

Hyvä muttei oma – tutkimus Myllypuron uudesta ostarista

Jutta Harjunen, Pasi Mäenpää



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

**VALTIOTIETEELLINEN TIEDEKUNTA
STATSVETENSKAPLIGA FAKULTETEN
FACULTY OF SOCIAL SCIENCES**



ASUINALUEIDEN
KEHITTÄMISOHJELMA
2013-2015

Sisällys

1. Johdanto	1
1.1. Ostariuudistukset osana täydennysrakentamista.....	2
1.2. Ostariuudistuksen prosessi	3
1.3. Kysymyksenasettelu.....	4
1.4. Ostarin kuvaus.....	5
2. Aineistot ja menetelmät	9
2.1. Määrälliset tutkimusmenetelmät	9
2.2. Laadulliset tutkimusmenetelmät	11
3. Tulokset: ostarilla asiointi	13
3.1. Ostarin liikkeet	15
3.2. Ostoksille saapuminen	16
3.3. Myllypuron ostarin hyvät puolet ja kehittämiskohteet	17
3.4. Ostostottumukset	20
3.4.1. Ensisijainen ruokaostosten tekopaikka	20
3.4.2. Toissijainen ruokaostosten tekopaikka	24
3.4.3. Muiden kuin ruokaostosten teko	27
3.5. Pienalueittaiset erot ostarin käytössä.....	29
3.6. Asukastalo Myllärin ja mediakirjaston merkitys	32
3.7. Ostarilla oleskelu ja tuttavien tapaaminen	34
3.8. Tulosten yhteenveto	37
4. Myllypuron ostarin menestymättömyyden syitä	39
4.1. Ostarin luonne ja rakenteelliset rajoitteet.....	39
4.2. Ostarin johtaminen ja markkinointi	42
4.3. Yhteistoiminnan puute.....	45
4.4. Yhteisöllisyyden tarve ja autio aukio.....	47
5. Lopuksi: Myllypuron ostari julkisena tilana.....	49
5.1 Esikuvallinen ostari?	49
5.2 Myllypuron ostarin tulevaisuus	52
5.3 Ostarien toiminnallinen uudistaminen	53
Lähteet	57

Liite 1. Luettelo kuvista ja taulukoista.....	59
Liite 2. Kyselylomake.....	60
Liite 3. Yrittäjähaastatteluiden haastattelurunko.....	67
Liite 4. Ryhmähaastattelun haastattelurunko.....	69

1. Johdanto

Myllypuro on 11 000 asukkaan asuinalue Itä-Helsingissä. Alueen toiminnallinen keskus on metroaseman vieressä sijaitseva Myllypuron ostoskeskus. Ostari uudistettiin vuonna 2012 valmistuneessa uudistusprosessissa täysin. Vuonna 1966 valmistunut vanha parinkymmenen osakkaan omistama liikekeskus sai väistyä uuden asuin- ja liiketiloja hybriditaloksi yhdistävän ostarirakennuksen tieltä. Lähiöostareiden perusongelmana pidetty hajanainen omistajarakenne korvattiin kauppakeskusmallisella ammattimaisella omistajuudella ja hallinnoinnilla.

Ostariuudistus oli osa Myllypuron täydennysrakentamishanketta ja sitä on kaupunkisuunnittelun ja sen tutkimuksen parissa pidetty esikuvana siitä, miten lähiön mainetta huonontava, vanha ja kapakoitunut ostari korvataan uudella, toimivuudeltaan ja kaupunkikuvaltaan ajanmukaisella ostarilla osana asuinalueen kaupunkiudistusta. Niinpä ostariuudistukseen johtanutta prosessia lähdettiin selvittämään Helsingin yliopiston sosiaalitieteiden laitoksen Ostoskeskukset julkisina tiloina -tutkimushankkeessa (ks. blogs.helsinki.fi/lahioostarit), jota rahoittivat Ara ja Ympäristöministeriö osana Aran asuinalueiden kehittämisohjelmaa. Hankkeen kumppaneina olivat Helsingin kaupungin tietokeskus, kaupunginkanslia ja Lähiöprojekti. Tapaus Myllypuroa lähestyttiin ostariuudistusten esikuvana ja mallina, jota voitaisiin soveltaa muuallakin vastaavissa uudistustarpeissa, joita Helsingin ja Suomen lähiörakenteessa riittää.

Tutkimuksessa kävi kuitenkin ilmi, että Myllypuron uusi ostari kaikista odotuksista ja uudistamiseen käytetyistä resursseista huolimatta ei tunnu menestyvän. Ostarilla on runsaasti tyhjiä liiketiloja ja yrittäjien vaihtuvuus on suurta. Jos Myllypuron täysin uusittu ostari ei menesty, se on huono uutinen ostareiden uudistuspyrkimyksille muuallakin. Siksi päätettiin tehdä tämä tutkimus selvittämään sitä, mistä ostarin odotuksia heikompi menestys johtuu. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Myllypuron ostarin menestymättömyyden syyt.

1.1. Ostariuudistukset osana täydennysrakentamista

Lähiöostareita pidetään joskus tuulahduksena menneisyydestä ja osana lähiöiden 1960- ja 1970-lukujen kulta-ajan elämää. Kauppa keskittyy entistä suurempiin yksiköihin ja aika uhkaa ajaa lähiöostareiden ohi. Kaupan asemalle kaupungissa on kuitenkin nähtävissä myös uusia, keskittymiselle vastakkaisia kehityssuuntauksia, jotka korostavat lähipalveluiden merkitystä kaupunkirakenteen tiivistymisen ja ekologisten perusteiden vuoksi. Lähiöiden muuttuessa myös lähiöostareiden tulee muuttua, jotta ne voivat säilyttää paikkansa asuinalueiden toiminnallisina keskuksina.

Kaupungistumisen aikaansaaman voimakkaan kasvun vuoksi Helsinki ei enää voi kasvaa laidoiltaan. Kaupunkia kasvatetaan sisäänpäin olemassa olevien alueiden täydennysrakentamisena. Täydennysrakentaminen voi olla uusien pienalueiden ja talojen rakentamista, mutta myös uudenlaista toimintojen sekoittamista, josta uuden ostarin asuin- ja liiketiloja yhdistävä ratkaisu on esimerkki. Täydennysrakentamisella on väestönkasvun aiheuttamien tarpeiden lisäksi sosiaaliseen tasapainoon liittyviä päämääriä. Helsingin sosiaalinen tasapaino on ollut jo pitkään kallellaan siten, että joillekin alueille kasautuu muita enemmän erilaisia sosiaalisia ongelmia. Itä-Helsinki on saanut erityishuomiota alueena, jonne suunnataan erilaisia tasapainottavia toimenpiteitä. Huoli lähiöiden tulevaisuudesta on yleisesti jaettu, ja täydennysrakentamisen kautta myös alueiden väestöpohjaa halutaan muokata monipuolisempaan suuntaan.

Toimivat ja vetovoimaiset lähipalvelut ovat esikaupunkialueiden elinvoimaisuuden kannalta merkittävä tekijä. Palvelujen siirtyminen asuinalueilta kauppakeskuksiin ja kaupunkiseudun liikenteellisiin solmukohtiin heikentää etenkin vanhenevien lähiöiden vetovoimaa tilanteessa, jossa arjen sujuvuudesta on tullut yhä tärkeämpää. Näivettyvä ja turvattomaksi koettu ostari toimii huono-osaisuuden keskittymisen signaalina, joka kiihdyttää alueiden ei-toivottua eriytymistä. Ostareiden ”pubistuminen” ja siitä seuraavat häiriöt on nostettu mediassa esiin kaupunginjohtajaa myöten. Ostari ei ehkä enää ole lähiön sydän, mutta se antaa sille kasvot.

Eheyttävän yhdyskuntasuunnittelun, väestössä ja elämäntavoissa tapahtuvien muutosten sekä kaupan ja kulutuksen meneillään olevan murroksen myötä urbaanien lähipalvelujen kehittämiselle on syntymässä uudenlaisia mahdollisuuksia esikaupunkialueilla. Täydennysrakentaminen tuo lisää asukkaita eli asiakkaita lähiöihin. Väestö vanhenee ja askel lyhenee. Urbaanin asumisen ja elämäntavan arvostus on viime aikoina kasvanut. Tiiviin ja sekoitetun kaupungin ihannetta löytyy tänä päivänä muualtakin kuin

kaupunkisuunnitteluvirastosta. Lähipalveluiden kehittäminen on keskeinen osa ekologisesti kestävästä, yhdyskuntataloudellisesti tehokasta ja sosiaalisesti tasapainoista kaupunkisuunnittelua. Kaupungin kasvaessa sisäänpäin ostarit muodostavat palvelujen perusrakenteen, jonka pohjalta asuinalueista pyritään tekemään uutta kaupunkia. Lähiöostareita paitsi tarvitaan yhä myös tarvitaan taas. Entisellään ne eivät kuitenkaan täydennysrakentamisen edetessä voi pysyä. Tämä tutkimus kertoo siitä, miten Myllypuron ostarin uudistus on onnistunut, miten se palvelee aluettaan ja sen asukkaita sekä missä on menty vikaan ja mitä voitaisiin parantaa. Jokainen lähiöostari on omalla tavallaan asettunut kaupungin fyysiseen, sosiaaliseen ja kaupalliseen rakenteeseen eikä tuloksia voi suoraan yleistää. Yhdestä tapauksesta voidaan kuitenkin oppia paljon.

1.2. Ostariuudistuksen prosessi

Myllypurossa aloitettiin asemakaavoitus vuonna 1999. Myllypuron keskus ja ostoskeskus sen osana olivat yksi viidestä kehitettävästä osa-alueesta. Tavoitteena oli lähiön täydennysrakentaminen ja etenkin sen raideliikenneaseman yhteydessä toimivan keskuksen asuntokannan kasvattaminen, asuntokannan ja väestörakenteen monipuolistaminen sekä palvelutason parantaminen tai ainakin säilyttäminen. Uusia asukkaita tavoiteltiin n. 4 500 henkeä aiemman n. 9 100 asukkaan lisäksi ja uusia työpaikkoja n. 6 000.

Kaupunki oli vuonna 1998 päättänyt ostaa metroaseman vieressä sijaitsevan Paragonin painotalon muuttaakseen sen urheiluhalli Liikuntamyllyksi, mikä aloitti keskuksen muutoksen. Sen jatkoksi kaavoitettiin samalle toimitila-alueelle salibandykeskus vuonna 2000. Vuonna 2004 hyväksyttiin kaava, jonka osana rakennettiin keskusterveysasema metroaseman toiselle puolelle. Sittemmin keskusalueelle päätettiin sijoittaa Metropolia-ammattikorkeakoulu. Näin Myllypuron ostoskeskuksen palveluille oli luotu lähiötilanteeseen nähden erittäin merkittävä määrä alueen ulkopuolelta tulevaa asiakaspohjaa. Yhdessä mittavan, pientalorakentamista sisältävän asuntorakentamistavoitteen kanssa se tarjosi hyvät edellytykset lähipalvelujen kehittämiseksi alueen keskuksessa.

Ostoskeskuksen kaavoitus käynnistyi vuonna 1999 asuntorakentamisen suunnittelulla vanhan ostarin yhteyteen. Pian kaupunkisuunnitteluvirastossa syntyi kuitenkin ajatus vanhan ostarin purkamisesta ja uuden rakentamisesta. Kaupungille myönnettiin valtion lähiörahostosta rahoitus arkkitehtuurikilpailun järjestämiseksi ostoskeskusta varten. Kilpailulla kaupunki tavoitteli uudistukselle korkeampaa profiilia, jolla hanke tehtäisiin sijoittajille houkuttelevammaksi. Myllypuro oli huonontanut entisestään mainettaan ns. myrkkypupakan

takia, kun Alakiventien alueelta oli löydetty kaatopaikkajätteitä ja koko alue päätetty siksi purkaa valtavan mediahuomion jälkeen. Kaupungin sosiaalivirasto aktivoitui ajamaan ostarille Myllypuron asukkaiden pitkään toivomaa asukastaloa ja kirjastotoimi sen yhteyteen pientä mediakirjastoa. Molemmat toteutuivat ostarin aukion keskellä olevassa pyöreässä rakennuksessa.

Arkkitehtuurikilpailun voitti arkkitehtitoimisto JKMM ehdotuksella Piazzetta. Kaavan valmistuttua kiinteistöviraston tonttiosasto sai tehtäväkseen neuvotella yhtiöiden kanssa niiden toiminnan lopettamisesta vanhan ostarin purkamista varten. Samaan aikaan lähestyttiin rakennusliikkeitä ja rakennuttajia uudisrakennuksen tontinvarausta ja toteuttamista varten. Ostoskeskusyhtiöiden kanssa käytyjen neuvottelujen keskeisin aihe oli korvauksen määrä, jolla kaupunki ostaisi osakkaat ulos yhtiöistä. Lopulta kaupunki ja Citycon ostivat yhdessä vanhan ostarin osakkeet, jolloin uuden rakentaminen saattoi alkaa. Myllypuron uuden ostarin avajaisia vietettiin elokuussa 2012.

1.3. Kysymyksenasettelu

Myllypuron uudesta ostarista haettiin alueen maineen kohottajaa ja esikuvaa ostariuudistuksesta osana esikaupunkien täydennysrakentamista. Hajanaisesta omistuksesta siirryttiin ajanmukaiseen kiinteistöliiketoimintamalliin, jossa kauppakeskuksiin erikoistunut yhtiö sekä omistaa että operoi toimintaa.

Keskitetyn johtamismallin avulla oli tarkoitus päästä eroon vanhoihin lähiöostareihin yleisesti liitetystä hajanaisen omistamismallin ongelmista. Tutkimushankkeen käynnistyttyä selvisi kuitenkin nopeasti, ettei uuden ostarin tarina ole ollut pelkästään menestyksekkäs. Myllypuron ostaria koskevan jatkotutkimuksen tarpeen perusteluksi nousi siis kysymys siitä, miksi uusittu ostari ei kaikista odotuksista huolimatta menesty. Tämä onkin tämän raportin päätutkimuskysymys.

Tutkimuksen käynnistyttyä tutkimusongelma konkretisoitui myös muiden, päätutkimuskysymystä tukevien alatutkimuskysymysten kautta. Liikkeelle lähdettiin Myllypuron historiaan ja sen alueellisiin erityispiirteisiin tutustumalla sekä tutkimuskirjallisuuteen perehtymällä. Syntyi ennakko-oletuksia siitä, miksi uusi ostari ei välttämättä toimi. Näitä olivat esimerkiksi alueen liikenteen ulkosityttöisyys, pientalo- ja kerrostaloalueiden asukkaiden eriävät elämäntyyli ja niihin liittyvä ostoskäyttäytyminen, autoilevien ja autottomien kotitalouksien eroavaisuudet, isojen lähellä sijaitsevien kauppojen

vetovoimaisuus suhteessa lähiostariin, paikallisen markkinatiedon puute ja lapsiperheiden ostaria karttavat ostotottumukset. Nämä pohdinnat vaikuttivat taustalla esimerkiksi kyselylomaketta suunniteltaessa ja näihin seikkoihin tarjotaan vastauksia tutkimuksen tulososuudessa.

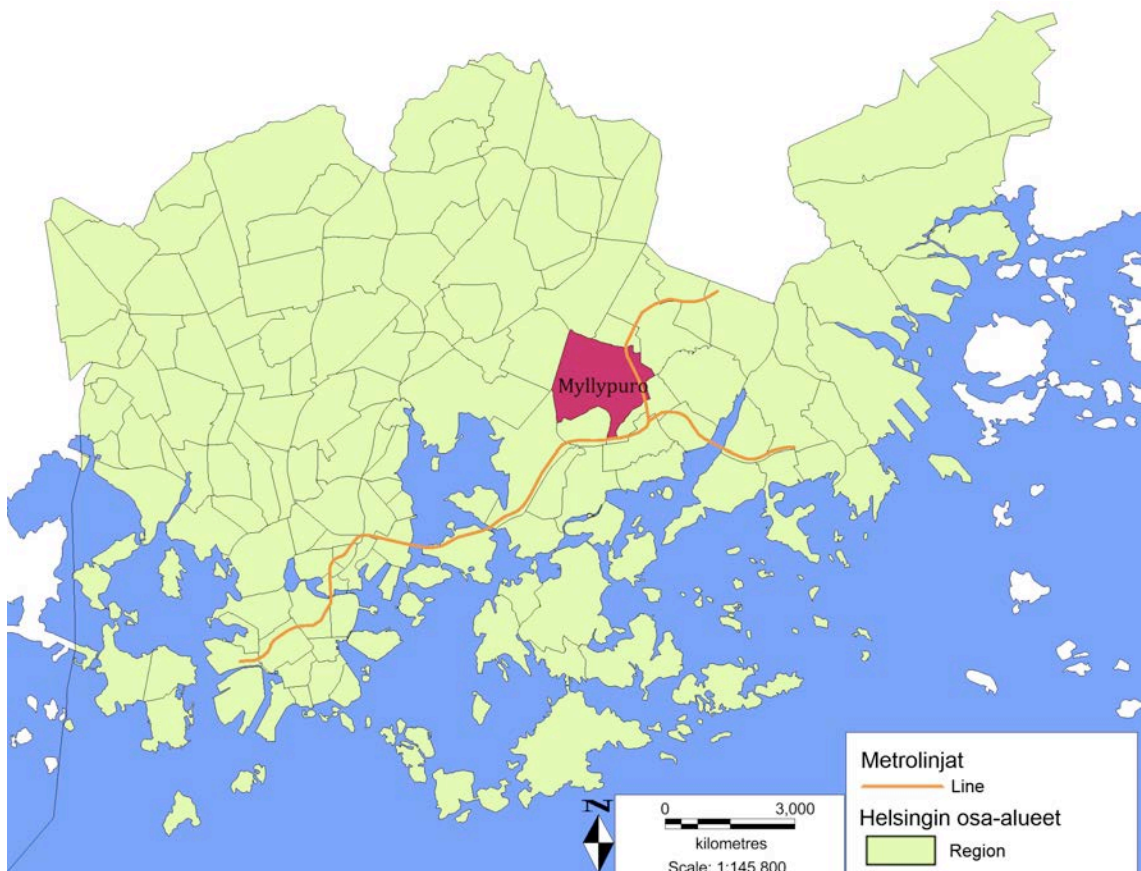
Toisaalta tutkimusongelma konkretisoitui myös tutkimuksen edetessä. Esimerkiksi monien alueellisten toimijoiden kanssa käytyjen keskustelujen myötä esiin nousi uusia näkökulmia, jotka osaltaan saattavat vaikuttaa ostarin huonoon menestykseen. Myös näitä haluttiin luonnollisesti testata empiirisesti, mikäli mahdollista. Tällaisia tutkimuksesta johdettuja hypoteeseja ovat muun muassa keskitetyn johtamismallin toimimattomuus lähiöostarin kontekstissa ja asukastalon kykenemättömyys houkutella kaikkia alueen asukkaita ostarille.

Tutkimuksen tavoitteena on löytää lähiöostareiden kehittämiseen liittyviä kannatettavia ja vältettäviä toimintatapoja, tavoitteita ja painotuksia, jotta tulevia ostariuudistuksia voidaan tehdä paremmin tuloksin. Onko ostariuudistus Myllypuron tapaan kaupungin kokonaisedulle edes kannattava? Vai ovatko Myllypuron ostarin huonon menestyksen syyt vain tapauskohtaisia tai väliaikaisia? Mikä Myllypurossa onnistui, mikä ei?

Seuraavaksi esitetään kuvitettu kuvaus tutkimuskohteesta, jotta tutkimus avautuu myös sellaisille lukijoille, jotka eivät ole koskaan Myllypuron uudella ostarilla vierailleet. Sen jälkeen siirrytään tarkastelemaan tutkimuksessa käytettyjä aineistoja ja niiden analyysimenetelmiä. Tämän jälkeen esitetään näistä aineistoista johdetut tutkimustulokset ja niiden analyysi sekä niistä tehdyt johtopäätökset. Lopuksi pohditaan tulosten merkittävyyttä laajemmassa viitekehyksessä.

1.4. Ostarin kuvaus

Myllypuro sijaitsee Itä-Helsingissä ja on yksi kaupungin itäisen suurpiirin neljästä peruspiiristä. Myllypuron ostari sijaitsee asuinalueen itäosassa osoitteessa Kiviparintie 2. Ostarin pihan halki kulkee Myllypuron halkaiseva kevyenliikenteenväylä Orpaanporras. Ostaria vastapäätä Myllypurontien toisella puolella ovat Myllypuron metroasema, terveyskeskus ja liikuntakeskus Liikuntamyly. Kehä 1 on ostarilta noin puolen kilometrin päässä.



Kartta 1. Helsingin kartta ja Myllypuron sijainti (Seutukartta).

Ostarin vuokrattava kokonaispinta-ala on 7400 m², josta vuokrattavien liiketilojen osuus on 7200 m² (Citycon 2015). Ostari koostuu viidestä erillisestä rakennuksesta, joilla on yhteinen sisäpiha. Ostarin itäpääty avautuu metroaseman puolelle Myllypurontielle ja länsiosa Orpaanportaalle. Pohjoisessa ostaria rajaa Kiviparintie ja etelässä Kivensilmänkuja. Rakennukset muodostavat aukion, jonka keskellä olevassa pyöreässä rakennuksessa sijaitsevat asukastalo Mylläri, mediakirjasto sekä ravintola.



Kuva 1. Ostari Myllypurontien ja metroaseman suunnasta kesäkuussa 2014 (kuvat: Jutta Harjunen).



Kuva 2. Ostoskeskuksen sisäpihan rakennus (kesäkuu 2014).

Muissa ostarin rakennuksissa on toritasossa liiketiloja ja yläkerroksissa asuntoja. Suurimpaan osaan liiketiloista käydään sisään keskusaukion puolelta. Muutamiin liiketiloihin on sisäänkäynti joko metron suunnalta Myllypurontieltä tai ostarin pohjoispuolelta Kiviparintieltä. Liiketilojen katoilla on asukkaiden käyttöön tarkoitettuja viherpihoja sekä taloyhtiön saunarakennus. Ostarin asunnoissa on lasitetut parvekkeet. Kattopihalta toiselle asukkaat pääsevät kulkemaan erillisten siltojen avulla. Ostarin parkkihalli sijaitsee maan alla ja sisäänkäynti sinne on eteläpuolelta Kivensilmänkujan kautta. Parkkihallissa on 135 autopaikkaa, joista osa on varattu liityntäpysäköintiin.



Kuva 3. Tori, asuinrakennukset ja viherkatto (kesäkuu 2014).

Citycon ilmoittaa internetsivuillaan Myllypuron ostoskeskuksen myynniksi 19,8 miljoonaa euroa. Vertailua voi tehdä esimerkiksi samankokoiseen ja yhtäläillä Cityconin operoimaan Martinlaakson ostariin, jonka myynti on 40 miljoonaa euroa. Tutkimusta tehtäessä ei valitettavasti saatu vastausta kyselyyn siitä, miltä vuodelta ilmoitetut myyntiluvut ovat. Citycon ilmoittaa sivuillaan Myllypuron ostarin liikkeiden lukumääräksi 25, kun Martinlaakson ostarilla liikkeitä on 23. (Citycon 2015.) Huhtikuussa 2015 paikanpäällä tehdyn laskennan mukaan erilaisia liikkeitä ja palveluita Myllypuron ostarilla oli 23. Näistä tiloista yksi toimii rakennusliikkeen taukotilana ja toinen galleristille ilmaisena taidegalleriana. Myllypuron ostarilla tyhjiällä olevia liiketiloja oli huhtikuussa 2015 kahdeksan kappaletta ja lisäksi yksi liike oli ilmoittanut lopettavansa ostarilla lähiaikoina.



Kuva 4. Asuntoja ja silta pihojen välillä (kesäkuu 2014).

2. Aineistot ja menetelmät

Tutkimuksessa käytettiin sekä laadullisia että määrällisiä tutkimusmenetelmiä. Erilaiset aineistot täydentävät toisiaan ja parantavat näin tutkimuksen luotettavuutta, kun havaintoja voidaan verrata aineistoissa toisiinsa ja luoda ristivalotus tutkimuskohteeseen. Tutkimusaineistojen keräämistä suunniteltaessa on tärkeää päättää, minkälaiset aineistot kyseiseen tutkimusongelmaan parhaiten voivat vastata. Tämä mielessä tutkimusta varten kerättiin kyselyaineisto sekä teemahaastatteluita ja yksi ryhmähaastattelu.

2.1. Määrälliset tutkimusmenetelmät

Ensimmäiseksi kerättiin kyselylomakkeella aineisto, jota on mahdollista analysoida tilastollisesti. Kyselylomakkeen vastaajiksi haluttiin monipuolinen joukko myllypurolaisia ja alueella vaikuttavia vastaajia, niin ostarilla asioivia kuin siellä asioimattomiakin. Alun perin kyselyä oli tarkoitus levittää kolmikanavaisesti: verkossa, puhelimitse ja Myllypurossa paikan päällä vastauksia keräämällä. Näistä verkkokyselyn vastaaja täyttäisi omatoimisesti, ja puhelimitse ja ostarilla paikan päällä kerätyissä vastauksissa tutkija kyselisi vastaajalta kysymykset ja täyttäisi lomakkeen vastaajan puolesta.

Monikanavaisuuden tavoitteena oli tavoittaa mahdollisimman erityyppisiä vastaajia ja saada myös ostaria karttavat asukkaat mukaan kyselyyn. Kyselyyn vastaaminen haluttiin tehdä myös mahdolliseksi sellaisille henkilöille, jotka eivät käytä internetiä. Alueittaisten puhelinnumeroiden saamisen osoittauduttua mahdottomaksi jouduttiin puhelinkyselyistä kuitenkin luopumaan. Niinpä paikan päällä vastausten keräämistä puolestaan laajennettiin muualle kuin ostoskeskuksen alueelle, jotta tavoitettaisiin myös ostarilla asioimattomia henkilöitä. Kyselyvastauksia käytiin keräämässä Myllypurossa erityisesti sellaisissa julkisissa paikoissa, joissa ostaria karttavien asukkaiden uskottiin viettävän aikaa. Kyselyaineistoa kerättiin heinä- ja elokuun 2014 aikana Myllynsiiven leikkipuistossa ja Ala-Sampolan toimintakeskuksessa.

Lomakkeen suunnittelu aloitettiin miettimällä mahdollisimman paljon kysymyksiä, joihin tutkimuksella halutaan vastauksia. Pohjana kyselylle käytettiin Cityconin aiemmin käyttämää kauppakeskuksen vaikutusalue tutkimuksen kyselylomaketta. Tästä karsinnan ja kategorisoinnin kautta edettiin kohti varsinaista julkaisukelpoista lomaketta, joka koodattiin e-lomaketyökalulla. Kyselylomake koostuu valmiiksi strukturoiduista kysymyksistä, avokysymyksistä sekä näiden yhdistelmistä. Lomake haluttiin pitää tiiviinä ja nopeasti täytettävänä. Lomaketta testattiin kollegoilla ja sitä muokattiin muutosehdotusten perusteella lopulliseen julkaisuasuun. Lomake julkaistiin 17.7.2014 ja sitä alettiin levittää sosiaalisessa mediassa ja sähköpostitse. Tutkimuksen aikana syntyneitä paikallisia kontakteja hyödynnettiin kyselylomakkeen levittämisessä. Myös Myllypuron alueen eri toimijat, mukaan lukien Myllypuron ostari itse, jakoivat kyselylinkkiä sidosryhmilleen ja sosiaalisessa mediassa. Kyselyaineistoa kerättiin elokuun loppuun asti ja vastauksia kertyi 253 kappaletta.

Tutkittaessa asuinalueen ostoskeskusta, voidaan otoksen perusjoukoksi määritellä kyseisellä alueella asuvat asukkaat. Näin ollen on mahdollista vertailla suhteellisten osuuksien avulla, miten hyvin perusjoukon, eli tässä tapauksessa Myllypuron asukkaiden erilaiset taustamuuttajat ovat edustettuina kerätyssä kyselyaineistossa. Aineistossa ovat Myllypuron väestöön verrattuna jonkin verran aliedustettuina lähinnä miehet, 15–29-vuotiaat, yli 65-vuotiaat ja vieraskieliset vastaajat. Useissa kyselytutkimuksissa on huomattu, että miehet vastaavat yleisesti ottaen naisia laiskemmin kyselytutkimuksiin. Muiden vastaajaryhmien aliedustuksista voi vain esittää spekulatioita: onko esimerkiksi kyselylomakkeen pääasiallinen levittäminen internetissä saattanut vaikuttaa siihen, että vanhin ikäryhmä on aineistossa jäänyt hieman aliedustetuksi suhteessa perusjoukon vastaavaan määrään?

Koska perusjoukosta eli Myllypuron asukkaista ei ole saatavilla kaikki havaintoyksiköt eli asukkaat sisältävää listaa yhteystietoineen, ei satunnaisotoksen tekeminen ollut mahdollista. Näin ollen otantaa ei voi kutsua tarkasti perusjoukon ominaisuuksia kuvastavaksi edustavaksi otokseksi. Kyselylomakkeen levitystavoilla pyrittiin aineiston mahdollisimman hyvään edustavuuteen, mutta varsinaista otantamenetelmää ei siinä kuitenkaan voitu käyttää. Tämän vuoksi myös tilastollisten merkitsevyydestausten tekeminen hankaloitui jonkin verran. Ongelma on jokseenkin yleinen tutkittaessa sellaisia pieniä ja suhteellisen tarkkarajaisia yksiköjä kuin naapurusto tai asuinaluekin on. Aineiston pieni koko on pääasiallinen syy tilastollisten merkitsevyydestausten hankaluuden taustalla. Aineistoa analysoitiin tilasto-ohjelman avulla pääasiassa ristiintaulukoiden ja suorien jakaumien avulla. Avovastausten laadullista aineistoa käsiteltiin samoin kuin haastatteluaineistoja, joiden analyysistä jäljempänä.

Kyselyaineistoa muokattiin analyysivaiheessa vastaamaan paremmin tutkimuksen tarpeisiin. Aineistoon muodostettiin uusia luokitteluja vastaajien ilmoittamien asuinalueiden perusteella, jotta Myllypuron pienalueittaisia eroja voitiin tarkastella. Koska Helsingin kaupungin virallisessa aluejaossa Myllypuron pienalueet ilmoitetaan vain numeroin eikä nimillä, jäi pienaluejaon muodostaminen tutkijan vastuulle. Asuinalueiden sisäiset pienaluejaot ovat jossain määrin mielivaltaisia, mikä vaikeutti jaottelun tekemistä. Pienalueet pyrittiin jaottelemaan lisäksi niin, ettei yhteen pienalueluokkaan jäisi alle viittä vastaajaa, koska se vaikeuttaisi tilastollista analyysia entisestään. Pienaluejakoja päädyttiin lopulta tekemään kaksi: yksi yksityiskohtaisempi ja toinen, jossa muutamia vierekkäisiä pienalueita on pienen vastaajamäärän vuoksi yhdistelty. Ensimmäisessä pienaluejaossa Myllypuro jaettiin seitsemään pienalueeseen, jotka ovat Myllypuron keskus, Myllärinlaakso, Hallainvuori, kerrostaloalue, Alakiventien alue, Puu-Myllypuro ja keskuksen itäosa. Tätä pienaluejakoa kutsutaan tässä tutkimuksessa ”pienaluejako 1:ksi”. Toinen, karkeampi pienaluejako jakaa Myllypuron neljään osin yhdisteltyyn pienalueeseen, jotka ovat Myllypuron keskus, Myllärinlaakso ja Puu-Myllypuro, Hallainvuori ja kerrostaloalue. Tässä jaottelussa keskuksen itäosa on laskettu osaksi keskusta ja siihen viitataan ”pienaluejako 2:na”.

2.2. Laadulliset tutkimusmenetelmät

Kyselylomakkeen lisäksi aineistoa kerättiin haastattelemalla. Ostarin yrittäjiä haastateltiin yksittäin ja haastattelua ohjasi teemahaastattelurunko, joka kattaa haastattelussa käsiteltävät teemat ja aihealueet. Näin saadun aineiston ryhmittäminen ja analyysi onnistui hyvin kyseisten

teemojen kautta. Yrittäjähaastatteluja tehtiin seitsemän kappaletta, joista kaksi puhelimitse ja viisi kasvokkain. Haastattelut nauhoitettiin. Näiden lisäksi neljää Myllypuron alueellista asiantuntijaa, kuten asukastalon työntekijöitä, haastateltiin asiantuntijahaastatteluin taustatiedon hankkimiseksi.

Kyselyn ja yrittäjähaastattelujen jälkeen järjestettiin ryhmähaastattelu, jonka tarkoituksena oli syventää jo saatua tietoa. Ryhmähaastattelu on tehokas, joskin myös haastava aineistonkeruumuoto. Sen avulla on mahdollista kysyä samoja kysymyksiä usealta henkilöltä yhtä aikaa ja näin myös monipuolistaa haastattelutilannetta ja synnyttää keskusteluyhteyksiä haastateltavien välille. Haastattelun kohtuullisen pitkä pituus (noin kaksi tuntia) ja kerätyn aineiston valtava koko puolestaan ovat aineistonkeruumenetelmän haasteita. Ryhmähaastatteluun kutsuttiin joukko asukasaktiiveja ja ostarin edustajia, joista valikoitui osin kutsumalla ja osin lumipallomenetelmällä seitsemän hengen joukko haastatteluun. Keskustelu nauhoitettiin kokonaisuudessaan ja siitä laadittiin yksityiskohtaiset muistiinpanot.

Ryhmähaastattelun pohjaksi laadittiin samantyylinen teemahaastattelurunko kuin yrittäjähaastatteluissakin, tosin erilaisilla sisällöllisillä painotuksilla. Ryhmähaastattelun päätavoitteena oli syventää muilla aineistoilla kerättyä tietoa ja saada joko vahvistusta tai heikennystä jo muodostettuihin alustaviin tutkimushypoteeseihin. Käsitellyt asiat olivat suurilta osin sellaisia, jotka olivat tulleet esille jo tutkimusprosessin aiemmissa vaiheissa. Näin ollen voitiin olettaa, että tutkimuskohteesta on saatu tarpeeksi monipuolinen ja kattava kuva.

Aineistot analysoitiin tutkimusteemoittain siten, että jokainen aineisto sai valottaa käsiteltävää kysymystä omalta osaltaan. Näin ollen tutkimustuloksista kirjoitettaessa aineistot kulkevat aihealueiden käsittelyssä rinnakkain, eivätkä erillisinä osioina. Tällä tavoin myös aineistojen toisiaan täydentävä vaikutus tulee parhaiten esille. Haastatteluista tehtiin muistiinpanot joko jo haastattelun aikana (ryhmähaastattelu) tai sen jälkeen nauhojen ja muistiinpanojen avulla (muut haastattelut). Näiden muistiinpanojen avulla haastattelut käytiin huolellisesti läpi useaan otteeseen. Haastatteluaineistot järjesteltiin aluksi haastattelu-teemoittain, joita käytiin läpi tiivistäen ja muuhun tietoon yhdistellen. Haastatteluaineiston analysoiminen teemoittain sopii analyysitavaksi erityisen hyvin silloin, kun tutkimuksen tavoitteena on konkreettisen tutkimusongelman ratkaiseminen. Näistä teemojen kiteytyksistä analyysissa siirryttiin kohti aineiston yhtenäisemmän kokonaiskuvan tulkintaa. Aineiston hyödyllisyyttä pohdittiin nimenomaan annetun tutkimusongelman näkökulmasta. Aineistosta muodostettiin koherentti kokonaisuus, jonka pyrkimyksenä on vastata tutkimusongelmaan laajemmin kuin vain yksittäisten vastausten kautta.

Mainittujen aineistojen pohjustamiseksi ja täydentämiseksi Myllypuron ostariin tutustuttiin asiakirjojen, useana päivänä tehdyn havainnoinnin ja jo mainittujen asiantuntijahaastattelujen avulla. Lisäksi tutkimushankkeessa oli jo aiemmin haastateltu Myllypuron ostarin kauppakeskusjohtajaa, alueen kaavoittajaa, kiinteistöviraston virkamiestä, asukasyhdistyksen puheenjohtajaa sekä kahta Propdea Oy:ssä työskentelevää kaupan kehittämisen ammattilaista, jotka aiemmista työ- ja asuinpaikoistaan johtuen tunsivat tapauksen hyvin. Näiden haastattelujen tietoja käytettiin tutkimukseen suuntaamiseen ja lähtöoletusten muodostamiseen sekä johtopäätösten ja loppukeskustelun aineksina.

3. Tulokset: ostarilla asiointi

Tässä luvussa esitetään tutkimusaineistojen analyysi ja tutkimustulokset. Minkälaisia asioita Myllypuron ostarilla hoidetaan? Minkälaisia tarpeita ostari tyydyttää ja milloin Myllypurosta täytyy poistua muualle asioimaan? Ostarin ongelmien paikantamiseksi on tärkeää pystyä osoittamaan, mitkä ovat Myllypuron uuden ostarin vahvuudet ja minkälaisiin asiakkaiden kulutustarpeisiin sen valikoima pystyy vastaamaan. Aluksi tarkastellaan erityisesti arkisen ostarilla asioimisen syitä eli sitä, minkälaisia asioita ostarille tullaan toimittamaan. Tätä tarkastelua tehdään kerätyn kyselyaineiston ja ryhmähaastattelulla saatujen tietojen avulla.

Taulukko 1. Syyt asioida Myllypuron ostarilla (monivalintakysymys).

	N	%
Minkä seikan / seikkojen vuoksi asioit Myllypuron ostarilla?		
sijainti lähellä kotiani	181	74
sijainti päivittäisen kulkureittini varrella	120	49
hyvä päivittäistavaravalikoima	118	48
asiointi sujuu tarvittaessa nopeasti	115	47
tietty liike, jossa haluan asioida	92	38
kirjaston läheisyys	73	30
sopiva koko	68	28
toimiva pysäköinti	66	27
pankki-/maksuautomaatin käyttö	58	24
viihtyisyys	51	21
hyvät julkiset liikenneyhteydet	47	19
asukastilan läheisyys	32	13
hyvät kahvila- ja ravintolapalvelut	27	11
tuttujen tapaaminen	26	11
edullisuus	19	8
hyvä valikoima liikkeitä	15	6
hyvät kauneudenhoitopalvelut	9	4

Taulukko 1 kuvaa ostarilla asioinnin syitä mittaavan monivalintakysymyksen vastausten hajontaa. Kysymykseen ovat vastanneet kaikki sellaiset vastaajat, jotka asioivat ostarilla vähintään kerran kuussa. Näitä vastaajia aineistossa on jopa 97 %. Ostarilla siis asioivat useimmat myllypurolaiset ainakin satunnaisesti. Prosenttiluvun ilmoittava sarake kertoo sen, kuinka moni koko kysymykseen vastanneiden joukosta on valinnut kyseisen vastausvaihtoehdon. Koska jokainen vastaaja sai valita jokaisen vastausvaihtoehdon, voi tähän sarakkeeseen syntyä prosenttiluku, joka on yli 100.

Kyselyaineiston pohjalta selvästi merkittävimmäksi ostarilla asioinnin syyksi nousee sen sijainti. Jopa 74 % Myllypuron ostarilla vähintään kerran kuukaudessa asioivista vastaajista asioi ostarilla, koska se sijaitsee lähellä heidän kotiansa. Tämän perusteella ei kuitenkaan

voida sanoa vielä mitään asioinnin laadusta eli siitä, hoidetaanko ostarilla esimerkiksi kaikki kotitalouden ruokaostokset vai vain vaikkapa tiettyjä pisto-ostoksia. Muita suosittuja ostarilla asioimisen syitä ovat sen sijainti vastaajan päivittäisen kulkureitin varrella (49 %), hyvä päivittäistavaravalikoima (48 %), asioinnin sujuminen tarvittaessa nopeasti (47 %) ja tietty liike, jossa vastaaja haluaa asioida (38 %).

Noin puolet ostarilla asioivista vastaajista pitää siis ostarin päivittäistavaravalikoimaa hyvänä ja siellä asioimiseen vaikuttavana tekijänä. Sijaintia puolestaan voidaan pitää keskeisenä etenkin metroa käyttäville ja jalkaisin tai polkupyörällä kulkeville myllypurolaisille. Hyvät julkiset liikenneyhteydet eivät kuitenkaan juuri motivoi vastaajia ostarilla käyntiin (19 %). Metroa ja raideyhteyttä pidetään yleisesti kaupunkirakenteen merkittävinä keskipisteinä, joten kyseinen tulos on kiinnostava. Hieman alle puolet ostarilla asioivista kyselyyn vastaajista arvostaa mahdollisuutta nopeaan asiointiin. Tämä viittaa siihen, että sijainnin lisäksi ostarin kauppojen suuria marketteja pienempi koko houkuttelee merkittävää osaa asiakaskunnasta. Kuva ruokakaupassa asioinnista tarkentuu analyysin myöhemmässä osassa, jossa käsitellään ensi- ja toissijaisen ruokakaupan valintaa.

3.1. Ostarin liikkeet

Ostarin liikkeiden valikoimaa ei voida pitää erityisen houkuttelevana tai asioimiseen vaikuttavana syynä, sillä sen mainitsee asiointisyökseen ainoastaan 6 % ostarilla asioivista vastaajista. Erilaisista ostarin tarjoamista palveluista suosituimmiksi asiointisyöksi nousevat mediakirjasto (30 %) ja pankki- tai maksuautomaatti (24 %). Tähän kategoriaan ei siis lasketa mukaan esimerkiksi ruokakauppoja, apteekkia tai kukkakauppaa. Hieman alle kolmannes ostarilla asioivista vastaajista mainitsee mediakirjaston asiointiin vaikuttavana syynä. Helsingin kaupunginkirjastojen joukossa Myllypuron mediakirjasto asettuu kirjastokäynneissä mitattuna keskitasoon, vaikka se on pieni (106 314 käyntiä vuonna 2013). Myllypuron mediakirjasto on sisältönsäkin puolesta erityisesti käyntipainotteinen kirjasto lainapainotteisuuden sijaan. (Juntumaa 2014.) Asukastalo Myllärin läheisyyden asiointisyöksi mainitsee vain 13 % ostarilla asioivista vastaajista, mikä on yllättävää, sillä asukastalon käyttöaste on varsin korkea ja myös ryhmähaastattelussa sen merkitys ostarille vetävänä tekijänä korostui. Kyselyaineiston pohjalta tarkasteltuna asukastalo ei kuitenkaan näyttäydä kaikkia myllypurolaisia tai ostarilla asioivia houkuttelevana paikkana.

Kyselyllä mitattiin erikseen myös ostarin liikkeiden ja palveluiden mielikuvataso vetovoimaa kysymällä, missä liikkeessä tai tilassa vastaaja erityisesti haluaa tai haluaisi ostarilla asioida. Tämä eroaa aiemmin käsitellyistä arkisen asioinnin motiivien tarkasteluista mielikuvatasoisen kysymyksenasettelunsa myötä. Toisin sanoen, mitä palveluita ja liikkeitä vastaaja ostarilla erityisesti arvostaa ja pitää tärkeinä? Minkälaista palvelutarjontaa lähiostarilla arvostetaan?

Ei ole yllättävää, että ruokakauppoja pidetään Myllypuron ostarin tärkeimpinä palveluina. S-Marketissa haluaa asioida 82 % ja K-Supermarketissa 64 % vastaajista. Myös apteekkia pidetään hyvin tärkeänä ja siellä haluaakin asioida jopa 68 % vastaajista. Muita suosittuja asiointikohteita ostarilla ovat R-Kioski (45 %) ja mediakirjasto (43 %). Mediakirjaston suhteen voidaan todeta, että kirjaston mielikuvatasoinen vetovoima on hieman suurempaa kuin kirjaston läheisyys arkisen ostarilla asioinnin taustasyynä on. Ostarin tämän hetkisestä palvelu- ja liikevalikoimasta kirjasto siis näyttäytyy houkuttelevana 43 prosentille vastaajista, mutta varsinainen ostarille asioimaan lähtemisen syy se ei aivan yhtä suurelle joukolle ole. Asukastalo Mylläri ei mielikuvatasollakaan erottaudu varsinaisena ostarin vetonaulana, vaikka se useiden asukkaiden puheissa sellainen onkin. Myllärissä vastaajista haluaa asioida reilu neljännes, 27 %. Ryhmähaastattelussa ostarin vetovoimaisimpien palvelujen ja liikkeiden lista on pääpiirteittäin samanlainen, paitsi että asukastalo näyttäytyy haastattelussa hieman kyselyaineistoa merkittävämpänä ostarille vetävänä tekijänä. Tätä selittää se, että ryhmähaastattelun osallistajat olivat pääasiassa asukasaktiiveja, joille asukastalon rooli on merkittävä. Aineistot osoittavat, että asukastalon aktiivinen toiminta ei täysin heijastu ruokakauppojen menestykseen.

3.2. Ostoksille saapuminen

Myllypuron ostarin sijainti on etenkin metroa käyttäviä myllypurolaisia ajatellen varsin ihanteellinen aseman sijaitessa aivan ostaria vastapäätä. Ostari on rakennettu metrolta asuinalueelle suuntautuvan kevyen liikenteen läpikulkureitti Orpaanportaan yhteyteen. Miten vastaajat sitten saapuvat ostoksilleen? Kun tarkastellaan kyselyaineiston pohjalta pääasialliset ruokaostoksensa ostarilla tekeviä vastaajia, huomataan, että jopa 63 % heistä saapuu sinne kävellen. Tämä vahvistaa oletusta siitä, että ostari ei onnistu parkkihallistaan huolimatta houkuttelemaan autoilevia myllypurolaisia kovin hyvin. Itäkeskuksessa pääasiallisesti ruokaostoksensa tekevistä vastaajista 60 % käy siellä autolla, kuitenkin myös jalkaisin ja polkupyörällä kulkevien prosenttiosuudet ovat 15 % ja 17 %. Ryhmähaastattelun mukaan moni myllypurolainen lähtee Itäkeskukseen ruokaostoksille ilman autoakin ja esimerkiksi bussissa

kassiansa kanssa Itäkeskuksen kauppakeskuksesta kotiin palaava myllypurolainen ei ole harvinainen näky.

Muiden kuin ruokaostosten teon suhteen Itäkeskus on kyselyaineiston perusteella ylivoimainen vaihtoehto. Itäkeskus onnistuu houkuttelemaan läheisen sijaintinsa ja valikoimansa avulla enemmistön niin kävelijöistä, autoilijoista, pyöräilijöistä kuin muillakin tavoin ostoksille liikkuvista vastaajista. Autolla muille kuin ruokaostoksille liikkuvista vastaajista jopa 78 % päätyy näille ostoksille nimenomaan Itäkeskukseen. Julkisilla kulkuvälineillä asioidaan muilla kuin ruokaostoksilla oletetusti muita vaihtoehtoja useammin keskustan kaupoissa. Kävellessä muilla kuin ruokaostoksilla asioivien osuus on suurempi niiden vastaajien joukossa, jotka käyttävät kyseisiin ostoksiin lähiostariaan. On kuitenkin selvää, ettei ostari näitä ostostarpeita laajemmin täytä, eikä se siihen välttämättä pyrikään.

Ostarin parkkihalli koettiin sekä kyselyaineistossa että yrittäjä- ja ryhmähaastatteluissa monin tavoin ongelmalliseksi. Ostarin alla sijaitsevan parkkihallin käyttöaste on alhainen, vaikka sen käytön ensimmäinen tunti onkin ilmainen. Hallissa on paikkoja sekä asiakas- että liityntäpysäköijille. Hallin näkyvyys ja markkinointi koetaan yleisesti varsin huonoksi eli ongelmana voi hyvinkin olla, etteivät hallin potentiaaliset käyttäjät tiedä sen olemassaolosta. Tätäkin suuremmaksi ongelmaksi nousee kuitenkin ilmaisen pysäköintiajan rajoittaminen aiemmasta kahdesta ilmaisesta tunnista yhteen tuntiin. Tämä aika koetaan yrittäjä- ja ryhmähaastattelujen perusteella ostarilla asioinnin kannalta liian lyhyeksi. Mahdollisuus ilmaiseen pysäköintiin koetaan lähiöostarilla huomattavasti tärkeämmäksi kuin muualla kaupungissa. Vaikka kantakaupungissa hyväksytään useimpien parkkipaikkojen maksullisuus, ei sama logiikka enää päde lähion paikallisissa ostoskeskuksissa. Edelleen esimerkiksi Itäkeskuksen neljään ilmaiseen pysäköintituntiin verrattuna autolla ostarille saapumista ei koeta varsin houkuttelevana.

3.3. Myllypuron ostarin hyvät puolet ja kehittämiskohteet

Onhan tämä hirveen kaunis ja rauhallinen, nykyaikainen ja siistiytynyt siihen vanhaan verrattuna.

Ryhmähaastattelun osallistuja

Myllypuron ostari saa yleisesti kiitosta varsinkin siististä ja modernista ulkokuorestaan. Kontrasti vanhaan ostariin on suuri ja moni vastaaja ja haastateltava tekeekin vastauksissaan vertailua vanhan ja uuden ostarin välillä. Ostarin hyvistä puolista kysyttäessä kyselyn vastaajat

kiittelevät erityisesti ostarin sopivaa kokoa. Tämän ostarin hyväksi puoleksi mainitsee hieman yli puolet vastaajista (57 %). Enemmistö vastaajista siis kokee ostarin koon yhtäältä riittävänä ja toisaalta ei liian suurena. Myös ostarin viihtyisyyttä kiittelee noin kolmannes (36 %) vastaajista. Siisteys ja nykyaikaisuus sekä hyvä järjestyksenpito ostarilla korostuvat sen positiivisina puolina myös ryhmähaastattelussa. On syytä kuitenkin pohtia, viittaavatko nämä havainnot viihtyisyydestä kenties yleisesti lähiöostareihin liitettävien häiriöiden puuttumiseen vai varsinaiseen, erityiseen viihtyisyyteen. Mitkä ovat ne kriteerit, joilla lähiöostareiden viihtyisyyttä arvioidaan?

Häiriöiden puutteeseen viittaavaa viihtyisyyttä voidaan kutsua *negatiiviseksi viihtyisyydeksi* ja erityistä, ostarin ominaisuuksiin pohjautuvaa viihtyisyyttä *positiiviseksi viihtyisyydeksi*. Avovastausten ja haastatteluissa kerätyn tiedon pohjalta on mahdollista arvioida, kummasta viihtyisyyden lajista Myllypuron ostarilla koetussa viihtyisyydessä on kyse.

Nykyisin siisti ja viihtyisä paikka. Toivon, etteivät kapakat enää koskaan valtaa ostariamme!

Kyselylomakkeen avovastaus

Kyselyn avovastauksissa ostaria kiitellään muun muassa sen sijainnista ja rauhallisuudesta. Avovastauksen kirjaaminen oli lomakkeella tehty vastaajalle vapaaehtoiseksi. Viihtyisyyttä lisäävinä tekijöinä vastaajat pitävät muun muassa penkkejä, viherkattoa ja rauhallisuutta, joita voidaan pitää ostarin ominaisuuksiin kuuluvina positiivisen viihtyisyyden tekijöinä. Myllypuron vanhalla ostarilla oli monta baaria, jotka uuden ostarin myötä saivat lähtöpässit. Uudella ostarilla onkin ainoastaan yksi alkoholijuomia tarjoava ruokaravintola. Baarien poistaminen uudelta ostarilta saa osakseen sekä kiitosta että kritiikkiä: yhtäältä erilaisten häiriöiden vähäisyyttä kiitellään, mutta toisaalta näiden naapuruston yhteisinä olohuoneinakin toimineiden paikkojen lähtöä harmitellaan. Ryhmähaastattelussa puolestaan baarien lähtö ja ostarin yleinen siistiytyminen nähtiin pelkästään hyvänä asiana ja liiketiloja pidettäisiin mieluummin kokonaan tyhjillään kuin vuokrattaisiin ne uusille baariyrittäjille. Tämä on myös Cityconin näkökulma asiaan. Lähiöostareille useissa tapauksissa kuuluvien baarien poissaolosta johtuva rauhallisuus voidaan luokitella negatiiviseksi viihtyisyystekijäksi edellä esitellyn käsitteellistykseen mukaisesti. Palvelutarjonnan osalta kiitosta saa ruokakauppojen sopiva koko sekä mediakirjaston ja asukastalon sijainti ostarilla. On kuitenkin huomattava, että jopa kahdeksan vastaajaa mainitsee avovastauksissa sen, ettei ostarilla ole mikään hyvin.

Ostarin kehittämisehdotuksia aineistosta löytyy runsaasti. Oletetusti erityisesti liikkeiden ja palveluiden valikoimaan ollaan tyytymättömiä (78 % vastaajista). Avovastauksissa palvelutarjontaan toivotaan täydennystä muun muassa suutarista, postista, baarista, maksu- ja pankkiautomaatista sekä Alkosta. Samanlaisia palvelutarpeita esitettiin myös ryhmähaastattelussa. Eräs vastaaja myös harmittelee ostarilta löytyvän vain nuorille suunnattuja liikkeitä, vaikka ostarilla asioi valtavasti myös muun ikäisiä. On selvää, ettei lähiöostari voi vastata kaikenlaisiin kulutustarpeisiin kompaktissa koossaan. Aineistojen perusteella kuitenkin korostuu ajatus siitä, että tyhjillään olevat liiketilat tulisi ehdottomasti täyttää liiketoiminnalla. Tyhjät liiketilat voidaan kokea luotaan työntävinä ja viihtyvyyttä vähentävinä, varsinkin jos kohtuullisen matkan päässä on sellainen yltäkyläisyyteen ja kaiken mahdollisen yhtä aikaa saatavilla oloon perustuva ostoskeidas kuin Itäkeskus on (ks. Lehtonen & Mäenpää 1997). Karin Krokfors (2012, 155) kuitenkin toteaa, ettei suuren kauppakeskuksen läheisyyden tarvitse olla ostarille pelkkä kuolonisku, vaan ostari voi myös tavalla tai toisella pyrkiä kompensoimaan kauppakeskuksen toimintaa.

Viihtyisyyden mainitsee kehittämiskohteeksi avovastauksissa kymmenen vastaajaa. Ostarin positiivista viihtyvyyttä parantavia kehitysehdotuksia ovat esimerkiksi viherkasvien ja istutusten lisääminen, roskien kerääminen, katoksen rakentaminen tai vesielementit. Myös torialueen autioutta moni vastaaja haluaisi parantaa erilaisilla tapahtumilla tai vaikkapa lasten leikkipaikan rakentamisella. Ryhmähaastattelussakin ulkotilojen viihtyisyyden parantaminen nousee tärkeäksi kehittämiskohteeksi. Myllypuron erityispiirteiden, kuten vehreyden, väljyyden ja ulkona viihtymisen hyödyntäminen ostarilla voisi tapahtua juuri ulkotiloja parantamalla. Ostarin koossa kehitettävää näkee puolestaan vain 5 % kyselyyn vastanneista, mikä tukee oletusta siitä, että ostarin kokoa pidetään varsin sopivana. Vaikka ostarin *koko* koetaankin riittävänä, ei sen *valikoima* sitä kuitenkaan ole. Tämä on yksi Myllypuron ostarin toimimattomuuden paradokseista, joka tavalla tai toisella tulisi ratkaista.

Parkkihalli on ostarin tosi hyvä puoli, mutta samalla myös huono puoli. Sitä ei ole markkinoitu tarpeeksi ja ihmiset eivät löydä sinne. Jotenkin sitä pitäisi niin selkeästi vaan jokaisessa mediassa toivottaa, että se on ilmainen, lämmin ja sieltä pääsee suoraan hissillä myymälään.

Ostarin yrittäjä

Kyselyn avovastauksissa ja haastatteluissa toivotaan parannusta myös lukuisiin muihin ostarin ominaisuuksiin. Pysäköintihallin näkyvyyttä pitää huonona osa vastaajista ja myös hallin lyhennettyä pysäköintiaikaa kritisoidaan. Pysäköintihallia koskevat ongelmat nousevat esille myös ostarin yrittäjien kanssa käydyissä keskusteluissa ja ryhmähaastattelussa. Lisäksi muutosta toivotaan esimerkiksi liiketilojen korkeaan vuokratasoon, ulkomainontaan ja toripinnan liukkauteen talvisin.

Taulukko 2. Yhteenveto ostarin hyvistä puolista ja kehittämiskohteista.

Hyvät puolet	Kehittämiskohteet
sopiva koko	liikkeiden ja palveluiden valikoima
viihtyisyys	ulkotilojen epäviihtyisyys
rauhallisuus	autio tori
nykyaikaisuus	tapahtumien puute
sijainti	pysäköintihallin huono näkyvyys
sopivan kokoiset ruokakaupat	lyhennetty pysäköintiaika
mediakirjasto	korkea vuokrataso
asukastalo Mylläri	ulkomainonnan puute

3.4. Ostostottumukset

Kyselyaineiston avulla voidaankin tarkastella myös vastaajien ostoskäyttäytymistä niin ruokaostosten kuin muiden ostosten osalta.

3.4.1. Ensisijainen ruokaostosten tekopaikka

Kyselylomakkeella tiedusteltiin vastaajilta heidän ensi- ja toissijaisia ruokakauppapreferenssejään sekä paikkaa, jossa vastaaja hoitaa muut kuin ruokaostoksensa eli esimerkiksi taloustavara- ja vaateostokset.

Taulukko 3. Ensisijainen ruokaostosten tekopaikka.

	N	%
Myllypuron ostari	145	57
Itäkeskus	48	19
Prisma, Viikki	27	11
Muulla	19	8
Kontulan ostoskeskus	13	5
Siwa, Myllypuro	1	0
Yhteensä	253	100

Taulukko 3 kuvaa ensisijaisen ruokakauppavalinnan jakautumista kyselyaineistossa. Yli puolet (57 %) vastaajista käyttää ostaria ensisijaisena ruokakauppanaan. Myllypuron ostarin ulkopuolinen ruokakauppa eli Orpaanportaan varrella sijaitseva pieni Siwa puolestaan kelpasi pääasialliseksi ruokakaupaksi vain yhdelle vastaajalle. Myös Itäkeskuksen ruokakaupat ja Viikin Prisma ovat aineistossa suhteellisen suosittuja ensisijaisia ruokakauppavalintoja.

Taulukko 4. Useimmin ruokaostoksiin käytetty paikka iän mukaan.

	Minkä ikäinen olet?					Yhteensä
	15 - 29 v.	30 - 39 v.	40 - 49 v.	50 - 64 v.	yli 65-vuotias	
Missä teet useimmiten ruokaostoksesi?						
Myllypuron ostari	45%	53%	53%	55%	77%	57%
Itäkeskus	27%	17%	19%	18%	19%	19%
Prisma, Viikki	18%	14%	10%	10%	4%	11%
Muulla	5%	7%	14%	9%	0%	8%
Kontulan ostoskeskus	5%	10%	3%	6%	0%	5%
Siwa, Myllypuro	0%	0%	0%	1%	0%	0%
Yhteensä	100%	100%	100%	100%	100%	100%
N	22	59	58	67	47	253

Taulukko 4 kuvaa ensisijaisen ruokakaupan jakautumista ikäluokittain¹. Ristiintaulukoinnin yhteydessä on tapana ilmoittaa myös tilastollisen merkitsevyydestin tulos, joka näissä tarkasteluissa on X^2 -testi (khii-toiseen testi). Testituloksena saadaan ns. p-arvo, joka näkyy alaviitteessä. P-arvo ilmoittaa virheellisen päätelmän todennäköisyyden. Jos p-arvo on alle 0,05 on tapana puhua tuloksesta "tilastollisesti melkein merkitsevänä", jos se on alle 0,01 "tilastollisesti merkitsevänä" ja jos se on alle 0,001 "tilastollisesti erittäin merkitsevänä". Taulukon 4 osalta tulokset eivät siis ole tilastollisesti merkitseviä eli tulkintoja on tehtävä varoen.

Ikäluokittain tarkasteltuna ostarin ruokakauppoja ensisijaisena ruokakauppanaan käyttävät etenkin aineiston vanhimmat vastaajat. Yli 65-vuotiaista vastaajista jopa 77 % tekee ruokaostoksensa pääasiassa omalla ostarilla. Tämä tukee ennakko-oletusta lähipalveluiden suuresta merkityksestä ikääntyville, joista osalle liikkuminen on kenties vaivalloisempaa ja lähellä sijaitsevia palveluita muutenkin arvostetaan paljon. Myös Simo Syrman on kuluttajakyselyaineistoon perustuvassa tutkimuksessaan (2012, 56) on todennut iäkkäämpien kuluttajien elämänrytmin, ostosten teon vaikeuden ja mahdollisen omaan asuinalueeseen identifioidumisen vaikuttavan ikääntyneiden lähipalveluiden korkeaan arvostukseen. On kuitenkin varottava kaikkien yli 65-vuotiaiden kuluttajien niputtamista samaan ikääntyneiden kuluttajien kategoriaan. Anna-Maija Kohijoki (2013, 131) toteaa, että ikääntyneiden joukosta löytyy hyvin erilaisia kuluttajatyyppejä, joilla on erilaiset tarpeet ja toiveet ostoksilla käynnin suhteen. Kyselyaineiston valossa näyttää siltä, että Myllypurossa erityisesti yli 65-vuotiaat vastaajat suosivat lähiostarinsa ruokakauppoja muita ikäluokkia enemmän. Itäkeskus puolestaan on suhteellisesti suosituimpi ensisijainen ruokaostosten tekopaikka nuorimmassa, 15–29-vuotiaiden ikäluokassa kuin muilla vastaajilla. Voi olla, että nuoremmat vastaajat yhdistävät ruokakaupassa käyntiin suhteessa enemmän myös muita aktiviteetteja tai vain muuten vaativat ruokakaupalta kattavampaa valikoimaa.

¹ p=0,241

Taulukko 5. Useimmin ruokaostoksiin käytetty paikka kotitalouden mukaan.

	Keitä kuuluu kotitalouteesi?					Yhteensä
	Yksi aikuinen	Kaksi aikuista, ei lapsia	Kaksi aikuista ja lapsi(a)	Yksi aikuinen ja lapsi(a)	Muu	
Missä teet Myllypuron useimmiten ruokaostoksesi? ostari	70%	64%	41%	64%	40%	57%
Itäkeskus	6%	19%	31%	18%	0%	19%
Prisma, Viikki	10%	7%	17%	0%	0%	11%
Muualla	6%	5%	10%	18%	20%	8%
Kontulan ostoskeskus	7%	6%	2%	0%	20%	5%
Siwa, Myllypuro	0%	0%	0%	0%	20%	0%
Yhteensä	100%	100%	100%	100%	100%	100%
N	67	86	84	11	5	253

Taulukosta 5 selviää ensisijainen ruokakauppa kotitalousryhmittäin tarkasteltuna. Kotitalous koostuu henkilöistä, jotka asuvat ja ruokailevat yhdessä tai muuten käyttävät yhdessä tulojaan². Kotitalousluokkien välillä on eroja ensisijaisen ruokakaupan valinnassa³. Eri perhetyypeistä ostaria suhteellisesti vähiten ruokaostoksiin käyttävät sellaiset lapsiperheet, joissa on kaksi aikuista. Heistä 41 % käy pääasiassa Myllypuron ostarilla ruokaostoksilla. Kuitenkin myös tässä kotitalousluokassa ostarin ruokakaupat ovat suosituin ensisijainen ruokakauppa-avalinta. Kahden aikuisen lapsiperheiden ruokaostokset toisin sanoen hajautuvat ostarin, Itäkeskuksen, Viikin Prisman ja muiden vaihtoehtojen välille tasaisemmin kuin muilla kotitalousryhmillä. Tältä osin aineisto tukee oletusta, että ostari ei jostain syystä onnistu täyttämään kaikkien lapsiperheiden ruokakaupalle asettamia vaatimuksia. Ryhmähaastattelusta saadut tulokset ovat samansuuntaisia: osa lapsiperheistä ei asioi lähiostarillaan juuri ollenkaan. Voi kysyä, missä määrin lähiostari voi ylipäänsä kilpailla lapsiperheistä suurten kauppakeskusten kanssa, jotka mahdollistavat muun muassa kotitaloustarvikkeiden hankkimisen ruokaostosten teon yhteydessä. Toisaalta ryhmähaastattelussa huomioitiin, ettei ostarin kannatakaan tai ole edes tarkoitus kilpailla

² Muu-kategoriaan kotitaloutensa luokittelee vain viisi vastaajaa, joten heidän ostoskäyttäytymisestään ei voida juurikaan tehdä päätelmiä. Tähänategoriaan itsensä ovat määritelleet esimerkiksi kolmen aikuisen kotitaloudet.

³ p=0,000

esimerkiksi Itäkeskuksen kanssa. Kilpailun sijaan ostarin tulisi keskittyä luomaan itselleen omaa, alueellisia tunnuspiirteitä sisältävää ja muista erottautuvaa profiilia ja tätä kautta kehittyä entistä varteenotettavammaksi päivittäisasiain vaihtoehdoksi.

Ostaria ensisijaisena ruokaostosten tekopaikkana käyttävät kyselyaineiston mukaan erityisesti yhden aikuisen lapsiperheet, yksin asuvat ja kahden aikuisen lapsettomat perheet. Näistä ryhmistä erityisesti yksinasuvat aikuiset korostuvat aineistossa ostarilla asioivana ryhmänä: heistä 70 % tekee ruokaostoksensa pääasiassa ostarilla. Yksinasuvilla ja yksinhuoltajaperheillä ruokakaupan valinnassa saattaa korostua helppo asiointi kodin lähellä ja helppo ostoksille pääsy ilman autoa. Lähiostarin ruokakauppoja saatetaan suosia kyseisissä kotitalousluokissa muita enemmän myös niiden mahdollistaman nopean asioinnin vuoksi.

Tuloluokittain tarkasteltuna⁴ aineiston pienituloisimmat kotitaloudet, joissa tienataan yhteensä alle 13 000 euroa vuodessa, käyvät muita tuloluokkia useammin ensisijaisilla ruokaostoksilla Itäkeskuksessa. Yhteys ei ole kuitenkaan tilastollisesti merkitsevä. Kyselyaineiston mukaan ostarilla pääasiallisilla ruokaostoksilla asioi eniten sellaisia kotitalouksia, joiden yhteenlasketut bruttotulot osuvat luokkaan 13 000 – 23 999 euroa vuodessa. Tämän tuloluokan edustajista 76 % tekee ruokaostoksensa pääasiallisesti ostarilla. Suurituloisimpien tuloluokassa (yli 75 000 euroa vuodessa tienaaavat) ostarilla pääasiallisesti ruokaostoksilla asiointi on vähäisintä ja Itäkeskus, Viikin Prisma ja muut ruokakaupat korostuvat muita tuloluokkia enemmän. Viikin Prisma näyttäisi olevan erityisesti keski- ja kovatuloisten ruokakauppa, kun taas Itäkeskus kerää asiakkaita kaikista tuloluokista. Aineiston perusteella näyttää siis siltä, että tuloluokkien molemmat ääripäät käyttävät ostaria ensisijaisesti ruokaostoksiinsa keskituloisia tuloluokkia vähemmän.

3.4.2. Toissijainen ruokaostosten tekopaikka

Kyselyaineiston perusteella voidaan myös tarkastella vastaajien toissijaisia ruokakauppavalintoja. Toissijainen ruokakauppa voi tarkoittaa tilanteesta riippuen esimerkiksi sellaista kauppaa, jossa käydään ensisijaisen kaupan ollessa kiinni, tekemässä pisto-ostoksia tai vaikkapa vuorotellen ensisijaisen kaupan kanssa.

Sukupuolittuneita eroja toissijaisen ruokakaupan valinnassa löytyy kyselyaineistosta jonkin verran. Aineiston valossa hieman miehiä suurempi osuus naisista valitsee ostarin toissijaiseksi

⁴ p = 0,110

ruokakaupakseen. Naisvastaajista näin tekee 35 % ja miesvastaajista 22 %, joten erot eivät ole suuria. Vastaavasti hieman suurempi osuus miehistä kuin naisista käyttää Itäkeskuksen ruokakauppoja toissijaisena ruokakauppanaan. Ensisijaisten ruokakauppavalintojen tapauksessa tilanne on puolestaan käänteinen: naisista hieman suurempi osa käyttää ensisijaisesti Itäkeskuksen ja miehistä ostarin ruokakauppoja. Aineiston perusteella naiset siis käyvät hieman miehiä useammin pääasiallisesti Itäkeskuksessa ruokakaupassa, kun miehet taas suosivat hieman useammin lähellä sijaitsevaa ja mahdollisesti helpomman tai nopeamman asioinnin lähiostaria. Naiset saattavat yleistäen vaatia ruokaostoksiltaan miehiä enemmän ja myös arvostaa sitä, että ruokaostosten tekoon voi yhdistää myös muiden ostosten, kuten taloustavaraostosten teon. Vaikka tilastollinen merkitsevyys tältä havainnolta puuttuukin, eikä tuloksia sen vuoksi voida yleistää koskemaan koko perusjoukkoa, voidaan havaintoja käsitellä osana aineiston muodostamaa näytettä.

Ikäluokittain tarkasteltuna Myllypuron ostari näyttäytyy nuorimmassa, 15–29-vuotiaiden ikäluokassa vähiten suosittuna vaihtoehtona niin ensi- kuin toissijaisenaakin ruokakauppana. Ensisijaisena ruokakauppanaan aineiston nuorimmista vastaajista lähiostaria käyttää 46 %, kun muissa ikäluokissa vastaava prosenttiosuus vaihtelee 53:n ja 77 %:n välillä. Vielä selkeämpi ero on toissijaisten ruokakauppavalintojen tapauksessa, kun nuorimmasta ikäluokasta vain 18 % asioi toissijaisesti omalla ostarillaan ruokaostoksilla. Muissa ikäluokissa ostarin osuus toissijaisten ruokaostosten tekopaikkana vaihtelee 29 ja 36 %:n välillä. Vaikka tarkastelun tilastollisen merkitsevyyden puuttuessa aineiston pohjalta ei voida tehdä johtopäätöksiä kaikkien myllypurolaisten ostoskäyttäytymisestä, antaa aineisto pohjan Myllypuron tulevaisuuden pohtimiselle. Nuorten kulutus- ja ostoskäyttäytyminen on mahdollisesti muita kuluttajia liikkuvampaa ja ostostenteko vähemmän rutinoitunutta. Havainto on erityisen kiinnostava tilanteessa, jossa ammattikorkeakoulu Metropolia tekee tuloaan Myllypuroon aivan ostarin naapuriin. Metropolian myötä alueelle muuttaa todennäköisesti myös paljon korkeakouluopiskelijoita, ja ostarin kannalta olisikin tärkeää saada myös heidät käyttämään oman ostarinsa palveluita.

Taulukko 6. Toiseksi useimmin ruokaostoksiin käytetty paikka kotitalouden mukaan.

		Keitä kuuluu kotitalouteesi?					Yhteensä
		Yksi aikuinen	Kaksi aikuista, ei lapsia	Kaksi aikuista ja lapsi(a)	Yksi aikuinen ja lapsi(a)	Muu	
Missä teet toiseksi useimmin ruokaostoksesi?	Itäkeskus	30%	42%	37%	45%	0%	36%
	Myllypuron ostari	28%	29%	37%	18%	60%	32%
	Muulla	13%	17%	13%	27%	0%	15%
	Kontulan ostoskeskus	16%	5%	5%	0%	0%	8%
	Siwa, Myllypuro	9%	3%	5%	9%	40%	6%
	Prisma, Viikki	3%	3%	4%	0%	0%	3%
Yhteensä		100%	100%	100%	100%	100%	100%
N		67	86	84	11	5	253

Ensisijaista ruokakauppaa kotitalouksittain tarkasteltaessa huomattiin, että kahden aikuisen lapsiperheet käyttävät ostaria ruokaostoksiin selkeästi muita ryhmiä vähemmän. Taulukko 6 kuvaa kotitalouden koon yhteyttä toissijaiseen ruokakauppaan eli sitä voi tarkastella rinnakkain taulukon 2 kanssa. Taulukon 3 tulokset ovat p-arvoon viitaten tilastollisesti melkein merkitseviä⁵. Toissijaista ruokakauppaa tarkasteltaessa on huomattavissa, että kahden aikuisen lapsiperhekotitalouksilla ostari on suosittu sekundaarinen ruokakauppa. Näin ollen ostari vaikuttaisi kyseisille kotitalouksille toimivan täydentävänä ruokakauppana tai täsmäostosten tekopaikkana. Itäkeskus on kuitenkin kaikissa kotitalousluokissa suosituin toissijainen ruokakauppa. Viikin Prisma ei aineiston perusteella näytä olevan suosittu toissijainen ruokakauppa millään kotitalousluokalla ja yhden aikuisen perheet käyttävät Kontulan ostaria sekä ensisijaisiin että toissijaisiin ruokaostoksiinsa muita kotitalouksia enemmän.

⁵ p=0,055

3.4.3. Muiden kuin ruokaostosten teko

Muiden kuin ruokaostosten suhteen Itäkeskus on aineistojen valossa odotetustikin ylivoimainen. Jopa 72 % kaikista vastaajista tekee muut kuin ruokaostoksensa yleensä Itäkeskuksen kaupoissa. Näin ollen voidaan todeta, ettei Myllypuron ostari täytä muiden kuin ruokaostosten tekemisessä kuluttajien palvelutarpeita. Vaikka näiden ostosten suhteen tilanne vaikuttaakin yksipuoliselta, myös joitakin eroavaisuuksia löytyy.

Ikäluokittaisessa tarkastelussa huomataan, että ikääntyvät eli yli 65-vuotiaat vastaajat käyttävät Myllypuron ostaria muihin kuin ruokaostoksiin hieman muita ikäluokkia enemmän. Heistä 13 % käyttää ostaria näihin ostoksiin, kun muissa ikäluokissa vastaava prosenttiosuus vaihtelee viiden ja yhdeksän prosentin välillä. Erot eivät ole merkittäviä, mutta voivat silti viitata ostarin palvelutarjonnan olevan riittävä tietyille ikääntyville kuluttajille. Myös Kohijoki (2013, 136) huomaa tutkimuksessaan osan ikääntyvistä kuluttajista olevan vaativia ostopaikkaan liittyvien sosiaalisten aspektien suhteen. Kaupassakäyntiin liitetään mieluusti esimerkiksi tuttavien tapaamista tai kahvittelua, mihin oma lähiostari kenties voisi tarjota hyvätkin mahdollisuudet (ostarilla oleskelusta ja tuttavien tapaamisesta lisää myöhemmin tässä raportissa). Ajatusta tukee ryhmähaastattelussa esiin tullut havainto Itäkeskuksen uudesta profiloitumisesta etenkin nuorten ja nuorekkaiden kauppakeskuksena. Myllypuron ostari nähtiin vaihtoehtona, joka voisi tarjota palveluita ja tarjontaa muille kuin nuorille asiakkaille.

Taulukko 7. Muiden kuin ruokaostosten tekopaikka kotitalouden mukaan.

	Keitä kuuluu kotitalouteesi?					Yhteensä
	Yksi aikuinen	Kaksi aikuista, ei lapsia	Kaksi aikuista ja lapsi(a)	Yksi aikuinen ja lapsi(a)	Muu	
Missä useimmiten hoidat muut kuin ruokaostoksesi?	66%	66%	83%	64%	60%	72%
Itäkeskus						
Helsingin keskusta	12%	13%	5%	18%	0%	10%
Muulla	8%	11%	2%	18%	20%	8%
Myllypuron ostari	9%	6%	7%	0%	20%	7%
Kontulan ostoskeskus	6%	5%	2%	0%	0%	4%
Yhteensä	100%	100%	100%	100%	100%	100%
N	67	86	84	11	5	253

Taulukko 7 osoittaa kotitalouden koon ja muiden kuin ruokaostosten tekopaikan välisen yhteyden⁶. Yhteys ei ole tilastollisesti merkitsevä. Kahden aikuisen lapsiperheet käyttävät aineistossa Itäkeskusta muihin kuin ruokaostoksiin selvästi muita kotitalouksia enemmän. Vastaavasti kahden aikuisen lapsiperheet asioivat näillä ostoksilla Helsingin keskustassa, Kontulan ostarilla ja muissa paikoissa muita kotitalouksia vähemmän. Tämä viittaisi siihen, että ainakin aineistoon valikoituneet kahden aikuisen lapsikotitaloudet keskittävät sekä ruoka- että muita ostoksiaan Itäkeskukseen muita kotitalousryhmiä enemmän. Yhteys kotitalousluokan ja muiden kuin ruokaostosten tekopaikan välillä ei ole tilastollisesti merkitsevä.

⁶ p=0,320

3.5. Pienalueittaiset erot ostarin käytössä

Nopeutuvan kaupungistumiskehityksen myötä Helsinki on monien muiden kaupunkien tapaan tilanteessa, jossa jo olemassa olevien asuntojen määrä ei yksinkertaisesti ole riittävä tulevaisuuden kaupunkilaisille. Myös vanhan asuntokannan poistuminen sekä asumisväljyyden ja yksinasumisen kasvu edellyttävät uudisrakentamista. Kun myös kaupungin kasvaminen laidoilta on uusien kasvualueiden vähäisestä määrästä johtuen hankalaa, on ratkaisua haettu täydennysrakentamisesta ja olemassa olevan kaupunkirakenteen tiivistämisestä. Täydennysrakentamisen luoma tiivis kaupunki on lisäksi taloudellisesti tehokkaampi ja ekologisesti kestävämpi ratkaisu kuin entisestään hajautuva kaupunkirakenne. Täydennysrakentamisella on kuitenkin näiden rakenteellisten ja ekologisten tavoitteiden lisäksi nähty olevan myös sosiaalisia pyrkimyksiä. Vaikka kaupunkirakenteen eheyttäminen onkin täydennysrakentamisen tärkein päämäärä, on myös sen sosiaalista tasapainoa edistävillä ominaisuuksilla merkittävä rooli suunnittelussa (Vaattovaara ym. 2009, 4). Toisin sanoen asuinalueiden asukaskantaa pyritään monipuolistamaan tuomalla sinne erilaisia asumisvaihtoehtoja erilaisille asukkaille ja sekoittamalla vanhaan rakennuskantaan uutta. Myllypurossa tämä moninaisuus on selvästi näkyvillä: alueella on niin vuokratolokeskittymiä kuin uudempia ja vanhempiakin pientaloalueita. Myös ostarin uudistaminen on ollut osa pyrkimystä kohentaa alueen sosiaalista rakennetta.

Eräissä kansainvälisissä tutkimuksissa on havaittu, että etenkin huono-osaisilla alueilla asuvat keskiluokkaiset asukkaat tekevät erontekoja alueen muihin asukkaisiin varsin monin tavoin (Pinkster 2014; Watt 2009). Omaa asumisvalintaa voidaankin perustella esimerkiksi erottautumalla alueen muista asukkaista naapurustojen sisällä. Eronteot eivät näin ollen liitykään asumisvalintaan erilaisten naapurustojen joukosta, vaan valintoja tehdään erityisesti naapuruston sisäisten pienalueiden välillä. Myös Helsingissä tehty tutkimus (Vaattovaara ym. 2009) antaa viitteitä siitä, että eronteot tapahtuvat pikemminkin asuinalueiden sisällä kuin niiden välillä. Tutkittaessa helsinkiläisten täydennysrakentamisalueiden uusien asukkaiden asumistyytyväisyyttä havaittiin, että kyseisten asukkaiden kokema korkea asumistyytyväisyys juontaa juurensa nimenomaan tarpeeksi suuresta fyysisestä etäisyydestä alueen muihin sosiaalisiin ryhmiin. Kun oma läheinen asumisympäristö, kuten pihapiiri, koetaan tarpeeksi miellyttävänä ja mukavana, kasvaa sekä fyysinen että sosiaalinen etäisyys alueen mahdollisiin ongelmallisiksi miellettyihin pienalueisiin. Näin ollen myös uusien asukkaiden omaa asuinalueetta kohtaan koettu tyytyväisyys kasvaa. (emt. 35.)

Tutkimuksessa haluttiin selvittää, onko Myllypuron pienalueiden välillä eroavaisuuksia ostarin käytössä ja ostoskäyttäytymisessä yleisemminkin. Jos eroja löytyy, ovatko ne peräisin saavutettavuuden ongelmista vai edellä kuvatun kaltaisista elämäntapavalinnoista? Käytäisiinkö Myllypuron laidoilta enemmän ostarilla, jos liikenneyhteydet olisivat paremmat? Onko ostospaikkavalintojen eroavaisuuksissa kyse elämäntyyliin ja identiteettiin liittyvistä vapaaehtoisista valinnoista (Syrman 2012, 56)?

Taulukko 8. Useimmin ruokaostoksiin käytetty paikka Myllypuron pienalueen mukaan.

		Millä alueella Myllypurossa asut?					Yhteensä
		Myllypuron keskus	Myllyrinlaakso ja Puu-Myllypuro	Hallainvuori	Kerrostaloalue	En osaa sanoa	
Missä useimmiten ruokaostoksesi?	Myllypuron ostari	58%	50%	59%	56%	76%	58%
	Siwa, Myllypuro	2%	0%	0%	0%	0%	0%
	Itäkeskus	12%	13%	18%	23%	18%	17%
	Prisma, Viikki	9%	21%	14%	8%	0%	10%
	Kontulan ostoskeskus	6%	4%	0%	10%	6%	6%
	Muualla	14%	13%	9%	3%	0%	8%
Yhteensä		100%	100%	100%	100%	100%	100%
		66	24	22	73	17	202

Taulukko 8 kuvaa Myllypuron pienalueittaisia eroja⁷ pääasiallisen ruokakaupan valinnassa osaluojako 2:n mukaan. Vastaajamäärien pienuudesta johtuen joitakin vierekkäisiä pienalueita on tässä jaottelussa yhdistelty. Taulukon tai muiden ostospaikan valintaa koskevien analyysien

⁷ p = 0,377

perusteella aineisto ei vahvasta oletusta pienalueiden välisistä eroista ostarin käytössä. Pientaloalueilta tosin käydään enemmän Viikin Prismassa kuin kerrostaloalueilta, mikä johtuneekin sekä alueiden sijainnista lähempänä Viikkiä että pientaloasumisen autovaltaisuudesta. Oletusta testattiin tarkastelemalla ostostottumuksia ja muuta ostarilla asiointia kahden erilaisen pienaluejaon mukaan (ks. luku Aineisto ja menetelmät). Ostostenteon paikkaan liittyviä valintoja tarkasteltaessa ei Myllypuron pienalueiden välillä löytynyt suuria eroavaisuuksia kummallakaan pienalueella.

Ryhmähaastattelun perusteella kuva pienalueiden eroista ostarilla asioimisessa ei kuitenkaan näyttäyty näin yksinkertaisena. Asiasta suoraan kysyttäessä moni haastateltava arveli, että Myllypuron pienalueiden asukkaiden ostoskäyttäytymisessä on jonkin verran eroja. Haastateltujen mukaan erot eivät kuitenkaan johdu edellä esitellyn kaltaisista kulttuurieroista vaan saavutettavuudesta. Myös aiemmassa tutkimuksessa on havaittu, että mitä lähempänä kotia lähin päivittäistavarakauppa sijaitsee, sitä suuremmalla todennäköisyydellä kuluttaja valitsee sen ostospaikakseen. Mikäli matka lähimpään kauppaan on kuitenkin pitkä, on kuluttaja valmis jatkamaan matkaansa samalla vaivalla pidemmälle, häneen enemmän vetoavaan kauppaan. (Culley 2012, 77.) Myllypuron uusimmalta alueelta, Puu-Myllypurosta (toiselta nimeltään Myllykylä), ei kulje kuin kevyen liikenteen kulkureitti ostarille. Puu-Myllypurosta on jopa kävellenkin helpompi kulkea Itäkeskukseen, sillä tie sinne on tasainen ja ostarille ylämäkeä. Vaikuttaakin siltä, että Myllypuron liikekeskuksen saavutettavuutta ei ole onnistuttu tarpeeksi hyvin takaamaan kaikilta pienalueilta käsin.

Myös toiselta suhteellisen uudelta Myllypuron pienalueelta, Hallainvuoresta, kuljetaan ryhmähaastattelun perusteella usein muualle kuin omalle ostarille ostoksille. Onkin mielenkiintoista, miksi juuri nämä kaksi Myllypuron uusinta pienaluetta nousevat esiin sellaisina, joiden asukkaat muita vähemmän käyttävät oman ostarin palveluita. Voisiko kyse olla heikommasta alueelle integroitumisesta? Kenties oman ostarin tukeminen näyttäytyy tärkeämpänä sellaisille asukkaille, jotka ovat asuneet alueella pidempään ja kokevat alueen muutenkin olevan vahva osa omaa identiteettiään. Myös asukastalo Myllärissä käynnin suhteen Hallainvuoren asukkaat erottuvat kyselyaineistossa passiivisuudellaan muiden pienalueiden asukkaista selkeästi. Hallainvuorelaisista vastaajista 73 % ei käy Myllärissä koskaan. Yhteys pienalueen ja Myllärin käytön välillä on tilastollisesti erittäin merkitsevä⁸. Myös ostarilla oleskelun ja tuttavien tapaamisen suhteen hallainvuorelaiset näyttäytyvät kyselyaineistossa passiivisimpina, mutta yhteydeltä puuttuu tilastollinen merkitsevyys. Voisiko

⁸ p=0,000

ilmiötä selittää pienalueen asukkaiden heikompi kiinnittyneisyys alueen sosiaaliseen elämään? Vai onko ilmiön taustalla yksinkertaisesti autolla asiointiin helppous? Uusimman Puu-Myllypuron pienalueen ominaispiirteistä voi kertoa sekkin, että alueesta käytetään etenkin kiinteistövälityksessä mieluummin juuri Myllykylä-nimeä eli nimeä, josta Myllypuro on sanana häivytetty pois.

Näin ollen hypoteesi pientalo- ja kerrostaloalueiden asukkaiden erilaisista ostoskäyttäytymisistä ei juurikaan saa tukea kyselylomakkeen tuloksista, mutta ryhmähaastattelun tuloksista saa. Aineistot antavat lisäksi viitteitä sekä uusien pienalueiden asukkaiden heikommasta sitoutumisesta alueeseen että heidän kokemistaan ostarin saavutettavuuden ongelmista.

3.6. Asukastalo Myllärin ja mediakirjaston merkitys

Asukastalon kautta mä oon ainakin sitoutunut tähän alueeseen.

Ryhmähaastattelun osallistuja

Kyselylomakkeella kerättiin myös tietoa vastaajien tottumuksista asioida ostarilla sijaitsevissa asukastalo Myllärissä ja Myllypuron mediakirjastossa. Kun kerättyjä tietoja vertaillaan vastaajien antamiin taustatietoihin, voidaan luoda profiilia näiden tilojen käyttäjäkunnasta. Asukastalo ja mediakirjasto sijaitsevat ostarin keskellä olevassa pyöreän muotoisessa rakennuksessa, siis sekä keskellä ostarin kokonaisuutta että ikään kuin erillään sen kaupallisista toiminnoista.

Taulukko 9. Asukastalo Myllärissä käyminen iän mukaan.

	Minkä ikäinen olet?					Yhteensä
	15 - 29 v.	30 - 39 v.	40 - 49 v.	50 - 64 v.	yli 65- vuotias	
Kuinka usein käyt päivittäin tai lähes päivittäin asukastalo Myllärissä?	0%	3%	2%	1%	17%	5%
ainakin kerran viikossa	5%	5%	3%	4%	23%	8%
ainakin kerran kuukaudessa	0%	12%	12%	25%	40%	20%
harvemmin kuin kerran kuukaudessa	18%	29%	38%	34%	13%	28%
en koskaan	77%	51%	45%	34%	6%	39%
Yhteensä	100%	100%	100%	100%	100%	100%
N	22	59	58	67	47	253

Taulukko 8 kuvaa vastaajan iän yhteyttä asukastalo Myllärissä käymiseen. Mylläriin käytön ja vastaajien iän välillä on tilastollisesti erittäin merkitsevä yhteys⁹. Tältä osin tutkimuksen ennako-oletus asukastalon suuresta merkityksestä etenkin vanhemmille ikäluokille saa vahvistusta. Päivittäin, ainakin kerran viikossa ja ainakin kerran kuukaudessa Myllärissä asioivien joukossa yli 65-vuotiaiden osuus on suhteellisesti suurin. Vastaavasti Myllärissä kokonaan käymättömien osuus on tässä iäkkäimpien vastaajien luokassa pienin, vain 6 %, kun se esimerkiksi 15–29-vuotiailla on jopa 77 %. Myös 50–64-vuotiaista ja 40–49-vuotiaista vastaajista enemmistö käy Myllärissä edes joskus. Näissä kahdessa ja 30–39-vuotiaiden ikäluokassa vastaajat näyttävät kuitenkin jakautuvan kahteen leiriin: he, jotka eivät koskaan käy Myllärissä ja he, jotka käyvät siellä silloin tällöin. Aktiiviväestö on aineiston mukaan kuitenkin selvästi eläkeikäistä ja aineiston perusteella vaikuttaakin siltä, että Myllärissä käynnin aktiivisuus kohoaa iän nousun myötä. Mylläri ei aikaisempien tarkastelujen valossa onnistunut näyttäytymään kaikkia myllypurolaisia houkuttelevana tai ostarille vetävänä paikkana korkeasta käyttöasteestaan huolimatta. Ikäluokittainen tarkastelu korostaa havaintoa ostarin,

⁹ p=0,000

lähipalveluiden ja lähellä sijaitsevan asukastalotoiminnan merkityksestä etenkin vanhemmalle ikäpolvelle. Seniorien aktiivisuus liittyy lisäksi asumisikään eli asuinalueeseen kiinnittymisen asteeseen, joka kasvaa alueella asumisajan myötä.

Myös mediakirjastolla on merkittävin rooli yli 65-vuotiaille vastaajille. Heistä 45 % käy mediakirjastossa kerran viikossa tai useammin¹⁰. Eläkeikäiset vaikuttavat siis analyysin perusteella Myllypuron aktiivisimmalta väestöryhmältä, jotka hyödyntävät niin ostarin kauppoja, asukastaloa kuin kirjastoakin ahkerasti. Kotitalousryhmittäisessä tarkastelussa ahkerimpia kirjastonkäyttäjiä ovat yhden tai kahden aikuisen lapsettomat perheet. Jos oletetaan osan näistä kotitalouksista olevan iäkkäämpien asukkaiden kotitalouksia, saa edellä mainittu ikääntyneen aktiiviväestön ajatus lisätukea.

Mylläri ja mediakirjasto sijaitsevat vierekkäin ja jakavat osin käyttämiään laitteita ja myös tiloja. Päivittäin tai lähes päivittäin Myllärissä käyvistä 58 % käy myös päivittäin tai lähes päivittäin mediakirjastossa. Oletetusti ne siis ruokkivat toinen toisiaan. Kuitenkin niistä vastaajista, jotka eivät koskaan käy Myllärissä, joka toinen käy edes joskus mediakirjastossa. Kynnys piipahtaa asukastalossa vaikuttaisi siis olevan suurempi kuin kirjastossa käynti. Kirjastot ovat ihmisille koko elämän varrelta tuttuja paikkoja, jonne tiedetään kaikkien olevan tervetulleita myös ilman varsinaista asiaa. Kenties Mylläri näyttäytyy osalle asukkaista toimintamahdollisuuksiltaan etäisenä tai vain tietyn, aktiivisen asukasryhmän kokoontumispaikkana.

3.7. Ostarilla oleskelu ja tuttavien tapaaminen

Kauppa- ja ostoskeskuksilla on kaupunkitilassa tehtäviä, jotka eivät palvele vain kauppaa ja tavaroiden vaihtoa (Mäenpää 2005). Lähiöissä ostoskeskus on yleensä asuinalueensa merkittävin julkinen tila, jossa asukkaat kohtaavat toisiaan (Mäenpää 2011). Ostareiden uudistamisessa tulisi panostaa toimintojen sekoittamiseen ja sitä kautta syntyvään kaupunkimaisen julkisen tilan luonteeseen (Mäenpää 2013). Ostoskeskuksen ei tarvitse olla yksiulotteinen, kuluttamiseen tarkoitettu kaupan keskittymä, vaan sen tiloissa voi tapahtua myös monenlaista järjestö- ja kansalaistoimintaa arkisen oleskelun ja hengailun lisäksi. Kauppa- ja ostoskeskusten rooli kansalaisaktiivisuuden paikkoina on tunnustettu myös kansainvälisessä tutkimuksessa (ks. Mattson 2002, Parlette & Cowen 2011). Ostoskeskuksen käyttäjät eivät ole ainoastaan kuluttajia vaan myös kansalaisia, jotka haluavat harrastaa, tavata ihmisiä, osallistua ja vaikuttaa ympäristöönsä. Tämän seikan huomioon ottaminen Myllypuron

¹⁰ p=0,003

ostarin suunnittelussa on sen suurimpia ansioita, ja sitä voisi hyödyntää esimerkiksi ostarin markkinoinnissa.

Kyselylomakkeella mitattiin vastaajien oleskelua ostarin alueella ja tuttavien tapaamista siellä. Kysymyksillä haluttiin selvittää, löytyykö vastaajien joukosta jokin tietty ryhmä, jolle ostarilla on päivittäistavara-asiointia suurempikin sosiaalinen merkitys. Oleskelu ostarilla tuntuu kulminoituvan vahvasti torialueen keskellä sijaitsevaan rakennukseen, jossa asukastalo Mylläri ja mediakirjasto sijaitsevat. Puolet (51 %) vastaajista oleskelee ostarin alueella ainakin joskus, vaikka ympäristöä ei voi pitää erityisen viihtyisänä tai oleskeluun kannustavana.

Taulukko 10. Ostarin alueella oleskelu iän mukaan.

	Minkä ikäinen olet?					Yhteensä
	15-29 v.	30-39 v.	40-49 v.	50-64 v.	yli 65-vuotias	
Kuinka usein oleskeletpäivittäin tai lähes Myllypuron ostarin alueellapäivittäin muuten vaan?	18%	3%	7%	4%	17%	8%
ainakin kerran viikossa	18%	10%	3%	9%	28%	12%
ainakin kerran kuukaudessa	9%	7%	9%	16%	13%	11%
harvemmin kuin kerran kuukaudessa	14%	32%	17%	21%	6%	19%
en koskaan	41%	47%	64%	49%	36%	49%
Yhteensä	100%	100%	100%	100%	100%	100%
N	22	59	58	67	47	253

Taulukko 9 kuvaa ostarin alueella oleskelua aineistossa ikäryhmittäin. Yhteys on tilastollisesti erittäin merkitsevä¹¹. Iän mukaan tarkasteltuna vanhimpien ja nuorimpien vastaajien ikäluokat nousevat aineistossa esiin muita aktiivisempina ostarilla oleskelijoina. Näissä ikäluokissa on eniten ns. päiväväestöä eli työvoiman ulkopuolella olevaa väkeä. Jopa 45 % yli 65-vuotiaista vastaajista oleskelee ostarin alueella muuten vaan vähintään kerran viikossa. Vähiten tällaisia

¹¹ p=0,000

aktiivisia, vähintään kerran viikossa ostarilla oleskelevia vastaajia löytyy 40–49-vuotiaiden ikäluokasta. Yli 65-vuotiaat vastaajat ovat myös aktiivisimpia ostarilla tapahtuvan tuttavien tapaamisen suhteen: heistä 60 % tapaa tuttaviaan ostarin alueella sattumalta tai sovitusti vähintään kerran viikossa¹².

Kotitalousryhmittäin kyselyaineistoa tarkastellessa on ehkä hieman yllättävääkin, että lapsiperheet oleskelevat ostarilla yhtä paljon kuin muut. Eniten sellaisia vastaajia, jotka eivät koskaan oleskele ostarilla löytyy kyllä juuri yksinhuoltajaperheistä (73 %), mutta kahden aikuisen lapsiperheet eivät erotu aineistossa erityisesti muista kotitalousryhmistä ostarilla oleskelun suhteen. Lapsiperheiden ajanvietto ostarilla tuskin liittyy lapsien leikkimiseen, sillä ostarin alueella ei ole minkäänlaista leikkipaikkaa ulko- tai sisätiloissa. Lapsiperheiden oleskelu ostarilla saattaa liittyä esimerkiksi vauvavaiheeseen, jolloin vaunujen kanssa on mukava liikkua ulkona ja julkisilla paikoilla sekä tavata muita äitejä ja isiä. Aktiivisimpina eli vähintään kerran viikossa ostarilla oleskelevina erottuvat yhden aikuisen, kahden aikuisen sekä kahden aikuisen ja lapsien kotitaloudet. Tuttavien tapaamisessa ostarilla lapsettomat kotitaloudet kuitenkin ovat aineistossa lapsettomia aktiivisempia.

Tuloluokittain tarkasteltuna pienituloisimpien vastaajien ryhmä erottautuu aineistossa aktiivisimpana ostarilla oleskelijoiden ryhmänä. Tutkimuksessa alimpaan tuloluokkaan (kotitalouden bruttotulot alle 13 000 € vuodessa) kuuluvista vastaajista 38 % oleskelee ostarilla kerran viikossa tai useammin ilman sen kummempaa asiaa. Ylemmistä tuloluokista löytyy puolestaan enemmän sellaisia vastaajia, jotka eivät ostarilla oleskele ollenkaan.

Ostarilla oleskelussa ja tuttaviansa tapaamisessa aktiivisimpina näyttäytyy siis päiväväestö eli ne asukkaat, jotka eivät päivisin käy töissä, vaan viettävät ostarin alueella aikaansa. Läpi kyselyaineiston tarkastelun näyttää vahvasti siltä, että ostari on etenkin vanhimman ikäluokan suosiossa. Kyselyaineistossa merkitseviä yhteyksiä löytyy niin ostarilla ruokakaupassa asioinnin, oleskelun, tuttavien tapaamisen kuin asukastalon ja mediakirjaston käyttämisen ja iän välillä. Kyselyaineiston perusteella onkin syytä muodostaa Myllypuron ostarista kuva etenkin vanhusväestön ostarina. Ryhmähaastattelussa käyty keskustelu ei kuitenkaan tuntunut tukevan tätä oletusta. Haastateltavien mukaan riippuu paljon vuorokaudenajasta, minkä ikäisiä asiakkaita ostarilla liikkuu. Kerätyn kyselyaineiston perusteella on joka tapauksessa mahdollista esittää perusteltu oletus ostarin aktiivikäyttäjien vanhemmasta iästä.

¹² p=0,001

Kohijoki (2012, 88) huomauttaa, että ikääntyviä kuluttajia ei tule nähdä passiivisina tai valtavirtakulutukseen kuulumattomana ryhmänä. Kohijoen pääkaupunkiseudulla kerätyn kuluttajakyselyaineiston pohjalta tekemän analyysin mukaan ikääntyvien kuluttajien joukosta on erotettavissa paljon etenkin korkeatasoista tuotevalikoimaa ja hyvää asiakaspalvelua arvostavia kuluttajia. Kyseisessä tutkimuksessa korostuivat ikääntyvien kuluttajien ostostentekoon liittämät sosiaaliset aspektit, samaan tapaan kuin Myllypurossakin. (emt. 88-89.) Ikääntyvien kuluttajien ostos- ja kulutuspotentiaalia ei tulekaan väheksyä, saati niputtaa heitä yhteen joukkoon. Ikääntyvien kuluttajien kasvava ja monipuolistuva ryhmä on lähipalveluiden tärkeä, joskaan ei ainoa asiakasryhmä, jonka erityisyys myös Myllypuron ostarin kehittämässä tulee huomioida.

3.8. Tulosten yhteenveto

Edellä tarkasteltiin Myllypuron ostarilla asiointia ja sen ominaisuuksia kysely- ja haastatteluaineistojen valossa. Kyselyaineistossa merkittävimmit ostarilla asioinnin syiksi nousevat sijainti kodin ja kulkureittien varrella sekä hyvä päivittäistavaravalikoima. Ostarin liikkeiden valikoima ei ole kuitenkaan riittävän laaja. Valikoima ei motivoi vastaajia ostarilla asiointiin ja se on myös merkittävin yksittäinen ostarin kehittämiskohde. Myllypuron ostarin paradoksi onkin se, että sen *koko* koetaan riittävänä, mutta sen *valikoima* ei sitä ole.

Ostarin parhaimpia puolia ovat siisteys, nykyaikaisuus, sopiva koko, sijainti ja rauhallisuus. Etenkin ostarin viihtyisyyteen liittyvät hyvät puolet ovat kuitenkin pääasiassa negatiiviseen viihtyisyyteen liittyviä tekijöitä. Tämä tarkoittaa lähiöostareihin yleisesti liitettyjen häiriötekijöiden poissaoloa vastakohtana varsinaisille positiivisen viihtyisyyden tekijöille, siis ostarin omille ominaisuuksille. Esimerkki negatiivisesta viihtyisyydestä on monesti aineistoissa toistunut baarien puute. Ostarin tärkeimpiä kehittämiskohteita aineistojen mukaan ovat mainitun valikoiman puutteellisuuden lisäksi etenkin tyhjät liiketilat ja ulkotilojen epäviihtyisyys. Ulkotiloja pidetään autioina, epäviihtyisinä ja persoonattomina. Liikkeistä ja palveluista suosituimpia ovat ruokakaupat, apteekki, R-Kioski ja mediakirjasto, kun taas asukastalo Mylläri ei tutkimuksen taustaoletusten vastaisesti ole aineistoissa kaikkien myllypurolaisten suosima paikka. Enemmistö vastaajista käy asukastalossa kerran kuukaudessa tai harvemmin, taikka ei milloinkaan. Sen toimintaan kaivataan toiminnallisempia elementtejä. Myllärin korkea käyttöaste ja aktiivisuus eivät näytä heijastelevan ostarin kauppohen menestykseen ja asukastalo on ostarin vetonaula lähinnä alueen asioista kiinnostuneille aktiivisille asukkaille.

Ostarille saavutaan pääasiassa kävellen ja pysäköintihallin toimimattomuus nousee aineistoissa selväksi ongelmakohdaksi. Kotitalousluokittainen tarkastelu osoittaa, että kahden aikuisen lapsiperheet käyvät muita vähemmän pääasiallisilla ruokaostoksilla ostarilla ja muita kotitalouksia enemmän muilla kuin ruokaostoksilla Itäkeskuksessa. Toissijaisena ruokakauppanaan kahden aikuisen lapsiperheet käyttävät ostaria kuitenkin muita enemmän. Vaikuttaa siis siltä, että kahden aikuisen lapsiperheissä kaikkien ostosten tekoa pyritään keskittämään isoihin yksiköihin, kuten Itäkeskukseen, ja oman ostarin rooli heidän arjessaan on lähinnä täydentää näitä ostoksia. Paljon kuluttavat lapsiperheet ovat kaupalle houkuttelevin asiakaskunta.

Suurin osa kyselyyn vastanneista tekee ruokaostoksensa pääasiassa ostarin ruokakaupoissa. Etenkin yli 65-vuotiaat vastaajat vaikuttaisivat käyvän ensisijaisesti ostarilla ruokakaupassa, vaikka yhteys ei pienen aineiston vuoksi olekaan tilastollisesti merkitsevä. Vähiten sekä ensi- että toissijaisena ruokakauppanaan ostaria käyttävät kyselyn nuorimmat, 15–29-vuotiaat vastaajat. Tulevaisuudessa Metropolian uuden kampuksen tuodessa Myllypuroon runsaasti nuorta väkeä on ostarinkin mietittävä, miten se pystyisi vastaamaan myös heidän tarpeisiinsa paremmin. Kotitalousluokista ostaria ruokakauppanaan käyttävät erityisesti yhden aikuisen lapsiperheet ja yksin asuvat aikuiset ja tuloluokista 13 000 – 23 999 euroa vuodessa tienavat kotitaloudet. Tuloluokkien molemmat ääripäät, siis vähiten ja eniten ansaitsevat tuloluokat käyttävät ostaria muita vähemmän. Ostari näyttäisi siis olevan erityisesti keskituloisten paikka.

Myllypuron pienalueittaisessa tarkastelussa etsittiin mahdollisia eroavaisuuksia ostarin käytössä eri pienalueiden välillä. Selvitettävänä oli, onko mainitun kaltaisia eroja löydettävissä aineistoista ja jos on, johtuvatko ne erilaisista elämäntyyleistä vai muista seikoista, kuten saavutettavuuden ongelmista. Oletus pienalueittaisista eroista ostarilla asiointissa ei saa tukea kyselyaineistolta. Ryhmähaastattelu tukee jonkin verran oletusta eri pienalueiden välisistä eroista ostarin käytössä. Uusimpien pienalueiden, kuten Hallainvuoren ja Puu-Myllypuron asukkaat ovat lisäksi kyselyaineistossakin muita passiivisempia muun muassa asukastalon käytössä. Tämä saattaa kertoa uusimpien pienalueiden asukkaiden heikommasta sitoutumisesta alueelle ja sen kulttuuriin. Haastatteluissa kävi ilmi myös ongelmia uusilta alueilta ostarille kulkemisessa eli saavutettavuudessa.

Aineistojen perusteella muodostuu kuva ostarin ikääntyneestä aktiiviväestöstä. Kyselyaineistossa yli 65-vuotiaat vastaajat ovat muita aktiivisempia ostarin kaupoissa, mediakirjastossa ja asukastalossa asiointissa. Yli 65-vuotiaat tekevät sekä ruoka- että muita ostoksia omalla ostarillaan muita ikäluokkia enemmän. He myös tapaavat tuttaviaan ja

oleskelevat ostarilla enemmän kuin muut. Ikääntyviä ajatellaan usein vähämerkityksisenä, ellei jopa paikan imagoarvoa heikentävänä väestöryhmänä. Etenkin asuinlähiöissä tällaista ajattelua on syytä välttää. Se, että seniorit käyvät paljon ostarilla, ei ole ongelma. Ongelma voi olla, jos siellä eivät käy muut. Teoriassa ostarin ”mummoutuminen” voisi vaikuttaa ostarin palvelutarjontaan, valikoimiin ja imagoon siten, että ostari profiloituisi nuoremmalle väelle epäkiinnostavaksi. Tällaiseen tulkintaan Myllypuron tapauksessa ei kuitenkaan ole aineksia.

4. Myllypuron ostarin menestymättömyyden syitä

Edellisessä luvussa tarkasteltiin kysely- ja haastatteluaineistojen avulla Myllypuron ostarin ja sen toimintojen merkitystä osana alueen palvelurakennetta ja asukkaiden arkea. Seuraavaksi siirrytään etsimään aineistoista syitä varsinaiseen tutkimuskysymykseen eli siihen, miksi Myllypuron ostari ei näytä menestyvän niin hyvin kuin se voisi. Myllypuron ostarin menestymättömyydelle esitetään viisi syytä, joita voidaan tarkastella myös ostarin tulevaisuuden kehitysmahdollisuuksina.

4.1. Ostarin luonne ja rakenteelliset rajoitteet

Yleisenä Myllypuron ostarin ongelmakohtana nousevat tutkimuksessa esiin sen rakenteelliset rajoitteet. Ostari sijaitsee ensinnäkin alueen laidalla. Metroa käyttäville asukkaille sen sijainti on ihanteellinen, mutta muilla kulkuvälineillä liikkuville sijainti saattaa tuntua hyvinkin syrjäiseltä. Ostarin saavutettavuus Myllypuron vastakkaiselta reunalta koetaankin jokseenkin huonoksi. Esimerkiksi sopii Puu-Myllypuron uusi asuinalue, jolta ostarille päästäkseen on joko kierrettävä koko alue autolla tai liikuttava kevyen liikenteen väylää pitkin. Tämä kevyen liikenteen väylä koetaan kuitenkin hankalaksi käyttää esimerkiksi lastenvaunujen kanssa, sillä reitti on jyrkkä ja metsäinen. Liikkuminen Puu-Myllypurosta Itäkeskukseen sen sijaan onnistuu jouhevasti ja mukavasti.



Kartta 2. Myllypuron pienalueet ja ostarin sijainti (Seutukartta).

Myllypuron täydennysrakentamisen kaavoittajan mielestä ostarin ongelma on juuri alueen ulkosyöttöisyydessä. Alue on aikoinaan kaavoitettu siten, että kokoojakadut kiertävät aluetta eivätkä johda sen sisään. Siksi ostarin paikka on autoliikenteen suhteen laidalla, ei läpikulkuliikenteen varressa keskellä. Täydennysrakentamisen suunnitteluvaiheessa asukkaat olivat esittäneet toiveen saada autotie Puu-Myllypurosta ostarille ja metrolle, mutta se ei ollut valmiin lähiön tilanteessa toteutettavissa asuintaloja purkamatta. Haastatelluilla kaupan kehittämisen ammattilaisilla on sama käsitys rakenneongelmasta. Heidän mukaansa kaupunki lupaili liikoja alueen liikenneinfrastruktuurin kehittämisestä uusine bussilinjoinen ja liikuntapaikoille lapsiaan kускаavine vanhempineen, jotka pysähtyisivät ostarille ostoksille.

Toiseksi ostarin rakenteellisena rajoitteena korostuu sen fyysinen muoto. Ostari kääntää selkensä alueelle ja tielle. Se avautuu ainoastaan sisäänpäin torialueelle ja sen poiki kulkevalle raitille. Luukisen ja Santasalons ostoskeskusluokittelun mukaan Myllypuron uusi ostari on sisäpihamallinen eli sen liiketilat aukeavat aukiolle ulospäin suuntautuvien julkisivujen jäädessä umpinaisiksi (Luukinen & Santasalo 1990; tässä Laitinen 2012, 144). Ostari ei näytä ulospäin kovin kutsuvalta ja erään haastateltavan mielestä ostari onkin helppo ohittaa kiinnittämättä siihen sen suurempaa huomiota.

Verrattuna tyyppillisiin uudenaikaisiin ostoskeskuksiin Myllypuron ostarin erottaa se, ettei sitä ole katettu. Arkkitehtoninen ratkaisu on liiketila-asuintalo-hybridi, joka on jotakin vanhanmallisen ostarin ja kivijalkakaupan välistä. Arkkitehtonisesti se yhtäältä seuraa lähiökontekstia ja toisaalta tuo lähiötä urbaanimman tuulahduksen. Haastateltujen kaupan kehittäjien ja Cityconin edustajan mielestä ostarin kattamattomuus on ostarin selvä puute. Toinen ongelma johtuu hybridiratkaisusta: kantavat rakenteet on tehty asuintalon ehdoilla, jolloin kantavat pylväät ovat kaupan kannalta väärissä paikoissa ja haittaavat kauppatilan optimointia. Kolmas ongelma kaupan kehityksen näkökulmasta on ostarin keskelle syntyvä liian suuri aukio, joka hajauttaa liikkeet ja toiminnot eri puolille. Ostari on rakennettu arkkitehtuurin, ei kaupallisen toiminnallisuuden ehdoilla. Tätä kaupungin puolella ei kuitenkaan tunnuta myöntävän.

Jotkin ostarin osat koetaan myös vaikeammin saavutettaviksi kuin toiset, sillä kaikkiin liikehuoneistoihin ei kuljeta samalta suunnalta. Ongelmaa voisi lieventää etenkin opasteita parantamalla. Ostari koostuu suhteellisen irrallisista osioista, joita voi olla vaikea mieltää yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Kaikki liikkeet eivät sijaitse ensinnäkään saman katon alla, eikä niihin kuljeta samalta suunnalta. Eri ihmisten erilaisten kulkureittien vuoksi tietyt liikkeet ostarilla saattavat jäädä toisia enemmän piiloon. Näitä rakenteellisia haasteita on mahdollista parantaa haasteet huomioimalla ja ostarin näkyvyyteen panostamalla. Katseen korkeudelle tuodut kyltit ja mainokset ostarin jokaiseen suuntaan, autotielle ja Kehälle parantaisivat ostarin näkyvyyttä kaupunkitilassa. Citycon on pyrkinyt saamaan tienvarteen mainospylvään mutta kaupunki ei ole sitä – ilmeisesti kaupunkikuvasyistä – sallinut.

Haastattelujen pohjalta voidaan myös todeta, että ostarin luonne ei puhuttele kaikkia alueen asukkaita. Ostaria pidetään hienona ja modernina, mutta se ei välttämättä näytä tai tunnu erityisen myllypurolaiselta. Tämä voi tehdä ostarista epähoukuttelevan joidenkin asukkaiden silmissä ja aiheuttaa sen, ettei ostari tunnu enää ”omalta” samalla tavalla kuin vanha ostari. Asukastalon toiminta toki tuo ostarille oman alueellisen säväyksensä, mutta sen toiminta ei kuitenkaan näyttäydy avoimena ja kutsuvana kaikille alueen asukkaille – eikä se pelaa toiminnallisesti yhteen kaupallisen puolen kanssa.

Aika näyttää, vanheneeko uusi ostari asukkaille oman tuntuiseksi, vai jättääkö arkkitehtuuri ja siihen liittyvä sosiaalisen tilan eli toiminnan ja vilkkauksen puute pysyvän vierauden tunteen. Minkään paikan identiteetti ei myöskään ole pysyvä ja staattinen, vaan se elää mukana alueen muutoksissa. Metropolian tuleva kampus tuo alueelle runsaasti opiskelu- ja työpaikkoja, mikä muuttaa ostarin ja se lähialueen identiteettiä huomattavasti. Lisäksi Myllypuron edelleen

jatkuvan täydennysrakentamisen myötä alueen ulkoinen ilme kehittyy aiempaa tiiviimmäksi ja kaupunkimaisemmaksi. Tätä kirjoitettaessa maaliskuussa 2015 Myllypuro-seura on tehnyt aloitteen Kehä I:n bulevardisoinnista eli muuttamisesta rakennusten reunustamaksi puistokaduksi Kurkimäen ja Itäkeskuksen välillä. Se tietysti muuttaisi ostarin asemaa ja suhteellista sijaintia olennaisesti.

4.2. Ostarin johtaminen ja markkinointi

Lähiöostareiden perinteisenä ongelmana on pidetty niiden hajanaista omistajakennettä (esim. Krokfors 2012, 153). Keskitetyn johdon puuttuessa päätöksenteko saattaa hidastua ja hankaloitua, eikä kehitysehdotusten tai muutosten läpivieminen ole helppoa. Kun ostarin hallinnointi ja johtaminen keskitetään yhdelle toimijalle, voi ostari myös herkemmin reagoida esimerkiksi kaupan alan muutoksiin. Myllypuron ostariuudistuksen merkittävä muutos oli se, että hajanaisesti omistettu liikekiinteistöyhtiö korvautui yhden ammattimaisen liikekiinteistöomistajan ja -operaattorin mallilla, joka on ollut viime vuosikymmenten kaupallisten keskusten menestyskonsepti.

Keskitetty omistaminen ja johtaminen eivät kuitenkaan takaa ostarin menestystä (Mäenpää 2013, 205). Tässä tutkimuksessa onkin tullut esiin se, ettei keskitetty johtaminen ole johtanut pelkästään toivotunlaisiin lopputuloksiin. Yrittäjähaastatteluissa nousee esiin ongelmia liittyen johdon tavoitettavuuteen, läsnäoloon ja kehitysehdotusten eteenpäin viemiseen.

Kommunikaatio Cityconin kanssa on tosi virallista. Sieltä ei tule minulle päin mitään muulloin kuin silloin, jos jokin asia on huonosti. Yleinen asetelma on se, että heitä (kauppakeskusjohtoa) ei saa kiinni millään välineellä.

Ostarin yrittäjä

Kauppakeskusmallinen johtamistapa tuo lähiöostarille ammattimaisen ja osaavan, joskin varsin erilaisiin toimintaympäristöihin tottuneen johdon. Lähiöostari on paikallinen, tiukasti alueeseensa sidoksissa oleva yksikkö, joka haastattelujen mukaan kaipaa johdolta tavoitettavuutta ja läsnäoloa. Haastatellut ostarin yrittäjät kaipaavatkin johdolta tavoitettavuutta, läsnäoloa ja aikaa ostarin kehittämistyöhön. On selvää, että kauppakeskusjohdon aikaresurssit ovat Myllypuron suhteen rajalliset. Myllypuron ostari kaipaa kuitenkin tutkimusaineistojen valossa tällä hetkellä menestyäkseen paikallisempaa johtamistapaa.

Omistajataholta toivotaan yrittäjähaastatteluissa lisäksi joustavuutta esimerkiksi vuokrasuhteiden ehdoissa taloudellinen tilanne huomioiden sekä toritilan käytön maksullisuudesta luopumista. Erilaisten ostaria elävöittävien tempausten järjestäminen, sen positiivisen viihtyisyyden ja houkuttelevuuden parantaminen sekä ostarin kehittäminen monipuoliseksi lähiön palvelukeskukseksi vaatii panostuksia myös omistajataholta. Lisäksi haastatteluissa tuli esiin tarve ostarin sisäisen kommunikaation parantamisesta. Ostarin omistajan ja vuokralaisten välille kaivattaisiinkin yhdessä toimimisen kulttuuria, jossa myös mahdollisten ongelmatilanteiden ratkaiseminen helpottuisi. Myös haastateltujen kaupan kehittäjien mielestä ostaria olisi voitu johtaa paremminkin ja se kaipaisi liikeidean päivittämistä.

Kauppakeskusjohtajan mukaan he järjestävät yrittäjille keskustelutilaisuuksia mutta ne eivät ole kovin suosittuja. Johto on myös avoin ehdotuksille, sekä yrittäjien että asukkaiden, mutta niitä tulee vain vähän. Johtajan mukaan Myllypuron ostari ei ole yhtä vetovoimainen tapahtumapaikka kuin esimerkiksi Vuosaaren katettu kauppakeskus Columbus. Ostarin aukio on suojaton, iso ja kaikua paikka. Citycon perii aukion käytöstä vuokraa, mutta esimerkiksi yhdistykset voivat saada tilan ilmaiseksi käyttöönsä. Tapahtumat ovat kuitenkin vähissä ja joidenkin yrittäjien mukaan oma-aloitteisuus aukion hyödyntämiseen ei ole johtanut mihinkään. Näissä suhteissa Myllypuron ostari ei vaikuta toimivan tavanomaista ostaria tehokkaammin kokonaisuutena, vaikka sillä on ammattimainen ja keskitetty johto.

Yhden omistajan ja keskitetyn johtamisen malli antaa myös mahdollisuuden markkinoida tehokkaasti koko ostaria yhdellä äänellä yksittäisten liikkeiden erillisten markkinointiponnistelujen sijasta. Myllypuron ostarin markkinoinnista on uudistuksen myötä tullut suunniteltua, monipuolista ja ammattimaista. Mainonnan tiheys ei kuitenkaan kaikkien yrittäjien mukaan ole riittävä.

Mun mielestä Citycon on tehnyt äärimmäisen hyvää työtä näissä uusissa markkinointilehdissä – ne on menneet hyvään suuntaan ja ovat toimivia juttuja. Mutta se ei riitä, pitäisi olla lisäksi suora- ja yhteismarkkinointia tälle alueelle, vaikka ihan kuukausittain. -- Lähialuetta pitäisi aktivoida enemmän.

Ostarin yrittäjä

Ostari markkinoi muun muassa aktiivisesti sosiaalisessa mediassa, uutiskirjeillä sekä omalla Myllypuron ostari -mainoslehdellään. Ryhmä- ja yrittäjähaastattelujen mukaan markkinointi noudattelee pitkälti Cityconin muiden kauppa- ja ostoskeskusten markkinointia, mitä ei nähdä pelkästään positiivisena asiana.

Tämähän (markkinointi) menee samalla sapluunalla kaikissa näissä ostareissa Cityconilla. Ajatellaan vaikka, jos Myyrmannissa tehdään tietyllä systeemillä iso ja hieno lehti, joka jaetaan alueen asukkaille, niin onhan se täällä ihan eri. Kun täällä yritetään tehdä samankokoinen lehti ja liikkeitä on näin rajallinen määrä, niin eihän se oikein toimi. Jos olisi tilalla vaikka vaan ihan joku A4, jossa olisi kuponkitarjouksia, niin se olisi paljon pienimuotoisempi, edullisempi, tiheämpi ja todennäköisesti myös paljon paremmin toimiva mainontatapa.

Ostarin yrittäjä

Ostarin markkinointiin kaivataan sekä yrittäjähaastatteluissa että ryhmähaastattelussa paikallisempaa ja personoidumpaa otetta. Vaikka ostarin markkinoinnin laatuun ollaan osin myös tyytyväisiä, toivottaisiin sen vastaavan paremmin ostarin ja sen vaikutusalueen tarpeita. Myllypuron erityispiirteitä ja luonnetta tulisi ottaa mukaan markkinointiin niin, että se puhuttelisi alueen asukkaita paremmin.

Tämä ei ole osa ketjua pelkästään. Jos siitä ketjuajattelusta luopuisi ihan sen mainostamisenkin osalta. Keskittyisi siihen, että hei, tämä on nyt Myllypuron ostari ja mitkä täällä on ne markkinoinnin tavoitteet ja liikeidea.

Ryhmähaastattelun osallistuja

Esimerkkinä markkinoinnin räätälöimättömyydestä on mainonta sosiaalisessa mediassa. Siellä läsnä oleminen on nykypäivän markkinoinnissa tärkeää ja myös Myllypuron ostari on vahvasti läsnä esimerkiksi yhteisöpalvelu Facebookissa. Sosiaalisen median mainoskampanjat ovat haastattelujen mukaan kuitenkin epäonnistuneet puhuttelemaan kohdeyleisöään. Kampanjoita pidetään persoonattomina, epämääräisinä ja huonosti kohderyhmänsä tavoittavina. Sosiaalisessa mediassa saatetaan esimerkiksi mainostaa ajankohtaisia aiheita, kuten koulun alkua ja sen jälkeen kannustaa asiakasta hankkimaan koulutarvikkeet ostarilta. Ostarin valikoimasta kyseisiä tuotteita myyviä liikkeitä ei kuitenkaan varsinaisesti löydy. Markkinointistrategia ei myöskään välttämättä sovi alueen profiiliin ja asiakaskuntaan.

Ensimmäisen vuoden markkinointibudjetti käytettiin lähinnä Facebookiin. Se tuntui musta jo silloin aika erikoiselta – väittäisin että täällä asuu aika paljon ihmisiä, jotka eivät aktiivisesti käytä nettiä. En tiedä, mitä sillä Facebook-markkinoinnilla sitten haettiin. Kuka katsoo Facebookista ostarin sivuja? Lähtökohtaisesti olisi pitänyt koittaa tavoittaa sitä vanhempaa väestöä ja saada heidät ymmärtämään, miksi oman alueen palveluita kannattaa käyttää.

Ostarin yrittäjä

Myllypuron ostarin mainoskampanjat kaipaavat siis alueen erityisyyden huomioivaa, räätälöityä otetta puhutellakseen alueen asukkaita. Markkinoinnissa tulisi ottaa monipuolisemmin huomioon kaikenikäiset asiakkaat ja miettiä, miten ja minkälaisilla välineillä erilaisia asiakasryhmiä parhaiten pystyisi tavoittamaan. Asukkaiden eli asiakkaiden kritiikistä päätellen ostarin markkinoinnissa kannattaisi hyödyntää Myllypuron identiteettiä ja ostaria sen sydämenä. Ostarille kannattaisi luoda vahvasti omanlainen profiilinsa, joka erottaisi sen muista lähialueen vaihtoehtoista. Jos Itäkeskuksen eli nykyisen Itäkeskän nähdään uudelleen brändäyöksensä jälkeen pyrkivän houkuttelemaan erityisesti nuoria asiakkaita, voisiko Myllypuron ostari profiloitua vahvemmin vaikka ikäihmisten tai lapsiperheiden palvelupaikaksi?

Ostarin erityisvahvuudet asukastalo ja mediakirjasto ovat jääneet hyödyntämättä profiilin luomisessa ja markkinoinnissa. Myllypuron alueella toimivia suuria toimijoita, kuten liikuntapalveluita, terveyskeskusta ja tulevaa Metropoliaa voisi myös hyödyntää markkinoinnin suunnittelussa, sillä niiden käyttäjissä on paljon potentiaalisia ostarin asiakkaita. Markkinoinnin ja mainonnan toivotaan lisäksi olevan tarpeeksi tiheää ja tarjouksia hyödyntävää, sekä tavoittavan hyvin myös alueen reunoilla asuvat asukkaat. Markkinoinnin tulisi siis vastata paikallista todellisuutta, puhutella ja tavoittaa myllypurolaisia sekä sisältää alueellisia tunnuspiirteitä.

4.3. Yhteistoiminnan puute

Ostarin huonoja puolia on ainakin tiedonkulku ja sellainen yhteistyön puute -- että haettaisiin sitä myyntiä yhdessä. Se ei oikein tällä hetkellä toimi.

Ostarin yrittäjä

Yrittäjä- ja ryhmähaastatteluiden perusteella syntyy kuva yhtäältä ostarin ja toisaalta muiden Myllypuron alueen toimijoiden välisen yhteistoiminnan puutteesta. Näitä toimijoita ovat Helsingin kaupunki, ostarin omistaja Citycon, ostarin yrittäjät, asukasaktiivit, kaupunginosayhdistykset ja muut kansalaisjärjestöt. Haastatelluista yrittäjistä esimerkiksi vain yksi on tehnyt yhteistyötä asukastalo Myllärin kanssa, vaikka mahdollisuuksia varmasti olisi. Myös ostarin yrittäjien keskinäinen toiminta on vähäistä ja perustuu lähinnä Cityconin harvakseltaan järjestämiin aamukahvitilaisuuksiin. Yrittäjät eivät juurikaan tapaa toisiaan, saati suunnittele esimerkiksi mainoskampanjoita yhdessä. Tarvetta ja halukkuutta tällaiselle yhteistyölle kuitenkin on. Haastatteluissa moni ottaa vertailukohdaksi muiden kauppa- tai ostoskeskusten yrittäjäyhdistykset, jotka yhdessä järjestävät houkuttelevia tapahtumia,

markkinointia ja luovaa yhteistoimintaa. Tällainen yrittäjyhdistys löytyy esimerkiksi Kontulan ostarilta. Siellä yrittäjyhdistys päättää myös ostarin hallinnollisista asioista, sillä ostarin omistajarakenne on lähiöostareille perinteiseen tapaan hajanainen.

Tärkeää olisi järjestää puitteita kauppiaiden yhteiseen toimintaan – järjestää niitä tapaamisia, jolloin muodostuisi enemmän sitä keskustelua ja voitaisiin yhdessä kehittää vaikka uudenlaista markkinointia.

Ostarin yrittäjä

Yhteistyön kautta ostarin me-henki voisi vahvistua, mikä heijastuisi myös muiden, ostarille mahdollisesti pyrkivien yrittäjien mielikuvaan ostarista. Mahdollisen yrittäjyhdistyksen rooli Myllypurossa olisikin omistajuus- ja hallinnointikysymyksen vuoksi hieman erilainen kuin Kontulassa. Cityconin tehtävä olisi tarjota yrittäjille yhteistoiminnan mahdollistavat rakenteet ja tarvittava määrä päätäntävaltaa. Myllypuro-päivän tapaiset tapahtumat elävöittäväts ostarin aluetta ja tuovat sinne väkeä laajalti. Tapahtumien järjestämisen suhteen kannattaisi myös luopua tiukasta epäkaupallisuudesta ja liittää niihin vahvemmin myös ostarin yrittäjien liiketoimintaa. Toimintaan voitaisiin integroida myös kaupunki Myllärin ja mediakirjaston kautta, sekä alueen aktiiviasukkaita.

Yhteistyötä pohdittaessa unohdetaan helposti asukkaat aktiivisina toimijoina. Kaupalliset toimijat lähestyvät heitä kuluttajina ja kaupungin palvelut asiakkaina. Kuitenkin viimeaikainen kaupunkikehitys on johtanut tarkastelemaan kaupunkilaisia myös aktiivisina ja järjestäytymiskykyisinä kansalaisina, jotka kykenevät itseorganisoitumaan haluamiensa asioiden eteen. Näin on syntynyt esimerkiksi Ravintolapäivä, Siivouspäivä, Kallio-liike ja Stadin aikapankki. Edes ostostenteko itsessään ei ole niin passiivista ja rutiinimaista kuin usein ajatellaan vaan merkitsee yksilöllisen minuuden rakentamista ja nykypäivän kuluttajakansalaisten osallisuutta yhteiskunnastaan (Mäenpää 2005).

Yhteistoiminnan ei tarvitse olla kaikkien mainittujen toimijoiden välistä, vaan synergiaetuja voidaan saavuttaa muutamankin toimijan yhteistyöllä. Tärkeää yhteistoiminnan suunnittelussa on yhtäältä kaupallisten ja ei-kaupallisten intressien ja toisaalta julkisten ja yksityisten palveluiden sekoittaminen ja toimijoiden intresseistä lähtöisin oleva toiminnan suunnittelu. Mahdollisuudet ja keinot yhteistoimintaan ovat moninaiset. Yhdenlaista asuinalueen yhteistoimintamallia kehitellään Lähiö 2072 -hankkeen loppuraportissa. Kyseinen malli yhdistää alueen vuorovaikutusverkostojen toimijat asukasyhteisön, taloverkoston ja alueverkoston tasolla (Dhima 2014, 89). Malli parantaa muun muassa asukkaiden osallistumisen ja talojen energiatehokkuuden osa-alueita. Myllypuron ostarin tarpeisiin

nähdessä malli jättää kuitenkin liian vahvasti syrjään kaupallisen puolen ja sen kehittämisen mahdollisuudet. Kaupallista ja ei-kaupallista sfääriä tuskin kannattaa käsitellä erikseen, kun ne sijaitsevat samalla ostarilla.

4.4. Yhteisöllisyyden tarve ja aukio

Yhteistoiminnan ohella Myllypuron ostarilta näyttää puuttuvan kyky tuottaa asukkaille tunne omasta ostarista, meidän myllypurolaisten ostarista. Tämä on erikoista siksi, että Myllypuron ostarin erottaa muiden lähiöiden ostoskeskuksista erityisesti asukastalo Myllärin sijainti ostarilla. Myllärin läsnäolo tuo ostarille vakiintunutta ja säännöllistä käyttäjäkuntaa. Asukastalo-kirjaston ja ostarin liiketoiminnallisen puolen välillä on kuitenkin keskeinen ongelma: asukastalon käyttäjät eivät käy riittävästi ostoksilla. Asukastalo ja kaupallinen ostari ovat yhdessä paikassa mutta eivät pelaa yhteen. Asukastalon myllypurolainen me-henki, josta aktiiviasukkaat ovat ylpeitä, ei kannattele koko ostaria.

Selkeä profiloituminen, jossa olisi tämä liiketoiminta ja myös tällainen yhteisöllisyys -- Miten ne saa vahvemmin nousemaan esille? Tässä olisi hyvät elementit. Silloin kun on tällaista toimintaa, tähän tuo ihmisiä myös tähän tosi paljon. Millä saisi ne kaikki käymään myös tässä kaupassa?

Ryhmähaastattelun osallistuja

Kuten jo aiemmin on todettu, sijaitsee Myllärin rakennus samaan aikaan sekä ostarin keskiössä että erillään sen kaupallisista toiminnoista. Vaikka pyöreänmuotoinen rakennus kahteen suuntaan aukeavine ovineen rakenteellisesti kutsuva onkin, voi se silti tuntua toiminnallisesti etäiseltä. Jos rakennukseen ei ole periaatteessa sen kummempaa asiaa, voi kynnyksensä astua sisään olla yllättävänkin korkea. Näin on todennäköisesti asianlaita etenkin asukastalon osalta. Asukastalo ja yleisestikin koko Myllypuron alueen vahva paikallisyhteisöllisyys on kuitenkin alueellinen erityispiirre, josta ostarin markkinoinnissakin kannattaisi ammentaa. Kenties ostarin erityisyyden korostaminen ja kumppanuustoiminta voisikin alkaa yhteisöllisyys edellä ja asukastalon mittavia kansalaisjärjestön verkostoja hyväksikäyttäen?

Ryhmähaastattelussa nousi esiin ongelmia Myllärin toiminnasta tiedottamisessa ja osin myös toiminnan luonteesta. Vaikka asukastalo ja sen tiloissa toimivat järjestöt tekevätkin paljon tiedottamisen saralla, ei tieto kaikista tapahtumista siltikään tunnu saavuttavan kaikkia asukkaita. Etenkin infotaulut, joista aina ostarin ohi kulkiessaan voi tarkistaa tulevat tapahtumat, koettiin hyödyllisiksi. Kansalaisjärjestöjen tapahtumien tiedottamisessa ja markkinoinnissa ongelmaksi muodostuu kuitenkin usein se, kenen nämä kulut tulisi maksaa.

Myllärin toimintaan toivottiin lisäksi entistä toiminnallisempaa aspektia eli sellaisia tapahtumia, joihin olisi kaikille avoimet ovet ja mukaan liittymisen kynnyks olisi mahdollisimman matala. Tämän hetkinen asukastalon toiminta vaikuttaa joidenkin asukkaiden näkökulmasta sulkeutuneelta ja vain tiettyjen asukasryhmien varsin kokouspitoiselta toiminnalta.

Asukastoiminta voi kokousten lisäksi olla monenlaista harrastamista, aluetyötä ja vaikkapa kulttuuriin ja taiteeseen liittyvää, asukkaita yhteen keräävää toimintaa. Myös asukastilojen toiminnan tulevaisuuden turvaaminen koettiin äärimmäisen tärkeäksi, kun kaupunki on uudistamassa asukastalojen hallinnointia. Mikäli asukastalon hallinnointi siirtyisi järjestöille, saattaisi ongelmia syntyä niin taloudenhoidossa, vastuuhenkilöiden löytämisessä, toiminnan avoimuudessa ja monipuolisuudessa kuin jatkuvuudessakin. Ryhmähaastattelussa korostui, että asukastalo tarvitsee puolueettoman hallinnoijan, joka huolehtii siitä, että asukastalo ja sen toiminta on olemassa ja avointa kaikille myllypurolaisille.

On syytä olettaa, että kyselyssä todennettu ostarilla oleskelu ja tuttavien tapaaminen tapahtuvat suurilta osin asukastalo Myllärissä, mediakirjastossa ja rakennuksen aulatilassa, jossa on paikkoja istua ja esimerkiksi työskennellä. Nämä ovat sellaista julkista sisätilaa, joissa voi oleskella vapaasti ilman kuluttamisen pakkoa ja aikarajoitteita. Kritiikkiä voidaan esittää siitä, onko julkisin varoin tarpeellista ylläpitää puhtaaseen oleskeluun tarkoitettuja tiloja, jotka saattavat myös viedä asiakaskuntaa esimerkiksi läheisiltä kahvilayrittäjiltä. Julkisen, kulutuspakotteista vapaan tilan sosiaalinen merkitys on kuitenkin suuri ja tila on tärkeä kohtaamispaikka etenkin alueen iäkkäälle väestölle, mutta toisaalta myös nuorisolle. Ostarin rakenne on hyvä esimerkki julkisten tilojen eriyttävästä suunnittelusta: jos kulutusvapaa oleskelu ja seurustelu eriytetään ainoastaan yhden rakennuksen seinien sisäpuolelle, voi se nopeasti muodostua vaikeasti lähestyttäväksi joidenkin potentiaalisten käyttäjäryhmien näkökulmasta. Kannattaakin pohtia, missä määrin kaupallisia ja ei-kaupallisia, yhteisöllisiä ja markkinavetoisia ynnä muita toimintoja ja palveluita on ylipäänsä hyödyllistä tilallisesti eriyttää. Tilallisen sekoittamisen hyödyt voisivat olla niin yhteistoiminnallisia kuin taloudellisiakin.

Asukastalon sisätilan lisäksi merkittävä yhteisöllisyyden paikka on toriaukio. Tällä hetkellä se näyttää erottavan kaupallista ja ei-kaupallista toimintaa toisistaan. Kuitenkin aukion pitäisi olla paikka, joka päinvastoin yhdistää erilaisia toimintoja. Aukio on sekä julkista että yksityistä tilaa, mikä voi aiheuttaa sen käyttöön liittyviä epäselvyyksiä. Cityconin aukion käytöstä perimää vuokraa pidetään ongelmana, vaikka yhdistyksillä on mahdollisuus saada aukiota käyttöön

ilmaiseksikin. Yrittäjien joukosta löytyy haastattelujen mukaan paljon potentiaalia ostarin elävöittämiseen ja myös vahvempaan profilointiin. Aukio on paikka, jossa se pääsisi parhaiten esiin ja voisi tavoittaa myös Myllärissä kävijät. Aukiota tulisi lähestyä kutsuviestinä, jonka ostari joka päivä lähettää Orpaanportaan raittia pitkin ohikulkeville. Viesti on kutsuva, jos aukio toimii julkisena, kaikille avoimena tilana, jossa ihmiset viihtyvät.

5. Lopuksi: Myllypuron ostari julkisena tilana

Tämän tutkimuksen tavoitteena on ollut selvittää Myllypuron uudistetun ostoskeskuksen menestymättömyyden syitä. Tutkimus aloitettiin selvittämällä alueen asukkaiden ostostottumuksia ja ostarilla asiointia kyselytutkimuksella sekä asiantuntija- ja yrittäjähaastatteluilla. Saatuja tietoja syvennettiin laadullisesti ryhmähaastattelulla. Aineistojen avulla muodostettiin ehdotuksia ostarin menestymättömyyden syiksi. Lopuksi hahmotellaan, miten tutkimuksen tulokset palvelevat lähiöostareiden kehittämistä yleisemmin sekä miten ostariuudistusta voisi Myllypurossa jatkaa.

5.1 Esikuvallinen ostari?

Tutkimuksen motiivina toimi havainto siitä, ettei Myllypuron ostari ole uudistuksen jälkeen niin menestynyt kuin sen toivottiin olevan. Myllypuron ostarin oli tarkoitus toimia mallina menestyksekkästä ostariuudistuksesta ja esimerkkinä muiden lähiöostareiden kehittämiseksi. Jos edes kokonaan uusittu ostari ei menesty, minkälainen lähiöostarimalli sitten voi menestyä? Tutkimus todensi, ettei Myllypuron ostari tällä hetkellä onnistu houkuttelemaan asiakkaita niin hyvin kuin se voisi. Tutkimuksen johtopäätösten mukaan ostarilla on ongelmia niin positiivisen viihtyisyyden, markkinoinnin ja mainonnan, yhteistoiminnallisuuden, johtamistavan kuin paikallisen yhteisöllisyyden suhteen.

Tutkimuksen tarkoituksena on myös ollut tuottaa tietoa lähiöostareiden kehittämistä varten. Lähiöiden muuttuessa myös lähiöostarit ovat uudenlaisten haasteiden edessä ja niiden on lunastettava paikkansa alueen palvelurakenteessa uudelleen. Lähiöostari on osa toimintaympäristöänsä ja sen vuoksi alueen identiteetti ja historia tulee ottaa huomioon ostarin kehittämisessä. Tutkimuksen havainnot osoittavat alueellisten erityispiirteiden huomioimisen tärkeyden toimittaessa tiukasti paikkaansa sidotulla lähiöostarilla. Myllypuron uusittu ostari ei tunnu asukkaille tutulta ja omalta. Aika varmasti parantaa tätä haavaa, mutta

paljon enemmän voitaisiin myös tehdä ostarin sovittamiseksi paikalleen osaksi asukkaiden arkea ja paikalliskulttuuria.

Itäkeskuksen profiloituessa suuren koon, laajojen sisätilojen ja etenkin nuoria houkuttelevan liiketarjonnan avulla, voisi Myllypuron ostari puolestaan rakentaa profiilinsa tiukemmin nopean ja sujuvan asioinnin mahdollistajana sekä myös iäkkäämmän asiakaskunnan kulutustarpeet huomioivana ostarina. Ikääntyneiden asiakkaiden merkitystä ostarille tukee myös tutkimuksen havainto yli 65-vuotiaiden vastaajien aktiivisuudesta ostarin käytössä. Tutkimustulosten valossa ikääntyneille ostarin käyttäjille tärkeitä ovat etenkin hyvien päivittäistavarakauppojen sijaitseminen kodin lähellä ja ostostenteon sosiaalinen aspekti.

Keskitetyn johtamismallin hyödyllisyys lähiöostarikonseptissa on tutkimustulosten valossa kaksipiippuinen asia. Yhtäältä keskitetty johtaminen helpottaa muutosten läpivientiä ja yhtenäistää ostarin kokonaisuutena. Toisaalta vaarana on johdon etääntyminen ostarin arkipäivästä ja vuokralaisten heikentyneet vaikutusmahdollisuudet ostarin kehittämisessä. Tutkimustulokset osoittavat tarpeen johdon toimintatapojen muokkaamiseen paikallisemmiksi, vuorovaikutteisemmiksi ja osallistavammiksi. Lähiöostarin asiakkaat kannattaisi nähdä paitsi asiakkaina, myös asukkaina ja ostarin toiminnan osallisina. Vaikka lähiöostareiden perinteisenä ongelmana onkin pidetty niiden hajanaista omistajarakennetta, osoittaa tämä tutkimus, ettei myöskään keskitetty omistajuus ole ongelmaton toimintamalli. Ostarin osapuolten yhteistoiminnan mahdollisuuksia parantamalla voisi olla mahdollista luoda toimiva ja monipuolinen ostari, joka myös puhuttelee alueensa asukkaita. Esimerkiksi keskitetyn johdon alaisuudessa toimivalle ostarille voitaisiin muodostaa yrittäjyhdistys, jolla on päätäntävaltaa tietyissä ostariin liittyvissä asioissa, kuten vaikkapa mainonnan ja tapahtumien suunnittelussa. Keskitetystä ja hajautetusta lähiöostarin omistajuusmallista voitaisiin näin luoda synteesi, joka yhdistelee molempien parhaita puolia ostarin kaupalliseksi edistämiseksi. Sitä kautta on mahdollista luoda sellaista alueen asukkaisiin sellaista asiakaskontaktia, että he kokisivat ostarin omakseen, mitä nyt ei näytä tapahtuvan.

Kiinteistöliiketoimijoille tutkimus antaa näkemyksiä lähiökontekstissa toimimiseen ja siihen liittyviin haasteisiin. Kaupungeille tutkimus puolestaan antaa ajatuksia tulevia ostareihin liittyviä lähiökehittämisprojekteja varten. Molempien kannalta tärkeä kysymys on ostarin liiketilojen mitoitus. Tällä hetkellä tilaa on Myllypuron ostarilla liikaa siihen nähden, että Itäkeskus on niin lähellä ja saavutettavissa. Tulevaisuudennäkymät yksityisten lähipalvelujen mitoituksen suhteen ovat ristiriitaiset ja vaikeasti ennakoitavissa. Verkkokauppa syö jo ”kivijalan” erikoiskauppaa, mutta alkaako se syödä myös päivittäistavarakauppaa? Eteneekö

urbanistinen paikalliskulttuurin arvostus lähiöihin? Palauttavatko uudet konseptit kaupan taas lähelle kuluttajaa vai viekö liikkuvuus raidetta pitkin yhä useammat isoihin keskuksiin?

Kaupungin rooli lähiöostareilla konkretisoituu etenkin julkisten palveluiden ostarille sijoittumisen kautta, mistä tämän tutkimuksen kokemukset ovat varsin myönteisiä. Vaikka asukastalo Mylläri ei tutkimuksen perusteella näyttäydykään kaikkia myllypurolaisia houkuttelevana ostarin vetonaulana, on sen merkitys etenkin aktiiviasukkaille suuri. Asukastalon paikan vakiintuminen myllypurolaisten arjessa voi myös olla vielä kesken. Mediakirjaston ja asukastalon lisäksi ostarille tervetulleita voisivat olla myös muut julkiset palvelut, kuten nuorisotila tai terveystioski. Asukastilojen integrointi liiketiloihin on kuitenkin jäänyt puolitiehen, jolloin ostari toimii vain osina ja osiensa summana. Kaupunkikeskusten ja kauppakeskusten idea kuitenkin on siinä, miten eri toiminnot keskitettyinä ja integroituina kokonaisuuksina ruokkivat toisiaan siten, että syntyy osiensa summaa suurempi ja vetovoimaisempi keskus. Ilmiö on vastaava kuin kaupunkitalouden puolella tunnettu agglomeraatiovaikutus, jolla tarkoitetaan taloudellisen tuottavuuden kasvua yritysten sijoittuessa kaupungissa tiiviisti lähelle toisiaan.

Julkisen ja yksityisen, kaupallisen ja ei-kaupallisen toiminnan erottelu on institutionaalisesta näkökulmasta tarpeellista, ellei välttämätöntä. Kansalaisten täytyy voida ymmärtää, kenen tuottamaa ja millä ehdoilla tuotettua palvelua heille tarjotaan. Mutta tilallisesti niitä voitaisiin yhdistää ja sekoittaa paljon nykyistä pidemmälle, jotta lisättäisiin kaupunkitilojen toiminnallisuutta. Espoolaiset kauppakeskuskirjastot ovat tästä hyvä ja menestyksekkäs esimerkki. Kirjastojen kävijä- ja lainausmäärät ovat niissä merkittävästi aiempaa suuremmat, minkä lisäksi kirjastot ovat voineet kehittää uusia palvelumuotoja. Vastaavasti lisääntynyt oleskelu kirjastossa lienee kasvattanut muiden palvelujen käyttöä, koska kauppakeskusten konsepti perustuu siihen, että ne saavat ihmiset viettämään niissä aikaa ja siksi myös kuluttamaan enemmän. Julkisten ja kaupallisten palvelujen synergia hyödyttää molempia. On uskallettava pohtia myös lähiöostarien tulevaisuuden mahdollisuuksia perinteiset rajat ylittävällä tavalla. Näin myös jokin niin vahvasti ei-kaupallisuuden piiriin kuuluva elementti kuin asukastalotoiminta voitaisiin valjastaa koko ostarin hyvinvoinnin veturiksi.

Tätä nykyä Myllärin rakennus haastateltujen kaupan kehittäjien mielestä suorastaan peittää liiketiloja. Heidän mukaansa hankkeessa edettiin arkkitehtoniset arvot edellä, jolloin toiminnallisuus jäi taka-alalle. Tämä on yleinen suomalaisen kaavoitusvetoisen kaupunkikehittämisen ja arkkitehtivetoisen kaavoituksen kritiikki, johon tämän tutkimuksen tulosten pohjalta on syytä pitkälti yhtyä. Myllypuron ostariuudistus toteutettiin komeasti

kaupungin innovaatorahaston rahoittaman arkkitehtuurikilpailun kautta, mikä kaavoituksen näkökulmasta oli merkittävä saavutus. Sillä tavoin tuotettiin asumisen ja ostarin yhdistävää laadukasta lähiökeskuksen täydennysrakentamista, joka ei kuitenkaan ole kaupallisen toiminnan kannalta optimaalinen. Huono kaupallinen toiminnallisuus ei kaadu vain kiinteistöliiketoiminnan ja yrittäjien niskaan vaan näkyy myös Myllypuron asukkaille ostarin puitteitaan kapeampana palvelutasona liiketilojen ollessa tyhjinä.

Tapaus Myllypuron yksi opetus on, että hyvä sijainti asuinalueella raideliikenteen varrella, arkkitehtoninen laatu sekä ammattimainen omistajuus ja operointi eivät välttämättä riitä luomaan vetovoimaista ostaria. Kaupan ja kuluttaja-kaupunkilaisen näkökulmat on otettava myös huomioon suunnittelussa. Myllypuron ostarin kattamattomuus on mahdollinen huonon menestyksen syy, sillä esimerkiksi Cityconin omistamat Martinlaakson ja Vuosaaren katetut ostarit toimivat paremmin, vaikei näin suoraan vertaaminen olekaan luotettavaa. Suuret kauppakeskukset ovat ehkä jo opettaneet meille, että ajanmukainen kauppa ja ostoksilla käynti tapahtuvat katon alla tiloissa, joissa kaupan ja (puoli)julkisen tilan raja on liukuva.

Kaupan kehitystä varjostaa tai valaisee – näkökulmasta riippuen – verkkokaupan kasvu, joka muuttaa jo ensimmäisenä erikoiskauppaa. Onko verkkokauppa lähiöostareille hyödyksi vai haitaksi, jää vielä nähtäväksi. Kiinnostava ajatus kuitenkin on se, voisiko verkkokauppa ratkoa sitä tässä tutkimuksessa muotoiltua paradoksia, että ostarin koko on sopiva mutta valikoima ei? Paradoksi laukeaa, jos ostari pystyy esittämään, myymään ja välittämään suuren tarjonnan ilman, että kaikki tuotteet ovat paikalla. Periaatteessa tekniikkaa tähän on olemassa mutta syntyykö toimivia kaupallisia konsepteja? Kiinnostava kurioositeetti on, että tietävästi apulaiskaupunginjohtaja Pekka Korpinen halusi Myllypuron ostarille tietotekniset valmiudet verkkokauppaa varten mutta kaupallinen taho ei tuolloin katsonut varautumista tarpeelliseksi. Kauppa tuskin kehittyy tässäkään historian vaiheessa omilla ehdoillaan ja innovaatioillaan ilman julkisen kaupunkikehittämisen panosta, kuten ei tavaratalojen ja suurten kauppakeskusten syntyessäkään. Kaupan ja kaupungin kehittäminen kulkevat käsi kädessä.

5.2 Myllypuron ostarin tulevaisuus

Havaituista pulmista ja puutteista huolimatta Myllypuron ostarin tulevaisuus näyttää hyvältä. Sen takaa lähialueen edelleen jatkuva täydennysrakentaminen, ennen kaikkea ammattikorkeakoulu Metropolian uuden kampuksen avautuessa metroaseman vieressä 2010-luvun lopulla. Kampukselle on tulossa 6 000 opiskelijaa ja 500 työntekijää. Se tuo ostarille mittavan kävijävirran, jonka merkitys säteilee laajemminkin Itä-Helsinkiin. Lisäksi Metropolia

on suunnittelemassa kohteesta ”hybridikampusta”, millä tarkoitetaan oppimisen ja opiskelijasuomisen yhdistämistä alueen yritystoimintaan ja kaupunkikuvaan. Kehittämishanke on jo käynnissä ja ostarin toimijoita on osallistettu mukaan. Ostarilla ja sen toimijoilla on tuhannen taalan paikka päästä mukaan verovaroin kustannettuun, paikalliseen, vuorovaikutteiseen ja jatkuvaan kehitystyöhön alueen toimijoiden kesken ja kaikkien hyödyksi.

Myllypuron ostarin odotettua huonompi menestys lienee siis jäämässä välivaiheeksi. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, ettei tämän tutkimuksen havainnoilla olisi kauaskantoisempaa merkitystä. Tavoitehan on ollut ymmärtää tapaus Myllypuroa ostariuudistusten esikuvana. Joka ostarin kylkeen ei kampuksia täydennysrakenneta, ei ehkä edes asuntoja niin paljon kuin Myllypurossa.

Aikaulottuvuuden lisäksi on myös syytä asettaa tehty tutkimus ja Myllypuron ostarin kaupallinen menestymättömyys toisiinsa mittasuhteisiin. Vaikka ostarin kaupallinen menestys voisikin olla suurempaa, on ostarilla kuitenkin elämää, ja etenkin asukastalossa ja kirjastossa asiat ovat yleisesti ottaen hyvin. Ostarin myötä asukkaat saivat oman tilan, jota olivat parikymmentä vuotta tavoitelleet. Lähiö- ja ostarikehittämisen kannalta voikin kysyä, kuinka iso yhteiskunnallinen ongelma ostarin kaupallinen menestymättömyys on silloin, kun se ei näytä tuovan häiriöitä tai imago-ongelmia. Uusi ostari on melko pidetty myllypurolaisten keskuudessa ja sen häiriöttömyyttä ja siistiyttä kiitellään kyselyn vastauksissa ja haastatteluissa moneen otteeseen. Toisaalta tyhjät tilat ja aukion kolkkous on kyllä pantu merkille. Tässä tutkimuksessa asiaa ei mitattu, mutta ostariuudistus lienee nostanut asuinalueen statusta sekä myllypurolaisten että muiden silmissä. Maineen lisäksi toinen kiinnostava kysymys, joka osin jää ilmaan, ovat vanhojen lähiöasukkaiden ja täydennysrakentamisen tuomien uudisasukkaiden väliset erot paikallisten palvelujen käytössä ja sitä kautta tapahtuvassa uudisasukkaiden integraatiossa asuinalueeseensa toiminnallisesti ja myös sosiaalisesti. Tämä on ”sisäänpäin kasvavan” ja sosiaalista tasapainoa tavoittelevan kaupunkisuunnittelun kannalta tärkeä kysymys.

5.3 Ostarin toiminnallinen uudistaminen

Myllypuron ostariuudistus toteutettiin täydennysrakentamisprojektina, jonka toteutumisen edellytys oli kaupungin ja kiinteistöliiketoimijan sopimusyhteistyö vanhan ostarin osakkeiden ostamiseksi. Yhteisenä tavoitteena oli tuoda julkiset palvelut osaksi kaupunkitilaa ja luoda kaupunkikuvallisesti keskeinen kaupallinen keskus ja julkisen tila. Voisiko kaupunkien ja yritysten välinen kumppanuus mennä vielä pidemmälle, sekä toteutuksen että toiminnan ja

tilankäytön suhteen? Tämän tutkimushankkeen esitutkimuksena toimineessa tutkimuksessa (Mäenpää 2013) asiantuntijat muotoilivat ostarien kehittämisen parhaiksi katsomansa ratkaisut näin:

- *omistuksen/johtamisen keskittäminen yhdelle vahvalle taholle*
- *omistajuuspooli, kumppanuusrahasto tai yleishyödyllinen säätiö rahoittajaksi/omistajaksi*
- *profilointi ja paikallisen liikeidean kiteyttäminen (omistajat, yrittäjät ja asukkaat yhdessä)*
- *ammattimainen johtaminen: erillinen manageri operoimaan*
- *kaupunki sijoittaa omia asiakasvirtaa tuovia toimintojaan (yhteispalvelupiste, terveystioski, nuoriso, vanhuksset) (pois tuotantoprosessiohjattusta sijoittumispolitiikasta)*
- *oleskelutila ja toimintakeskus: asukastiloja ja paikallista yhteistyötä*
- *asukkaiden sitouttaminen lähikauppaan esim. bonuskortilla*
- *pop up -toiminta, tilojen jakaminen ja hybridihanke (palvelut, kauppa, työpaikat, asunnot)*

Monen tämän listan kohdan Myllypuron ostariuudistus on jo toteuttanut. Omistus ja johtaminen ovat yksissä, ammattimaisissa käsissä. Asukastila ja kaupungin palveluista kirjasto löytyvät ostarilta monen toiminnan hybridityyppisestä kokonaisuudesta. Jäljelle jäävistä profilointi ja paikallisen liikeidean kehittäminen näyttää aineistojen perusteella jääneen puolitiehen. Tätä mieltä olivat myös haastatellut kaupan kehittäjät. Esitutkimuksessa todettiin: ”Kaupan markkinatieto saattaa olla mittakaavaltaan liian suurta, jolloin paikallisia palvelutarpeita ei tunnisteta eikä niille siksi synny tarjontaa, vaikka kysyntää olisi.” Tämä näyttää pitävän paikkansa Myllypurossakin. Syyt tähän eivät selviä tutkimusaineistosta mutta luultavasti ne liittyvät siihen, että panostaminen lähimarkkinoiden tuntemukseen ei ole riittävän kustannustehokasta. Citycon on suuntautunut strategiassaan uudestaan eikä ole jatkossa kiinnostunut pienistä lähiökeskuksista, joita se vielä 2000-luvun lopussa pyrki kehittämään tunnuslauseella ”sujuvan arjen kumppani”.

Nykyistä läheisempi yhteys sekä asiakkaiden että yrittäjien arkeen on tämän tutkimuksen mukaan yksi avain ostarin kukoistukseen. Loput esitutkimuksen ratkaisulistassa olevat ehdotukset ovat oikeastaan tämän alakohtia tai johdannaisia. Asukkaiden sitouttaminen ostariin sen omalla bonuskortilla, tilojen jakaminen ja paikallinen yhteistyö merkitsisivät kaikki toimijoiden välistä kumppanuutta ja yhteistoimintaa. *Pop up* -kauppakin edellyttää soviteltua

vuokrasopimusta ja siinä mielessä kumppanuusajattelua. Tämän tutkimushankkeen puitteissa järjestettiin maaliskuussa 2015 työpaja, jossa etsittiin lisää kehittämideoita ja muodostettiin Myllypuron ostarifoorumi niitä toteuttamaan.

Syvemmin ajateltuna yhteistyön ja kumppanuuden tavoittelussa ei riitä, että kukin taho tuo oman näkemyksensä esiin. Esitutkimusta ohjannut perusajatus oli, että ostarien tasoa paikallisina palvelukeskuksina voidaan parantaa merkittävästi hyödyntämällä eri toimijoiden välistä synergiaa ja profiloitumalla paikallisen yhteisön toimintakeskukseksi. Synergian aikaansaaminen edellyttää toimijoiden toimijuuden uudelleen määrittelyä, jota nimitettiin *toimijuuden sekoittamiseksi*. Toimijuuden sekoittaminen merkitsisi sitä, että ostarin toimijat – omistaja-operaattori, yrittäjät, asukkaat ja kaupungin edustajat – laajentaisivat oman toimijuutensa rajoja tuottaakseen siten ostarin palvelutason ja vetovoimaisuuden kasvun. Toimijuuden sekoittaminen merkitsee siis toimijuuden muutosta siten, että a) kukin toimija tavoittelee koko ostarin vetovoimaisuuden kasvua ja sitä varten b) työskentelee yhteistyössä toisten kanssa c) soveltaen uusia toimintatapoja.

Esimerkkejä sekoitetusta toimijuudesta voisivat olla seuraavat.

- Myllypuron asukasyhdistys etsii ostarin tyhjillään olevaan tilaan asukkaita kiinnostavaa palvelua tarjoavan toimijan tai perustaa palvelun itse sekä markkinoi sitä paikallisesti.
- Ruokakaupan kauppias perustaa ruokapiirin, joka tilaa yhteistilauksina lähi- ja luomuruokaa läpinäkyvillä katteilla piiriläisten muodostamalle kanta-asiakaskunnalle.
- Kirjasto laajentaa toimintaansa kirjadivariiksi pestamalla työllistettyjä hankkimaan ja myymään kirjallisuutta.
- Omistaja antaa tyhjän liiketilan *pop up* -käyttöön kirpputoriksi ja tuunauspajaksi, jota nuoret ja työttömät pyörittävät asukasyhdistyksen perustaman osuuskunnan kautta tilittäen syntyvän tuoton vuokrana omistajalle.
- Kahvila toimii kaupungin subventoimana korttelikeittiönä tarjoten halpaa lounasta.
- Omistaja vuokraa liiketilaa *pop up* -käyttöön etätyöpisteiksi.

Tällaiset esimerkit kertovat siitä, miten ostarien kehittämisessä on mahdollista ammentaa ajatuksesta, että ostarit ovat asuinalueensa keskeinen julkinen tila, jonne paikalliset toimijat tulevat moninaisine tarpeineen maitopurkin ostosta ihmisten ilmoilla olemiseen. Julkisena kaupunkitilana ostareita tulisi kehittää siten, että tuleminen ja oleminen olisi vapaata ja matalan kynnyksen takana. Niiden tulisi tarjota ihmisille mahdollisuuksia toteuttaa itseään ja

helpottaa arkeaan mutta myös toimia samalla yhteiseksi hyväksi. Tällaisia toimintoja kaupunkiin on viime aikoina syntynyt kaupunkiaktivismiin kautta. Myllypuron ostari voisi etsiä uusia toimintoja ruokahuollon, kierrätyksen ja jakamistalouden suunnista. Näissä teemoissa tapahtuu Helsingissä ja muissa kaupungeissa tänä päivänä paljon kaupunkilaisten itseorganisoitunutta toimintaa, joka voisi hyvin löytää paikkansa ostareilta (ks. kaupunkiaktivismi.wordpress.com). Laajasalon ostarilla toimii osuuskunnaksi järjestäytynyt ruokapiiri kauppapuoteineen ja kahviloineen. Herttoniemessä vastaava tila löytyy kirjastosta. Olisiko myllypurolaisilla sellaisia tarpeita, joita nykyiset kaupalliset toimijat eivät täytä eivätkä kaupungin palvelut tarjoa? Kaupungin kehittäminen on aina lopulta yhteiskunnallisen vaihdon tehostamista sekä vaihdon kaupunkiyhteisölle ja -ympäristölle aikaansaamien seurausten parantamista.

Lähteet

Citycon 2015. <http://www.citycon.com/fi/properties/myllypuron-ostari>. Luettu 23.5.2015.

Culley, James 2012: Päivittäistavara-asiointi lähintä supermarketia kauempana. Teoksessa Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen & Simo Syrman (toim.): Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa. Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 11/2012. Unigrafia Oy, Helsinki. 67-77.

Dhima, Sari 2014: Asuinalueen kehittämisen yhteistoimintamalli. Teoksessa Sari Dhima (toim.): Yhteistoiminnallinen lähiökehittäminen. Kokemuksia yhteisöllisestä ja tulevaisuusmyönteisestä korjauskulttuurista. Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskuksen raportteja 2:2014. Edita Prima Oy, Helsinki. 78-90.

Juntumaa, Jouni 2014: HelMet-kirjastojen dominanssialueet lainausdatan mukaan 2013. Kirjallinen tiedoksianto 12.10.2014.

Kohijoki, Anna-Maija 2012: Ostospaikan valintaorientaatioon perustuvat kuluttajatyypit – ikääntyvät kuluttajat. Teoksessa Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen & Simo Syrman (toim.): Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa. Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 11/2012. Unigrafia Oy, Helsinki. 78-89.

Kohijoki, Anna-Maija 2013: Onko kauppa kaukana? Päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus Turun seudulla – ikääntyvien kuluttajien näkökulma. Suomen yliopistopaino Oy – Juvenes Print, Turku.

Krokkfors, Karin 2012: Ostoskeskusten kehittämisen edellytykset kiinteistönomistuksen ja johtamisen näkökulmasta. Teoksessa Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen & Simo Syrman (toim.): Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa. Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 11/2012. Unigrafia Oy, Helsinki. 153-163.

Laitinen, Karitta 2012: Ostoskeskukset metropolialueella – toimialatarjonnasta. Teoksessa Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen & Simo Syrman (toim.): Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa. Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 11/2012. Unigrafia Oy, Helsinki. 138-152.

Lehtonen, Turo-Kimmo & Mäenpää, Pasi 1997: Valtava mustekala : Kuinka kauppakeskusta käytetään? Helsingin kaupunki, Helsinki.

Mattson, Kevin 2002: Antidotes to Sprawl. Teoksessa David J. Smiley & Mark Robbins (edt.): Sprawl and Public Space. Redressing the Mall. National Endowment for the Arts. Princeton Architectural Press, New York.

Mäenpää, Pasi 2005: Narkissos kaupungissa. Tutkimus kuluttaja-kaupunkilaisesta ja julkisesta tilasta. Tammi, Helsinki.

Mäenpää, Pasi 2013: Ostarit uusiksi kumppanuustoiminnalla. Teoksessa Mervi Ilmonen (toim.) Hyvät kaupungit – Kivijalka ja Ostari rakennemuutoksessa, 191-213. Unigrafia, Helsinki.

Mäenpää, Pasi 2011: Helsinki takaisin jaloilleen. Askelia toimivampaan kaupunkiin. Gaudeamus, Helsinki.

Parlette, Vanesa & Cowen, Deborah 2011: Dead Malls: Suburban Activism, Local Spaces, Global Logistics. *International Journal of Urban and Regional Research* 35 (4), 794-811.

Pinkster, Fenne M. 2014: "I Just Live Here": Everyday Practices of Disaffiliation of Middle-class Households in Disadvantaged Neighbourhoods. *Urban Studies* 51 (4), 810-826.

Sennett, Richard (2000). *Reflections on the Public Realm*. In: Bridge, Gary & Watson, Sophie (eds.): *A Companion to the City*. Blackwell, Oxford.

Seutukartta. Aineiston ylläpitäjä on Helsingin kaupungin kiinteistövirasto ja alkuperäinen tekijä Helsingin kaupungin kaupunkimittausosasto yhdessä HSY:n ja alueen muiden kuntien kanssa. Aineisto on ladattu Helsinki Region Infoshare –palvelusta 27.04.2015 lisenssillä Creative Commons Nimeä 4.0 Kansainvälinen (CC BY 4.0).

Syrman, Simo 2012: Kotitalouksien ostosasioinnin suuntautuminen ja siihen vaikuttavat tekijät. Teoksessa Raine Mäntysalo, Anssi Joutsiniemi, Suvi Nenonen & Simo Syrman (toim.): *Kestävät kauppapaikat verkostokaupungissa*. Aalto-yliopiston julkaisusarja TIEDE + TEKNOLOGIA 11/2012. Unigrafia Oy, Helsinki. 46-56.

Vaattovaara, M., Kortteinen, M. & Vilkama, K. (toim). 2009: *Elämää täydennysrakentamiskohteissa. Matala urbaani ja tiivis täydennysrakentaminen Helsingissä*. Helsingin kaupungin tietokeskuksen tutkimuskatsauksia 4:2009.

Watt, Paul 2009: Living in an oasis: middle-class disaffiliation and selective belonging in an English suburb. *Environment and Planning A* volume 41, 2874-2892.

Liite 1. Luettelo kuvista ja taulukoista.

Kuva 1. Ostarin pohjakartta (kuva: Citycon Oy).

Kuva 2. Ostari Myllypurontien suunnasta.

Kuva 3. Asukastalon, kirjaston ja kahvilan rakennus torialueen keskellä.

Kuva 4. Tori sekä liike- ja asuintiloja.

Kuva 5. Silta yhdistää kerrostalon pihvoja.

Kuva 6. Näkymä Orpaanportaalle.

Kuva 7. Parkkihallin sisäänkäynti.

Taulukko 1. Syyt asioida Myllypuron ostarilla (monivalintakysymys).

Taulukko 2. Yhteenveto ostarin hyvistä puolista ja kehittämiskohteista.

Taulukko 3. Ensisijainen ruokaostosten tekopaikka.

Taulukko 4. Useimmin ruokaostoksiin käytetty paikka iän mukaan.

Taulukko 5. Useimmin ruokaostoksiin käytetty paikka kotitalouden mukaan.

Taulukko 6. Toiseksi useimmin ruokaostoksiin käytetty paikka kotitalouden mukaan.

Taulukko 7. Muiden kuin ruokaostosten tekopaikka kotitalouden mukaan.

Taulukko 8. Useimmin ruokaostoksiin käytetty paikka Myllypuron pienalueen mukaan.

Taulukko 9. Asukastalo Myllärissä käyminen iän mukaan.

Taulukko 10. Ostarin alueella oleskelu iän mukaan.

Liite 2. Kyselylomake.

Taustatiedot:

1) Sukupuolesi?

1. Mies
2. Nainen

2) Minkä ikäinen olet?

- a. 15 – 29 v.
- b. 30 -39 v.
- c. 40 – 49 v.
- d. 50 – 64 v.
- e. yli 65-vuotias

3) Äidinkielesi?

1. Suomi
2. Ruotsi
3. Viro
4. Venäjä
5. Somali
6. jokin muu, mikä?

4) Millä asuinalueella asut?

1. Myllypuro
2. Muu, mikä?

5) Keitä kuuluu kotitalouteesi?

1. Yksi aikuinen
2. Kaksi aikuista (ei lapsia)
3. Kaksi aikuista ja lapsi(a)
4. Yksi aikuinen ja lapsi(a)
5. Muu, mikä?

6) Onko kotitaloudellasi käytössä autoa?

1. Kyllä
2. Ei

7) Mitkä ovat kotitaloutesi yhteenlasketut bruttotulot (= tulot ennen veroja) vuodessa?

1. alle 13 000 euroa
2. 13 000 – 23 999
3. 24 000 – 36 999
4. 37 000 – 55 999
5. 56 000 – 75 000
6. yli 75 000

8) Mikä on asuntosi hallintamuoto?

- a. Omistusasunto
- b. Vuokra-asunto
- c. Muu (esim. asumisoikeus)

Kysymyksiä:

9) Missä teet useimmiten **ruokaostoksesi**?

1. Myllypuron ostari
2. Siwa, Myllypuro
3. Itäkeskus
4. Prisma, Viikki
5. Kontulan ostoskeskus
6. Muualla, missä?

10) Missä teet toiseksi useimmin **ruokaostoksesi**?

1. Myllypuron ostari
2. Siwa, Myllypuro
3. Itäkeskus

4. Prisma, Viikki
5. Kontulan ostoskeskus
6. Muualla, missä?

11) Entä missä useimmiten hoidat **muut kuin ruokaostoksesi**?

1. Myllypuron ostari
2. Itäkeskus
3. Kontulan ostoskeskus
4. Helsingin keskusta
5. Muualla, missä?

12) Asioitko Myllypuron ostarilla vähintään kerran kuussa?

1. Kyllä
2. En

b. Kyllä: Minkä seikan / seikkojen vuoksi asioit Myllypuron ostarilla? Voit valita useita vaihtoehtoja.

1. Hyvä valikoima liikkeitä
2. tietty liike, jossa haluan asioida
3. hyvä päivittäistavaravalikoima
4. sijainti päivittäisen kulkureittini varrella
5. sijainti lähellä kotiani
6. hyvät julkiset liikenneyhteydet
7. tuttujen tapaaminen
8. pankki-/maksuautomaatin käyttö
9. hyvät kahvila- ja ravintolapalvelut
10. edullisuus
11. kirjaston läheisyys
12. asukastilan läheisyys
13. hyvät kauneudenhoitopalvelut
14. toimiva pysäköinti

15. asiointi sujuu tarvittaessa nopeasti

16. viihtyisyys

17. sopiva koko

c. Ei: Minkä syyn / syiden vuoksi et asioi Myllypuron ostarilla tai asioit siellä harvemmin kuin kerran kuussa? Voit valita useita vaihtoehtoja.

1. huono valikoima liikkeitä

2. ei tarjoa mitään erityistä, mitä muualta ei löytyisi

3. sijainti ei päivittäisten kulkureittieni varrella

4. sijainti kaukana kotoani

a. arvio etäisyydestä kilometreissä

5. olen tottunut asioimaan muualla

6. järjestyshäiriöt

7. epäviihtyisyys

8. huono päivittäistavaravalikoima

9. huonot kahvila- ja ravintolapalvelut

10. huonot kauneudenhoitopalvelut

11. kalliit hinnat

12. huonot pysäköintimahdollisuudet

13. koko

a. liian iso

b. liian pieni

13) Missä liikkeessä tai tilassa haluat erityisesti asioida Myllypuron ostarilla? Voit valita useita vaihtoehtoja.

1. Asukastalo Mylläri

2. Beauty Hair Sirpa Mansner

3. FilmTown

4. H & C Nails

5. K-Supermarket Myllypuro

6. Mega Pizza
7. MR-Kirppis-Shop
8. Naapuriravintola Jyvänen
9. Ompelimo Moda
10. P & T Myllypuro
11. R-Kioski
12. S-Market Myllypuro
13. Seppälä
14. Uudenmaan Herkku
15. Bieder Purokukka
16. Hesburger
17. Kan Café
18. Myllypuron Apteekki
19. Myllypuron mediakirjasto
20. Ray Potti
21. Studio Macy

14) Mitkä seikat ovat mielestäsi erityisen hyvin Myllypuron ostarilla?

1. monipuolinen valikoima liikkeitä ja palveluita
2. viihtyisyys
3. tietty liike, jossa haluan asioida
4. hyvä tuotevalikoima
5. ostarin sopiva koko
6. muu, mikä?

15) Missä asioissa Myllypuron ostarilla olisi parantamisen varaa?

1. liikkeiden ja palveluiden valikoima
2. viihtyisyys
3. tuotevalikoima

4. ostarin koko
5. muu, mikä?

16) Millä kulkuvälineellä useimmiten käyt **ruokaostoksilla**?

1. henkilöauto
2. julkiset kulkuvälineet
 - a. metro
 - b. linja-auto
 - c. juna
 - d. raitiovaunu
3. kävellen
4. polkupyörä
5. usean eri kulkuvälineen yhdistelmällä
6. muu, mikä?

17) Millä kulkuvälineellä useimmiten käyt **muilla kuin ruokaostoksilla**?

1. henkilöauto
2. julkiset kulkuvälineet
 - a. metro
 - b. linja-auto
 - c. juna
 - d. raitiovaunu
3. kävellen
4. polkupyörä
5. usean eri kulkuvälineen yhdistelmällä
6. muu, mikä?

18) Kuinka usein käyt asukastalo Myllärissä?

1. päivittäin tai lähes päivittäin
2. ainakin kerran viikossa

3. ainakin kerran kuukaudessa
4. harvemmin kuin kerran kuukaudessa
5. en koskaan

19) Kuinka usein käyt Myllypuron mediakirjastossa?

1. päivittäin tai lähes päivittäin
2. ainakin kerran viikossa
3. ainakin kerran kuukaudessa
4. harvemmin kuin kerran kuukaudessa
5. en koskaan

20) Kuinka usein tapaat tuttaviasi Myllypuron ostarilla?

1. päivittäin tai lähes päivittäin
2. ainakin kerran viikossa
3. ainakin kerran kuukaudessa
4. harvemmin kuin kerran kuukaudessa
5. en koskaan

21) Kuinka usein oleskelet Myllypuron ostarin alueella muuten vaan?

1. päivittäin tai lähes päivittäin
2. ainakin kerran viikossa
3. ainakin kerran kuukaudessa
4. harvemmin kuin kerran kuukaudessa
5. en koskaan

Liite 3. Yrittäjähaastatteluiden haastattelurunko.

1) Aluksi:

- Kerro yrityksestäsi.
 - o Kuinka paljon työllistää?
 - o Kauanko yrityksesi on ollut ostarilla?
- Miten kauppa käy ja miksi?
- Mikä sai sinut valitsemaan ostarin kauppapaikaksi?
- Löytävätkö asiakkaat paikalle? Minkälaista mainontaa olet käyttänyt?
- Miten liiketoimintasi sopii Myllypuron ostarille?

2) Ostarin arkipäivä:

- Minkälaisia asiakasryhmiä ostarilla erottuu?
- Keitä ostarilla käy ja keitä ei?
- Onko eri asiakasryhmien tarpeet mielestäsi huomioitu riittävän hyvin ostarilla?
- Minkälainen ilmapiiri ostarin yrittäjien kesken on? Onko keskusteluyhteyksiä, yhteistyötä?
- Onko ostarilla keskinäisiä (virallisia tai epävirallisia) kommunikaatiokanavia?
- Miten liiketoimintasi sopii yhteen asukastalo Myllärin toiminnan kanssa?
- Mitkä ovat ostarin hyvät ja huonot puolet?
- Mitkä ovat ostarin tärkeimmät kehittämiskohteet?
- Minkälaista (kaupallista/ei-kaupallista) toimintaa kaipaavat ostarille?
- Mitä mieltä olet ostarin toritilasta?

3) Ostariuudistus:

- Onko sinulla kokemuksia vanhasta ostarista?
 - o Jos on, mikä on muuttunut?
- Mikä on mielipiteesi uudistuksesta? Oliko näin laajamittainen uudistus tarpeen?

- Jos ollut vahalla ostarilla: Tiedotettiinko uudistuksesta riittävästi prosessin aikana ja miten yrittäjiä osallistettiin prosessin eri vaiheissa?
- Miksi epäilet monien vanhojen yrittäjien lähteneen ostarilta uudistuksen myötä?

4) Suhteet Cityconiin

- Miten kommunikaatio omistajatahon kanssa sujuu?
- Tiedätkö, mistä tavoitat johdon tarvittaessa?
- Saatko johdolta apua tarvittaessa?
- Oletko lähestynyt Cityconia ostaria koskevilla kehitysehdotuksilla?
- Mikä on mielipiteesi kauppakeskusmaisesta keskitetystä johtamisesta lähiostarilla?
- Tuntuuko Citycon sinusta läheiseltä vai etäiseltä?
- Mitä mieltä olet ostarin vuokratasosta?

Liite 4. Ryhmähaastattelun haastattelurunko.

Prosessi

- Mitä mieltä olet ostarin uudistuksesta?
- Mikä toimii uudella ostarilla paremmin kuin vanhalla ostarilla? / Mikä toimi vanhalla ostarilla paremmin kuin uudella?
- Miten uusi ostari on muuttanut Myllypuroa?
- Onko uudella ostarilla ollut vaikutusta Myllypuron imagoon?
- Kävikö vanhalla ostarilla erilaista asiakaskuntaa kuin uudella käy?

Kauppakeskus

- Mitkä ostarin palveluista ovat tärkeimmät?
- Minkälaisia palveluita puuttuu?
- Onko ostarin ravintolatarjonta riittävää?
- Minkälaiset syyt vaikuttavat päätöksiin asioida tai olla asioimatta ostarilla?
- Onko ostari paikka, jossa hoidetaan yksittäisiä asioita vai paikka, jossa voi hoitaa kaikki arkipäivän tarpeet?
- Vaikuttaako ostari mielestäsi kaupallisessa mielessä menestyksekkäältä?
- Mitä mieltä olet ostarin mainonnasta ja markkinoinnista?
 - o Vietetäänkö ostarilla aikaa, toimiiko se kohtaamispaikkana?
- Mitä piirteitä arvostat tai pidät tärkeinä ostarissa?

Ostarin käyttäjäryhmät

- Millaista porukkaa ostarilla käy?
- Palveleeko ostari hyvin kaikkia väestöryhmiä?
- Minkälaisten asukkaiden tarpeisiin ostari pystyy vastaamaan ja minkälaisten ei?
- Eroavatko eri Myllypuron pienalueilla asuvat asukkaat ostarilla asioinnissa? Miten ja miksi?
- **Mylläri ja kirjasto**
- Miten hyvin Mylläri ja mediakirjasto ovat käytössä?

- Mitä Mylläri mielestäsi merkitsee Myllypurolle?
- Tavoittaako Myllärissä järjestettävä toiminta kaikki myllypurolaiset tarpeeksi hyvin?
- Keiden tarpeita Mylläri ja mediakirjasto palvelevat ja keiden ei?

Ulkotilat ja ympäristö

- Miten hyvin ostari sijoittuu päivittäisten kulkureittien suhteen?
- Kuinka saavutettava ostari on?
- Mitä mieltä olet ostarin pysäköintimahdollisuuksista?
- Onko ostarin näkyvyys hyvä?
- Millaisena koet ostarin aukion eli toritilan?
 - o Miten ostarin kattoterassia käytetään?
- Ovatko alueen liikuntapalvelut ja terveyskeskus mielestäsi liittyneitä ostariin? Pitäisikö niiden olla?

Hypoteesit toimimattomuudesta

- Cityconilla ei ole tarpeeksi kokemusta pienen, paikallisen ostarin hallinnoimisesta, mikä vaikeuttaa ostarin menestymistä.
- Ostarilla ja Myllypurossa toimivien toimijoiden välisen yhteistyön puute vaikeuttaa ostarin elävöittämistä ja menestymistä.
- Rakenteelliset seikat, kuten sijainti ja ostarin sulkeutuminen teiltä katsottuna vaikeuttavat sen menestymistä.
- Ostarin markkinointi ei sisällä tarpeeksi alueellisia tunnuspiirteitä ja on massatuotanto. Tämän vuoksi se ei vetoa myllypurolaisiin.
- Itäkeskuksen kanssa on mahdotonta kilpailla tarpeiltaan vaativammista asiakkaista.
- Ostari ei puhuttele tavallista myllypurolaista. Se ei tunnu omalta.
- Ostarin tyhjät liiketilat ja ulkotilojen epäviihtyisyys tekevät ostarista epähoukuttelevan.

Yhteispeli ja tulevaisuus

- Onko ostarilla ja Myllypurossa mielestäsi tarvetta uudentlaiselle yhteistyölle eri toimijoiden (kuten ostarin yrittäjät, alueen asukasaktiivit ja yhdistykset, kaupunki) välillä?
- Minkälaisia tarpeita yhteistyölle on?
- Minkälaista se yhteistyö voisi olla?
- Kuka sitä voisi tehdä?
- Miten se tehdään?
- Minkälaisena näet lähipalveluiden ja lähiostarin tulevaisuuden?
- Mitä Metropolian myötä tapahtuvan alueen väestörakenteen nuorentumisen myötä tulee tapahtumaan?