



Pyöräliikenteen edistämisen yritysvaikutusten arviointi

14.2.2022

Johdanto

Turun pyöräilyn kehittämisohjelma 2029 määrittelee kärkitoimet, joilla pyritään saavuttamaan kaupungin toimintasuunnitelmassa ja ilmastosuunnitelmassa asetettu 2 % pyöräliikenteen määrän vuosittainen kasvu.

Valmistelussa oleva pyöräliikenteen tavoiteverkkotyö tarvitsee investointien perusteluiksi vaikutusarviointia yrityksiin kohdistuvien vaikutusten osalta. Pyöräliikenteen kehittäminen saatetaan usein nähdä ristiriitaisena erityisesti henkilöautoliikenteen sujuvuuden ja yritystoiminnan edellytysten kannalta.

Yritysvaikutusten arvioinnin tavoitteena on tuoda esille pyöräliikenteen verkoston kehittämisen vaikutuksia alueen yritysten näkökulmasta.



Työn ohjausryhmään ovat kuuluneet Turun kaupungilla:

Jaana Mäkinen, liikenneinsinööri

Taneli Pärssinen, liikennesuunnitteluinsinööri

Matti Salonen, liikennesuunnittelupäällikkö

Yritysvaikutusten arvioinnin on laatinut Ramboll Finland Oy:ssä:

Aino Ropponen, asiantuntija

Sami Ruotsalainen, projektipäällikkö

Eero Salminen, asiantuntija

Sisällysluettelo

1. Työn sisältö ja tausta
2. Kaupan ja keskustojen trendit
3. Turun keskusta-alueen yritys- ja työpaikkarakenne
4. Yhteenveto pyöräliikenteen yritysvaikutusten tutkimuksista
5. Haastatteluiden yhteenveto
6. Yritysvaikutusten muodostuminen
7. Pyöräliikenteen edistämisen yritysvaikutusten arviointi
8. Yhteenveto ja toimenpidesuosituksset



1. Työn sisältö ja tausta



Kuva: Turun kaupunki, Arto Takala

Työn sisältö

- Työssä on tuotettu Turun kaupungille strategisia tavoitteita vastaava arvio pyöräliikenteen edistämisen yritysvaikutuksista Turun keskustan alueella.
- Työ sisältää seuraavat osiot:
 - Taustatietojen kuvaus
 - Katsaus kaupan tulevaisuuden trendeihin
 - Turun keskusta-alueen yritys- ja työpaikkarakenteen jakautumisesta.
 - Yhteenveto kotimaisista ja kansainvälisistä pyöräliikenteen yritysvaikutuksiin liittyvistä tutkimuksista.
 - Yhteenveto pyöräliikenteen edistämisen yritysvaikutusten kartoittamiseksi tehdyistä haastatteluista.
 - Pyöräliikenteen edistämisen yritysvaikutusten muodostuminen ja arviointi.
 - Yhteenveto ja toimenpidesuosituksen pyöräliikenteen kehittämisestä johtuvien negatiivisten vaikutusten minimoimiseksi ja positiivisten vaikutusten vahvistamiseksi.
- Arviointi on tehty laadullisena tarkasteluna työn aikataulusta, käytettävissä olevista aineistoista ja pyöräliikenteen kehittämisen tulevien toimenpiteiden yleisluontoisuudesta johtuen. Tarkastelualueena on Turun kaupallisen keskustan alue.



Työn taustaa

Pyöräliikenteen verkkosuunnitelma

Turun kaupungille on laadittu kaupungin ilmastotavoitteita tukeva pyöräilyn kehittämissuunnitelma 2029. Kehittämissuunnitelman yhdeksi nykyisen verkoston kehittämis-toimenpiteeksi on kirjattu selvitys yksisuuntaisten pyöräväylien sopivuudesta Turkuun.

Pyöräliikenteen verkkosuunnitelma -työn (17.9.2021) tarkoitus oli selvittää miltä osin Turussa on perusteltua siirtää yksisuuntaisiin pyöräliikenteen järjestelyihin ja millaisia vaikutuksia muutoksella arvioidaan olevan.

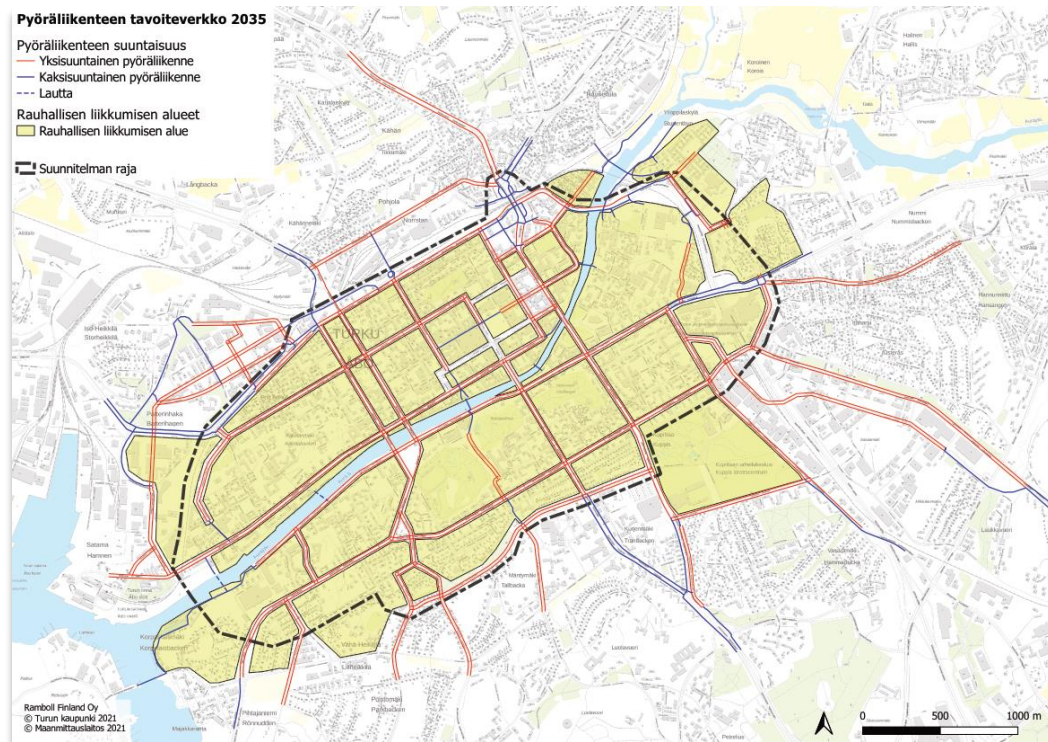
Verkkosuunnitelmatyössä Turun keskustaan tehtiin kolme erilaista vaihtoehtoa, joiden kautta arvioitiin yksisuuntaisen pyöräliikenteen järjestelmän soveltuvuutta Turkuun. Työn lopputuloksena suositellaan seuraavan sivun mukaista pyöräliikenteen tavoiteverkkoratkaisua 2035, joka vastaa parhaiten Turun kaupungin tavoitteeseen kasvattaa pyöräliikenteen määrää.

Verkkosuunnitelman lähtökohtia olivat 1.6.2020 voimaan tullut tieliikennelaki 729/2018 ja Väyläviraston uudistettu pyöräliikenteen suunnitteluoheje 18/2020.

Pyöräliikenteen tavoiteverkko ja rauhallisen liikkumisen alueet muodostavat kokonaisuuden, jossa pyörällä liikkuvan on mahdollisuus saavuttaa sujuvasti ja turvallisesti jokainen osoite kaupunkikeskustassa. Hyvä saavutettavuus kaikkiin osoitteisiin on keskeistä, sillä asukkailla saattaa olla tarve liikkua pyörällä mihin tahansa kohteeseen kaupungissa.

Kokonaisuuden avulla pyritään varmistamaan se, että tarpeettomia pyöräväyliä ei rakenneta. Rauhallisen liikkumisen alueilla pyritään ensisijaisesti ohjaamaan pyöräliikenne ajoradalle autoliikenteen kanssa silloin, kun liikenne on riittävän rauhallista ja vähäistä.

Suunnitelmakokonaisuus pyrkii myös siihen, että pyörällä liikkuminen tapahtuu vastaavasti kuin muillakin ajoneuvoilla eli oikeanpuoleisena liikenteenä. Tämä tekee liikenteen kokonaisuudesta nykyistä ennakoitavampaa ja helpompaa kaikille liikkujille.



Lähde: Turun pyöräliikenteen verkkosuunnitelma

Työn taustaa

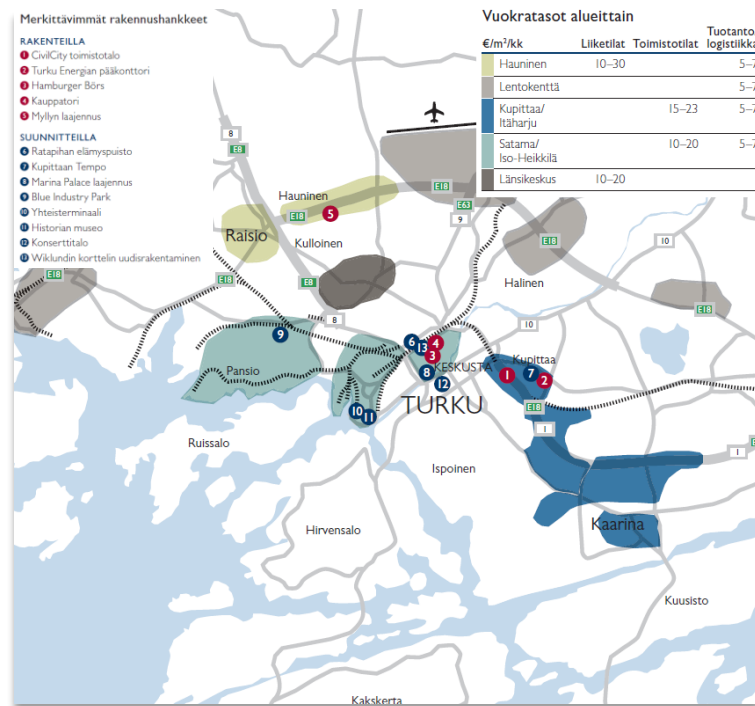
Turun kehittämishankkeet

Turun keskustassa on käynnissä ja suunnitteilla useita kiinteistökehityshankkeita. Keskeisimmät hankkeet painottuvat Turun keskustaan, Kupittaaan ja Linnanniemen alueille. Hankkeita on esitetty oheisella kartalla.

Keskustassa majoituksen keskeisimmät hankkeet ovat Hamburger Börs –hotellin loppuvuodesta 2021 valmistunut uudistus ja Marina Palace –hotellin laajennus. Aninkaisen alueella tulee yhdistymään monipuolinen aluekehittäminen joukkoliikenteen matkakeskuksen, tapahtuma-areenan, hotellin, liiketilojen, toimistojen ja elämyskeskuksen sekä asuinrakennusten rakentamisen muodossa. Turun kauppatorin uudistus on määrä valmistua kesällä 2022. Kauppatorin yhteydessä on tehty laajoja liikenteellisiä muutoksia mm. katujen ja maanalaisen parkkilaitoksen osalta. Torialueen käyttö ja kauppa uudistuvat uusien rakennusten ja järjestelyiden myötä. Edellä mainitut hankkeet lisäävät keskusta-alueen vetovoimaa.

Kupittaalla Turun Tiedepuisto –kärkihankkeen myötä alueella on käynnissä merkittävää aluekehittämistä. Turun yliopistokampukselta Kupittaaan työpaikkakesittymään ja edelleen Itäharjulle ulottuva Tiedepuiston alue on kaupunkiseudun merkittävin osaamisen ja korkean teknologian työpaikkojen kasvukeskus. Alueelle on suunniteltu mm. kansihanke, AMK:n kampuksia ja toimistotiloja.

Linnanniemen alueesta on määrä kehittää elävä ja toiminnoiltaan monipuolinen alue, jonka tulevassa rakentamisessa asuminen ei ole pääroolissa. Tavoitteena on yhtenäinen palveluiden, tapahtumien, elämysten ja oleilun viihtyisä ympäristö. Alueelle sijoitetaan Historian ja tulevaisuuden museo ja Linnanpuistoa laajennetaan rantaan asti ulottuvaksi.



Lähteet:

Catella Oy, Markkinakatsaus, kevät 2021

[Turun kaupunki – Aninkainen](#)

[Turun kaupunki – Ratapiha](#)

[Turun kaupunki – Turun uusi Kauppatori](#)

[Turun kaupunki - Linnanniemi](#)

[Turun kaupunki - Turun Tiedepuisto](#)

Työn taustaa

Raitiotiehanke

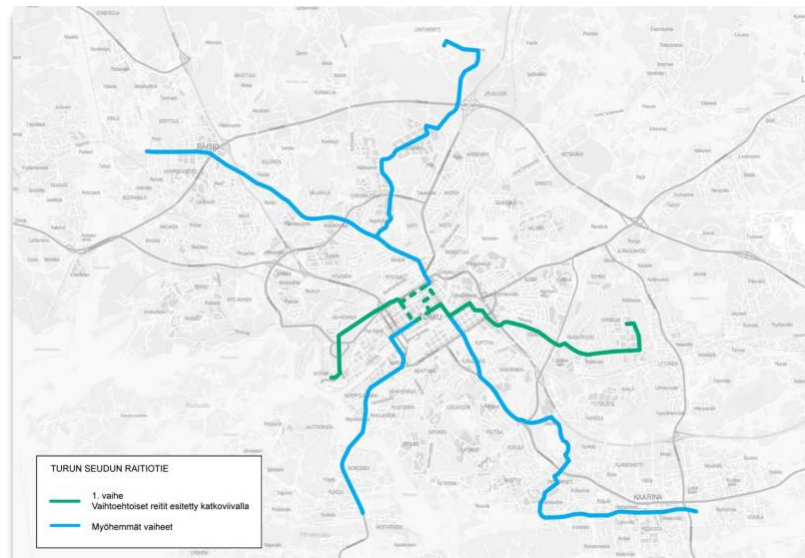
Turun raitiotien suunnittelua jatketaan laatimalla Tiedepuiston ja Sataman linjojen yleis- ja toteutussuunnitelmat. Linjat kytkävät yhteen Turun merkittävimmät kaupunkikehityshankkeet Tiedepuiston, keskustan kehittämisen sekä Linnakaupungin.

Joukkoliikenneratkaisulla on Turun kaupungille ja kaupunkiseudulle suuri strateginen merkitys. Ratkaisu määrittää kaupunkiseudun kehitystä vuosikymmenien päähän. Se yhdistyy kaupungille tärkeisiin strategiaan tavoitteisiin ja hankkeisiin kuten Tiedepuistoon, keskustan kehittämiseen ja Tunnin junaan. Se toteuttaa kaupungin ilmastotavoitteita muuttamalla kulkutapajakaumaa ja tiivistämällä kaupunkirakennetta.

Raitiotieprojekti on laaja ja pitkäkestoinen hanke, jonka läpiviemistä varten perustetaan oma erillinen hankeyhtiö. Hankeyhtiö laatii toteutussuunnitelman välille Varissuo - Tiedepuisto - Kauppatori.

Yleis- ja toteutussuunnitelmien rinnalla laaditaan tarvittavat asemakaavanmuutokset ja katusuunnitelmat. Suunnitelmien perusteella syntyy hankkeen lopullinen kustannusarvio investointipäätöstä varten.

Yleis- ja toteutussuunnitelmien valmistumisen jälkeen kaupunginvaltuusto voi tehdä raitiotien rakentamisesta investointipäätöksen.



Lähde: [Turun kaupunki - Raitiotie](#)

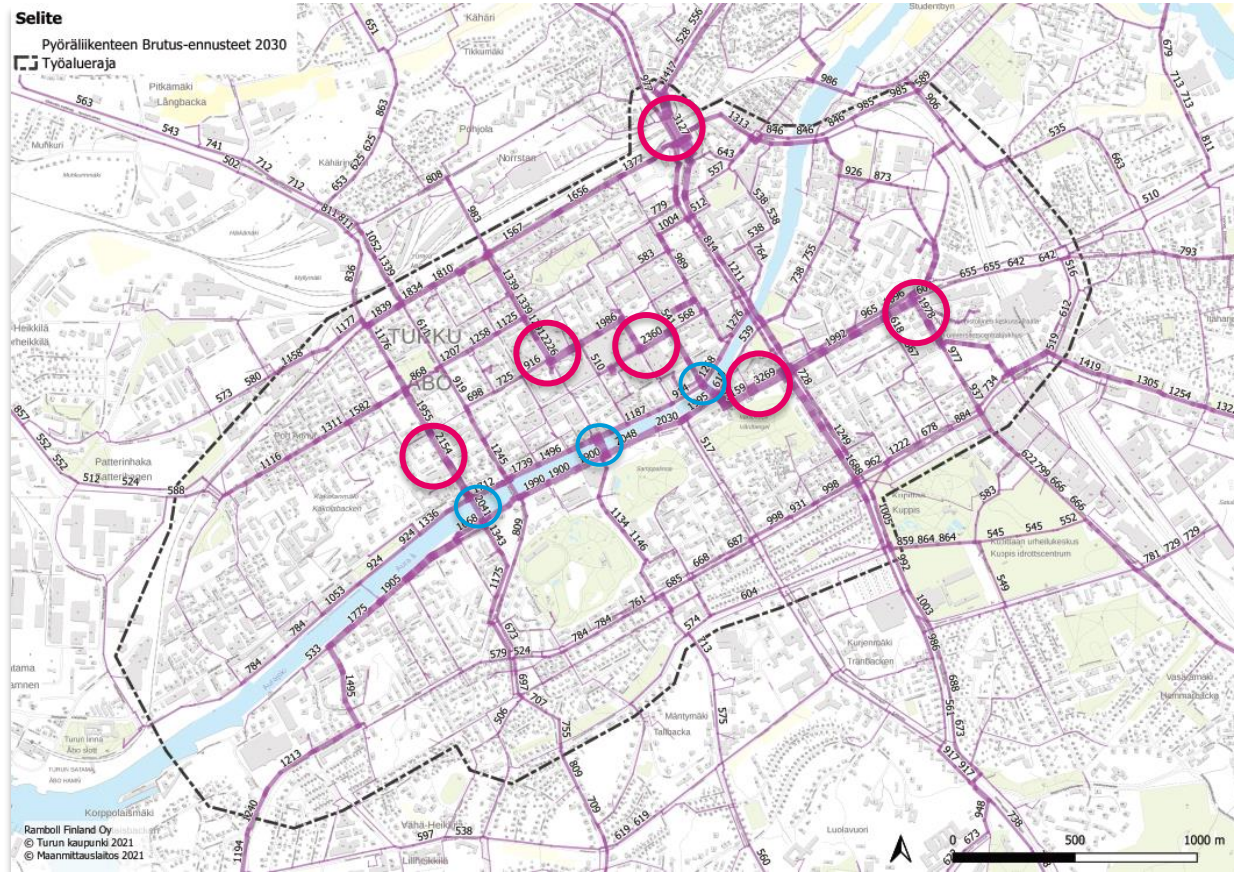
Työn taustaa Pyöräliikenteen kysyntäennuste verkolla

Pyöräliikenteen määriä liikenneverkolla on mallinnettu Turun yleiskaavatyön yhteydessä Brutus-simulointimallilla. Viereisessä kuvassa on vuoden 2030 keskimääräisen vuorokauden kysyntäennuste, joka ottaa huomioon yleiskaavan mukaisen maankäytön ja tie- ja katuverkon kehittämisenäkymät.

Liikenne-ennusteen mukaan **Aurajoen ylittävät sillat** tulevat pysymään pyöräliikennemääriltään suurimpina.

Muut suurimmat pyöräliikenteen väylät liikennemäärittäin:

- Hämeenkatu (3269)
- Aninkaistenkatu (3127)
- Eerikinkatu (2360)
- Humalistonkatu (2226)
- Puistokatu (2154)
- Lemminkäisenkatu (1978)



Lähde: Turun pyöräliikenteen verkkosuunnitelma

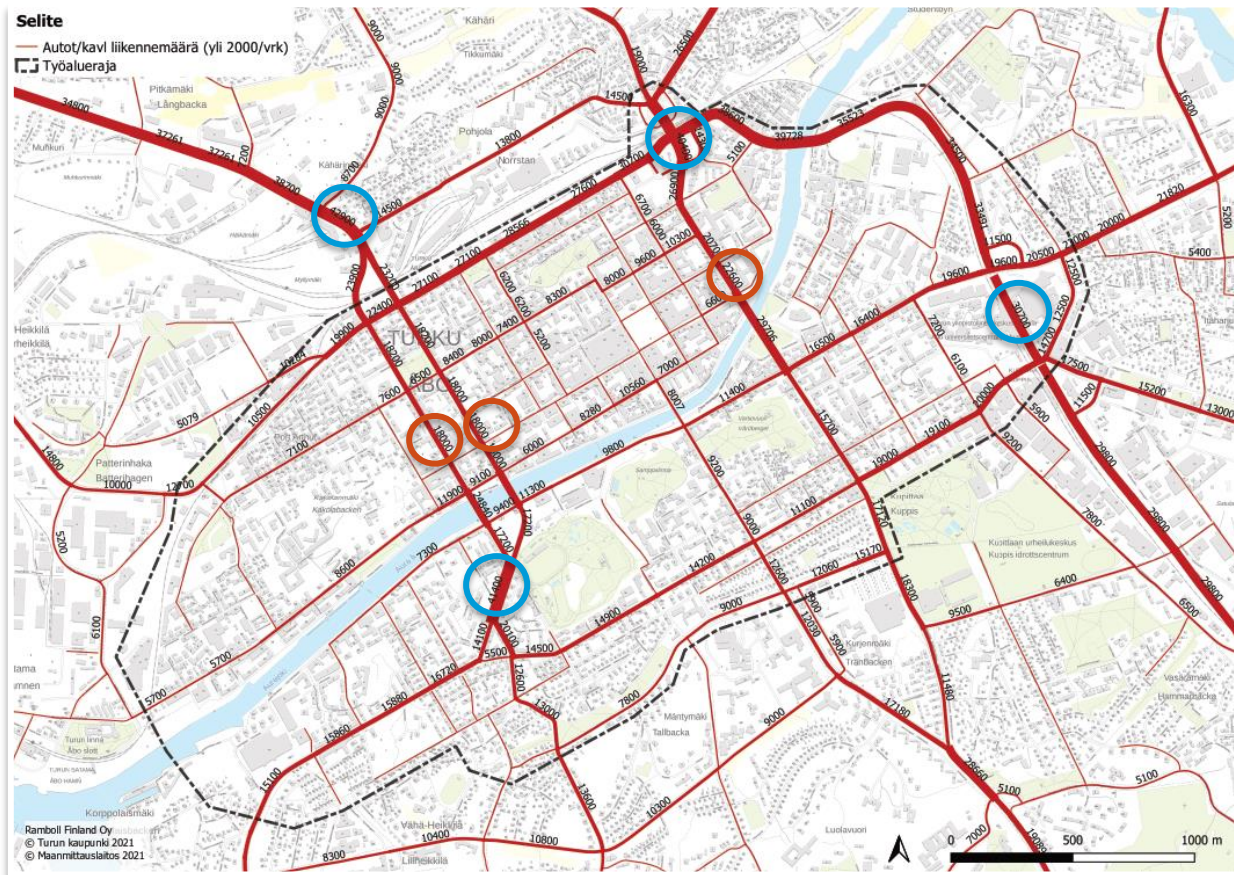
Työn taustaa

Autoliikenteen määrät

Autoliikenteen suurimmat keskimääräiset arkuvuorokauden liikennemäärät sijoittuvat Aurajoen pohjoispuolella E8-tietä (**42 900**) pitkin Koulukadulle, Puistokadulle ja Ratapihankadulle sekä Helsingin valtatie ja Aninkaistenkadun liittymään (**40 400**).

Etelänpuoleisista sisääntuloväylistä suurimmat liikennemäärät ovat Martinkadulla (**41 400**) ja Helsingin valtatiellä (**30 700**).

Keskustan läpäisevistä pääkaduista **Koulukatu**, **Puistokatu** ja **Aninkaistenkatu** ovat moottoriajoneuvoliikenteen määriltään vilkkaimmat (**18–23 000**).



Lähde: Turun pyöräliikenteen verkkosuunnitelma

Työn taustaa

Keskustan läpiajoliikenne

Tuomiokirkkosillan kautta kulkevaa Turun keskustan läpiajoliikennettä tutkittiin 14 mittausasemalla elo-syyskuussa 2021.

Mittausjaksolla Tuomiokirkkosillan liikennemäärä oli noin 25 000 ajoneuvoa vuorokaudessa. Tutkimuksen mukaan noin 20 % sillan kokonaisliikenteestä oli ns. välikehän ulkopuolelta saapuvaa keskustan läpiajoliikennettä.

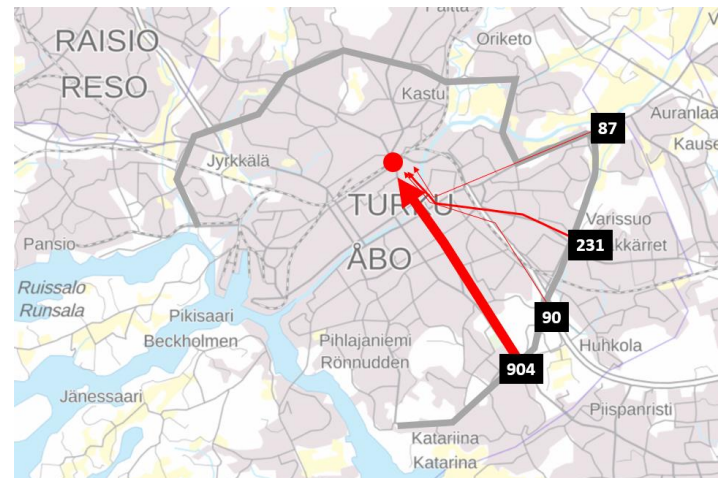
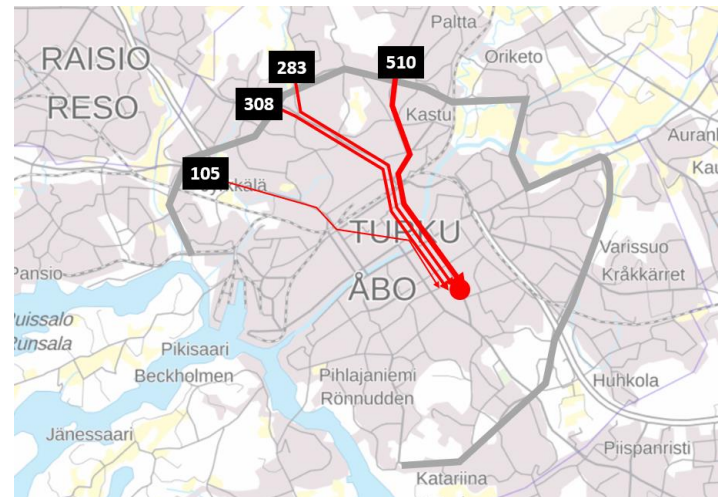
Hämeenkadun ja Uudenmaankadun risteuksen autoliikenteestä noin 56 % oli läpiajoa Tuomiokirkkosillan kautta Aninkaistensillalle.

Tuomiokirkkosillan ylittävistä autoista noin 50 % oli rekisteröity muualle kuin Turkuun ja niistä 27 % Turun seutukunnan ulkopuolelle. Mittauspisteiden liikenteestä 90 % oli henkilöautoliikennettä.



Lähde:

Tuomiokirkkosillan läpiajoliikenne, Nodeon Finland, 2021



Kuva: Läpiajoliikenteen keskimääräinen automäärä/vrk välikehän ulkopuolisilla mittauspisteiltä Tuomiokirkkosillan kautta Uudenmaantulliin tai Aninkaistentulliin.

Työn taustaa

Mistä alueelle saavutaan pyörällä?

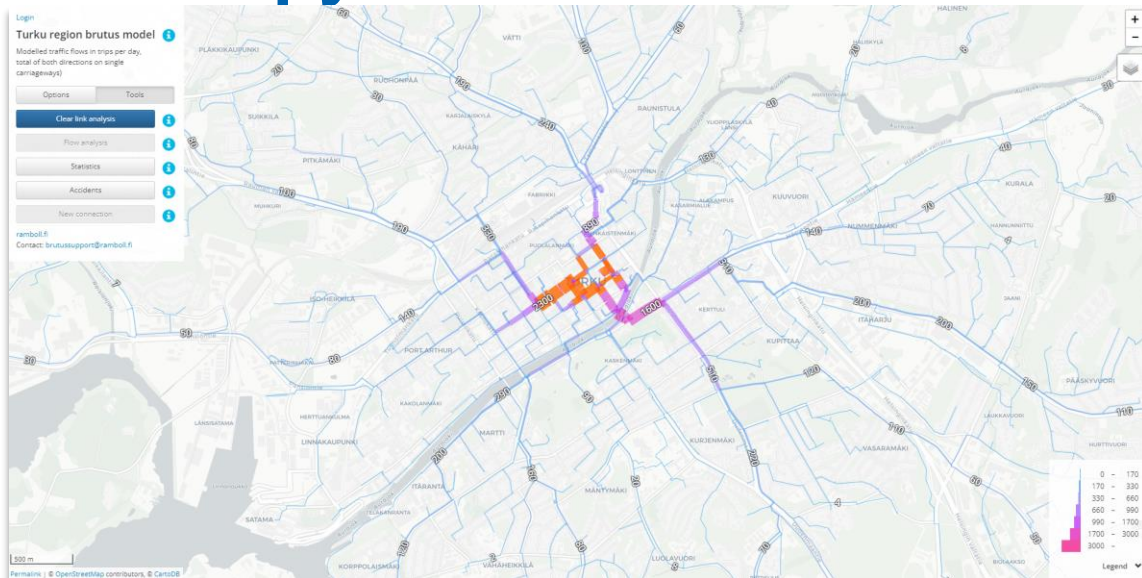
Oheisessa kuvassa on esitetty Brutus-liikennemalliin pohjautuva pyörämatkojen linkkianalyysi Turun keskustan keskeisimmiltä ostoskaduilta. Linkkianalyysi ilmoittaa arvioidut päivittäiset matkamäärät, jotka tehdään kyseisten linkkien kautta (vuoden 2016 tilanne).

Liikennemallissa on yhdistetty HLT henkilöliikennetutkimuksen kyselyaineistoja ja YKR-aineistoa, joiden pohjalta malli muodostaa arvion matkojen tarkoituksesta ja ikäjakaumasta.

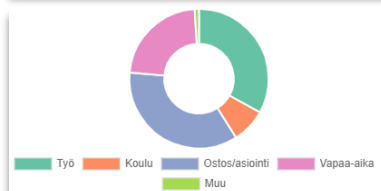
Keskustan linkkien kautta kulkevien pyörämatkojen päätarkoitukset ovat ostos- ja asiointimatkat (35 %), työmatkat (33 %) ja vapaa-ajan matkat (23 %).

Linkkien kautta kulkevista matkoista 82 % on alle 5 km pituisia.

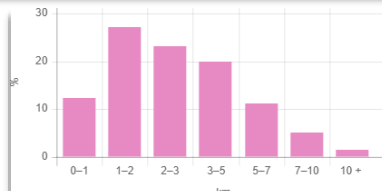
Ikäjakauman näkökulmasta merkittävimmän osan matkoista tekevät 18-29 -vuotiaat (35 %), 45-64 -vuotiaat (24 %) ja 30-44 -vuotiaat (20 %).



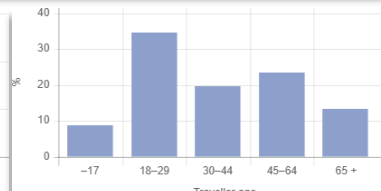
Lähde: Ramboll Turun seudun Brutus-malli



Matkojen tarkoitus



Matkojen pituusjakauma



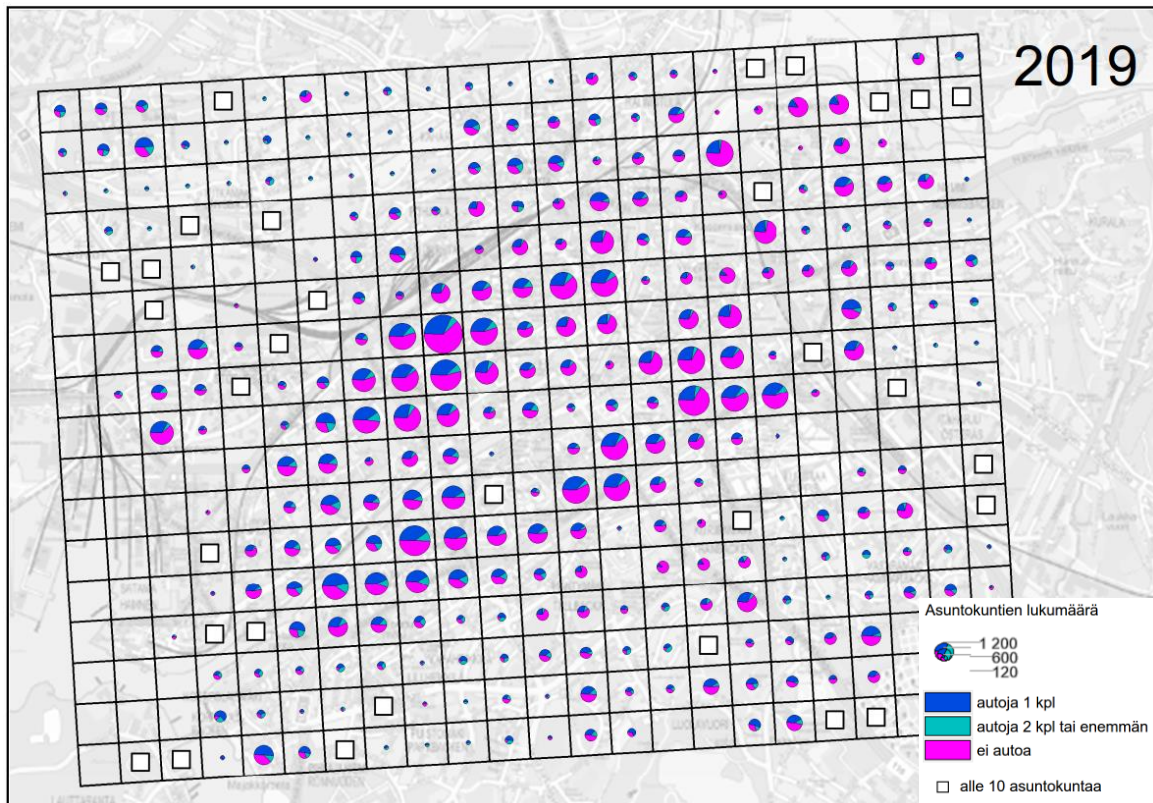
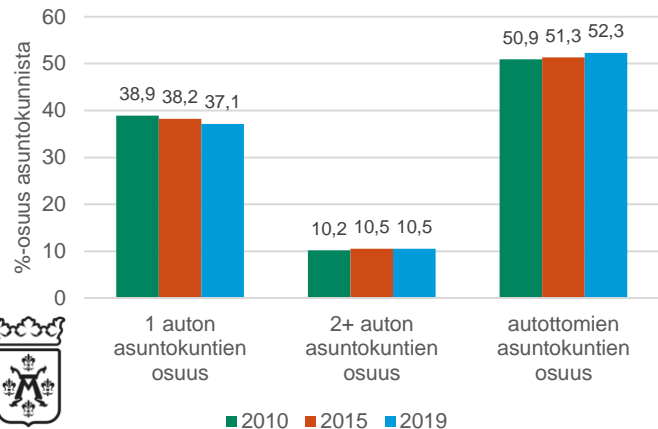
Matkustajien ikäjakauma

Työn taustaa

Asuntokuntien autonomistus Turun keskustassa

Vuonna 2019 Turun keskustan alueella asuntokunnista hieman yli puolet (52,3 %) oli autottomia. Autottomien asuntokuntien osuus Turun keskustan alueella on kasvanut hieman (+1,4 %) tarkastelujakson 2010-2019 aikana. Auton omistavien asuntokuntien määrä on laskenut vastaavalla suhteella.

Asuntokuntien autonomistus Turun keskustassa 2010-2015-2019



Kuva: Asuntokuntien autonomistus Turun keskustassa 2019

Lähde: YKR/SYKE, TK 2010, 2015 ja 2019

Työn taustaa

Pysäköinti Turun keskustassa

Turun kaupallisen keskustan alueella on useita pysäköintipaikkoja niin parkkihalleissa ja -alueilla kuin myös kadunvarsilla. Alla on esitetty pysäköintipaikkojen määrä parkkihalleissa:

- Hansakortteli: 162
- Eskeli: 50
- Julia: 260
- Kivikukkaro: 216
- Louhi: 608
- P-Centrum: 88
- Puutori: 100
- Scandic Plaza:42
- Toriparkki: 620
- Wiklund: 120



Lähteet:

[Turku Center, pysäköintipaikat Turun keskustassa](#)
[Turun kaupunki, parkkihallit](#)

Pysäköintipaikat Turun keskustassa



Kuva: Pysäköintipaikat Turun keskustassa

2. Kaupan ja keskustojen trendit



Kuva: Turun kaupunki, Arto Takala

Kaupan ja keskustojen trendit

Mikä on kaupan tulevaisuus?

Suomen kaupoista voi kadota 40 prosenttia kymmenessä vuodessa, ennustaa Kaupan liitto

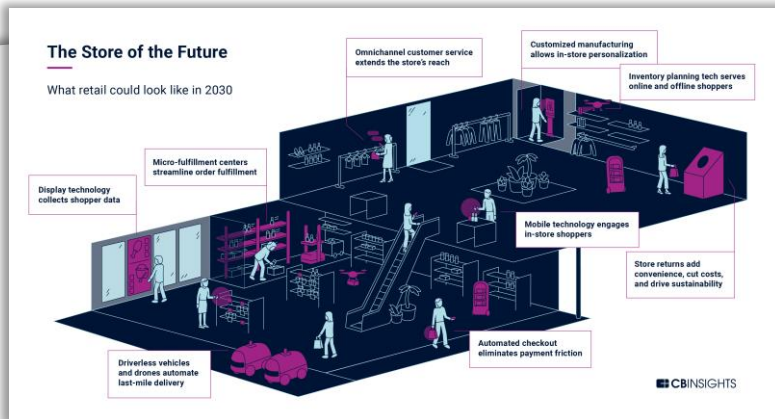
5.8.2019 11:37 | päivitetty 5.8.2019 13:16

KAUPPA KANSANTALOUS



KUVA: FRIEDEMANN VOGEL

Seuraavien kymmenen vuoden aikana kaupan alan yritysraenteessa ja yritysten määrässä tapahtuu suuria muutoksia, jotka heijastuvat myös työllisyyteen, Kaupan liitto ennustaa.



We can't rely on shops to revive our town centres. They need a new magnet

Simon Jenkins



High street shops cannot survive the death blow of online retail. But there are ways to make town centres come alive again



Illustration: Nate Kitch



Lähteet:

[CB Insights - The Store Of The Future: What Retail Could Look Like In 2030, 21.7.2021](#)

[The Guardian - We can't rely on shops to revive our town centres. They need a new magnet, 12.12.2019](#)

[Kauppalehti - Suomen kaupoista voi kadota 40 prosenttia kymmenessä vuodessa, ennustaa Kaupan liitto, 5.8.2019](#)

Kaupan ja keskusten trendit Toimintaympäristön muutos

Yritysten ja toimialojen toimintaympäristö on jatkuvassa muutoksessa, mikä tulee huomioida yritysvaikutuksia ja niiden merkitystä arvioitaessa. Viime vuosien aikana on keskusteltu hyvin paljon keskusten elävyydestä, kun kuluttajien ostovoimasta ja ajasta kilpailevat toisaalta keskustan ulkopuoliset kauppakeskukset (esim. Skanssi ja Mylly) sekä toisaalta yhä enenevässä määrin myös verkkokauppa.

Verkkokaupan kasvu ja kuluttajakäyttäytymisen muutos on muokannut vilkkaimpien kauppakatuja ja kauppakeskusten tarjontaa viime vuosina. Voimakkaimmin murros näkyy muodin ja asusteiden kaupassa, jossa verkkokaupan vaikutus on suurin: useita perinteikkäitä liikkeitä on suljettu keskeisilläkin paikoilla, ja ketjuliikkeiden käyttämän tilan määrä pienenee, kun fyysisten myymälöiden osuus kokonaisymyynnistä laskee. Yhä suurempi osuus liikkeistä on erilaisten palvelujen käytössä. Etenkin kahviloiden ja ravintoloiden tarjonta on kasvanut voimakkaasti kauppakeskuksissa ja muilla hyvillä liikepaikoilla.

Elävät Kaupunkikeskustat ry:n elinvoimalaskennan mukaan Turun keskustan elinvoimavoimaluku on heikentynyt vuodesta 2017 lähtien, johtuen lauantaisin palvelevien kauppojen ja ravintoloiden määrän vähenemisestä sekä tyhjiä liikkeiden lisääntymisestä. Vuoden 2021 aikana keskustan elinvoima on kääntynyt nousuun.

Korona-pandemia on entisestään voimistanut huolta keskusten tulevaisuudesta ei pelkästään kaupan vaan myös työnteon paikkoina; mikäli työskentely tapahtuu entistä laajamittaisemmin etätyönä, on tällä väistämättä vaikutusta toimistokiinteistöjen tulevaisuuteen ja toisaalta esim. keskustan kaupallisten palveluiden (mm. lounasravintolat) kysyntään.

Lähteet:

[HS - Suomen pääkatu surkastuu, 2.8.2020](#)

[HS - Stockmann myi yhä tappiolla – myynnistä jo lähes kolmasosa oli verkkokauppa, 24.7.2020](#)

[HS - Kaupan liitto: Lähes puolet kauppoista uhkaa kadota vuoteen 2030 mennessä, 5.8.2019](#)

[Turku - Turun keskustan elinvoima elpyy, 28.5.2021](#)

[EKK - Kaupunkikeskusten elinvoiman vuosijulkistus 28.5.2021](#)



Suomen pääkatu surkastuu

Helsingin ja koko Suomen historiallisesti merkittävimmällä arvokeruunusten ja liike-elämän Aleksanterinkadulla monet kaupalliset ovat vaikeuksissa tai lopettaneet. Hämmentävätkö ikuisen joulun valot lopullisesti?



28.05.2021

Turun keskustan elinvoima elpyy

Turun keskustan elinvoima on kääntynyt hienoiseen nousuun viimeisen vuoden aikana. Keskimäärin keskustojen elinvoimaluku laski 2,9 prosenttia, mutta Turussa se nousi 3,8 prosentilla. Tiedot perustuvat 32 kaupungin vuosittaiseen elinvoimalaskentaan.



Elävät Kaupunkikeskustat ry:n elinvoimalaskennassa seurataan kauppojen, ravintoloiden ja tyhjiä liikkeiden määrää. Turku on ollut mukana vuositulossa seurinnassa vuodesta 2016 alkaen. Uusimmat Turun keskustan tiedot kerättiin huhti-toukokuussa 2021.

Turun keskustan elinvoimaluku on 3,33. Pidemmän, viimeisen kolmen vuoden aikavälin tarkastelussa, Turun keskustan elinvoimaluku ja tiivisyys ovat heikentyneet, mikä johtuu lauantaisin palvelevien kauppojen ja ravintoloiden määrän vähenemisestä sekä tyhjiä liikkeiden lisääntymisestä. Viimeisen vuoden aikana keskustan elinvoima on kuitenkin kääntynyt nousuun, mikä on hyva saavutus muutostöiden keskellä ja poikkeukselliseen korona-aikaan.

Talous | Osavuositarkastukset

Stockmann myi yhä tappiolla – myynnistä jo lähes kolmasosa oli verkkokauppa

Index teki voittoa, jonka tavaratalojen tappiot söivät.



Kaupan liitto: Lähes puolet kaupoista uhkaa kadota vuoteen 2030 mennessä

Kaupan liitto varoittaa ostoskeskusten muuttumisesta ulkomaiden ketjujen jakelukanaviksi.

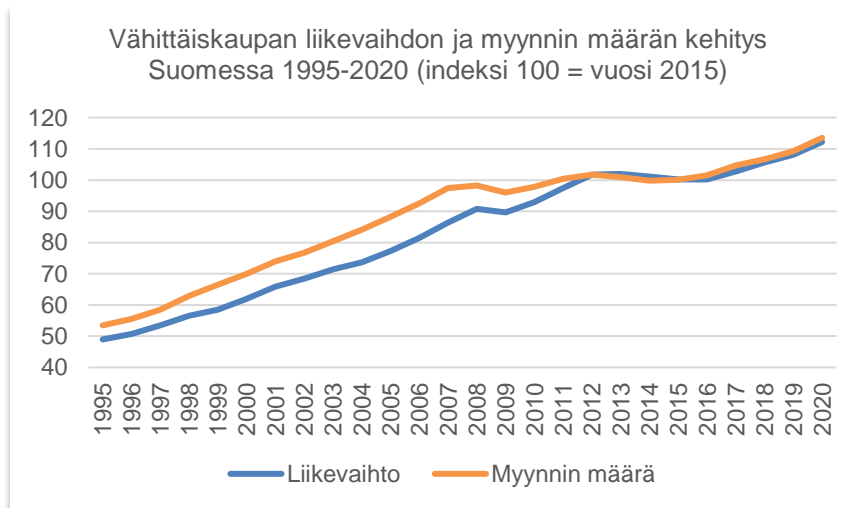
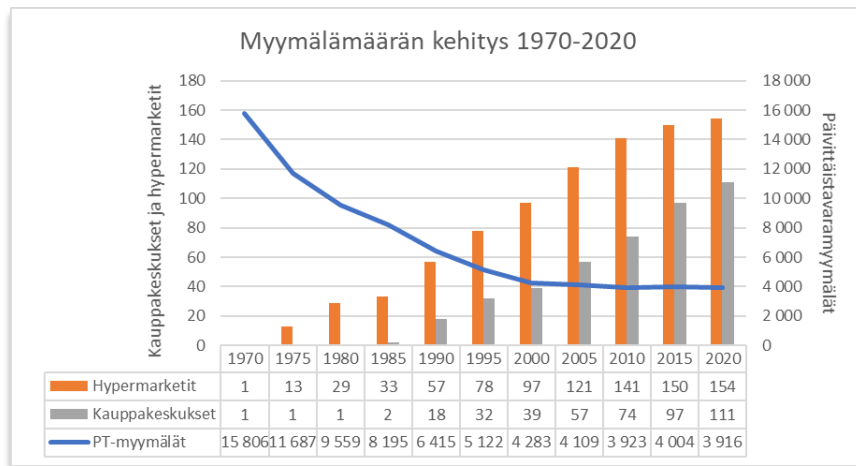


Kaupan ja keskustojen trendit

Kauppojen lukumäärä ja liikevaihto

Vähittäiskaupan rakenne on keskittynyt ja ketjuuntunut voimakkaasti. Suuryksiköiden määrä (kauppakeskukset, hypermarketit) on kasvanut ja vastaavasti pienempien myymälöiden määrä on laskenut. Erityisesti 2010-luvulla trendi on kuitenkin tasoittunut ja eräänlaisena vastatrendinä on havaittavissa erityisesti hyvän pt-valikoiman supermarket-kokoluokan myymälöiden merkityksen kasvu sekä toisaalta hiljaisena signaalina pienempien paikallisten lähipalveluiden paluu kaupunkien katukuvaan (esim. pienemmät liha- ja kalaliikkeet sekä leipomot).

Kauppa on ollut laajemminkin voimakkaassa rakennemuutoksissa vuodesta 2008 lähtien. Rakennemuutoksen käynnisti kansainvälinen taantuma, minkä jälkeen rakennemuutosta ovat jatkaneet teknologinen kehitys (verkkokauppa) sekä kulutuskäyttäytymisen muutos. Vähittäiskaupan liikevaihtoindeksi kasvoi 1995-2008 noin 4,6 % vuosittain mutta vuosien 2008-2016 välillä keskimäärin vain 1,6 % vuosittain mutta vuosien 2017-2020 välillä liikevaihto on jälleen kasvanut noin 2,8 % vuosittain.



Kaupan ja keskustojen trendit

Verkkokaupan kehitys ja palvelujen digitalisaatio (1/2)

Vuonna 2020 suomalaisten niin kotimaasta kuin ulkomailta tekemien digiostojen nettoarvo ylsi 5,1 miljardiin euroon. Vuonna 2020 arviolta 4,1 miljoonaa suomalaista kuluttajaa teki verkkokauppaostoksia. Koronapandemian myötä aiempaa suurempi osa verkko-ostoksia tekevästä ihmisistä osti myös elintarvikkeita verkosta. Suomessa 11 % ja Espanjassa jopa 30 % sellaisista verkko-ostajista, jotka eivät olleet tehneet elintarvikkeistoja verkosta aiemmin, tekivät niitä pandemian seurauksena.

Verkkokaupan kasvu on selkeästi nopeampaa kuin vähittäiskaupan keskimäärin. Verkkokaupassa yleisimmin ostettuja tuotteita vuonna 2020 olivat vaate- ja kenkätuotteet (54 %), kodinelektroniikka (48 %), kirjat ja äänikirjat (34 %) ja kosmetiikan tuotteet (31 %).



Lähteet:

Kaupan liitto, Statista

Postnord verkkokauppa Pohjoismaissa 2019

Postnord Ecommerce in Europe 2020

Suurimmilla digikaupan markkinoilla verkko-ostoksia tekevien osuus väestöstä kasvaa vahvasti

Verkko-ostoksia vuoden aikana tehneiden osuus väestöstä, %, sekä osuuden kasvu 2019–2020 ja 2020–2025, %-yksikköä



KAUPLAN LIITTO

Lähde: Statista, November 2020.

FINLAND

4.1

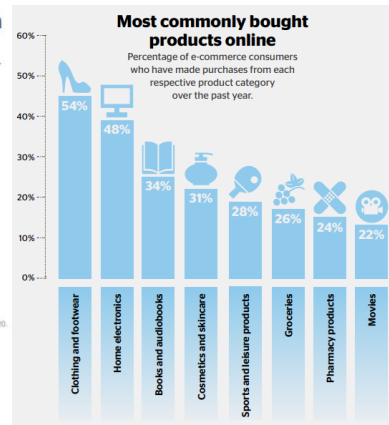
million consumers shop online

95%

Percentage of the population (15–79 years) that shops online

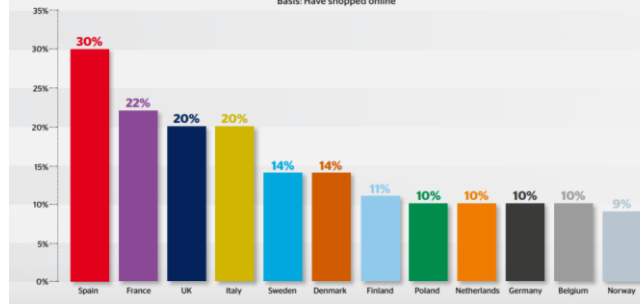
EUR 788

Estimated average spend per person per year



Percentage of shoppers who bought groceries online during the coronavirus pandemic who did not do so previously

Basis: Have shopped online



Kaupan ja keskusten trendit

Verkkokaupan kehitys ja palvelujen digitalisaatio (2/2)

Nettikauppa ja nettikaupan jakelu synnyttää uusia tarpeita liikkumiselle ja toimituksille (esim. dronejakelu, pakettiautomaatit, palveluteiset, kylmäsäilytys → tarve innovatiivisille last-mile -ratkaisuille ja smart-teknologian hyödyntämiselle). Koronapandemia on vahvistanut em. asiointiin ja toimituksiin liittyviä muutoksia.

Päivittäistavarakaupassa verkkokaupan osuus on voimakkaassa kasvussa. Päivittäistavarakaupassa digitalisaatio mahdollistaa myös mm. kaupat ilman henkilökuntaa sekä esim. robottijakelun.

Verkkokauppa ja sosiaalinen media on muuttanut kuluttajien ostokäyttäytymistä. Tuotetietojen ja hintojen vertailu verkkokauppojen sisällä on helppoa ja lisäksi erilaiset kolmannen osapuolen vertailu- ja koontisivustot ovat yleistyneet. Verkkokauppojen omat ja ulkopuoliset tuotearvostelut ja muut tukipalvelut ohjaavat kuluttajia tekemään valintoja ostettavien tuotteiden ja palveluiden suhteen. Sosiaalinen media on tullut osaksi tuotteiden ja palveluiden markkinointia verkkokaupassa.



Kaupan ja keskustojen trendit

Kaupankäynnin kokemuksellisuus

Kaupankäynnissä yhdistyvät erilaiset kokemukset ja elämykset. Kauppojen palvelutarjonta on kasvanut ja päivittäistavaramyymälöiden, kahviloiden ja vaateliikkeiden rinnalle on tullut erilaisia aktiviteetti- ja viihdepalveluita tarjoamaan lisäelämyksiä.

Palveluiden ja brändien kirjo on aiempaa monipuolisempi ja esimerkiksi kahvila- ja ravintolapalvelut voivat olla rakennettu yksittäisen tuotteen ympärille (mm. mehu- ja pirtelöbaarit). Vastaavasti myös päivittäistavarakauppojen sisällä yhdistyy aiempaa enemmän erilaiset palvelut ja tuotteet (mm. paistopisteet, mehupuristimet, sushi-/wok-/salaattipisteet).

Kaupoissa ja myymälöissä tapahtumat ja tilaisuudet tarjoavat kuluttajille mahdollisuuksia kokea tuotteita ja palveluita. Yritykset markkinoivat ja tarjoavat kokemuksia sosiaalisessa mediassa. Samaan aikaan erilaiset tapahtumat ja sosiaalinen media toimivat kanavina sitouttaa asiakkaita osaksi yrityksen toimintaa.

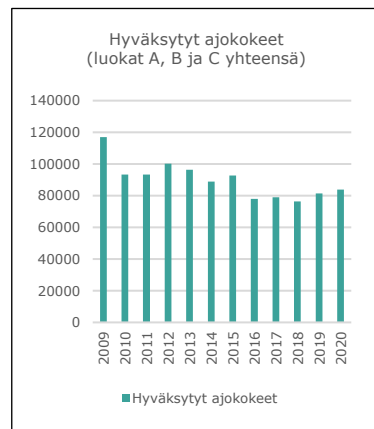
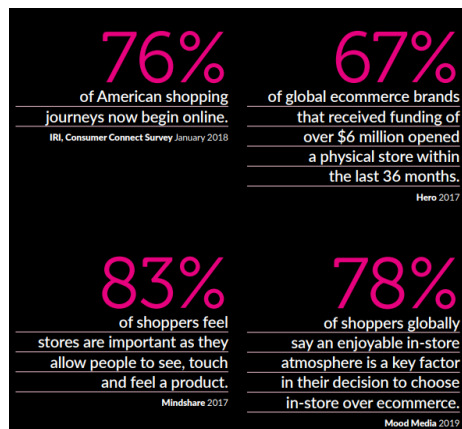


Kaupan ja keskustojen trendit

Kulutuskäyttäytymisen ja omistamisen muutos

Viime vuosina on noussut esiin tavaroiden kuluttamiseen liittyvää kuluttajavastaisuutta. Jakamistalous on tapa jakaa, lainata tai vuokrata tavaroita omistamisen sijaan. Vastaavasti palveluiden osuus bruttokansantuotteesta on ollut tasaisessa kasvussa jo vuosikymmeniä. Nämä vaikuttavat kulutuskäyttäytymiseen ja omistamiseen. Esimerkiksi ajokorttien suoritusmäärät ovat olleet laskussa ja samalla myös autottomien asuntokuntien määrä on ollut nousussa erityisesti isoissa kaupungeissa. Kulutuskäyttäytymisen ja omistamisen taustalla olevia tekijöitä ja muutoksia ovat mm.:

- Digitalisoituminen ja mobiiliapplikaatiot
- Kaupungistuminen ja kaupunkikulttuuri
- Materiaalisen elintason nousu
- Status- ja imagoasioiden tulkinnallisuuden muutos
- Toimeentulon pirstaloituminen, freelance-toiminta
- Liikenne ja liikkuminen (mm. Uber, Kyyti, yhteiskäyttöautot)
- Ravitsemuspalvelut (mm. Wolt, Foodora, ravintolapäivä)
- Asuminen ja tilankäyttö (mm. AirBnB, Lomarengas)
- Palvelut (mm. siivous- ja kunnossapitopalvelut, asiantuntijapalvelut)



Kaupan ja keskustojen trendit Työnteon murros

Koronapandemia on vauhdittanut siirtymistä etätöihin. Etätöitä teki noin 1,15 miljoonaa suomalaista (48 % työllisistä). He tekivät keskimäärin noin 70 etätöypäivää maalis-joulukuussa vuonna 2020.

Suomen Yrittäjien teettämän työelämägallupin mukaan etätöskentelyssä nähdään useita positiivisia vaikutuksia: työn itsenäisyys on kasvanut, työtyytyväisyys on lisääntynyt, oman työn hallinta on kasvanut, tuottavuus on parantunut, kiire on vähentynyt ja työmatkoihin kulunutta aikaa on säästynyt keskimäärin noin 50 minuuttia vuorokaudessa. Vastaavasti etätöiden aiheuttamia haasteita on ilmennyt työntekijöillä työn ja vapaa-ajan erottamisessa, nuorilla työn tukemisessa ja ohjaamisessa, sekä yrityksissä asiakasvirtojen vähentymisenä alueella työskentelevien ihmisten siirtyessä etätöihin.

Hybridityöskentelyn merkitys korostuu tulevaisuudessa, työtä tehdään vaihdellen työpaikalla, kotona tai vapaa-ajan asunnossa. Työskentelyn murros vaikuttaa myös organisaatioiden toimitilatarpeisiin niiden määrän, toiminnallisuuden ja sijainnin näkökulmasta.



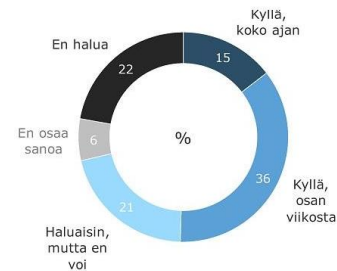
Lähteet:

[Suomen Yrittäjät, Työelämägallup 3.2.2021](#)
[STTInfo, Turun kauppakamarikysely 3.5.2021](#)

TYÖELÄMÄGALLUP

Haluaisitko tehdä etätöitä jatkossa?

Tammikuu 2021 (n=1 061)



Lähde: Kantar TNS, Työelämägallup, tammikuu 2021

3.2.2021 klo 10:30 | Tiedote

Työelämägallup: Yli 70 prosenttia haluaa tehdä etätöitä

TURUN
KAUPPAKAMARI

Kauppakamarikysely: Yli 80 prosenttia yrityspäätäjistä uskoo etätöiden lisääntymiseen ja yli 70 prosenttia digitalisaation vauhdittamiseen

3.5.2021 07:34:23 EEST | [Turun kauppakamari](#)

Kaupan ja keskustojen trendit

Yhteenvedo

Kaupan monikanavaisuus

Uudentyyppiset konseptit, joissa yhdistyvät verkkokauppa ja fyysinen myymälä sekä tuotteiden kokeilu testiympäristössä.



Elämys- ja vapaa-ajankonseptit kauppakeskuksissa ja keskustoissa

Esim. Helsingin Mall of Triplassa on mm. elokuvateatteri, musiikkimuseo, HopLop sekä lähes 70 kahvilaa ja ravintolaa.



Kulutuskäyttäytymisen muutos

Sosiaalinen media ohjaa valintoja ja nopeuttaa ostopäätöksiä. Kuluttajien tekemät vastuulliset valinnat. Jakamistalouden vaikutus omistamiseen ja kuluttamiseen.



Digitaalisuus ostopäätöksissä, myymäläympäristöissä ja keskustoissa

Virtuaaliset kauppapaikat, showroomit, suunnittelustudiot, Click&Collect, IoT, virtuaalielämä ja –kulutus, ostosten kotiinkuljetus, palveluteiset.

Keskustojen muuttuva rooli

Keskustat kehittyvät vapaa-aikaan, viihtymiseen, kaupunkikulttuuriin ja kohtaamisiin keskittyneinä paikkoina. Etä- ja hybridityöskentely tulee muuttamaan toimitilatarpeita keskustoissa. Rooli logistisena tavaroiden vaihtopaikkana pienenee. Tilojen ja ympäristöjen tilapäiskäyttö ja pop up -konseptit kasvavat.



3. Turun keskusta- alueen yritys- ja työpaikkarakenne



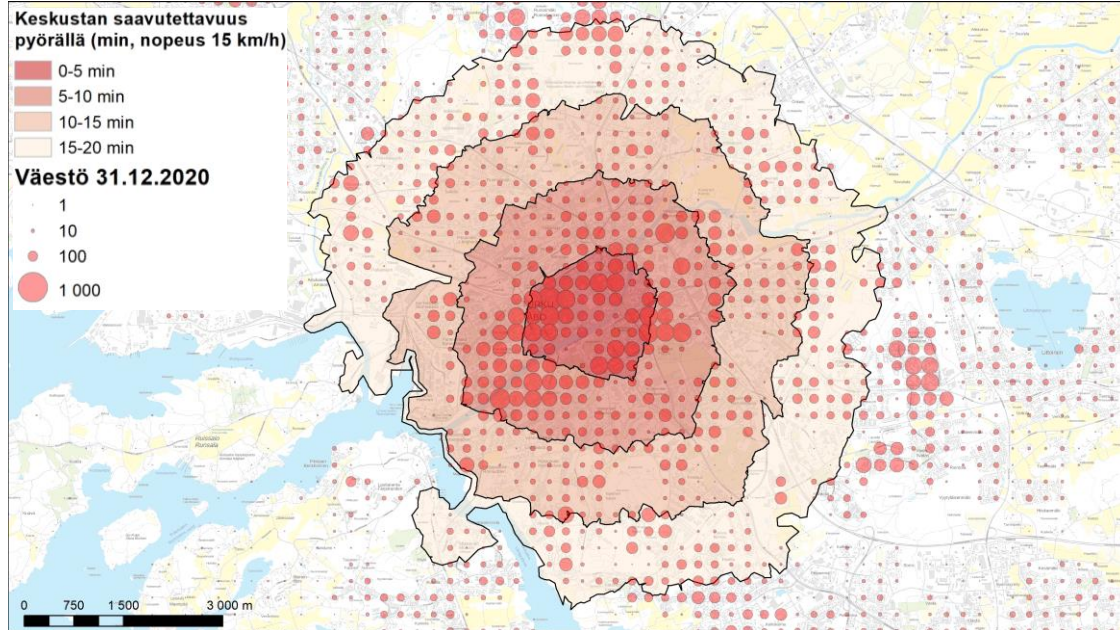
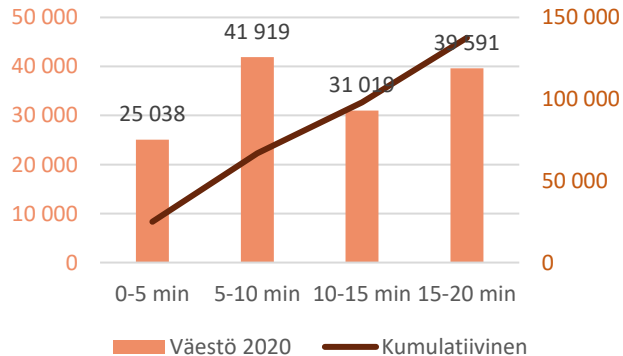
Kuva: Turun kaupunki, Arto Takala

Keskustan saavutettavuus

Saavutettavuus on laskettu Turun Kauppatorista nähten.

71 % turkulaisista asuu alle 20 min pyörämatkan etäisyydellä keskustasta.

Väestö saavutettavuusvyöhykkeittäin (pyöräily, min) vuonna 2020



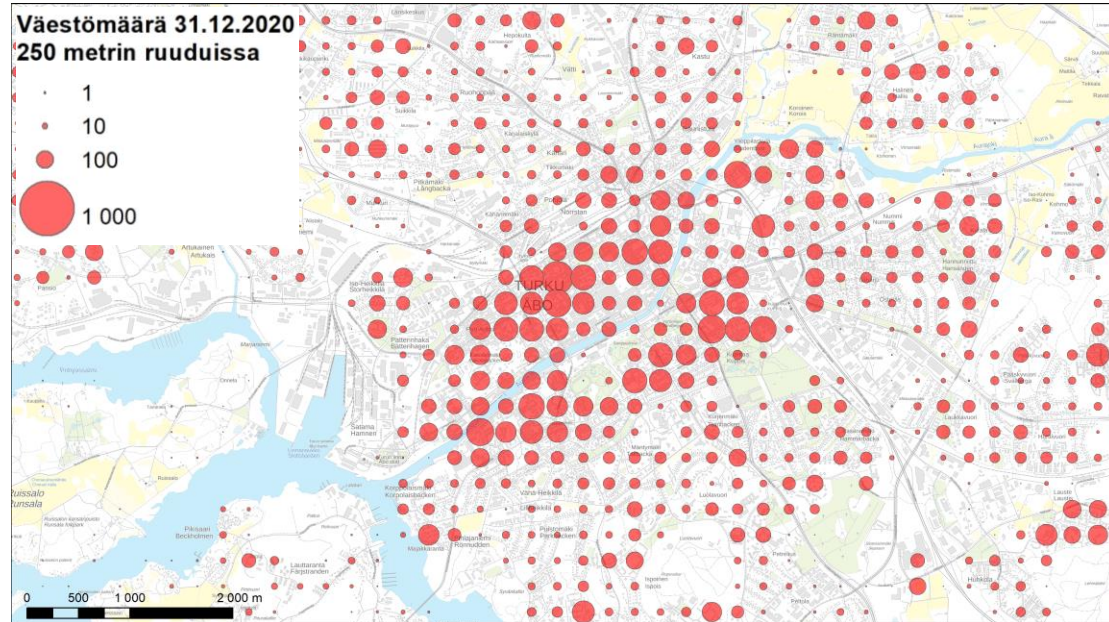
Lähde: Tilastokeskus, Ruututietokanta 2021; tie- ja katuverkko: OpenStreetMap

Väestö 2020

Turun väestömäärä vuonna 2020 oli noin 194 000 asukasta. Väestön keski-ikä oli 42,0 vuotta ja väestö jakautui ikäluokittain seuraavasti:

- Alle 15-vuotiaat 12,6 %
- 15-64-vuotiaat 66,5 %
- Yli 64-vuotiaat 20,9 %

Suurin osa väestöstä on keskittynyt Turun keskustaan Aurajoen varrelle ja Kupittaaalle. Keskustan ulkopuolella väestö on melko tasaisesti jakautunut aluekeskuksiin ja niitä ympäröiville alueille.



Lähde: Tilastokeskus, Ruututietokanta 2021



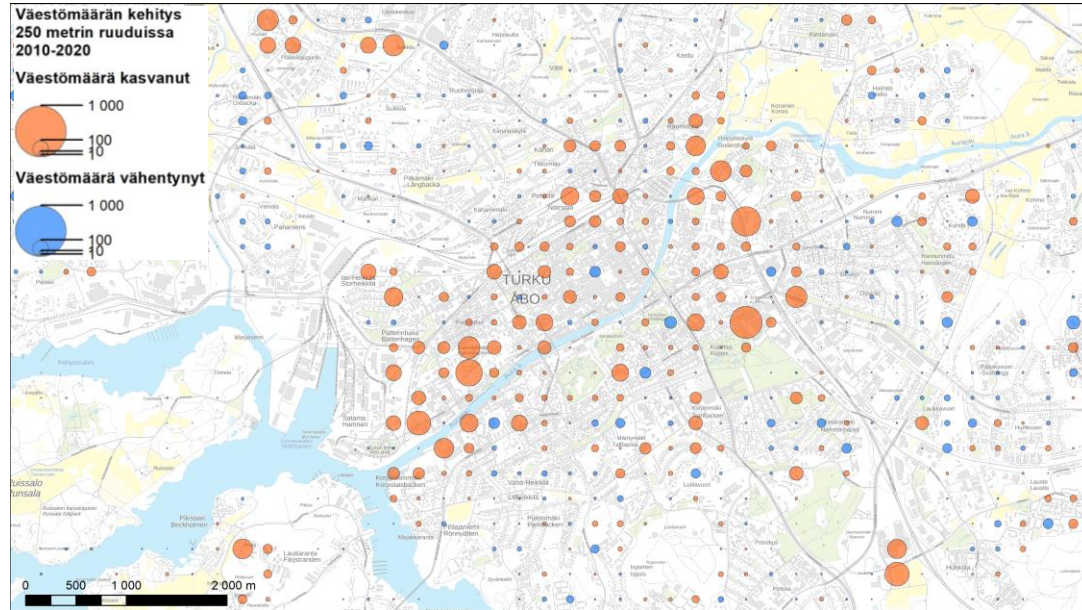
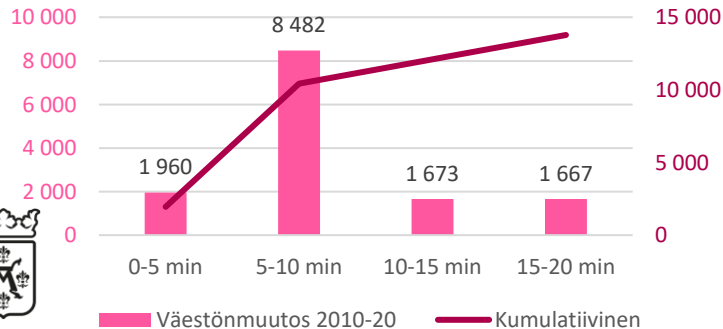
Väestömäärän muutos 2010-2020

Alle 20 minuutin pyörämatkan etäisyydellä keskustasta väestö on kasvanut noin 13 800 asukkaalla vuosien 2010-2020 välisenä aikana.

Koko Turussa kasvua on ollut vastaavalla ajalla 17 100 asukasta eli n. 81 % väestönkasvusta on tapahtunut alueella, josta keskusta helposti saavutettavissa.

Kaupunkia tiivistetään jatkossakin erityisesti keskustan lähikehällä, josta keskusta on helposti pyörällä saavutettavissa.

Väestömäärän muutos saavutettavuusvyöhykkeittäin (pyöräily, min) 2010-2020



Lähde: Tilastokeskus, Ruututietokanta 2021 ja 2011

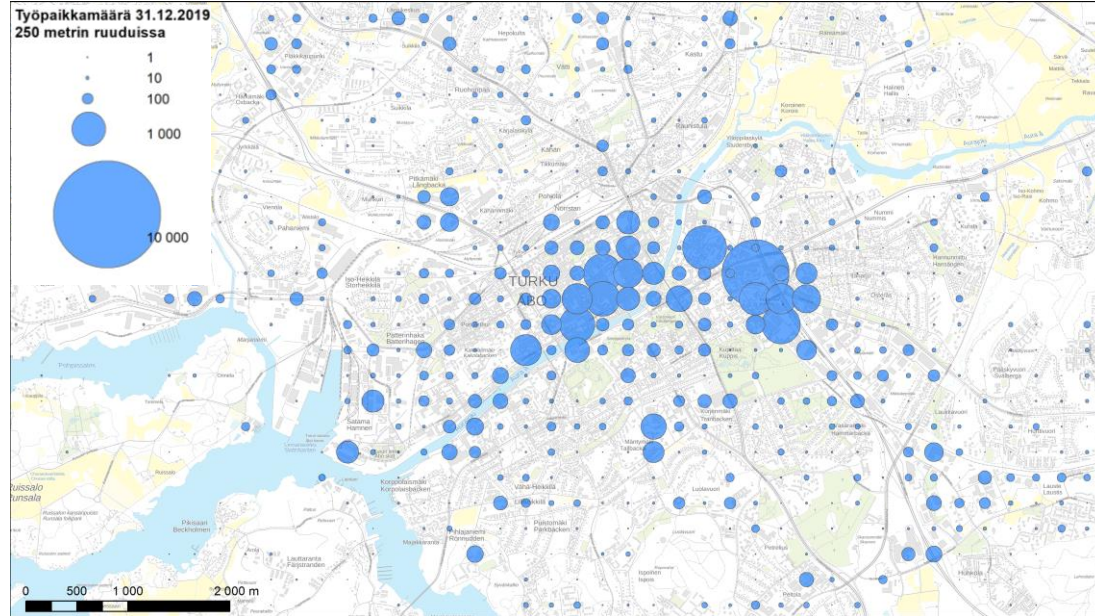
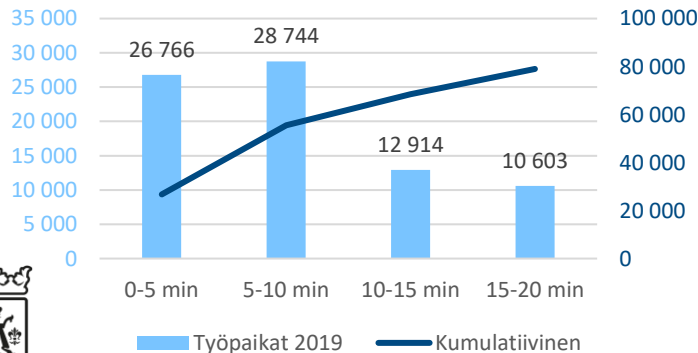


Työpaikat 2019

Turun keskeisimmät työpaikkakeskittymät sijaitsevat Turun ydinkeskustassa ja Kupittaaan alueella.

Alle 10 minuutin pyörämatkan päässä keskustasta sijaitsee n. 55 000 työpaikkaa ja 10-20 minuutin pyörämatkan etäisyydellä 23 000 työpaikkaa, joka tekee keskustasta potentiaalisen asiointikohteen myös keskustan ulkopuolella sijaitsevien työpaikkojen työntekijöille.

Työpaikat saavutettavuusvyöhykkeittäin (pyöräily, min) vuonna 2019

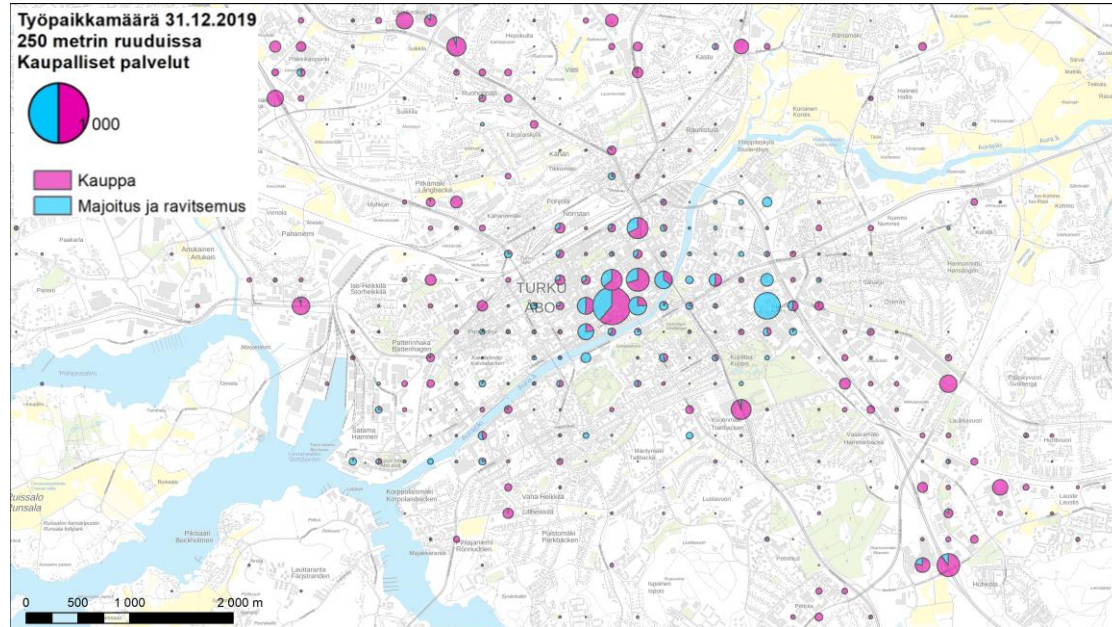


Lähde: Tilastokeskus, Ruututietokanta 2021

Kaupan ja palveluiden työpaikat

Suurin osa Turun majoituksen ja ravitsemuksen työpaikoista sijaitsee loogisesti keskustan alueella ja Kupittaalla. Kaupan työpaikoista merkittävä osa sijaitsee niin ikään keskustassa.

Keskustan ulkopuoliset kaupan, majoituksen ja ravitsemusalan työpaikat sijoittuvat kauppakeskittyymiin, kuten Skanssiin ja Länsikeskukseen sekä Kupittaan työpaikka-alueelle.

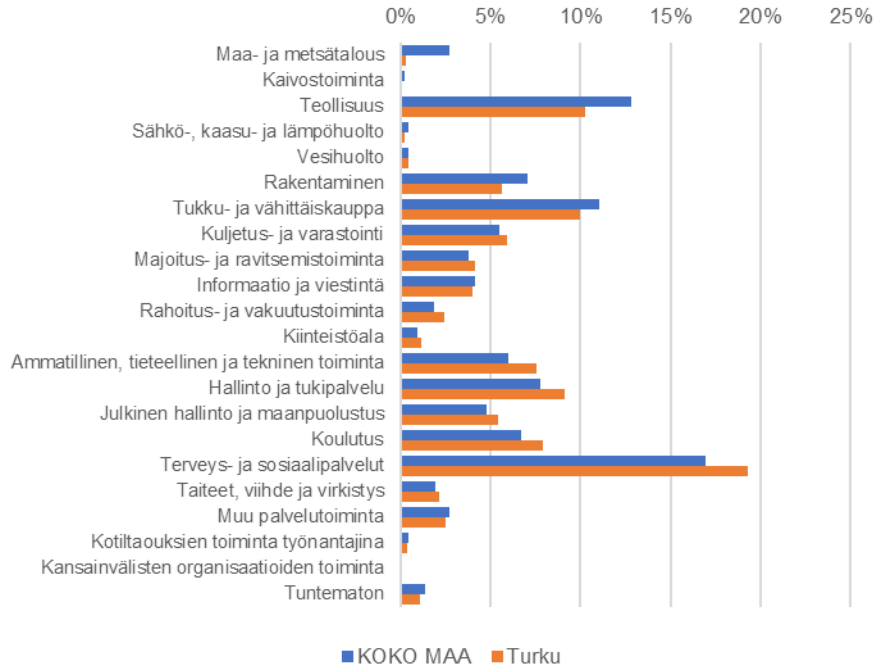


Lähde: Tilastokeskus, Ruututietokanta 2021



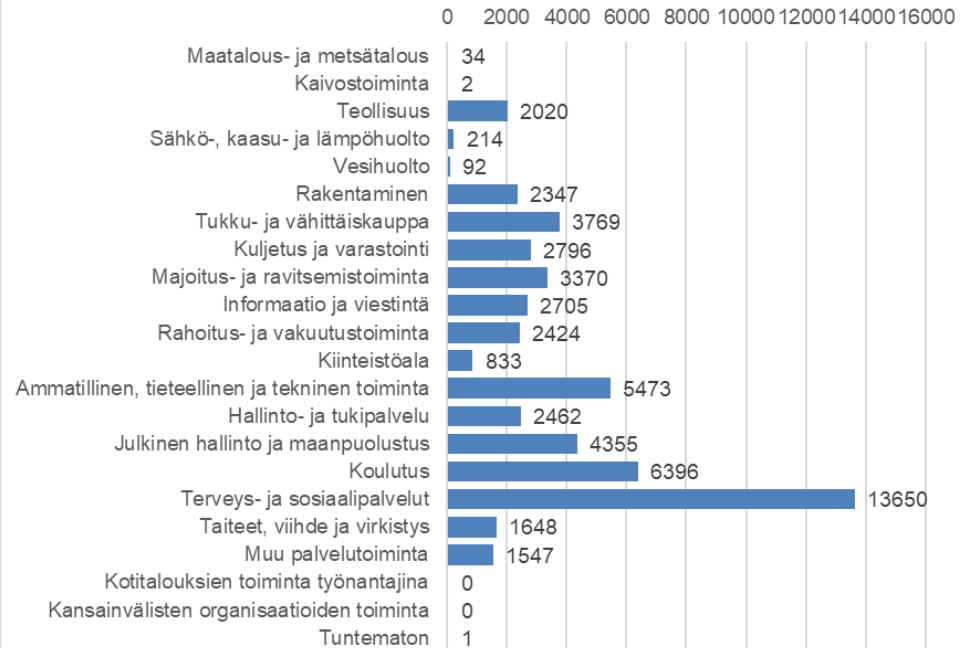
Turun työpaikkarakenne

Työpaikkojen suhteellinen osuus



Kuva: Työpaikkojen suhteellinen osuus toimialoittain Turussa ja koko maassa (2018)

Työpaikat 2018
Postinumeroalueet 20100, 20500, 20520, 20700, 20800 ja 20810 yhteensä



Kuva: Työpaikkojen lukumäärä toimialoittain postinumeroalueilla yhteensä (20100 Turku keskus, 20500 Vesilinna, 20520 Kupittaa, 20700 Vartiovuori-Samppalinna, 20800 Ammattikorkeakoulu ja 20810 Martti-Korppolaismäki)

Kaupan kysyntä Väestöennuste

Vähittäiskaupan ja palveluiden kehittymisen näkökulmasta tärkein tekijä on alueen väestönkasvu ja sen synnyttämä ostovoiman kasvu.

Tilastokeskuksen 2021 julkistaman väestöennusteen mukaan Turun väestömäärä tulisi kasvamaan vuoteen 2040 mennessä noin 211 000 henkilöön nykyisestä 196 000 henkilöstä (kasvua +7,8 %). Muualla Turun seudulla väestömäärän ennustetaan myös kasvavan noin 10 000 asukkaalla (+7,2 %) nykyisestä, väestömäärän ollessa noin 152 000 henkilöä vuoteen 2040 mennessä.

Tilastokeskuksen väestöennuste 2021-2040

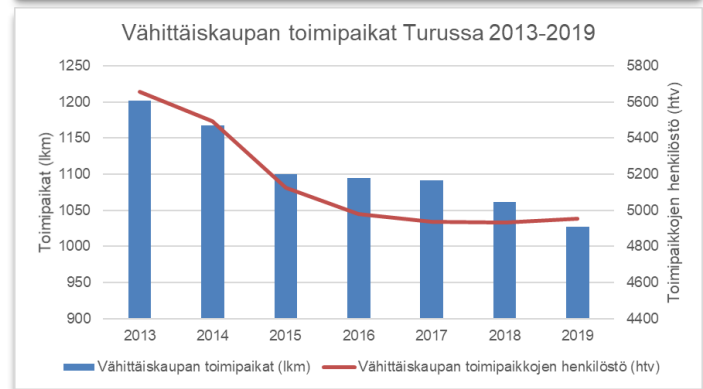
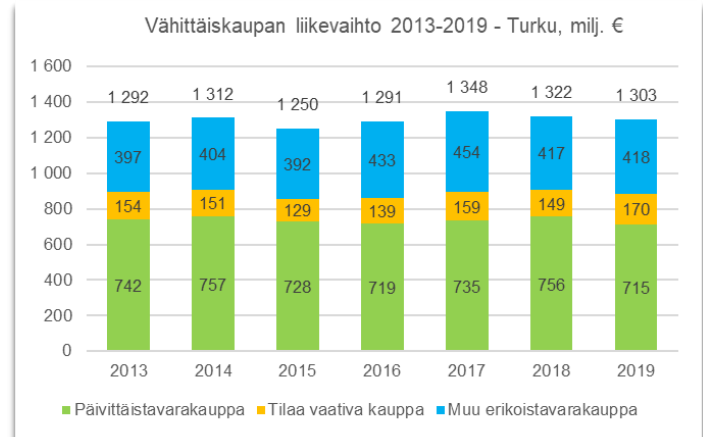


Vähittäiskaupan liikevaihto Turussa (1/2)

Turussa vähittäiskaupan kokonaisliikevaihdossa on esiintynyt pientä vaihtelua vuosittain, huippuvuoden sijoituessa vuodelle 2017, jonka jälkeen tapahtunut pienoista laskua vuoteen 2019.

Päivittäistavarakaupassa on ollut pientä laskua (-27 M€) mutta vastaavasti tilaa vaativan kaupan osuus (+16 M€) ja erikoistavarakaupan osuus (+21 M€) ovat kasvaneet verrattuna vuoteen 2013.

Vähittäiskaupan toimipaikkojen lukumäärä ja henkilöstömäärä Turussa ovat olleet laskusuunnassa vuosien 2013-2019 aikana.

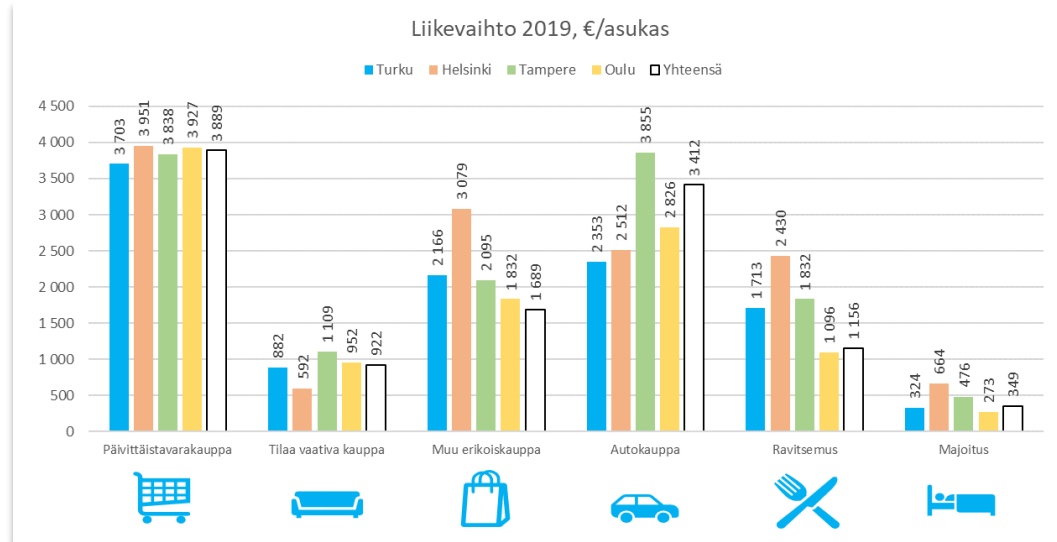


Vähittäiskaupan liikevaihto Turussa (2/2)

Oheisessa kaaviossa on kuvattu asukaslukuun suhteutettua liikevaihtoa toimialoittain vuonna 2019 Turussa, vertailukaupungeissa ja koko maassa yhteensä.

Turussa asukaslukuun suhteutettu liikevaihto on suurempi kuin koko maassa keskimäärin muun erikoiskaupan ja ravitsemuksen toimialoilla.

Koko maan tasolla tai hieman sitä pienempää liikevaihtoa Turussa on puolestaan päivittäistavara-kaupassa, tilaa vaativassa kaupassa, autokaupassa ja majoitustoiminnassa.



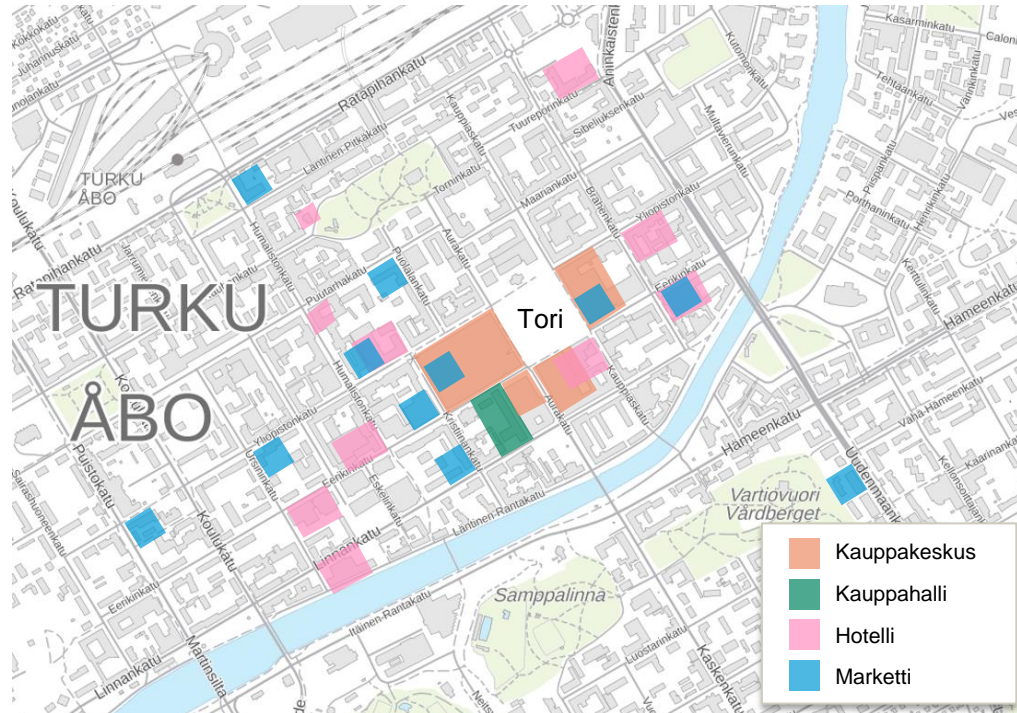
Kauppan ankkuritoiminnot

Oheisella kartalla on kuvattu Turun keskustan keskeisimpiä kaupallisia ankkuritoimintoja. Kauppatorin ympäristö on merkittävä liiketilojen keskittymä.

Kauppatorin ympärille sijoittuvat kauppakesuksista Hansakortteli, Forum Kortteli, KOP-kolmio ja Wiklundin tavaratalo.

Keskustan alueella sijaitsee useita hotelli- ja majoitusalan yrityksiä, jotka lisäävät keskustaan suuntautuvia asiakasvirtoja.

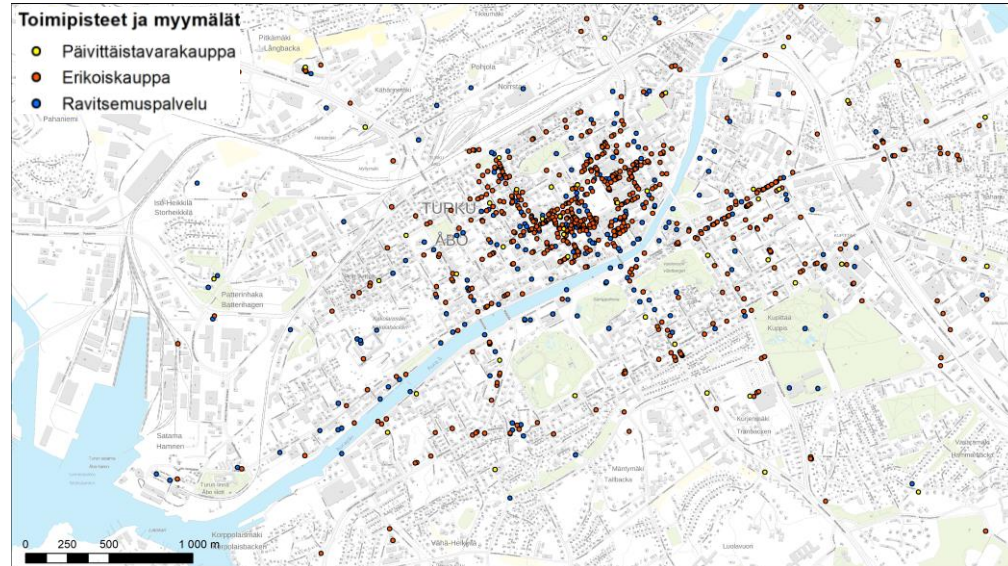
Turussa on merkittävä määrä liiketiloja kiinteistöjen kivijalkatiloissa keskustan katujen varsilla. Liiketilojen määrää ja sijaintia on kuvattu tarkemmin seuraavalla sivulla.



Kaupalliset toiminnot

Suurin osa Turun keskustan kaupallisista toimipisteistä ja myymälöistä sijoittuu Aurajoen pohjoispuolelle Kauppatorin, Hansakorttelin ja Wiklundin korttelin ympärille, sekä Linnankadulle ja Humalistonkadulle. Aurajoen eteläpuolella suurin osa toimipisteistä sijoittuu Hämeenkadun ja Kaskenkadun varrelle.

Toimipisteiden osalta erikoiskauppojen määrä ja merkitys korostuu, ravitsemuspalveluiden toimipisteiden jakautuessa tasaisemmin ympäri keskustaa.



Keskustan liiketilat

Keväällä 2019 Turun keskusta-alueella liiketiloja laskettiin olevan noin 1400 kappaletta. Näistä myös lauantaisin palvelevia yrityksiä on noin 55 %, vain arkisin avoinna olevia 32 % ja tyhjiä tai remontissa olevia 13 % kaikista liiketiloista. Pelkästään arkisin auki olevat yritykset on kartalla kuvattu sinisellä värillä.

Kauppojen ja ravintoloiden osuus liiketiloista Turun keskusta-alueella on ollut laskeva vuosina 2017-2020. Vuonna 2021 kauppojen ja ravintoloiden osuus nousi hieman vuoteen 2020 verrattuna. Ravintoloiden osuus on karkeasti noin kolmasosa kauppojen ja ravintoloiden yhteenlasketuista liiketiloista.

Tyhjien liiketilojen määrä on vastaavasti ollut kasvussa vuosien 2017-2020 välillä mutta vuoden 2021 tarkastelujaksolla tyhjien liiketilojen määrä on kääntynyt laskuun.

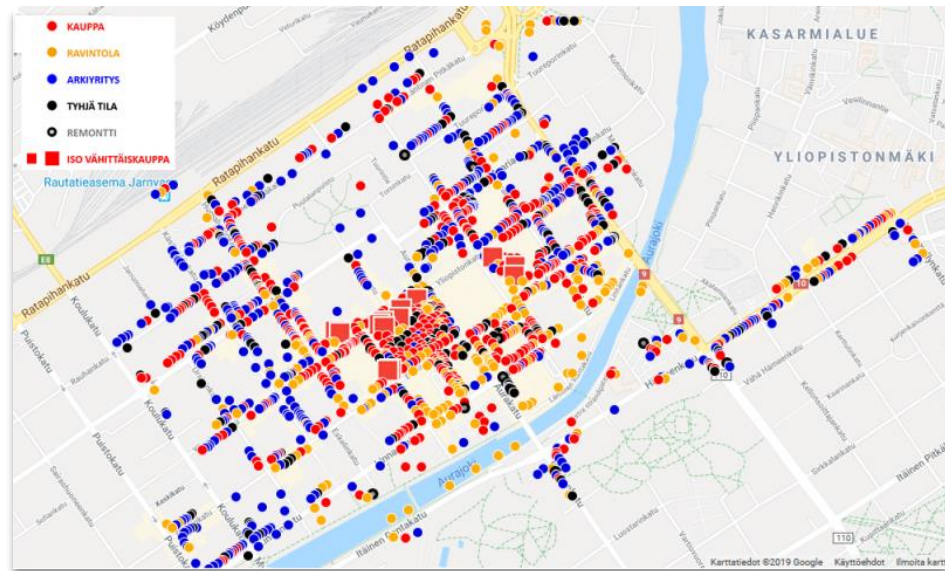


Lähteet:

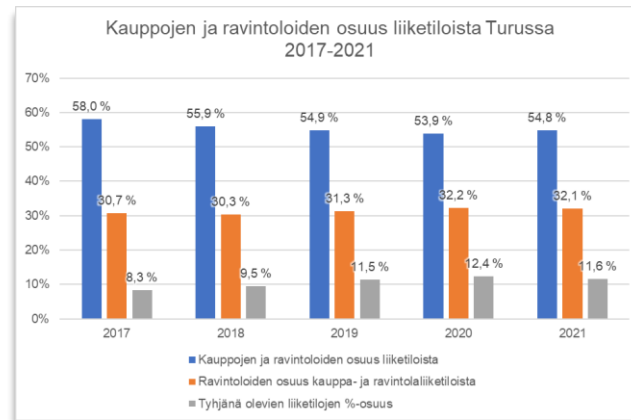
EKK elinvoimalaskenta 2019

[EKK Kaupunkikeskustojen elinvoiman vuosijulkistus 28.5.2021. Salokorpi Yhtiöt](#)

* Arkiyrittäjällä tarkoitetaan erilaisia toimistoja ja palvelualan yrityksiä, kuten kauneushoitoloita, kampaamoja sekä muita hyvinvointi- ja elämyspalveluja.



Kuva: Turun keskustan liiketilat keväällä 2019.*



Kuva: Kauppojen ja ravintoloiden osuus liiketiloista Turussa 2017-2021

4. Yhteenveto pyöräliikenteen yritysvaikutusten tutkimuksista



Kuva: Turun kaupunki, Arto Takala

Yhteenvedo tutkimuksista

Pyöräliikenteen yritysvaikutuksiin liittyvissä tutkimuksissa korostuivat seuraavat teemat:

- Kaupan edustajat arvioivat autoliikenteen kulkumuoto-osuutta todellisuutta suuremmaksi ja vastaavasti jalankulun, pyöräliikenteen ja joukkoliikenteen kulkumuoto-osuutta todellisuutta alhaisemmaksi.
- Autoilijat tekevät keskimäärin suurimpia keskiostoksia mutta heidän asiointitiheytensä keskustoissa on muiden kulkumuotojen edustajia alhaisempi. Vastaavasti jalankulun, pyöräliikenteen ja joukkoliikenteen keskiostokset ovat pienempiä mutta asiointitiheys korkeampi, jolloin niiden kokonaiskulutus kasvaa.
- Kulkumuotojakaumat ja kulkumuotojen välinen kokonaiskulutus voivat vaihdella alueittain merkittävästi. Esimerkiksi ASKURA-tutkimuksen helmi-maaliskuussa 2020 tehdyn tutkimusjakson aikana Turun keskustassa auton kulkumuoto-osuus oli 26 % ja kulutuksesta jopa 43 %.
- Keskusta-alueiden asiointimatkoissa korostuu kävelijöiden ja pyöräilijöiden saapuminen kohtalaisen läheltä, jolloin keskusta on ns. arjen asiointiympäristöä. Tämän seurauksena yksittäinen kävelen tai pyörällä asiointimatkan saavuttaminen tyypillisesti tekevä kuluttaa keskustassa suhteellisen paljon vuositasolla.
- Viihtyisän kaupunkiympäristön kehittämisellä nähdään olevan myönteinen vaikutus alueen elävyyteen, asiakkaiden houkutteluun ja ajanviettoon alueella ja siten myös liiketoimintaan.



Turku: ASKURA-tutkimus (2020)

Turun kauppakorkeakoulu toteutti keväällä 2020 kuluttajakyselyn liittyen Asiointisyys, kulkutavat ja rahankäyttö (ASKURA) -tutkimukseen. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kuluttajien asiointisyitä, kulkutapoja ja rahankäyttöä Turun keskustassa. Tutkimus toteutettiin haastattelemalla kuluttajia eri puolilla Turun keskustaa eri viikonpäivinä klo 10-20 välisenä aikana helmi-maaliskuussa 2020 ja lisäksi aineistoa kerättiin sähköisellä kyselyllä.

Tutkimuksessa tavoitettiin haastattelujen (635 vast.) ja kyselyn (145 vast.) kautta yhteensä 780 vastaajaa. Tutkimuksen ryhmät suuruusjärjestyksessä olivat kävelijät (35 %), linja-autolla liikkuvat (31 %), autoilijat (26 %), pyöräilijät (7 %) ja muut (1 %). Vastaajista 37 % määritteli itsensä keskusta-asujiksi ja 63 % keskustan ulkopuolelta tuleviksi.

Tutkimuksen mukaan yleisin syy tulla Turun keskustaan oli ostosmatka (29 %). Yhteenlaskettu osuus syömään/kahville, ystäviä tapaamaan tai muuten vaan ajankuluksi oli 25 %. Keskustassa sijaitsevien palveluiden (mm. kampaamo- ja lääkäripalvelut) ja viihde- ja kulttuuripalveluiden yhteenlaskettu osuus oli 13 %.

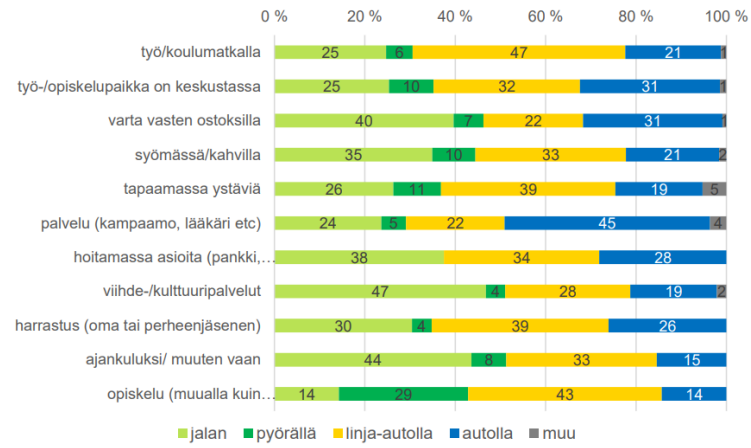
Tuote- ja palvelukategorioittain osuudet käytetystä rahasta kohdistuivat pääosin vaatteisiin ja asusteisiin (28 %), päivittäistavaroihin (24 %), kauneuden ja terveydenhoidon tavaroihin ja palveluihin (18 %) ja kahviloihin ja ravintoloihin (14 %).

Vastaajista 80 % käytti rahaa Turun keskustassa ja näistä jotain ostaneiden keskiostos oli 51 euroa. Autolla tulleiden keskiostos oli noin 69 euroa, pyörällä 32 euroa, jalan 30 euroa ja linja-autolla 29 euroa.

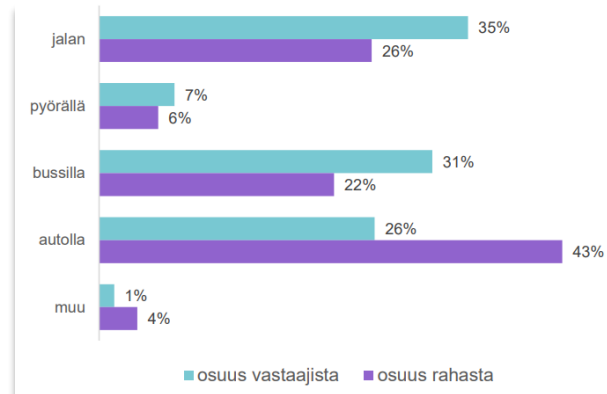
Kulktavoiittain tarkasteluna suurin keskiostos oli autolla saapuneilla. Autoilijoiden osuus oli 43 % vastaajien ilmoittamasta kokonaisuromäärästä, jalankulkijoiden 26 % ja linja-autolla tulleiden 22 %.



Lähde: Marjanen, Malmari ja Kohijoki, (2020). Turun kauppakorkeakoulu, Turun keskustan katugallup Asiointisyys, kulkutavat ja rahankäyttö (ASKURA) – ensimmäinen kurkistus tuloksiin



Kuva: Kulkutavat matkan tarkoituksen mukaan, kaikki vastaajat



Kuva: Eri kulkutapoja käyttävien osuus haastatelluista ja käytetystä rahasta

Turku: Kristiinankadun kesäkatukokeilu 2021

Turussa Kristiinankadulla toteutettiin väliaikainen kesäkatukokeilu heinä-elokuussa 2021. Kokeilun aikana kadun läpiajoliikennettä rajoitettiin ja kadulle tuotiin viihtyisyyttä lisääviä istutuksia, oleskelualueita ja toimintaa.

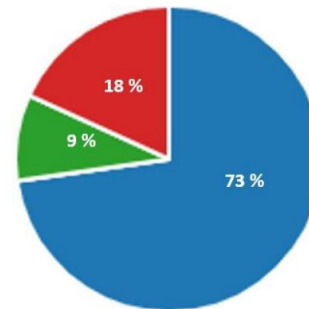
Kokeilun yhteydessä tehtyjen liikennelaskentojen mukaan kokeilulla ei havaittu olevan vaikutusta kadun kävelyn ja pyöräilyn liikennemääriin. Huomioitavaa kuitenkin on, että laskennat toteutettiin päiväsaikaan, jolloin Kristiinankadun ravintoloissa ei ollut juurikaan lounastarjoilua. Ilta-aikaan kadulla ja terasseilla arvioitiin olevan enemmän liikennettä.

Kesäkadun yrittäjille (11 vastaajaa) suunnatun kyselyn mukaan suurin osa vastaajista piti kokeilua onnistuneena. 82 % vastaajista koki läpiajoliikenteen rajoittamisen vaikuttaneen myönteisesti kesäkadun luonteeseen ja 73 % vastaajista näki kokeilulla olleen myönteinen vaikutus liiketoimintaan. Yrittäjät näkivät kadun rauhallisuuden ja liikenteen melun vähenemisen hyvinä puolina. Kokeilun koettiin myös houkuttelevan ihmisiä viettämään aikaa alueella.

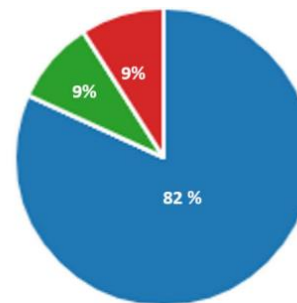
Turun ydinkeskustayhdistys ry esitti kannanotossa huolensa kesäkatukokeilun mahdollisesta vaikutuksesta Hansakorttelin, Stockmannin ja Kristiinankadun pysäköintilaitosten saavutettavuuden heikkenemiseen. Kesäkatuselityksen yhteydessä kaupunki ei saanut Hansakorttelin tai pysäköintilaitosten asiakastilastoja käyttöönsä, joten kokeilun vaikutusta asiakasmääriin ei voitu arvioida.



Lähde: Kristiinankadun kesäkatu 2021, kokeilun arviointiraportti.



- Kokeilu vaikutti myönteisesti liiketoimintaan (73%)
- Kokeilu vaikutti kielteisesti liiketoimintaan (0%)
- Kokeilulla ei ollut vaikutusta liiketoimintaan (9%)
- En osaa sanoa (18%)



- Liikenteen rajoittaminen vaikutti myönteisesti (82%)
- Liikenteen rajoittaminen vaikutti kielteisesti (0%)
- Liikenteen rajoittamisella ei ollut vaikutuksia (9%)
- En osaa sanoa (9%)

Kuva: Yrittäjien näkemykset kesäkadun vaikutuksista liiketoimintaan (yllä) ja läpiajoliikenteen rajoittamiseen (alla)

Turku: Muotikauppakysely (2017)

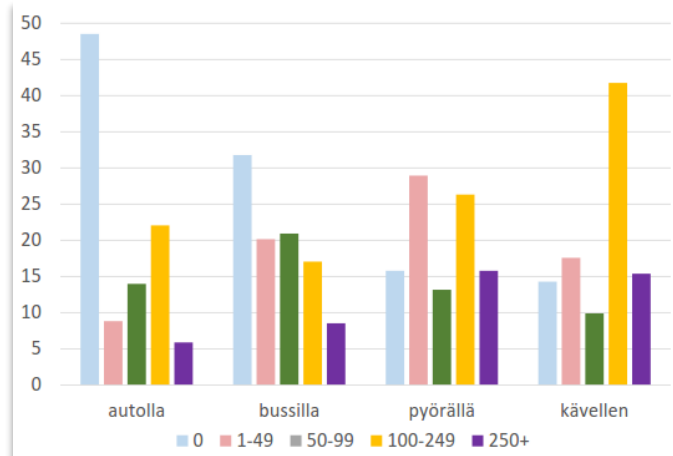
Turun kauppakorkeakoulussa toteutettiin vuonna 2017 muotikauppaselvitys, jossa tarkasteltiin mm. ihmisten rahankäyttöä Turun keskustassa kuljetavan mukaan. Vastaajina kyselyssä oli 425 15-75-vuotiasta henkilöä. Kyselyn otos ei ollut edustava.

Oheiset kuvat kuvaavat vastaajien muotikauppaan käytettyä rahamäärä viimeisen kuukauden aikana Turun keskustassa kuljetavan mukaan.

Auto on yleisin kulkutapa saapua keskustan muotikauppoihin (31 % kulkutapaosuus) ja bussi toiseksi yleisin (30 %). Jalankulun osuus on 21 % ja pyöräilijöiden 18 %.

Kävelijät kuitenkin kuluttavat Turun keskustan muotikauppaan kaikista ryhmistä keskimäärin eniten rahaa. Kävelijöiden osuus keskustan liikevaihdosta on 29 %, kun muilla kulkutaparyhmillä se on kuljetavasta riippuen 23-24 %.

Noin puolet vastaajista (49 %) ei ollut käyttänyt lainkaan keskustaan rahaa viimeisen kuukauden aikana autolla matkustaessa. Jalan tai polkupyörällä kulkiessa nämä osuudet sen sijaan ovat huomattavasti pienempiä (14 % ja 16 %), joten selvästi suurin osa vastaajista asioi keskustassa vähintään kerran kuussa jalan tai polkupyörällä.



Kuva: Rahan käyttö Turun keskustassa kuukauden aikana: vaatteet, asusteet, kengät, laukut, kosmetiikka (€)

	kulkutapa	0 €	ka.	liikevaihto
	%	%	€	muotikauppa
				%
auto	31	49	104	23
bussi	30	32	76	24
polkupyörä	18	16	83	24
jalan	21	14	140	29
yht/ka.	100	31	146	100



Tampereen (2021) ja Helsingin (2019) keskustan asiointiselvitykset

Tampereen ja Helsingin keskustojen asiointiselvityksissä tarkasteltiin, mikä on eri kulkumuotojen osuus keskustoihin suuntautuvasta kaupan ja palveluiden ostovoimasta.

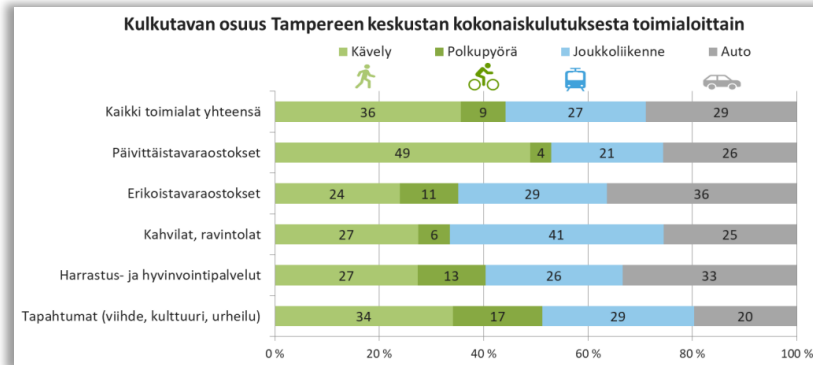
Tampereella jalankulku muodosti suurimman osuuden keskustan kokonaiskulutuksesta (36 %), jota seurasivat autoilu (29 %), joukkoliikenne (27 %) ja pyöräliikenne (9 %). Jalankulkijoilla kertakulutus oli muita kulkumuotoja pienempi mutta asiointikäyntien tiheyden vuoksi jalankulkijoiden kokonaiskulutus muodostui merkittävimmäksi. Toimialakohtainen kokonaiskulutus vaihteli kulkumuodoittain. Jalankulun osuus painottui päivittäistavaraostoksissa. Pyöräilijöiden osuus oli suurimmillaan tapahtumissa. Joukkoliikenteen käyttäjien osuus korostui myös baarit ja yökerhot sisältävässä kahviloiden ja ravintoloiden kokonaiskulutuksessa. Autoilijoiden osuus oli suurimmillaan erikoistavara kaupassa sekä harrastus- ja hyvinvointipalveluissa.

Helsingissä suurin osa keskustaan suuntautuvista asiointimatkoista tehdään joukkoliikenteellä (74 %). Joukkoliikenne tuo keskustan kokonaisliikevaihdesta noin 60-71 % riippuen kauppa- ja palvelutyypistä. Kävellessä ja polkupyörällä keskustaan asioimaan tulevat tekevät vuositasolla paljon keskustaan suuntautuvia asiointimatkoja mutta heidän keskikulutuksensa asiointimatkaa kohden on tyypillisesti melko pieni. Kävellessä keskustaan kohdistuvista asiointimatkoista tehdään noin 8-12 % ja pyörällä noin 3 %. Kävellessä ja pyörällä asiointimatkoja tekevät vastaavat Helsingin keskustan kokonaismyynnistä 14-29 % kauppa - ja palvelutyypistä riippuen. Autolla keskustaan tyypillisimmin asioimaan tulevien keskiostos on suurin mutta asiointimatkoja tehdään suhteellisen harvoin. Autoilijoiden osuus Helsingin keskustan kaupan ja palveluiden liikevaihdesta on arviolta 8-18 % kauppa - ja palvelutyypistä riippuen.

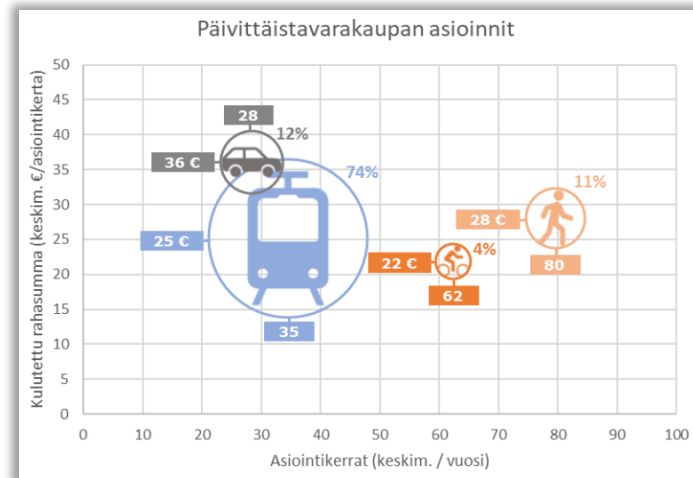


Molemmissa kaupungeissa kävelijät ja pyöräilijät tulevat tyypillisesti kohtalaisen läheltä ja heille keskusta on ns. arjen asiointiympäristöä, minkä vuoksi vuositasolla yksittäinen kävellessä tai pyörällä asiointimatkan sa tyypillisesti tekevä kuluttaa keskustassa suhteellisen paljon.

Lähde: Tampereen keskustan asiointitutkimus 2021 ja Helsingin keskustan asiointiselvitys 2019



Kuva: Kuluttavan osuus Tampereen keskustan kokonaiskulutuksesta toimialoittain



Kuva: Päivittäistavara kaupan asiointitiedot Helsingin keskustassa kulkutavoittain

Berliini: Arvioitu vs. todellinen liikkuminen (2020)

Berliinissä toteutetun tutkimuksen mukaan ostoskaduilla toimivien kauppioiden arviot alueella ostoksia tekevien ihmisten kulkumuotojakaumasta ja ostosmatkojen pituuksista olivat vääristyneitä todellisuuteen nähden. Kauppiat arvioivat autoilun osuuden todellisuutta korkeammaksi ja puolestaan jalankulun, pyöräliikenteen ja joukkoliikenteen osuudet todellisuutta alhaisemmaksi.

Tutkimuksen mukaan ostosmatkoja tekevät ihmiset tulevat huomattavasti lähempää kuin mitä kauppiat arvioivat. Suurin osa tutkimuksen kohteena olevien ostoskatujen ostosmatkaajista saapui alle kilometrin etäisyydeltä.

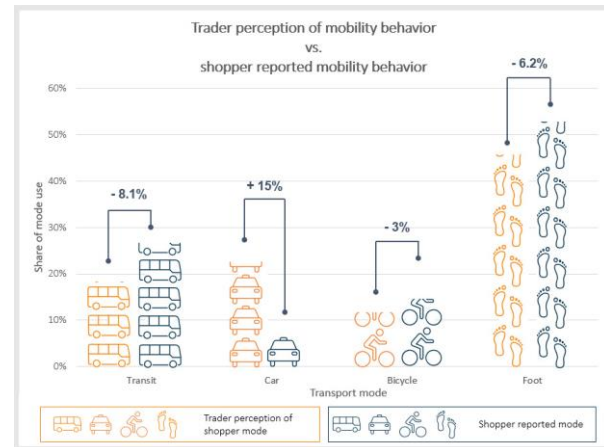
Tutkimuksen perusteella autoilijat kuluttivat ostoskaduilla eniten per kerta mutta vierailuväli oli alhaisin muihin kulkumuotoihin nähden. Viikkotasolla kokonaiskulutus jakautui seuraavasti: jalankulku (61 %), joukkoliikenne (16,5 %), pyöräliikenne (13,5 %) ja autoliikenne (8,7 %).

Tutkimus toteutettiin kahdella kilometrin mittaisella välillä Kottbusser Damm ja Hermannstrasse -kaduilla kesä-syyskuun 2020 aikana. Tutkimukseen osallistui yhteensä 2021 ostosmatkaajaa ja 145 kauppiasta.

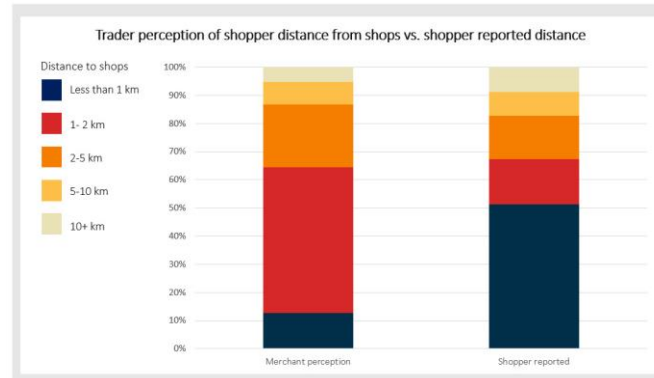


	Modal share	Average number of visits per week	Average spend per visit	Estimated average spend per week (based on frequency of visit)	Estimated total weekly spend according to mode	Proportion of total weekly spend according to transport mode
Transit	26.06%	2.86	10.87 €	31.11 €	16,426 €	16.5%
Car	6.58%	2.80	23.45 €	65.60 €	8,659 €	8.7%
Bicycle	14.64%	3.78	11.98 €	45.35 €	13,379 €	13.5%
Foot	52.08%	4.97	11.63 €	57.82 €	60,652 €	61.0%
Other	0.59%	3.35	8.33 €	27.95 €	335 €	0.3%

Kuva: Kulutus kulkumuodoittain.



Kuva: Ostosmatkaajien liikkuminen kulkumuodoittain, kauppioiden arviot vs. todellinen liikkuminen.



Kuva: Ostosmatkaajien alueella saapumisetäisyydet kulkumuodoittain, kauppioiden arviot vs. todellinen liikkuminen.

Pohjois-Amerikka: Pyöräliikenteen edistäminen tukee ostoskatujen liiketoimintaa

Bloomberg CityLabin selvityksen mukaan yrittäjien pelot ostoskaduille toteutettavan pyöräliikenneinfran vaikutuksista yritystoimintaan ovat usein ylimitoitettuja. Pohjois-Amerikassa tehtyjen tutkimusten mukaan pyöräliikenteen edistämällä ei ole ollut selkeitä negatiivisia vaikutuksia ostoskaduilla sijaitsevien yritysten liiketoimintaan.

Tutkimusten mukaan yrittäjät usein yliarvioivat autoilevien asiakkaidensa määrää todelliseen kulkumuotojakaumaan verrattuna. Paikalliset viranomaiset voivat toteuttaa liikkumisselvityksiä poistamaan epäluuloja todellisesta kulkumuotojakaumasta.

Pyöräliikennettä edistäviä toimenpiteitä suositellaan kuitenkin arvioimaan sijainti- ja tapauskohtaisesti. Esimerkiksi Pohjois-Amerikassa keskustojen ulkopuolella sijaitsevista ostoskeskuksista ei ole perusteltua vähentää autopaikkoja, jos 90 % asiakkaista saapuu autolla.

Note to Store Owners: Not All Holiday Shoppers Drive

Retailers often resist bike lanes and other street changes that reduce the number of nearby parking spaces. But research shows that fewer cars are often good for business.

By [David Zipper](#) +Follow
8. joulukuuta 2021 klo 18.00 UTC+2



Kuva: Blombergin uutinen.



Lontoo: Viihtyisä kaupunkiympäristö tukee yritystoimintaa (2018) ja oleskelua alueella (2018)

Lontoossa selvitettiin jalankulkua, pyöräliikennettä ja joukkoliikennettä tukevan aluekehittämisen viitekehystä alueellisten yritysten edunajajaryhmien näkökulmasta. Saatujen näkemysten mukaan viihtyisä kaupunkiympäristö lisää alueen elävyyttä, houkuttelee lisää asiakkaita ja kulutusta, sekä auttaa henkilökunnan houkuttelussa ja pitämisessä.

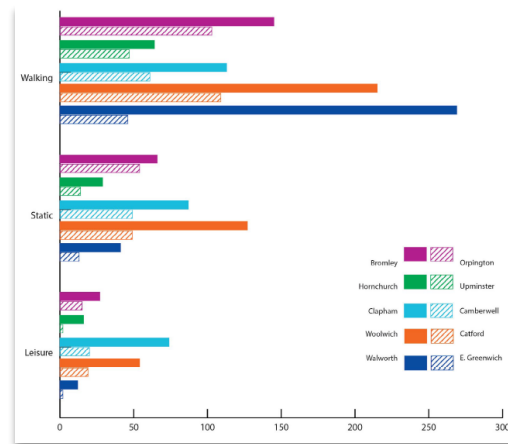
Toisessa Lontoossa tehdyssä tutkimuksessa vertailtiin ostoskatuja, joissa oli tehty kävely- ja pyöräily-ympäristöä tukevia toimenpiteitä, vastaaviin katuihin, joissa parannustoimenpiteitä ei oltu tehty. Tutkimuksen perusteella parannettujen kävely- ja pyöräily-ympäristöjen yhteydessä liiketiloja oli 17 % vähemmän tyhjiällä verrokkeihin nähden. Jalankulun ja pyöräliikenteen olosuhteiden parantamisella tunnistettiin olevan merkittävä vaikutus alueella tapahtuvaan oleskeluun ja toimintaan.



*Lähteet: Aldred, R.;& Sharkey, M. (2018). Healthy Streets: A Business View. Lontoo: Transport for London, University of Westminster
Carmona, M.;Gabrieli, T.;Hickman, R.;Lapolou, T.;& Livingstone, N. (2018). Street Appeal. Lontoo: Transport for London.*

Reason	BIDs listing as a key benefit of the Healthy Streets approach
Increasing the vibrancy of an area	90 per cent
Attracting more customers	83 per cent
Attracting or retaining staff	73 per cent
Increasing retail occupancy	70 per cent
Increasing customer spend	67 per cent
Improving productivity of staff	43 per cent
Increasing office occupancy	40 per cent
Attracting global talent to London	37 per cent
Attracting global investment to London	33 per cent

Kuva: Jalankulkua, pyöräliikennettä ja joukkoliikennettä tukevan aluekehittämisen viitekehysten hyödyt alueellisten yritysten edunajajaryhmien näkökulmasta.



Kuva: Jalankulku- ja pyöräliikennenympäristön kehittäminen lisää huomattavasti alueella tapahtuvaa jalankulkua ja oleskelua. (yksiväriset ovat alueita, joissa on tehty jalankulkua ja pyöräliikennettä tukevia toimenpiteitä. Kaksiväriset ovat verrokialueita, joissa toimenpiteitä ei ole tehty)

Dublin: Ostosmatkakäyttäytyminen Dublinin kaupunkikeskustassa (2011)

Tutkimuksen mukaan Dublinin kahdella pääostoskadulla toimivat kaupan edustajat yliarvioivat yksityisautolla ja pikaraitiotiellä liikkuvien asiakkaiden kulutusta ja puolestaan aliarvioivat kävelijöiden, pyöräilijöiden ja bussimatkustajien kulutusta.

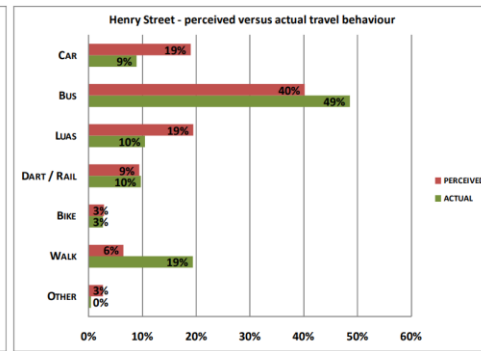
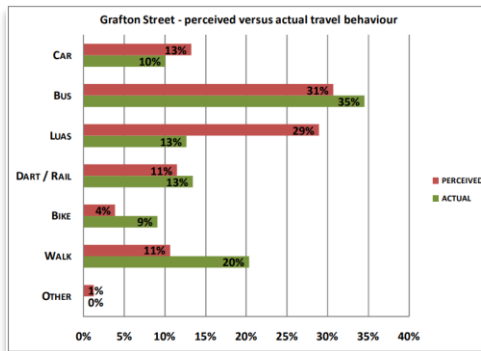
Kaupan edustajat arvioivat autoilevien ostosmatkaajien määrän Grafton St.:lla 30 % ja Henry St.:lla yli 100 % todellisuutta suuremmaksi. Vastaavasti kävelijöiden osuudet olivat kaupan edustajien arvioita 80 % ja 200 % suuremmat. Pyöräilevien ostosmatkaajien osuus Grafton St.:lla oli kaupan edustajien arviota noin tuplasti suurempi mutta Henry St.:lla arvio ja todellisuus vastasivat toisiaan.

Arvioidun kuukausittaisen ostosmatkaajan kulkumuotokohtaisen kulutuksen osalta Grafton St.:n ostosmatkaajista eniten kuluttivat pyöräilijät (oma pyörä ja kaupunkipyörä keskiarvo 239 €) ja autoilijat (236 €). Henry St.:lla puolestaan merkittävin kulutus muodostui bussin (520 €), pikaraitiotien (395 €) ja auton (358 €) osuuksista, pyöräilyn jäädessä alhaisimmaksi.

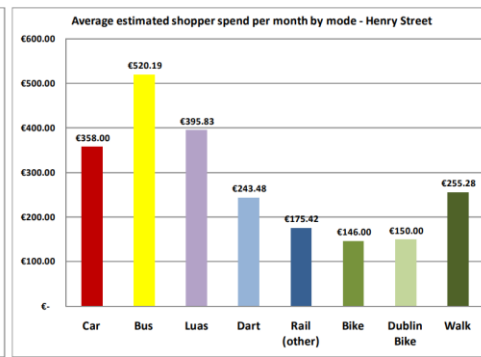
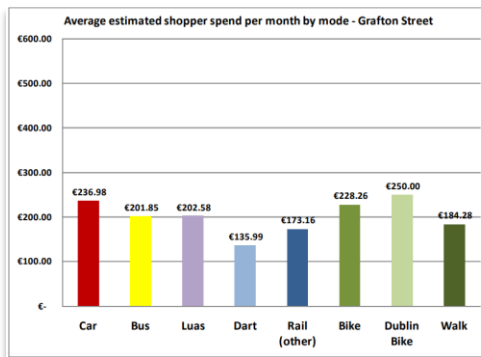
Tutkimus toteutettiin maaliskuussa 2011 Grafton Streetillä ja Henry Streetillä. Tutkimukseen osallistui yhteensä 1009 ostosmatkaajaa ja 60 kaupan edustajaa, vastaajien jakautuessa noin puoliksi em. katujen kesken.



Lähde: O'Connor, D., Nix, J., Bradshaw, S., Shield, E.: Shopping Travel Behaviour in Dublin City Centre. ITRN2011, University College Cork, Cork, 31st. August-1st. September, 2011.



Kuva: Koettu vs. todellinen matkakäyttäytyminen (vasen: Grafton St., oikea: Henry St.)



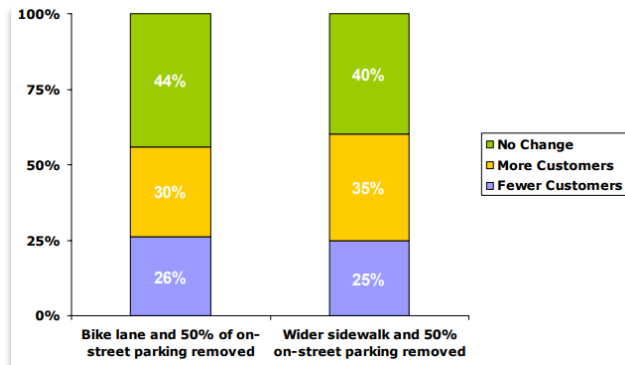
Kuva: Arvioitu kuukausittainen kulutus ostosmatkaajan kulkumuodon mukaan (vasen: Grafton St., oikea: Henry St.)

Toronto: Ostosmatkakäyttäytyminen (2008)

Torontossa selvitettiin keskeisellä ostoskadulla Bloor Streetilla liikkuvien ihmisten ja kaupan edustajien näkemyksiä ostosmatkakäyttäytymisestä. Tutkimus toteutettiin heinäkuussa 2008. Tutkimukseen vastasi 61 kaupan edustajaa ja 538 ostosmatkaajaa.

Tutkimuksessa kaupan edustajia pyydettiin arvioimaan asiakasvirtojen muutoksia, mikäli katutilassa toteutettaisiin joko pyöräkaista tai leveämpi jalkakäytävä poistamalla puolet kadunvarsipysäköinnistä. Tekemällä em. muutokset noin 75 % kaupan edustajista arvioi, että asiakasvirrat pysyisivät samana tai kasvaisivat. Jalankulkua ja pyöräliikennettä edistäväillä toimenpiteillä nähtiin olevan myönteinen vaikutus yritystoiminnalle.

Tutkimuksen mukaan kävellen ja polkupyörällä liikkuvat ihmiset vierailivat alueella useimmin. Kulutuksen näkökulmasta alueella kävelijät ja pyöräilijät kuluttivat alueella eniten rahaa, autoilijat seuraavaksi eniten ja julkisen liikenteen käyttäjät puolestaan vähiten.



Kuva: Kaupan edustajien arviot katutilassa tehtävien muutosten vaikutuksesta asiakasvirtoihin

Table 5. Money spent in the area per month

	Live or work in the area (294)	Live and work outside the area (242)	Walk (246)	Bicycle (64)	Public Transit (171)	Car (55)	Total (536)
< \$25	6%	31%	8%	11%	29%	24%	17%
\$25-\$99	21%	35%	16%	39%	37%	37%	27%
\$100-\$499	50%	29%	52%	42%	28%	30%	41%
\$500-\$999	14%	5%	17%	3%	3%	4%	10%
> \$1,000	9%	0%	7%	5%	3%	5%	5%

Kuva: Arvioitu kulutus eri kulkumuodoittain



5. Haastatteluiden yhteenveto



Kuva: Turun kaupunki, Arto Takala

Haastatellut tahot

Työtä varten haastateltiin seuraavia tahoja:

- Turun kauppakamari
- Turun nuorkauppakamari
- Turun yrittäjät ry
- Turun ydinkeskustayhdistys
- Turun kaupunki, kaupunkiympäristö / liikkumispalvelut
- Helsingin kaupunki, kaupunkiympäristön toimiala / liikenne- ja katusuunnittelu
- Tampereen kaupunki, kaupunkiympäristön suunnittelu / liikennejärjestelmän suunnittelu
- Oulun kaupunki, yhdyskunta- ja ympäristöpalvelut



Näkemykset Turun keskustan tulevaisuudesta ja kokonaissaavutettavuudesta

- Turun yrittäjät, kauppakamari ja ydinkeskustayhdistys painottavat **keskustan elinvoimaisuuden lisäämistä sekä saavutettavuuden parantamista kaikkia kulkumuotoja tasaisesti kehittäen.**
- Elinvoimaisuuden lisääminen sisältää vieläkin **monipuolisempaa** palvelutarjontaa, ml. elämykset, kulttuuri, kahvila- ja ravintolapalvelut ja erikoisliikkeet, kuten käsiyöt ja luksustuotteet. Nimenomaan monipuolisuuden ja erikoisliikkeiden nähdään houkuttelevan asiomaan keskustassa. Turun kaupungilla uskotaan **viihtyisyyden ja ajanvieton** nousevan keskiöön, mitä ravintoloiden ja pienliikkeiden keskittyminen keskustaan tukee.
- **Kaikki toimijat uskovat keskustan elinvoiman lisääntymiseen:** kiinteistönomistajat ovat sijoittaneet kauppatorin ympärille vuodesta 2018 lähtien n. 200 M€, ja keskustan viihtyisyys on sen myötä lisääntymässä. Parkkihallin valmistuessa torin olosuhteet paranevat. Keskusta nähdään tärkeänä niin asiointi- kuin oleskelupaikkana.
- Keskustan kauppakeskuskonseptin taustamateriaaleissa **huolta eivät herättäneet kaupunkilaisten mielikuvat keskustan palvelutarjonnasta, vaan nimenomaan saavutettavuudesta ja asiointin helpoudesta.**
- Turun kaupungilla uskotaan **kulikutapajakauman monipuolistumiseen** (esim. Turussa on skuiteja ehkä eniten maailmassa kaupungin kokoon nähden ja niiden soveltaminen kaupunkiin on saatu toimimaan). Helsingin kaupungilla nostetaan esiin, että edistyneissä kaupungeissa tulee tehdä ympäristöstä miellyttävää monenlaisille käyttäjäryhmille, ja että **liikennettä tulee siksi suunnitella kokonaisuutena poikkiteieteellisesti ja –hallinnollisesti.**
- Turun ja Helsingin edustajat korostavat pyöräilyn merkitystä. **Pyöräilyn ja kävelyn priorisointi** on esim. selkeät pääväylät, nopeusrajoitukset, keskustan palvelurakenteen kehittämistä kävelyä ja pyöräilyä tukevaksi (15 minuutin kaupungit), ja **pyöräiliikenteen mitoitustarpeiden määrittely heti alussa** eikä niin, että katsotaan minne muiden kulkumuotojen suunnittelun jälkeen jää tilaa.
- **Elinkeinoelämän edustus näkee pyöräilyn kehittämisen positiivisena asiana,** mutta keskeisenä kysymyksenä nousee, **miten eri kulkumuotoja voidaan kehittää yhtenä kokonaisuutena** niin, ettei yksikään jyrää toista. **Keskustan elinvoiman nähdään riippuvan siitä, miten sinne päästään eri kulkumuodoilla, ja pyöräilyn edistämisen pelätään haittaavan asiointin kannalta tärkeänä nähtyä henkilöautoliikennettä.** Helsingin kokemuksen mukaan yrittäjät ovat huolissaan **autoliikenteen välityskyvystä, autopaikkojen vähenemisestä sekä siitä, ettei pyöräväyliä tulla käyttämään.**
- Kilpailua ihmisten vapaa-ajasta on ehkä enemmän kuin koskaan niin keskustojen ulkopuolella kuin verkossa. Erityisesti nousee esiin **kokonaissaavutettavuuteen liittyvä riski,** jossa yhteen kulkumuotoon keskittymällä autoilun edellytykset huomattavasti keskustassa heikkenevät, minkä seurauksena asiointi ja autoliikenne siirtyy kokonaan pois keskustasta. Syklistä jäljelle jäisi **elinvoiman kanssa kampaileva, autoton ja mahdollisesti päästötön keskusta, ja sen ulkopuolinen autokaupunki.** Autoilija voi siirtyä autonsa kanssa saavutettavampiin paikkoihin. Jo nyt myös keskusta-asujat asioivat keskustan ulkopuolella kasvavissa ostoskeskuksissa. Pelkkä kulttuuritarjonta ja miljöö eivät riitä, vaan tarvitaan menestyviä liikkeitä. Toisaalta Oulussa huomautetaan, että **keskustojen rooli ei ole tavarakaupassa, vaan palveluissa ja ajanvietossa – isot tavarat sijaitsevat usein keskustojen ulkopuolisissa varastoissa, ja showroom-tyyppiset ratkaisut lisääntyvät.**



Eri kulkumuodoilla saapuvat asiakkaina ja dialogi

- **Yrityksillä on selkeä huoli tulojen menetyksestä, mikäli keskustan saavutettavuus joillakin kulkumuodoilla, erityisesti henkilöautolla, heikkenee, ja mikäli asiointi sen seurauksena ohjautuu pois keskustasta.**
- **Yrittäjät uskovat, että henkilöautolla saapuvat tuovat suurimman liikevaihdon.** Helsingin edustajan mukaan tämä on tyypillinen käsitys myös pyöräilyvaltaisissa yhteiskunnissa, kuten Alankomaissa. Tätä käsitystä tulee ohjata faktoilla ja tuoda tutkimustuloksia esiin – usein kertaostokset autoilijoilla ovat suurempia, mutta kumulatiiviset tulot ovat suurempia muilla kulkumuodoilla ja useammin asioivilla. Pyörällä paikalle pääsee myös enemmän ihmisiä.
- Turun kauppakorkeakoulun toteuttaman asiointiselvityksen mukaan n. neljännes keskusta-asioijista saapuu autolla ja **autoilijoiden kulutuksen osuus on 43 % tuloista** (huom. tutkimuksen osalta on otettava huomioon rajallinen aikajakso sekä Helsingin ja Tampereen tutkimuksista eroava tutkimustapa). **Nämä tulot ovat yrittäjille hyvin tärkeä asia, joita ilman keskustan elinvoima kärsisi.** Ydinkeskustayhdistyksen mukaan keskusta-asujien tiheät asioinnit eivät riitä etenkin erikoisliikkeisiin, joissa tarvitaan autoilijoiden suuria kertakulutuksia. Nuorkauppakamarin mukaan Turun kaltainen ja kokoinen kaupunki **tarvitsee kaikilla kulkumuodoilla saapuvat asiakkaat** elinvoiman säilyttämiseksi.
- Turku on alueellinen keskus, johon tullaan paljon sen ulkopuolelta muuten kuin pyörällä. **Kaupunkia tulee kehittää paitsi keskusta-asujille ja turkulaisille, myös muun seutukunnan autoilijoille.**
- Turun kauppakamarin edustaja arvelee, **ettei pyöräilijää aina arvosteta julkisessa keskustelussa asiakkaana.** Useampi haastateltava mainitsee pyöräpysäköintikiellot keskustan liikkeiden edessä. Ratkaisuksi nostetaan pyöräilyn lobbaus ja markkinointi.
- **Sekä kaupungin että elinkeinoelämän edustajat ilmaisevat huolen eri kulkumuotojen vastakkainasettelusta sekä yrittäjien ja kaupungin ajatusmaailman välisestä kuilusta.** Molemmat tuovat esiin kulkumuotojen ”**sekäkäytön**” – useimmat ovat niin autoilijoita, julkisen liikenteen käyttäjiä, pyöräilijöitä kuin loppukädessä kävelijöitä.
- Turun Yrittäjät kehottaa keskustelemaan muutosalueiden asukkaiden ja yrittäjien kanssa ja kartoittamaan tarpeet esimerkiksi pysäköinnin ja jakeluliikenteen suhteen. Koko keskustan tarkastelun lisäksi on tarkasteltava myös lähemmin tiettyjä kadunpätkiä sekä niiden liikkeiden tarpeita esim. kulkutavan suhteen. **Turun Yrittäjät ja Ydinkeskustayhdistys toimivat mielellään kontaktipintana yrityksiin.**
- Helsingissä toimii 4x vuodessa kokoontuva toimenpiteiden edistymistä seuraava **pyöräliikenteen edistämishojelman ryhmä..**



Pyöräliikenteen edistämisen vaikutukset erilaisiin yrityksiin

- Kysyttäessä pyöräliikenteen edistämisen vaikutuksista eri alojen yrityksiin, vastaukset vaihtelevat laajasti.
- Turun yrittäjistä arvellaan, että **pyöräilyn edistämisen positiiviset vaikutukset koskevat lähinnä asukkaita**, eivät niinkään yrityksiä. Kauppakamarista arvellaan, ettei kyseessä ole ala-, vaan aluekysymys – **mikäli keskusta on hyvin saavutettavissa pyörällä, sinne varmasti myös pyörällä tullaan**. Oulussa moni keskustan liepeillä asuva valitseeikin pyörän auton sijaan sen nopeuden ja pysäköinnin ketteryyden vuoksi asioimaan lähtiessään.
- Mikäli pyöräilyä edistetään muiden kulkumuotojen kustannuksella, nähdään mahdollisten **häviäjien olevan erityisesti liikkeet, joista ostetaan isompia tavaroita henkilöautolla kuljetettavaksi**, kuten huonekalu-, elektroniikka- ja kodinkone- sekä urheiluliikkeet, esim. Hansakorttelin Power ja Clas Ohlson. Toisaalta **kuljetuspalveluiden kehittyminen** voi lieventää negatiivisia vaikutuksia, ja **urbaanissa ympäristössä olevaan huonekaluliikkeeseen tullaan todennäköisemmin lähialueelta** kuin lähiöstä. Lisäksi **pienemmän asiointitiheyden erikoisliikkeet vaativat suurempia kertakulutuksia**, joita usein tekevät autoilijat.
- Autoilun edellytyksien heikkenemisen arvellaan voivan vaikuttaa negatiivisesti myös **toimistoihin ja keskustan elinvoiman kannalta tärkeiden toimistotyöntekijöiden asiointiin siirtymiseen keskustan ulkopuolelle**. Nuorkauppakamarista kerrotaan, että keskustan liikekiinteistöjen toimistotilojen vuokraamisessa on joidenkin toimijoiden kohdalla korostunut autoparkoitus, joskin toriparkin tulo kuukausipaikkoineen on lieventänyt siihen liittyviä mitoitus- ja saavutettavuushuolia.
- Toisaalta Turun yrittäjät ja ydinkeskustayhdistys arvelevat, että pyöräilyn edistämällä voisi olla **positiivisia vaikutuksia esimerkiksi terasseja toivoville kahviloille ja ravintoloille joissakin kortteleissa**, sekä luonnollisesti **pyöräilyalan liikkeille** (pesu, korjaus, huolto, säilytys, ym.).
- Helsingin kirjallisuuskatsauksen mukaan pyöräilyn edistämällä on yritykseen vähintään välillisiä positiivisia vaikutuksia, ja yritykset ovat havainneet kasvaneita asiakasmääriä, myynti- ja vuokratasojen nousua sekä tyhjen liiketilöiden osuuden vähenemistä.
- Helsingissä **Hämeentien yrittäjät ovat todenneet uudistuksen myötä lisääntyneen viihtyisyyden tervetulleeksi. Lisäksi pyöräliikenteen selkeät väylät ovat rauhoittaneet jalankulkuympäristöä, mikä on lisännyt liikkeissä poikkeamisia**. Helsingissä tavoiteverkon implementointi on vielä alkuvaiheessa eikä kattavaa dataa saatavilla, mutta **Hämeentiellä merkittäviä muutoksia palveluverkkoon ei ole havaittu**. Elinkeinoelämällä on edellytyksiä virkistystä paikasta tai alasta riippumatta, kun myös työntekijät arvostavat viihtyisää aluetta.
- Pyöräliikenteen tai jalankulun negatiivisista vaikutuksista ei ole Tampereella viitteitä, joskin kaupungissa suurimmat vaikutukset autojen tilan vähenemiselle ovat johtuneet raitiotiestä. Pyöräilyn edistämisen on havaittu lisäävän pyöräilyä, mutta varsinaisista yritysvaikutuksista ei ole tarkkaa dataa. Tampereella yrittäjien palautteet katutilan muutospiloteista (sis. esim. terassit, katuvihreä, valaistus, penkit) ovat positiivisia isompia kalusteita myyvää Keittiömaailmaa Aleksis Kiven kadulla lukuun ottamatta. Kesällä 2022 suunnitelmassa on siirtyä keskustan itäosiin pilotoimaan.



Ratkaisujen mittakaava ja liikenneratkaisut

- Helsingin ja Tampereen kaupunkien edustuksen tärkeä viesti on, että **suuret muutokset kulkutapajakaumassa vaativat kokonaisvaltaisia, rohkeita ratkaisuja kompromissien sijaan, sekä aikaa**. Pessimistisemmän arvion mukaan pyöräilyn positiiviset vaikutukset ja kulkutapaosuuden kasvu alkavat näkyä vasta, kun tavoiteverkko on kokonaan valmis. **Positiiviset vaikutukset yritysten saavutettavuuteen tulevat, kun toteutetaan parhaimmat ratkaisut pyöräilyn ja muiden kulkumuotojen osalta suurimman potentiaalilin alueella.**
- Tämä asettaa haasteita yritysmaailmalle, joka ei toivo radikaaleinta pyöräilyverkkovaihtoehtoa. Syynä tälle on erityisesti tavoite **huomioida kaikkia kulkumuotoja yhtäläisesti sekä välittää kallis, toimivuudeltaan epävarma investointi ja siitä seuraavat remontit**, jotka Turussa jo nyt yhdessä koronatilanteen kanssa ovat rasiittaneet keskustan yritysten taloutta ja yrittäjien motivaatiota. **Suuresta investoinnista piilee riski sille, ettei kokonaispaletti toimi eikä pyöräväyliille löydetä tarpeeksi käyttäjiä**. Ydinkeskustayhdistyksen mukaan on mahdollista löytää kullekin kulkumuodolle paras ratkaisu, mutta kaikkien osalta paras kokonaisratkaisu vaatii kompromisseja.
- Kaikelle ei voida tehdä jokaisella kadulla hyvää, vaan tulee priorisoida. Voisiko autoliikennettä keskittää pääkadulle, tai autoliikenne yksisuuntaistaa ja samalla turvata kadunvarsipysäköintiä. Tilarapeista on Helsingissä pystytty joustamaan ja kyseenalaistamaan 2+2-kaistaisuutta sekä mitoituksia pääkaduilla.
- Helsingin yritysvaikutusten arvioinnin kirjallisuuskatsauksessa negatiivisia yritysvaikutuksia ei tahtonut löytyä kuin Vancouverista, jossa kehittäminen koski vain yhtä kadunpätkää verkoston sijaan. **Suurimmassa osassa verokkikaupunkeja autoliikenteen välityskyky parani vaikka sitä näennäisesti heikennettiin** – tämä on tärkeä tieto kommunikoitavaksi yrittäjille. 2+2-kaistojen vähennys 1+1:een ei välttämättä vaikuta välityskykyyn lainkaan, ja **pyöräiliikenteen kapasiteettia parannettaessa on mahdollista parantaa myös muiden liikkumismuotojen edellytyksiä**. Elinkeinoelämä korostaa, että katutilan muutoksissa ei tule heikentää minkään muun kulkumuodon edellytyksiä – riskinä on myös julkisen liikenteen sujuvuuden välittäminen.
- Ydinkeskustayhdistys on tehnyt arkkitehtitoimiston kanssa yhteistyössä suunnitelmaa kirjaston edustalle. Suunnitelmaan on mahduttettu muutamia lyhytaikaispysäköintipaikkoja, sekä selkeät väylät niin kävelijöille, pyöräilijöille kuin kaksisuuntaiselle joukko- ja yksityisautoliikenteelle.
- Helsingin ja Tampereen edustajat korostavat, että **on tärkeää keskittyä verkkoon kokonaisuudessaan eikä tehdä päätöksiä vain pilottien tai välittömien vaikutusten perusteella**. Hyviäkin esimerkkejä löytyy, esim. Tampereella 2 km Hatanpään valtatie pyöräväylän parannus lisäsi pyöräilyä 20 % (UKK-instituutin Käpy-tutkimushanke), ja suuret muutokset hankalimmilla alueilla voivat näkyä nopeastikin.
- Kaupungit ja kauppakamari korostavat tarvetta määrittellä pyöräiliikenteen mitoitustarpeet ja väylät heti alussa pyöräiliikenteen tarpeet edellä, eikä niin, että katsotaan minne muiden kulkumuotojen suunnittelun jälkeen jää tilaa (esim. Mannerheimintie Helsingissä onnistuttu).
- Liikenneväylät on usein rakennettu autojen ehdoilla luotisuoriksi, mikä vähentää pyöräilyreittien miellyttävyyttä, kun reitit on rakennettu autoteiden varsille. Esimerkiksi Alankomaista löytyy tästä poikkeavaa suunnittelua. Voisiko keskustaan johtavia pyöräväyliä vetää esimerkiksi asuinalueiden läpi?
- Tampereen keskustassa lähdetään liikkeelle ennen kaikkea jalankulkijan tarpeesta, jolloin ydinkeskustassa ja asuinalueilla pyöräiliikenne siirtyy ajoradalle ja jalkakäytävät levenevät. Tämä mahdollistaa mm. terassit ja yksisuuntaiset pyöräväylät.
- Helsingin edustajan mukaan hiljainen enemmistö saattaa vaatia jopa laadukkaampia ratkaisuja (esim. erottaminen jalankulusta, huolto) kuin aktiivipyöräilijä siirtyäkseen pyöräilyyn.
- Katutilojen muutoksissa on mahdollista kiinnittää enemmän huomiota myös esteettömyyteen.



Pysäköinnin kysymykset

- Yrittäjähdistysten jäsenillä on melko yksisuuntainen näkemys siitä, **ettei yksityisautojen pysäköintipaikkoja keskustassa tulisi enää vähentää.**
- **Kadunvarsi- ja pistäytymispysäköinti nähdään tärkeänä kivijalkaliikkeitä ja pienille palvelu yrityksille, joilla ei ole omia parkkipaikoja.** Se, missä asioija muuttuu jonkun muun kulkumuodon käyttäjäksi kävelijäksi, vaikuttaa asiointikohteisiin – julkisen liikenteen pysäkkien siirtymisen pois torilta on havaittu tuovan rahavirtoja Linnakadulle päin. Toisaalta ei ole varmuutta siitä, asioiko kadunvarteen pysäköivä lähiliikkeitä vai jatkaako muualle.
- **Keskustassa on myös paljon parkkialueita, millä perusteella kadunvarspysäköintiä voisi vähentää** – tästä on lähdetty liikkeelle Tampereella, jossa nähdään keskitetyn pysäköinnin edut tilan ja viihtyvyyden lisääjänä. Turun Yrittäjien mukaan tilastot kuitenkin näyttävät, **ettei parkkimäärä riitä jos kadunvarspysäköintiä poistetaan**, ja parkkien osittainen tyhjyys liittyy sen hankalaan saavutettavuuteen tietyistä suunnista. **Moni yrittäjä ei näe, että maanalaisella pysäköinnillä voitaisiin täysin korvata kadunvarspysäköinti.** Nuorkauppakamariilta ehdotetaan **tarkempaa tutkimusta yrittäjien ja asioiden keskuudessa kadunvarspysäköinnin merkityksestä liiketoiminnalle.**
- Joissakin Turun ja Oulun yrityksissä on havaittu, etteivät keskustan ulkopuolelta henkilöautolla esim. muotiliikkeisiin saapuvat keski-ikäiset ja vanhemmat naiset mielellään käytä parkkialueita. Oulusta huomautetaan, että tarvitaan myös **sukupolvien mukana tapahtuva kulttuurimuutos, jossa keskitetty pysäköinti ja sen verrattain pienet kustannukset hyväksytään.** Tästä kertoo myös Oulun maanalaisen parkin vajaa käyttöaste – kapasiteettia on kyllä tarjolla, mutta sitä ei olla totuttu käyttämään. Myös yrittäjien itse käyttämällä kulkumuodolla voi olla vaikutus siihen, miten he pysäköintitarpeet näkevät.
- **Kadunvarsi- ja parkkipaikoja voidaan muuttaa käyttötarkoitukseltaan** esim. monien yrittäjien toivomiksi **terasseiksi, logistiikalle, skuuille tai pyöräpysäköintiin**, jolloin paikka voisi vetää enemmän asiakkaita ja kompensoida mahdollisia autoiluvien asiakkaiden menetyksiä. Tampereen edustajan mukaan tämä voisi olla perusteltua etenkin ydinkeskustan hitaan liikenteen alueilla. Kauppakamarin edustuksen mukaan käyttötarkoituksen muuttamisella pyöräpysäköinniksi voi olla tärkeä psykologinen merkitys joka asettaa pyöräilyn samalle viivalle autoilun kanssa.
- Oulussa huomautetaan, että aina katusaneerausten yhteydessä tehdyt pysäköinnin muutokset eivät liity suoraan pyöräilyyn, vaan esim. pelastusliikenteen saavutettavuuteen. Yrittäjät kuitenkin voivat nähdä asian nimenomaan pyöräily vs. autoilu –näkökulmasta, minkä vuoksi avoin keskustelu ja ratkaisujen perustelujen selittäminen on tärkeää.
- Tampereella on testattu kadunvarspysäköinnin muuttamista kesäkaudella terasseiksi sekä pyörä- ja skuuipysäköintiin parkleteilla. Kokemukset ovat hyviä, ja yrittäjät ovat huomanneet liiketoiminnan sujuvan, vaikka pysäköintiä olisi hieman vähemmän tai kauempana. Pysäköintipaikkojen uudelleenjakoon vaikuttavat Tampereella tehdyt erilaiset selvitykset mm. logistiikan, pyöräilyn ja skuuittien tarpeista.
- Ydinkeskustayhdistys tuo esiin pienet ratkaisut **kädenojennuksina keskustan yrityksille** – voisiko esimerkiksi invapaikka toimia nopean pysäköinnin paikkana esim. Kauppiaskadulla Scandicin kohdalla, jolta löytyy vain inva- ja huoltoliikennepaikka. Kauppakamarin mukaan nyt yrityksiltä tulevaa **kritiikkiä pyöräkaistojen viemistä parkkipaikoista voisi mahdollisesti hillitä muuttamalla autopysäköintiä pyöräpysäköinniksi** muiden käyttötapamuutosten sijaan, jotta pyöräilyn edistäminen ei näyttäytyisi pysäköinnin suhteen nollasummapelinä.
- **Mikäli autoliikenne vähentyy tavoitteiden mukaisesti, voi se vähentää pysäköintitarvetta.** Olemassa olevaan tarpeeseen tulee kuitenkin elinkeinoelämän edustuksen mukaan vastata.
- Useat haastateltavat elinkeinoelämän ja kaupungin puolelta tuovat esiin Turun **pyöräpysäköinnin riittämättömyyden** esim. jokirannassa, kirjaston kulmilla ja liikkeiden edustoilla. Useampi haastateltava nostaa esiin pyörällä asiointia haittaavat **pyöräpysäköintikiellot liikkeiden edessä.** Kauppakamarin mukaan **ennen suuria panostuksia pyöräilyn sisääntuloväyliin tulee ratkaista pyöräpysäköinti niin että sitä löytyy hajautetusti ympäri keskustaa, ei muutamassa keskitetyssä kohteessa.**
- Oulussa on tähän mennessä otettu tila pyöräpysäköintiin jalankululta. Kaavoituksessa on alettu määrätä tonteille omaa pyöräpysäköintiä, sillä tällä hetkellä jo liikepaikkojen henkilökunta varaa lyhytaikaiseen pyöräpysäköintiin tarkoitettuja kadunvarsi- ja parkkipaikoja. Kaavoituksen kautta muutos kuitenkin tapahtuu hitaasti.
- Pyöräilöjuu epäsiististi ympäriinsä, mikä vähentää kulun selkeyttä ja ympäristön viihtyvyyttä. **Pyöräilijöitä keskustaan houkutellakseen tulee tarjota myös turvallista, lullokista säilytystilaa.** Syytä on tarkastella **pyöräpysäköintikokeilujen tuloksia esim. Kupittaalla ja Hansa-korttelissa.** Potkulautojen pysäköinnistä on kokemuksia Hansa-korttelin ja kaupungin kokeilussa.
- Myös **jakelu liikenteen** toimivuus on turvattava, sillä se päivän satoine pysäköintikertoineen **vaikuttaa suoraan liiketoiminnan jouhevuteen.** Myös kadunvarspysäköintiä käytetään joissakin paikoissa huolto- ja jakelu liikenteelle. Tampereella on teetetty keskustan citylogistiikatutkimus, jossa on kartoitettu kuormaustarpeiden tarpeet joka korttelin. Helsingin pyöräliikenteen kehittämisessä huomioidaan korostetusti lastaustarpeet suuria tavaroita myyviä liikkeitä varten. Oulussa on havaittu haasteita, että osoitettu jakeluruutuja ei käytetä, vaan pysäköidään luvatta jalkakäytävälle tai pyöräväylille liikkeiden eteen.



Imagovaikutukset ja viihtyvyys

- Turun ja Oulun kaupungin edustajien näkemys on, että pyöräilyn edistämisen vaikutus yritysmyönteiseen imagoon on positiivinen. **Pyöräilyn yritystuella ja sähköpyörien yleistymisellä** on ollut merkittävä vaikutus pyöräilyn edistämiseen työntekijöiden keskuudessa.
- Kauppakamarista katsotaan, että vilkas pyöräilykeskusta voi luoda hyvää yleiskuvaa ja olla eduksi kivijalkayrityksille. Vieläkin enemmän huomiota voisi herättää, mikäli myös keskustan ulkopuoliset sijainnit olisivat helposti pyörällä saavutettavissa – esimerkiksi sataman saavutettavuutta voisi korostaa.
- Elinkeinoelämän edustus näkee pyöräilyn edistämisessä imagohyötyjä, jotka eivät kuitenkaan niinkään koske yrityksiä, vaan asukkaita. **Pyöräily ei ehkä suoraan vaikuta yritysmyönteiseen imagoon, mutta sillä mahdollisesti saavutettava viihtyvyys sen sijaan vetoaa ulkomaisiin yrityksiin**, heidän työntekijöidensä viihtyvyyteen ja sitä kautta työnantajaimagoon ja rekrytointeihin. Oulussa kehoitetaan ajattelemaan yritysvaikutuksia laajemmin työvoiman houkuttelevuuden näkökulmasta.
- Oulusta huomautetaan, että viihtyvyys on olennaista keskustan vetovoiman kannalta – Kööpenhaminassa pyöräilyn edistäminen pohjaa paljolti siihen, että asukkaat alkoivat äänestää jaloillaan ja jättivät epäviihtyisän keskustan.
- Kaupunkien edustajien mukaan keskustassa on keskeistä katsoa **kokoonpanoa, jolla keskustaan tullaan** (perheet potentiaalisia kohderyhmiä), sekä **keskustassa vietettyä aikaa, joka kasvaa ympäristön viihtyvyyden lisääntyessä**. Nuorkauppakamarista kuitenkin muistutetaan ASKURA-selvityksen tuloksista - **vaikka muussa oleskelussa edustettuna ovat monet kulkumuodot, korostuu rahankäytössä autoilu**.
- Pyöräilyn edistämisen yhteydessä on mahdollista lisätä terasseja. Linnankadulla kirjastoa vastapäätä tehty rittäjien kokeilu vaikutti erään haastateltavan mukaan epäviihtyisältä, sillä terassit olivat vilkkaan liikenteen vieressä. Paikat tuleekin valita järkevästi - Turusta löytyy toreja ja aukioita, ja esimerkiksi **pop-up ratkaisuilla voidaan perustaa terasseja oman toimipaikan ulkopuolelle**. Tästä Tuomiokirjon terassikokeilusta onkin tullut paljon potentiaalista palautetta, ja kokeilua on päätetty jatkaa. Myös Oulussa rannan terassien laajentuminen katualueelle sai paljon positiivista palautetta, ja kokeilua jatketaan.
- **Pyöräily ei välttämättä suoraan lisää viihtyvyyttä** – on tärkeää kiinnittää huomiota kävely-ympäristön selkeydelle ja turvallisuudelle liikennesuunnittelun ja pyöräilyn sääntöjen kautta, sekä riittävään pyöräpysäköintiin.



Työmaa-aikaiset vaikutukset ja talviolosuhteet

Työmaa-aikaiset vaikutukset:

- Työmaa-aikaisten vaikutusten osalta haastateltavat korostavat riittävää **opastusta** ja **oikea-aikaista viestintää**. Kauppatorin remontissa tietoa esim. katujen sulkemisesta on tullut aivan liian myöhään, eikä esimerkiksi kauppatorin nettisivuja olla hyödynnetty tiedottamisessa. Ydinkeskustayhdistyksen mukaan aikatauluja ei ehkä olla aina haluttukaan antaa niiden epävarmuuden vuoksi, mutta aikahaarukkaa yrityksille tulisi pystyä tarjoamaan. Nyt esim. kulkua Forumin läpi Aurakadulta Kauppiaskadulle ei olla onnistuttu opastamaan.
- Tampereella tehdään pyöräliikenteen, kävelyn ja kaupunkielämän keittämisohjelmaa, joissa määritellään toimenpiteitä kulkumuotojen edistämiseksi ja painotetaan työnaikaisten järjestelyjen kehittämistä. Ohjelmissa määritellään erilaisia **yhdyksuntarakennevyöhykkeitä**. Esteettömyyden ja erikoistason reiteillä keskustassa tulee ensisijaisesti varmistaa jalankulku, seudullisen pyöräilyn pääreiteillä tulee mahdollistaa kulkeminen ja kunnossapito myös rakentamisen aikana, ja joillakin alueilla autoilu on etusijalla. Lisäksi on **toimenpiteitä katutilan valvontaan**, jotta ongelmiin voidaan reagoida ennen asiakaspalautteita ja mikäli kriteerit eivät toteudu, voidaan harkita sanktioita.
- Yrittäjät ovat huolissaan poikkeusliikennejärjestelyjen myötä vähenevistä kadunvarsipaikoista. Tampereella ratikka rakennettaessa muutettiin pysäköintirajoituksia rinnakkaiskaduilla asiointipysäköintiä varten, jolloin saatiin tilapäisiä pysäköintipaikkoja rakentamisen alle jääneiden paikkojen tilalle.

Talviolosuhteet

- Talviolosuhteet ja huonot säät tulee huomioida liikenneverkkoja suunnitellessa, ja talvella huomioida etenkin **pyöräkaistojen kunnossapito** niin, etteivät pyöräkaistoiksi muutetut ajokaistat ole turhaan poissa käytöstä lumikasojen alla.
- Oulussa on merkittävän suuri pyöräilyn kulkutapaosuus, eivätkä absoluuttiset tai suhteelliset määrät muiden suomalaisten kaupunkien tapaan romahda talvisin talvikunnossapidon panostuksista johtuen.
- Helsingistä kehoitetaan katsomaan Pohjois-Amerikan esimerkkejä talviolosuhteiden osalta. Jopa Torontossa pyöräilyn edistämiseksi on onnistuttu hyvin yhteiskunnan autovaltaisuudesta huolimatta. Myös Keski-Euroopassa lunta tulee paljon, eikä esim. Amsterdamissa ja Kööpenhaminassa ole havaittu huonojen sääolosuhteiden vähentävän pyöräilyä samassa määrin kuin Helsingissä.



Matkailu, ilmasto ja terveys

Matkailu

- Tampere ja Turku nostavat esiin **pyörämatkailun** nousevan trendin. **Pyörämatkailukeskus on tehnyt yrityksille pyöräilyn edistämisestä kertovan merkin.** Pyörämatkailun yleistyminen luo tarpeita muillekin palveluille, kuten vuokraukselle ja opastukselle. Matkailun potentiaali näkyy erityisesti saaristossa ja liittyy lähimatkailuun. Tampereen kehittämissuunnitelmassa on esim. huomioitu hyvät pyöräily-yhteydet keskustasta pois päin kiertämään järviä.
- Kauppakamarin ja hotelliketjujen välisissä keskusteluissa on noussut esiin satamien ja lentokenttien saavutettavuus pyöräillen. Turku kuuluu [tämerta kiertävään pyöräilyreitistöön](#), jonka oletetaan lisäävän pyörämatkailua. Voisiko tämän **reitin määrittellä ja lisätä sen varrelle infraa**, kuten pysäköintiä ja sähkölatauspisteitä?
- Turun Yrittäjät **eivät näe, että pyöräily suoraan vaikuttaisi turisteihin, mutta pyöräilyn edistämisellä mahdollisesti saavutettava kaupunkiympäristön viihtyvyys kyllä.** Kotimaisten turistien osalta tulisi huomioida mahdollisuus jättää auto edullisesti keskustaan viikonlopun tai viikon ajaksi, ja mahdollisuus siirtyä sujuvasti kävelijäksi.

Kerrannaisvaikutukset, ilmasto- ja terveystavoitteet

- Helsingin ja Turun kaupungin edustajat korostavat pyöräilyn edistämisen kansanterveydellisiä ja ilmastovaikutuksia. OECD on antanut Suomelle suosituksen vähentää autoriippuvuuttaan. Pyöräily antaa mahdollisuuden luonnon hyvinvointivaikutusten kokemiseen, mikäli pyöräreitit on suunniteltu miellyttäväksi. Pyöräily on myös eri lailla sosiaalista kuin autoilu.
- Yritysedustus nostaa esille **liikkumisen sähköistymisen**, joka tulee ottaa kulkumuotojen päästöjen vertailussa. Myös jakeluliikenne muuttuu yhä päästöttömämpään suuntaan.



6. Yritysvaikutusten muodostuminen



Yritysten sijoittumiskriteerit makrotasolla

Työn tavoitteena on arvioida hankkeen alueen yrityksiin kohdistuvia vaikutuksia, jolloin arvioinnin viitekehyksenä on tarkasteltu erityisesti liikkumiseen ja sijaintiin liittyviä tekijöitä. Viitekehykseksi on esitetty erityisesti yritysten sijaintipaikkavalintaan liittyviä kriteereitä ja niiden painoituksia sekä erilliskysymyksenä saavutettavuuden näkökulma. Näihin tekijöihin peilaten voidaan arvioida hankkeen aiheuttamia elinkeino- ja yritysvaikutuksia.

Makrotasolla yritysten toimintaympäristö ja siinä tapahtuvat muutokset vaikuttavat ratkaisevasti yritysten kilpailukykyyn ja sitä kautta yritysten sijoittumis päätöksiin. Suomalaiset yritykset hakeutuvat mieluiten hyvien liikenneyhteysien ja hyvän saavutettavuuden alueille sekä osaavan työvoiman läheisyyteen. Yli puolet yrityksistä valitsee sijaintipaikkansa näiden tekijöiden perusteella.

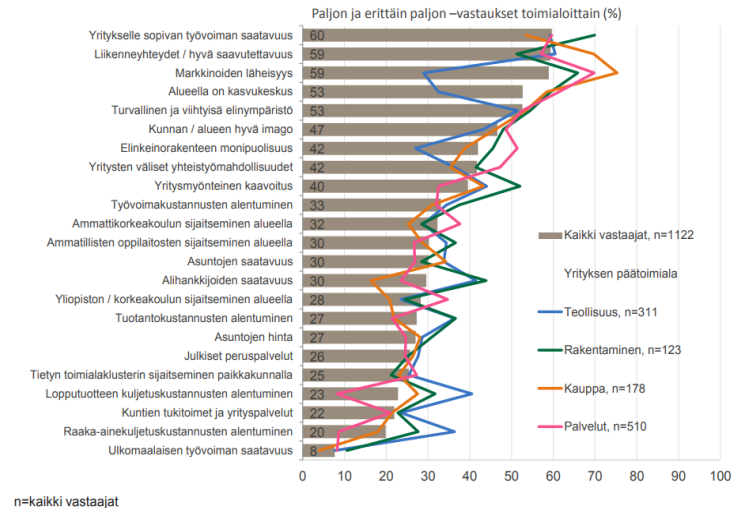
Keskuskauppakamarin vuonna 2016 tekemän valtakunnallisen yrityskyselyyn pohjautuvan selvityksen mukaan yritysten alueelliseen sijoittumiseen ja toimintaedellytyksiin vaikuttavat viisi tärkeintä tekijää olivat:

1. Sopivan työvoiman saatavuus
2. Liikenneyhteydet
3. Markkinoiden läheisyys
4. Alueella on kasvukeskus
5. Turvallinen ja viihtyisä elinympäristö



Lähes 60 % selvitykseen vastanneista noin 1 100 yrityksestä arvioi, että liikenneyhteydet vaikuttavat yrityksen sijaintiin ja toimintaedellytyksiin paljon tai erittäin paljon. Vain yhdeksän prosenttia yrityksistä ei pidä liikenneyhteyksiä lainkaan tärkeinä sijainnin tai toimintaedellytysten kannalta.

Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat/vaikuttavat yrityksenne sijaintiin ja toimintaedellytyksiin alueella (Suomessa)?



Yritysten sijoittumiskriteerit mikrotasolla

Kaupunkien keskusta-alueet ovat keskeisiä kaupan ja palveluiden keskittymiä, joiden sijaintikriteereissä korostuvat tyypillisesti mikrosijaintiin liittyvät tekijät. Sijaintitekijät näyttäytyvät useiden eri teemojen kautta, joita on esitelty seuraavassa taulukossa.

Liikennejärjestelmän muutoksilla sekä näistä aiheutuvilla mahdollisilla asiakasvirtojen muutoksilla ja uuden liikepaikan etsimiseen kohdistuvilla tarpeilla on vaikutuksia kaikkiin näistä ylätasen teemoista. Vaikutukset voivat näyttäytyä negatiivisina (saavutettavuuden heikkenemisestä aiheutuva tarve etsiä uusi liikepaikka) ja toisaalta myös positiivisina (uudet liiketoimintamahdollisuudet alueilla, joiden saavutettavuuspotentiaali kasvaa).

Muidenkin toimialojen sijaintipäätöksissä korostuvat samantyyppiset tekijät, tosin eri painotuksilla. Toimistotyyppisille toimijoille keskeisiä tekijöitä ovat saavutettavuus, näkyvyys, alueen muu toimipaikkarakenne (esim. lounastarjonta) sekä muiden toimijoiden synnyttämät hyödyt toiminnalle (tukitoimialojen läheinen sijainti). Hyvin monelle toimijalle keskeistä on houkutella osaavia työntekijöitä, jolloin myös kaupunkiympäristön laadulla on suuri merkitys. Matkailutoimijoille (hotellit, liikenne) keskeistä on ympäristön laatu, saavutettavuus sekä lähellä sijaitsevat muut toiminnot.

Koska kaikkia toimialoja yhdistää saavutettavuuden suuri merkitys, on tätä teemaa syytä tarkastella tarkemmin. Seuraavalla sivulla on kuvattu saavutettavuuden eri ulottuvuuksia ja näihin vaikuttavia tekijöitä.



Ostovoima	Alueelle kohdistuva ostovoima ja sen kehitys tulevaisuudessa. Vaikuttavia tekijöitä esim. <ul style="list-style-type: none">• Väestö ja väestönkasvu, tiheys• Demografia, tulotaso, ostoskäyttäytyminen• Työpaikat ja työpaikkamäärän kasvu• Yhdyskuntarakenteen sekoittuneisuus• Ohikulkuliikenteen määrä• Kesäasukkaat• Matkailu
Saavutettavuus	Kohteen saavutettavuuteen (koettu ja fyysinen) sekä näkyvyyteen liittyvät tekijät asiakkaan, jakeliikenteen sekä henkilöstön näkökulmasta. Vaikuttavia tekijöitä esim. <ul style="list-style-type: none">• Tieverkosto ja liittymät• Ajonopeudet• Pysäköintipaikat (sis. myös pyöräpysäköinti)• Jalankulku- ja pyöräverkosto, julkinen liikenne• Fyysiset etäisyydet suhteessa ostovoimaan• Liikkumisen sujuvuus• Kohteen näkyvyys suhteessa liikenne- ja liikkujavirtoihin• Logistiikan järjestämisen mahdollisuudet
Kilpailu	Alueella sijaitseva kilpaileva toiminta sekä mahdollinen synergia-/agglomeraatioetuja tuottava toiminta.
Kustannukset	Toiminnan kustannukset kyseisellä liikepaikalla. Huomioitavia tekijöitä mm. <ul style="list-style-type: none">• Investointitarve ja hankintahinta, rakentamiskustannukset• Vuokrataso ja -ehdot• Rakentamismääräykset ja lupa-asiat• Markkinointikustannukset• Liikepaikan vaihtoehtokustannukset• Logistiikan järjestämisen kustannukset

Saavutettavuuden ulottuvuudet

Saavutettavuuden käsite voidaan ymmärtää ja sitä voidaan mitata eri tavoin. Esimerkiksi fyysinen etäisyys myymälään on helposti mitattavissa ja ymmärrettävissä, mutta se ei yksinään kerro koko totuutta. Lyhytkin kävely lähimpään myymälään voidaan kokea vaivalloisemmaksi kuin usean kilometrin ajomatka johonkin toiseen myymälään. Tämä kuvaa osuvasti liikkuvien ja suhteellisen helposti liikkumaan kykenevien kuluttajien kokemaa saavutettavuutta.

Muut kuin edellä mainitut kuluttajat voivat kokea saavutettavuuden hyvinkin eri tavalla. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi heikkokuntoiset vanhukset tai liikuntarajoitteiset henkilöt. Tälle ryhmälle kulkutavan valinnan ohella ja jopa sijasta saavutettavuudessa voi olla kysymys myös asiointimahdollisuuksista. Tähän taas vaikuttavat mm. kauppamatkan pituus, palvelujen laatu, kulkuyhteydet ja -mahdollisuudet, käytettävissä olevat tulot ja myymälöiden hintataso.

Saavutettavuutta voidaan siis tarkastella sekä liikkumiseen perustuvana fyysisenä saavutettavuutena (etäisyytenä) että koettuna saavutettavuutena, joka kuvaa asiaa pelkkää etäisyyttä moniulotteisemmin. Koettu saavutettavuus voidaan määritellä vaivaksi, jonka kotitalous kokee asiointissaan. Jos asiointi aiheuttaa paljon vaivaa, on saavutettavuus huono, mikäli se aiheuttaa vähän vaivaa, on saavutettavuus hyvä.

Seuraavassa kuvassa vaakalinja, kyky, kuvaa koettua saavutettavuutta, joka voi koostua esimerkiksi saapumiseen kuluvasta ajasta, älyllisestä ponnistelusta esimerkiksi rutiininomaisten reittien muutosten myötä. Mikäli koettu saavutettavuus on heikko, ei ihmisen suurikaan motivaatio välttämättä riitä paikalle saapumiseen. Mikäli saapumisesta taas tehdään helppoa niin fyysisen kuin koetunkin saapumisen kannalta, riittää paikalle tuloon vähäisempikin motivaatio.



	Määrittely	Vaikuttavia tekijöitä
Fyysinen saavutettavuus	Miten kaukana palvelut ovat? <i>Maantieteellinen etäisyys, myymälöiden aukioloajat, tie- ja katuverkko sekä liikkumismahdollisuudet</i>	<ul style="list-style-type: none">• Kaupan palveluverkon kattavuus• Asutuksen tiiveys• Jalankulkuverkoston kattavuus ja laatu
Koettu saavutettavuus	Miten palvelujen saavutettavuus koetaan? <i>Kulutustavat, tietotaito, elämäntilanne, tulotaso, kulutustarpeet ja hintataso, jalankulkuympäristön miellyttävyys ja virikkeisyys</i>	<ul style="list-style-type: none">• Monipuolisten palveluiden ja tarjonnan mahdollistaminen (kaavoitus)• Jalankulkuympäristön<ul style="list-style-type: none">• Turvallisuus• Esteettömyys• Viihtyisyys ja miellyttävyys• Monipuolisuus

Mikroosaavutettavuuden merkitys kaupan ja palveluiden näkökulmasta

Etäisyys koetaan fyysisen välimatkan sekä psyykkisten, matka-aikaa hidastavien tai kulkemista haittaavien tekijöiden summana. Kaupallisessa keskustassa tämän kokonaisetäisyyden minimoiminen on ensiarvoisen tärkeää ja tämä on kokonaisuudessaan toimivan keskustan kriteeri. Seuraavaksi mainittavien mikrotekijöiden tarkoituksena on kuvata sitä, että asiakaskokemus ja alueen liiketoimintapotentiaali voi olla kiinni hyvinkin pienistä asioista jo normaalissakin kaupunkiympäristössä – fyysisenä etäisyytenä mitattuna pieneltä tuntuva matka saattaa olla koetun saavutettavuuden näkökulmasta ratkaisevan heikko, millä puolestaan on kriittinen merkitys liikepaikan toimintaedellytysten näkökulmasta.

Vähittäiskaupan ja kaupallisten palveluiden kannalta kriittisen etäisyyden on todettu olevan vain noin 10–25 metriä. Tämä tarkoittaa sitä, että kauppojen välisen matkan ollessa yli 25 metriä muodostuu jo selvä este hakeutua seuraavaan, kaukaiseksi koettuun kohteeseen ja jatkaa näin kulkemista kaupunkirakenteessa. Kriittinen etäisyys ylittyy Suomessa useasti jo pelkästään kadun ylityksellä.

Epäviihtyisä kaupunkiympäristö ja erilaiset fyysiset esteet lisäävät myös etäisyyden tunnetta. Erityisen suuri merkitys tällä seikalla on, kun mietitään tietyn alueen soveltumista liiketoiminnalliseen käyttöön sekä sitä, mikä merkitys kokonaisetäisyyksillä on ihmisten ostokäyttäytymiseen ja mahdollisuuksiin hakeutua alueella sijaitsevien kaupallisten palveluiden. Kadulla oleva liian pitkä suljettu näyteikkunasarja tai passiivinen seinätila voi lisätä suurestikin tunne-etäisyyttä ja estää hakeutumisen edessäpäin oleviin liikkeisiin tai kohteisiin. Samanlainen häirtatekijä on esimerkiksi työmaajärjestelyistä aiheutuvat epäviihtyisyystekijät.

Palveluiden sijoittuminen vertikaalisesti useaan kerrokseen pidentää etäisyyden tunnetta moninkertaisesti verrattuna etäisyyden muutoksiin horisontaalisella tasolla: yhden kerroksen nouseminen vastaa psyykkisesti jopa yli 100 metrin etäisyyttä katutasolla.



Rakennusaikaisten yritysvaikutusten muodostuminen

Rakentamisen aikaiset työmaajärjestelyt voivat aiheuttaa merkittäviä muutoksia yritysten liiketoiminnalle. Muutokset voivat johtua joko fyysisistä muutoksista ympäristössä (liikkuminen, saavutettavuus) tai kokemuksista ja aistiärsykeistä (visuaalinen ilme, melu, saaste). Tyypillisesti vaikutukset peilautuvat juuri asiakaskokemuksen kautta – miten hyvänä asiointipaikkana alue nähdään ja miten sujuvaa asiointi on.

Asiakkaan näkökulmasta ongelmana on erityisesti työmaan aikana aiemmin yksinkertaisen asioinnin muuttuminen huomattavasti monimutkaisemmaksi. Muuttuneiden kulkuyhteyksien (kiertoreitit, sulkeutuneet sisäänkäynnit, siirtyvät pysäkit, ahtaus ja ruuhkautuminen, esteettömyyden heikentyminen, turvattomuus) vuoksi aiemmin rutiininomainen liikkuminen vaatii nyt enemmän tarkkaavaisuutta ja poikkeaa totutusta, aiheuttaen usein enemmän älyllisiä ja fyysisiäkin ponnisteluja ja vieden mahdollisesti enemmän aikaa. Lisäksi negatiivinen uutisointi ja muiden jakamat kokemukset voivat vaikuttaa siihen, että asioidaan mieluummin muissa kohteissa vaikka suoraa vaikutusta nimenomaisen yksilön asiointiin työmaalla ei olisikaan – negatiiviset näkemykset skaalautuvat yksittäiseltä alueelta herkästi koko keskustan tasolle.

Asiakasta häiritsevät pöly ja melu, jotka heikentävät alueen viihtyvyyttä ja voivat kesäaikaan estää liikkeiden ovien pitämisen auki. Työmaa heikentää liikkeiden ja niiden näyteikkunoiden näkyvyyttä kadulle, mistä kärsivät etenkin ohikulkevaan asiakasvirtaan luottavat yritykset. Lisäksi vesi- ja sähkökatkot haittaavat erityisesti tiettyjen alojen liikkeitä, esim. kauneudenhoitoala ja ravintolapalvelut. Lastauspaikkojen muutokset hankaloittavat liikkeiden rutiinitoimia. Lisäksi erityisesti tärinää aiheuttavat rakennustyöt voivat vahingoittaa viereisiä kiinteistöjä.

Useat samanaikaiset remontit alueella vähentävät myös asiakasvirtojen synergioista hyötyneiden liikkeiden asiakasmääriä. Yrittäjän aikajänne on väistämättä lyhyempi kuin kiinteistönomistajien tai kaupungin. Urakka-ajat ovat yrittäjien liikevaihdon näkökulmasta pitkiä, ja liian pitkään jatkunut taloudellinen rasite ajaa yrittäjän toisinaan muuttamaan paremmat edellytykset tarjoavalle alueelle tai lopettamaan toiminnan kokonaan. Vaikka lopettamisen syyksi ei aina voida osoittaa yksinään rakennustöistä aiheutuvaa häiriötä, on se usein osasyynä ennenaikaiselle lopettamiselle.

Elinkeinoelämän näkökulmasta rakentamisen haittojen sietämiseen vaikuttaa huomattavasti se, kuinka hyvin hankkeen jälkeisen lopputuloksen uskotaan parantavan yrittämisen edellytyksiä alueella. Siksi on tärkeää perustella hankkeiden syitä, esitellä sen hyötyjä, ja tukea yrittäjiä toimintaympäristön muutoksessa. Lisäksi tiedonpuute johtaa usein tilanteeseen, jossa yrittäjä ei ole pystynyt varautumaan remontiin tarvittavin toimenpitein, liittyivät ne sitten resurssien lisäämiseen tai vähentämiseen, tai esimerkiksi liiketoimintakonseptin muutoksiin, omaan aktivoitumiseen ja markkinointiin. Käsiteltäviä aiheita voivat olla esimerkiksi eri kulkumuotojen edellytysten muutoksien vaikutus asiakasvirtoihin sekä uuden keskustaympäristön vaikutus alueen elinvoimaisuuteen.



Valmiin toteutuksen yritysvaikutusten muodostuminen

Valmiin toteutuksen myötä yritysvaikutukset ilmenevät erityisesti kuluttajakäyttäytymisen ja asiakasvirtojen muuttumisena.

Liikennejärjestelmään tehtävät muutokset, kuten autopysäköintipaikkojen vähentäminen, pyöräpysäköinnin lisääminen, pyöräväylien (yksi- ja kaksisuuntaiset) toteuttaminen ja jalkakäytävien levennykset ja kavennukset, edellyttävät käyttäjiltä sopeutumiskykyä. Muutokset voivat ohjata ihmisiä saapumaan ja liikkumaan alueella eri kulkumuodoilla ja käyttäytymään eri lailla (esim. pyöräilijöiden siirtyminen omalle pyöräväylälleen) kuin miten aiemmin on totuttu toimimaan.

Muutosten seurauksena voi ilmentyä esimerkiksi tilanteita, joissa aiemmin henkilöautolla on päässyt ”suoraan” liiketilan lähelle mutta jatkossa pysäköintimahdollisuus voi olla kauempana. Tämän seurauksena autoileva asiakas voi siirtyä käyttämään muiden alueiden palveluita, jotka ovat hänen näkökulmastaan paremmin saavutettavissa. Tämä muutos vaikuttaa erityisesti yrityksiin, joiden tuotteisiin liittyy koko- tai painotekijöitä, jolloin tuotteiden kuljetus ilman asiakkaan autoa heikentyy.

Toteuttamalla jalankulku- ja pyöräily-ystävällistä kaupunkiympäristöä ihmisiä siirtyy henkilöautoilusta kestäviin kulkumuotoihin. Tämän seurauksena tie- ja katuverkon ruuhkaisuus autoliikenteen osalta voi vähentyä ellei vastaavasti katuverkon välityskyky tehtävien muutosten myötä oleellisesti vähene. Jalankulku- ja pyöräily-ystävällinen kaupunkiympäristö mahdollistaa alueella turvallisemman liikkumisen kävellen ja pyöräillen. Kävelyä ja pyöräilyä tukevan kaupunkiympäristön myötä autoliikenteestä syntyvät melu- ja päästöhaitat vähenevät, joka edesauttaa alueen viihtyisyyden lisäämisessä. Viihtyisä kaupunkiympäristö kannustaa ihmisiä viettämään enemmän aikaa alueella ja siten myös kuluttamaan alueen yritysten tuotteita ja palveluita.



Mistä yritysvaikutukset syntyvät?

FYYSISET JA TOIMINNALLISET TEKIJÄT

- Saavutettavuuteen liittyvät muutokset:
 - Reittikatkokset ja -muutokset
 - Uudet liikkumisen ja liikenteen järjestelyt / etäisyydet
 - Muuttuvat ajojärjestelyt
- Ruuhkautuminen ja liikkumisen sujuvuus (kävely, autoliikenne, joukkoliikenne)
- Esteettömyys
- Pääsy liiketiloihin ja työpaikoille
- Näkyvyys (liiketilat, sisäänkäynnit, mainokset)
- Logistiikan ja huollon haasteet

KOKEMUKSELLISET TEKIJÄT

- Alueen viihtyisyys ja vetovoima
- Koettu hankaluus / alueella liikkumisen tai asioimisen sujuvuus
- Epävarmuus
- Turvattomuus
- Visuaaliset haitat (työmaakoneet, reittikatkokset, työmaa-aidat)
- Ääni- ja meluhaitat
- Pöly
- Tunnelma ja imago
- Mahdolliset kerrannaisvaikutukset, esim. tyhjien liiketilojen aiheuttama negatiivinen vaikutus ympäristöön

VAIKUTUKSET

- Liiketilojen edustan liikkujamäärien muutokset – vaikutus asiakasmääriin ja myyntiin
- Liiketilojen ja mainosten havaittavuus muuttuneiden liikennejärjestelyjen vuoksi
- Erityisesti rakentamisen aikana liiketoiminta tietyissä tiloissa voi muuttua haasteelliseksi (ml. Pysäköinnin operaattorit)
- Alueen vetovoimaisuuden ja imagon muutokset; autoilijat asioivat alueella vähemmän mutta pyöräilijät enemmän
- Muutokset työntekijöiden tyytyväisyydessä työympäristöä kohtaan; rakennusaikaiset häiriöt, saavutettavuuden muutokset
- Kiinteistönomistajien vuokratuotot pienenevät rakennusaikana

LIIKETILATOIMIJAT
(KAUPPA JA PALVELUT)

MATKAILUTOIMIJAT
(HOTELLIT)

TOIMISTOT

LIIKENNETOIMIJAT
(TAKSIT,
LIIKENNEPALVELUT)

KIINTEISTÖNOMISTAJAT
JA MANAGERIT

TOIMIALOJEN
MUUTOSTRENDIT

7. Pyöräliikenteen edistämisen yritysvaikutusten arviointi



Yritysvaikutusten kohdistuminen

Alla olevassa taulukossa on esitetty keskeisimpiä yritystoimintaan liittyviä vaikutusten lähteitä ja niistä syntyviä vaikutuksia rakentamisen ja valmiin toteutuksen aikana. Osaan vaikutuslähteistä voidaan puuttua ja vaikutuksia voidaan ainakin pyrkiä minimoimaan myöhemmin esitettyjen toimenpiteiden myötä.

Toimiala/tyyppi	Rakentamisen aikaisten vaikutusten lähde	Rakentamisen aikaiset vaikutukset	Valmiin toteutuksen vaikutusten lähde	Valmiin toteutuksen vaikutukset
Liiketilaisissa toimivat yrittäjät (kauppa ja palvelut, kiinteistönvälittäjät yms.)	<ul style="list-style-type: none">• Asiointivirtojen muutokset• Keskustan fyysisen ja koetun saavutettavuuden heikentyminen• Asiointikokemuksen heikentyminen• Turun keskusta-alueen imago asiointipaikkana• Asiointien suuntautuminen muualle (keskustan ulkopuolelle)	<ul style="list-style-type: none">• Heikkenevä myynti• Mahdollinen liikepaikan muuttotarve• Kerrannaisvaikutukset (esim. tyhjenevistä liiketiloista aiheutuvat vaikutukset alueen vetovoimaan)	<ul style="list-style-type: none">• Asiointivirtojen lisääntyminen vetovoiman kasvun myötä• Keskustan fyysisen ja koetun saavutettavuuden lisääntyminen• Keskustan imago asiointipaikkana paranee valmiin toteutuksen myötä	<ul style="list-style-type: none">• Lisääntyvä myynti lisääntyvien asiakasvirtojen ansiosta• Mahdollinen liikepaikan uudelleen järjestelyn tarve lisää yrittäjien kustannuksia• Liikepaikan vuokra-/hintatason nousu alueen potentiaalisen arvonnousun seurauksena
Toimitilat (toimistot)	<ul style="list-style-type: none">• Sisätiloihin kantautuvat häiriöt (melu, pöly yms.)• Työmatkojen hankaluus• Tilapäiset liikkumisen järjestelyt	<ul style="list-style-type: none">• Heikentyvä työtyytyväisyys• Haaste houkutellessa osaavaa työvoimaa• Asiakkaiden opastaminen toimitilaan hankaloituu	<ul style="list-style-type: none">• Työmatkojen sujuvuus pyörällä, kävellen ja joukkoliikenteellä paranee, autoliikenteellä pysyy samana tai heikkenee	<ul style="list-style-type: none">• Toimitilojen houkuttelevuus vaihtelee, kestävä liikkuminen ja keskustan viihtyisyys lisää houkuttelevuutta mutta vastaavasti autoliikenteen saavutettavuuden mahdollinen heikentyminen syö houkuttavuutta• Keskustan yritysten työvoiman saavutettavuus vahvistuu• Toimitilojen vuokra-/hintatason nousu alueen potentiaalisen arvonnousun myötä
Matkailutoimijat (hotellit, majoitusliikkeet)	<ul style="list-style-type: none">• Liikkumisjärjestelyt• Saavutettavuus• Imagohaitat	<ul style="list-style-type: none">• Asiakkaiden vähentyminen, vaikutus liikevaihtoon	<ul style="list-style-type: none">• Saavutettavuuden paraneminen• Keskustan imagon ja vetovoiman paraneminen	<ul style="list-style-type: none">• Asiakasvirtojen lisääntyminen, positiivinen vaikutus liikevaihtoon
Liikenneyrittäjät (taksit, linja-autot, logistiikkayrittäjät)	<ul style="list-style-type: none">• Suppeammat yhteydet• Kiertoreitit	<ul style="list-style-type: none">• Aikakustannukset• Kysynnän pienentyminen (taksit yms. kuljetuspalveluyrittäjät)	<ul style="list-style-type: none">• Mahdolliset reittimuutokset valmiissa toteutuksessa on opittu	<ul style="list-style-type: none">• Reittimuutosten opettelu• Vaihtoehtoisten citylogistiikkaratkaisujen kehittyminen (pyörä- ja pienoiskuljetukset)
Pysäköintilaitosten operaattorit	<ul style="list-style-type: none">• Kiertoreitit• Vähenevät asiakkaat	<ul style="list-style-type: none">• Operoinnista saatavien tulojen pienentyminen	<ul style="list-style-type: none">• Muutokset kadunvarsipysäköinnissä tai reiteissä pysäköintilaitoksiin	<ul style="list-style-type: none">• Tulojen vähentyminen autoilevien käyttäjien siirtyessä muihin kulkumuotoihin (arvio heti toteutuksen jälkeen, ajan myötä vaikutus tasaittuu)• Vaihtoehtoisten tulojen lisääntyminen (valvottu pyöräpysäköinti)
Kiinteistönomistajat ja managerit	<ul style="list-style-type: none">• Haasteet liike- ja toimitilojen käyttäjien liiketoiminnassa• Mahdolliset vuokralaismuutokset	<ul style="list-style-type: none">• Aikakustannukset• Mahdolliset vuokranmenetykset	<ul style="list-style-type: none">• Liike- ja toimitilojen käyttäjien määrän lisääntyminen• Mahdolliset vuokralaismuutokset	<ul style="list-style-type: none">• Vuokratulojen todennäköinen lisääntyminen sekä kiinteistöjen arvon nousu ympäröivän kaupunkiympäristön parantuessa

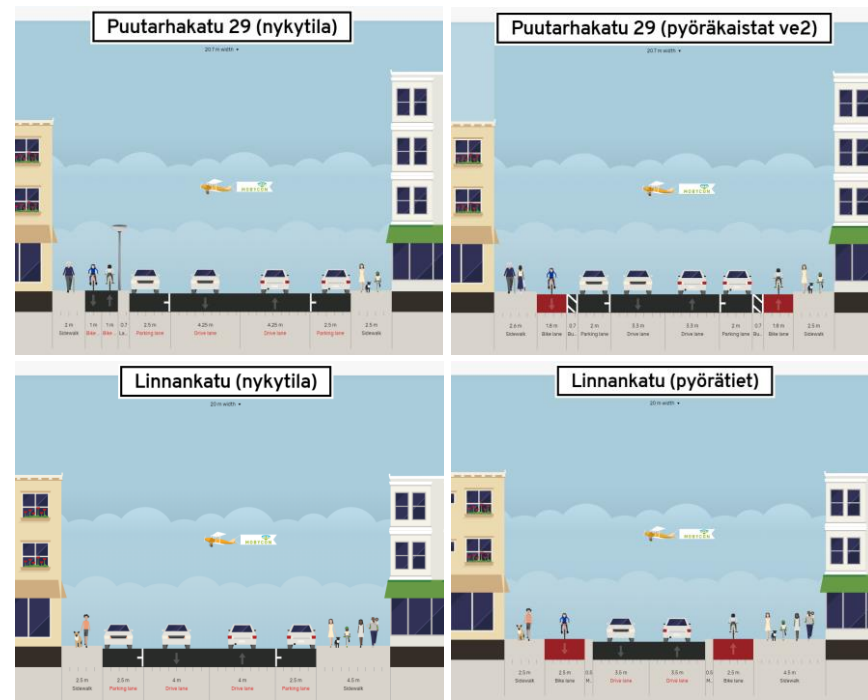
Katutilan muutosten vaikutukset yritystoimintaan

Katutilan muutoksilla on useita vaikutuksia ympäröivien liiketilojen toimintaan. Keskeisimmät vaikutukset liittyvät liiketilojen ja työpaikkojen saavutettavuuteen, jota voidaan tarkastella liikenteen välityskyvyyn, pysäköinnin ja yleisen ja kokemuksellisen saavutettavuuden kautta.

Katutilan muutokset, kuten kaistojen leventäminen/kaventaminen tai lisääminen/poistaminen vaikuttavat eri kulkumuotojen välityskykyyn. Välityskyky vaikuttaa liiketilojen hyödynnettävissä olevien asiakasvirtojen määrään ja sujuvuuteen. Välityskyvyllä on vaikutus myös työpaikkojen sujuvaan saavutettavuuteen ja liikenneväylien mahdolliseen ruuhkautumiseen.

Auto- ja pyöräpysäköinnin muutokset vaikuttavat ihmisten kulkumuotovalintoihin. Pysäköinnin läheisyys ja sujuvuus suhteessa liiketiloihin ja työpaikkoihin vaikuttaa yritystoiminnan saavutettavuuteen.

Katutilan yleinen ja kokemuksellinen saavutettavuus liittyy esimerkiksi kulkumuotojen erotteluun, väylien yksi- ja kaksisuuntaisuuteen, kadun ylityksiin ja näkemäalueisiin. Katutilan käyttäjien tulee tehdä valintoja em. tekijöihin pohjautuen liikuttaessa liiketiloihin tai työpaikalle. Liiketilojen ja mainosten näkyvyys katutilassa on myös merkittävä osatekijä liiketoiminnalle.



Kuvat: Pyöräliikenteen verkkosuunnitelman mukaisessa poikkileikkausvaihtoehtokuvassa on esitetty Puutarhakatu 29 (yllä) ja Linnankatu (alla) idästä päin.

Vaikutukset keskustan asiakaskokemukseen ja liiketoiminnan elinvoimaisuuteen

Keskustassa sijaitsevan liiketoiminnan kannalta keskeisiä näkökulmia ovat keskustan saavutettavuus, viihtyisyys, turvallisuus, ostovoiman kehitys ja liiketilojen tarjonta, kunto ja vuokrataso.

Pyöräliikenteen tavoiteverkko pyrkii tekemään liikennekokonaisuudesta nykyistä ennakoitavampaa ja helpompaa kaikille liikkujille. Pyöräily- ja kävelypainotteiset kadut ja jalankulun ja pyöräliikenteen selkeä erottelu lisää liikenteen turvallisuutta.

Pyöräliikenteen edistäminen ja rauhallisen liikkumisen alueet vähentävät autoliikenteestä syntyviä melu- ja päästöhaittoja, tehden keskusta-alueesta viihtyisemmän asointiympäristön.

Viihtyisämpi asointiympäristö edesauttaa oleskelua ja aktiivisuutta alueella. Tämä tarjoaa mahdollisuuksia erityisesti viihtyisyyteen ja elämyksiin liittyvien palveluiden tarjoamiselle ja erikoisliikkeille. Viihtyisä kaupunkiympäristö lisää alueen vetovoimaa ja kävijävirtoja, jotka puolestaan houkuttelevat kaupallisia toimintoja sijoittumaan alueelle.

Keskusta-alueen houkuttelevuus arjen asointiympäristönä kasvaa. Arkisten palveluiden lisäksi voidaan käyttää useammin myös muita viihde- ja elämyspalveluita.

Keskusta-alueen painopisteen muuttuminen vahvemmin kävelyn ja pyöräilyyn voi muuttaa nykyisten liiketilojen koostumusta. Kävelyn ja pyöräilyyn tukeutuvat palvelut hakeutuvat alueelle ja vastaavasti voimakkaasti autoliikenteeseen ja pysäköintiin nojaavat palvelut voivat siirtyä keskustan ulkopuolelle.

Autoliikennettä koskevat heikennykset (kadunvarsipysäköinnin vähentyminen, kaistamuutokset) voivat vaikuttaa autoilevien asiakkaiden asiakaskokemukseen ja siten heikentää keskustan liiketiloihin suuntautuvia asiakasvirtoja.



Kaupan trendien ja asiakaskäyttäytymisen muutokset vaikuttavat kaupan monikanavaisuuteen myös kivijalkaliiketoiminnassa mm. erilaisten showroom-, kuljetuspalvelu- ja elämyskonseptien myötä.

Vaikutukset keskustan saavutettavuuteen

Turun pyöräliikenteen verkkosuunnitelman mukainen tavoiteverkko 2035 yhdessä rauhallisen liikkumisen alueiden kanssa mahdollistaa kokonaisuuden, jossa keskusta-alueen saavutettavuus pyörällä paranee.

Keskustan saavutettavuus kävelemällä ja joukkoliikenteellä arvioidaan paranevan erityisesti koetun saavutettavuuden kautta, jota edesauttaa katutilan muutokset paremmin ennakoitavaksi ja turvallisemmaksi.

Keskustan saavutettavuus autoliikenteellä voi heikentyä erityisesti niillä katuosuuksilla, joilla autoliikenteen järjestelyihin tehdään heikennyksiä. Tällaisia toimenpiteitä ovat ajokaistojen vähentäminen ja kaventaminen, kadunvarsipysäköintipaikkojen vähentäminen ja mahdolliset muutokset keskustan pysäköintilaitoksiin vieville reiteille.

Huoltoliikenteen pääsy keskustan liiketilojen yhteyteen tulee huomioida jatkosuunnittelussa, varsinkin raskaiden ja kookkaiden kuljetusten osalta. Vaihtoehtoisten citylogistiikkaratkaisujen (esim. rahtipyörä-, sähköskootteri- tai muut kevyet ajoneuvokuljetukset) hyödyntäminen voi parantua pyöräliikennettä edistävien toimenpiteiden myötä.

Rakentamisen aikaiset työmaajärjestelyt voivat heikentää alueella sijaitsevien liiketilojen ja toimistojen saavutettavuutta ja näkyvyyttä, täten vaikuttaen yritysten liiketoimintaedellytyksiin. Työmaajärjestelyiden ajallisen keston, viestinnän ja siten ennakoitavuuden merkitys korostuu liiketoiminnan näkökulmasta.

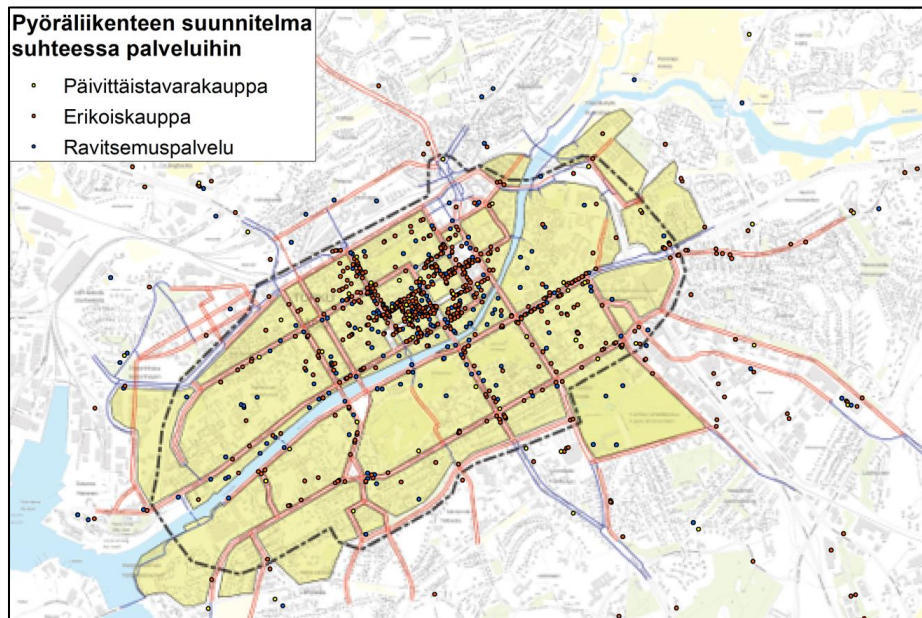


Pyöräliikenteen suunnitelma suhteessa palveluihin

Mikrotasolla pyöräliikenteen kehittämisen ja yritystoiminnan välinen potentiaalinen konflikti syntyy rajallisen katutilan käytöstä eri liikkumisen muodoille. Konfliktin syntyminen on todennäköisintä ja yhteensovittamiselle on suurin tarve katuosuuksilla, joissa liiketoiminnan kannalta keskeistä on

- Pysäköinti lähellä liiketilaa (esim. hankalammin kannettavat tuotteet)
- Logistiset tarpeet (esim. päivittäistavara-kauppa, hotellit yms.) huomioiden myös nykyiset citylogistiikan tarpeet esim. ruokalähetit jne. (ravintolat, kahvilat, päivittäis- ja erikoismyymälät). Citylogistiikan tarpeisiin tulee ottaa kantaa kaupungin tekeillä olevan SULP:n (Sustainable Urban Logistics Plan) yhteydessä.
- Liiketoiminnan levittäytyminen katutilaan terrassien, mainosten tai myytävien tuotteiden muodossa (ravintolat, kahvilat, erikoiskauppa)

Seuraavalla sivulla on osoitettu Turun keskusta-alueelta kohdat, joissa pyöräliikenteen jatko- ja toteutussuunnittelussa tulee erityisesti huomioida liiketoiminnan tarpeet.



Jatkosuunnittelussa huomioitavaa

4. Eerikinkatu

Hotelli, päivittäistavara-kauppoja sekä erikoiskauppoja ja ravintoloita. Erityisesti logistisia tarpeita. Katutilan suunnittelussa huomioitava myös mahdollinen raitiotielinjaus kadun kautta

5. Linnankatu

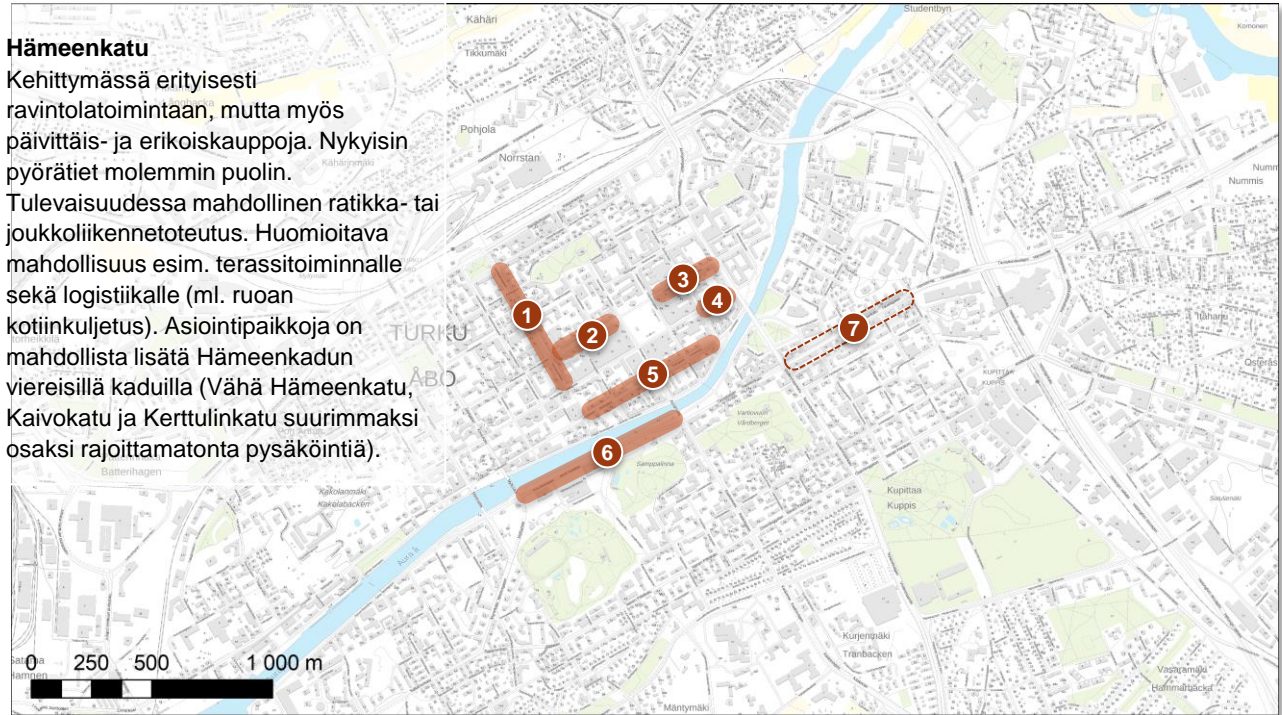
Erikoišliikkeitä ja ravitsemustoimijoita. Huomioitava mahdollisuus liiketoiminnalla levittäytyä katutilaan. Lyhytaikaista pysäköinti- ja logistiikka/huoltotarvetta

6. Itäinen Rantakatu

Liikkumismuotojen yhteensovitus viihde-, elämys- ja kulttuuritoimintojen kanssa (nykyiset ja tulevat). Jonot ja joukkojen hallinta – varattava tilaa kävelyille ja oleskelulle.

7. Hämeenkatu

Kehittämässä erityisesti ravintolatoimintaan, mutta myös päivittäis- ja erikoiskauppoja. Nykyisin pyörätiet molemmin puolin. Tulevaisuudessa mahdollinen ratikka- tai joukkoliikennetoteutus. Huomioitava mahdollisuus esim. terassitoiminnalle sekä logistiikalle (ml. ruoan kotiinkuljetus). Asiointipaikkoja on mahdollista lisätä Hämeenkadun viereisillä kaduilla (Vähä Hämeenkatu, Kaivokatu ja Kerttulinkatu suurimmaksi osaksi rajoittamatonta pysäköintiä).



8. Yhteenveto ja toimenpide- suositukset



Yhteenvedo

- Vähittäiskaupan ja palveluiden toimintaympäristö on jatkuvassa murroksessa. Erityisesti koronapandemia on vauhdittanut muutosta viimeisten vuosien aikana. Keskeisimpiä muutosvoimia ovat teknologian kehitys ja verkkokaupan kasvu sekä asiakaskäyttäytymisen muutos tavaroiden kuluttamisesta enemmän palvelupainotteisemmaksi. Kestävyyden merkitys on noussut voimakkaammin esille viimeisten vuosien aikana. Nämä asetta vat haasteita myös keskustaympäristöjen kehittämiseksi, jolloin keskustojen vetovoimatekijöinä korostuu kaupallisen tarjonnan lisäksi myös muita asiakaskokemukseen vaikuttavia teemoja, kuten kaupunkiympäristön laatu, tapahtumat, elämykset ja kokemukset.
- Turun pyöräliikenteen tavoiteverkko 2035 noudattaa kansainvälistä trendiä rauhoittaa keskusta-alueen liikennettä autoliikenteeltä ja tehdä siitä pyöräily- ja kävelypainotteisempi. Tällä on nähty olevan positiivisia vaikutuksia keskustojen vetovoimalle ja siellä toimivien yritysten liiketoimintaedellytyksiin. Toteuttamalla viihtyisää, miellyttävää ja turvallista liikkumisympäristöä synnytetään toisaalta positiivisia asiakaskokemuksia ja toisaalta myös yrityksille mahdollisuuksia esimerkiksi katutilan hyödyntämiseen liiketoiminnassaan sekä kaupallisen toiminnan paremmin näkyväksi tuomista.
- Keskustan saavutettavuus kaikilla kulkumuodoilla on tärkeää, mutta on huomioitava se, että kaikki liikkujat ovat jossain vaiheessa kävelijöitä. Tällöin kaupallisesta näkökulmasta erityisesti kävelyä tukevan kaupunkiympäristön laadulla on erityinen merkitys. Hyvä ja laadukas ympäristö houkuttelee myös kävelemään pidempiä matkoja, jolloin luodaan edellytyksiä esimerkiksi keskitettyjen pysäköintiratkaisuiden toimivuudelle ja sille, että ne palvelevat hyvin myös niitä keskustan liikkeitä, jotka sijaitsevat hieman kauempana pysäköinnistä.
- Pyöräliikennettä edistäväillä toimenpiteillä on useita myönteisiä vaikutuksia Turun keskustan viihtyisyyteen ja vetovoimaan mutta autoliikenteen merkitystä ei voi missään nimessä väheksyä. Turun keskusta toimii myös vahvana seudullisena asiointikohteena. Yritysedustajien vastauksissa korostui pysäköinnin tärkeys, kuten kadunvarsipysäköinnin olemassaolo ja pysäköintilaitosten saavutettavuus. Autoilun sähköistyminen tulevaisuudessa tulee vaikuttamaan autoilun päästöihin ja autoilun suhtautumiseen. Samanaikaisesti autoliikenne kuitenkin muodostaa merkittävää tilatarvetta liikenteessä ja pysäköitynä. Pyöräliikennettä edistäviä toimenpiteitä ei silti ole perusteltua tehdä pelkästään autoliikenteen edellytyksiä heikentämällä. Jatkosuunnittelussa tulee kiinnittää erityistä huomiota kohteisiin, joissa tulisi muutoksia kadunvarsipysäköintiin ja pysäköintilaitoksiin johtaville reiteille.



Toimenpidesuosituksen (1/2)

- Rakentamisen aikaiset väliaikaiset muutokset voivat vaikuttaa keskusta-alueen kokemuksellisuuteen liittyvien negatiivisten tekijöiden vaikutuksesta. Rakentamisvaiheen negatiivisten **vaikutusten minimoimiseksi keskeistä on rakentamisen tilapäisjärjestelyistä johtuvien reittimuutosten sujuvoittaminen ja tilapäisjärjestelyiden ennakoitavuuden parantaminen (toteutuksen ajankohta, aikataulu ja sen pitävyys)**. Mitä lyhyempi rakentamisen aika on, mitä kiinteämpiä ja laadukkaampia tilapäisjärjestelyt ovat ja mitä varmempia arviot haitan kestoajasta ovat, sitä paremmin asiakasvirtojen siirtymistä muualle voidaan ennaltaehkäistä ja liiketoiminnan operointi on paremmin ennakoitavissa.
- **Yrittäjien epävarmuuden minimointiin** tulisi panostaa jo ennen rakentamisen alkamista ja erityisesti niissä kohteissa, joissa on odotettavissa suurimpia muutoksia katutilaan. Keskustassa sijaitseville yrityksille sijainti voi olla olennainen osa niiden brändien näkyvyyttä. Brändiin kohdistuvien negatiivisten vaikutusten kannalta kaupunki voi tukea yrityksiä ja kiinteistönomistajia erilaisten mediakampanjoiden avulla. Alueen rakentamisen aikaista mielikuvaa voi erityisesti pimeinä kuukausina korostaa valoilla ja jopa taideteoksilla – niiden turvallinen sijainti liikkumisen kannalta huomioiden. Kaupunki- ja tilataide työmaaympäristön tuntumassa sekä tilapäisreiteillä voi lieventää negatiivista mielikuvaa ja tuoda aluetta uudella tavalla mielenkiintoiseksi.
- Tärkeää on selkeä opastus tilapäisreiteille, kaupallisen toiminnan näkyvyys ja mainonta reiteillä, mikäli rakentaminen estää näiden normaalin toteutumisen. Digitaaliseen opastukseen panostaminen muuttuvilla reiteillä voi olla hyvä ratkaisu pitää opastus ajan tasalla.
- **Kaupunki on olennainen viestijä koko projektin ajan**, joten kaupungin kannattaa proaktiivisesti nostaa esiin alueen yrityselämää viestinnässä. Erityisesti rakentamisvaiheessa on olennaista pitää **keskusteluyhteys elinkeinoelämän suuntaan**, perustella toteutuksen taustoja ja niiden tarvetta. Pyöräliikenteen edistämisen myönteisiä vaikutuksia keskustan vetovoimaan ja toimintaympäristöön mutta myös nostettava esille mahdolliset autoliikenteeseen liittyvät heikennykset. **Oikea-aikainen ja –sisältöinen viestintä parantaa liiketoiminnan ennakoitavuutta**.
- Käytännön viestinnän tasolla kaupungin tulee varmistaa **sisäisen ja ulkoisen tiedonkulun resursointi**. Sisäisen viestinnän onnistumiseen kannattaa panostaa, koska se takaa ulospäin suuntautuneen viestinnän onnistumisen. Tämä vaikuttaa keskustan ja siellä sijaitsevien yritysten maineeseen ja brändiin. Onnistuessaan viestintä ja mahdolliset hankkeen valmistumiseen liittyvät **yritysten tarjous- tms. kampanjat**, joita kaupunki voi olla tukemassa, luo vetovoimaa hankkeen vaikutusalueelle heti alusta alkaen. Myös yritysyrityshenkilön eli yritysluotsin toimintaa voisi harkita linkkinä yrittäjien ja kaupunkiorganisaation välillä.



Toimenpidesuosituksset (2/2)

- **Tietoisuuden lisääminen pyöräliikenteen edistämisen vaikutuksista** niin yrittäjien kuin asukkaiden suuntaan voi vähentää vastakkainasettelua. Toisaalta tietoisuuden lisääminen voi vastavuoroisesti myös tuoda kaupungin ja päätöksenteon suuntaan näkökulmia, jotka eivät ehkä muuten nousisi esiin. Tiedot esimerkiksi muiden kaupunkien, yrittäjien ja asukkaiden niin positiivisista kuin negatiivisista kokemuksista edesauttavat kehitystyössä.
- Rakentamisen aikana erilaiset kompensatiot tulonmenetyksistä mahdollistaisivat osaltaan yritystoiminnan jatkuvuuden ja sillä voisi olla huomattavia epäsuoriakin vaikutuksia alueen yritystoiminnan vireyden kannalta. Kompensatioiden toteuttaminen suorana kaupungin tukena yrittäjille on kuitenkin haastavaa.
- Pyöräliikenteen edistämällä on merkittävä vaikutus Turun keskustan vetovoiman edistämiseksi. **Vuoropuhelu keskustan muiden kehityshankkeiden kanssa tulee varmistaa** myös pyöräilyn tavoiteverkon mukaisten hankkeiden kanssa. Pyöräliikenteen edistäminen edesauttaa keskusta-alueen viihtyisyyttä ja vetovoiman kasvua.
- **Laadukas ympäristö** materiaaleineen ja toimivine reitteineen luo pohjaa keskustan uudelle tunnelmalle. Viimeistelylle kannattaa varata aikaa sekä resursseja, jotta rakentamisen aikaiset yritysten asiakkaiden sekä alueen asukkaiden odotukset eivät koe kolausta heti alkumetreillä. Kestävän ja toimivan kaupungin brändiin soveltuu katuvihreä sekä mielenkiintoiset ja hyvin toimivat yksityiskohdat kaikki käyttäjäryhmät, lapsista ikäihmisiin, huomioiden.
- Talviolosuhteet asettavat merkittäviä haasteita kaduilla tapahtuvalle liikenteelle, jolloin **talvikunnossapitoon tulee panostaa**. Tämä korostuu entisestään, kun pyöräliikenteen kulkumuoto-osuutta pyritään kasvattamaan ja samalla pyöräliikenteen merkitys osana yritysten liiketoimintaa kasvaa.
- Jatkoselvityssuosituksset:
 - Keskustan asiointiselvitysten jatkuva seuranta asiointikäyttäytymisen muutoksista (rahankäyttö, frekvenssi, tarpeet)
 - Keskustan citylogistiikkaan liittyvien tarpeiden kartoittaminen (mm. jakelu, huolto ja ruokalahettitoiminta) – vaadittavat tilantarpeet, kestävyysnäkökulmien huomioiminen
 - Terassialueita, parklet-toimintaa sekä liiketoiminnan katutilaan levittäytymistä luotaava selvitys (tarpeet, lupakäytännöt, priorisoitavat alueet ja toimenpiteet)





Kuva: Vesa Aaltonen