Millaisena koet ajanvieron Ideaparkissa/keskustassa? Koetko, että Ideapark tarjoaa kaikenikäisille jotakin?