

TALOUDEN MEGATRENDIT KESKUSTATILAN  
MUOVAAJINA: ESIMERKKINÄ OULU

Joonatan Hamari

790351A  
Kandidaatintutkielma  
Maantieteen yksikkö  
Oulun yliopisto  
11.12.2018

## TIIVISTELMÄ

Keskustojen elinvoimaisuutta on viime vuosikymmeninä tutkittu paljon etenkin perifeeristen alueiden näkökulmasta. Suomen kontekstissa keskeisinä tutkimuksellisinä näkökulmina ovat olleet kaupungistuminen, syrjäseutujen autioituminen sekä valtiomuutos. Tässä tutkielmassa keskustatilan muutosta käsitellään neljän yleensä talouden näkökulmasta tarkastellun megatrendin – verkkokaupan, jakamis- ja alustatalouden sekä palvelullistumisen kautta. Kyseiset megatrendit ovat maantieteen ja aluekehityksen kannalta kiinnostavia niiden tilankäyttöä tehostavien sekä paikan merkitystä heikentävien tilallisten vaikutusten takia.

Nämä neljä megatrendiä muodostavat yhteenkietoutuneen kokonaisuuden virtuaalisen tilan hyödyntämisen ja resurssitehokkuuden kautta: Alustapalvelut tarjoavat vertaisille virtuaalisen markkinapaikan, jonne he voivat tuoda sisältöä ja käydä sen avulla kauppaa. Usein alustat myös mahdollistavat jakamistalouden – esimerkiksi Airbnb sekä erilaiset autojenlainaussivustot tuovat yhteen verkkokaupan, jakamis- ja alustatalouden sekä palvelullistumisen, joka ilmenee maksun perimisenä resurssin käyttömahdollisuudesta, ratkaisusta ongelmaan konkreettisen ostetun tuotteen sijaan. Tämä taas nostaa tilan ja muiden resurssien käyttöasteita vähentäen niiden tarvittavia määriä, millä voidaan olettaa olevan heijastevaikutuksia tuotteiden kysyntään. Sitä kautta vaikutuksia on myös myymälöiden asiakasvirtoihin sekä edelleen siihen, mitä palveluita keskustat tarjoavat ja mikä niiden merkitys sekä tehtävä on osana aluerakennetta ja ihmisten elämää.

Tutkielma koostuu kirjallisuuskatsauksesta ja Oulun esimerkkitapauksen käsittelystä. Tarkastelun kohteina on uutisartikkeleita sekä Oulun kaupungin strategia Valovoimainen Oulu 2026. Ne antavat viitteitä siitä, että Oulussa verkkokaupan, jakamis- ja alustatalouden sekä palvelullistumisen vaikutukset ovat huomattavissa eri toimialojen tilallisessa jakautumisessa. Keskustan tilankäyttö on painottunut yhä enemmän paikkasidonnaisiin palveluihin, kuten kuntosaleihin, ravintoloihin, lääkäriasemiin ja parturi-kampaamoihin. Oulun kaupunki pyrkii strategia-asiakirjojen mukaan kehittämään keskustan elinvoimaisuutta ja kilpailukykyä muun muassa täydennysrakentamisen keinoin.

# SISÄLTÖ

JOHDANTO .....	4
KESKUSTAT JA KAUPUNKIRAKENNE .....	6
PAIKAN MERKITYSTÄ TALOUDEN TOIMINNOISSA HEIKENTÄVÄT TEKIJÄT .....	9
Verkkokauppa .....	10
Etätyö .....	12
Jakamis- ja alustatalous sekä palvelullistuminen .....	13
KESKUSTOJEN MERKITYSTÄ YLLÄPITÄVÄT TEKIJÄT .....	14
ESIMERKKINÄ OULU .....	16
Uutisartikkelit kuvaavat keskustatilan muutosta .....	17
Oulun kaupunkistrategia: Valovoimainen Oulu 2026 .....	20
TULOKSET .....	22
POHDINTA .....	24
LÄHTEET .....	26

## JOHDANTO

Keskustojen tilankäyttö on murroksessa digitalisaation vaikuttaessa myös liiketoiminnan paikkasidonnaisuuteen. Megatrendit, kuten verkkokaupan ja etätöiden lisääntyminen haastavat kulutuksen sekä työnteon paikkasidonnaisuutta samaan aikaan, kun jakamistalous tehostaa resurssien- sekä tilankäyttöä ja kaupankäynti palvelullistuu. Toisaalta yhä jatkuva kaupungistuminen tukee täydennysrakentamisen avulla myös tavaramyynnin kysyntää.

Näitä ilmiöitä on tutkittu erillisinä ilmiöinä (esim. Hardill & Green 2003; Maalsen 2018) tai lähinnä talouden tai yksittäisten taloudellisten toimijoiden näkökulmasta (esim. Burt & Sparks 2002; Pekkola 2002; Toivonen & Viitanen 2015; Zhang ym. 2016). Vaikka yksittäisen ilmiön tilalliset vaikutukset voivat olla rajallisia tai vaikeasti huomattavia, useiden tekijöiden yhteisvaikutukset voivat osoittautua merkityksellisiksi muun muassa tilankäytön tehostumisen ja muuttumisen sekä paikan merkityksen rapistumisen kautta. Juuri paikan merkityksen heikentyminen ja talouden toimintojen siirtyminen virtuaaliseen tilaan tekevät näistä megatrendeistä merkittävän sekä maantieteen kannalta kiinnostavan kokonaisuuden.

Tässä tutkielmassa pohdin näitä yleensä taloudellisina nähtyjä megatrendejä tilallisesta näkökulmasta ja esitän väitteen, että ne muodostavat laajan tilankäyttöä muokkaavan kokonaisuuden. Sitä ei kuitenkaan tule sekoittaa digitalisaation käsitteeseen, joskin ne limittyvät toistensa päälle. Aiemmin näiden ilmiöiden tilallisia vaikutuksia keskustoihin ja kaupunkirakenteeseen on tutkittu korkeintaan joko suurten metropolimaisten kaupunkien tai hyvin perifeeristen alueiden keskustojen näkökulmasta, minkä vuoksi nostan esiin keskikokoisten suomalaisten kaupunkien näkökulman. Suomessa on tutkittu paljon myös kaupungistumisen ja keskittymisen megatrendiä esimerkiksi aluepolitiikan näkökulmasta (esim. Moisio 2012). Mielestäni on kuitenkin olennaista tutkia ilmiötä myös yksittäisten skaalan tasojen yläpuolelta keskittymisenä ilmenevän tilankäytön tehostumisen kokonaisuutena, joka vain ilmenee eri skaaloissa erilaisissa muodoissa, sekä korostaa paikan merkityksen heikentymistä.

Tarkastelu sijoittuu ajallisesti hetkeen, jossa Suomen rakentamisen syklin arvioidaan olevan huippunsa liepeillä (Herrala 2018). Koska tutkielmassa käsiteltävät megatrendit vaikuttavat liike- ja toimistotilojen kysyntään lähinnä negatiivisesti, kaupungistuminen sekä etenkin sen takia tehtävä täydennysrakentaminen ovat tarpeellisia paikkaamaan jo olemassa olevan väestöpohjan luoman kysynnän laskua. Esimakua mahdollisista vaikutuksista on saatu esimerkiksi Oulussa, jossa jo yhden kauppakeskuksen (Valkea muutti... 2017) vaikutus kysynnän ja tarjonnan tasapainoon keskustassa on jättänyt suuria määriä liiketilaa tyhjiksi. Osaltaan tähän on vaikuttanut myös talouden menetetty vuosikymmen, jolla tarkoitetaan sitä, miten Suomen bruttokansantuote saavutti vasta kuluvana vuonna 2018 kymmenen vuotta aiemmin tapahtunutta finanssikriisiä edeltäneen tason. Tämä tarkoittaa, että suuria muutoksia kaupunkirakenteisiin ei välttämättä ole lähivuosina tiedossa esimerkiksi korkotason ennustetun nousun (EKP pitää... 2018) ja rakentamisen kysynnän tasaantumisen vaikutuksesta. Rakentamisen sykli on historian valossa suhteellisen pitkä, joten nopeat muutokset talouden ja tilan suhteessa voivat jättää keskustat hetkelliseen kurimukseen sopeutumisen ollessa hidasta.

Tutkielma koostuu kirjallisuuskatsauksesta, kirjallisuuden heijastamisesta tilalliseen muotoon sekä strategia-asiakirjojen ja uutisartikkeleiden hyödyntämisestä. Käsittelen tutkielman yhteydessä pohjoisen Suomen suurimman kaupungin sekä merkittävän kansallisen kasvukeskuksen, Oulun, keskustan tilankäytön muutoksia ja haasteita paikan merkitystä heikentävien sekä tilankäyttöä tehostavien megatrendien vaikutuksesta. Oulu on esimerkkikaupunkina otollinen, sillä se lukeutuu hallinnollisen alueen väestönsä perusteella Suomen suurimpiin kaupunkeihin, mutta sen keskusta on siihen nähden suhteellisen pieni. Siksi tutkielman tuloksia voidaan heijastaa myös tilanteisiin esimerkiksi Kuopiossa tai Jyväskylässä, jotka ovat molemmat alueidensa merkittävimpiä keskuksia. Lisäksi kaupunki on ollut 2000-luvun ajan lievästi muuttovoittoinen, minkä vuoksi keskustan liiketilojen käyttöasteiden heikentymisen syyksi ei voida esittää muuttotappiosta johtuvaa kysynnän heikentymistä. Esimerkki koostuu uutisartikkeleiden sekä Oulun kaupungin strategian ja sen liitteiden tarkastelusta.

Tutkimuskysymyksiä ovat: 1. Muodostavatko verkkokauppa, etätyö, palvelullistuminen sekä alusta- ja jakamistalous kokonaisuuden, jolla on merkittäviä Oulun keskustaa muovaavia vaikutuksia? 2. Millaisia ovat niiden erillis- ja

yhteisvaikutukset? 3. Miten ja millä toimialoilla vaikutuksia on nähtävissä Oulussa? 4. Miten nämä kaupunkisuunnittelun haasteet on huomioitu Oulun kaupunkistrategiassa? Hypoteesina on, että kyseiset megatrendit muodostavat paikan merkityksen heikentymistä talouden eri toiminnoissa edistävän kokonaisuuden, joka murentaa keskustojen liiketilojen kysyntää Oulussa.

Tutkielma rakentuu siten, että ensin teen kirjallisuuskatsauksen ja esittelen keskustojen nykyisiä merkityksiä sekä kaupunkirakenteiden malleja. Seuraavaksi pureudun paikan merkitystä heikentäviin sekä tilankäytön tehokkuutta heikentäviin megatrendeihin ja niiltä suojaaviin tekijöihin. Viimeiseksi käsitelen Oulun kaupungin strategiaa vuodelle 2026 liitteineen sekä uutisartikkeleita Oulun keskustan muutoksesta niiltä osin, kuin ne ovat tutkielman kannalta olennaisia.

## KESKUSTAT JA KAUPUNKIRAKENNE

Sanalla “keskusta” tarkoitan tutkielmassa kaupunkiseutujen pääkeskustaa, joka voi olla samanaikaisesti niin maakunta- kuin seutukeskuskin. Tutkielma keskittyy kuitenkin suomalaisten keskisuurten kaupunkien näkökulmaan tapausesimerkkinään Oulu. Kokoluokan perusteella sopivia kaupunkeja ovat Suomessa maakuntakeskukset pääkaupunkiseutua ja Tamperetta lukuun ottamatta.

Keskustojen merkitys syntyy useista eri osatekijöistä, joita voidaan tarkastella esimerkiksi tilankäytön näkökulmasta. Keskeinen kahtiajako on rakennukset ja ulkotilat: rakennusten sisäiset tilat voidaan jakaa karkeasti kolmeen päätyyppiin - liiketiloihin, toimistoihin sekä asuntoihin ja ulkotilat kulkuväyliin, puistoihin, sekä muihin julkisiin tiloihin. Kun taajamat erotetaan maaseudusta asumistiheyden mukaan, kaupunkien keskustoja hahmotetaan myös kaupallisina keskittyminä, joissa kaikenlainen tilankäyttö on ympäröiviä alueita tehokkaampaa (Rehunen ym. 2014). Tästä näkökulmasta sekä asumistiheys että liiketilojen ja toimistojen osuus rakennusten pinta-alasta on keskeistä keskustan tilankäytön muutosten tutkimuksessa. Eri toimialojen edustus liiketilojen käytössä on muuttunut historian saatossa. Tehokas tilankäyttö vaikuttaa myös liikkumisen muotoihin - keskustoja leimaa usein kävelykatu tai kevyen liikenteen vyöhyke, jota ympäröivät joukkoliikenne ja yksityisautoilu (esim. Ristimäki ym. 2017).

Yksi keskustojen tärkeimmistä piirteistä onkin hyvä saavutettavuus. Ulkotilojen käytön tehokkuutta keskustoissa kuvaa esimerkiksi autojen pysäköintimahdollisuuksien vähyys tai siirtäminen pois katutasosta, ravintoloiden kesäterassit sekä kävelykaduille rakennetut esiintymislavat, jotka käytön ulkopuolella toimivat muun muassa istumapaikkoina.

Rehunen ym. (2014) esittelevät raportissaan yksikeskuksisen kaupunkimallin, hierarkkisen monikeskuksisen kaupunkimallin sekä monikeskuksisen verkostokaupungin mallin. Yksikeskuksiset kaupunkimallit perustuvat yksittäiseen optimaaliseen markkinapaikkaan, jossa tuotteilla käydään kauppaa. Hierarkkinen moniydinmalli sen sijaan kuvaa paremmin hieman suurempia ja modernimpeja kaupunkeja, joissa pääkeskustan ohelle on muodostunut pienempiä täydentäviä keskuksia, jotka voivat olla joko hyviä tai huonoja toimintojen keskittymiä. Hyvistä alakeskuksista voidaan käyttää esimerkkinä tiiviisti asutetun asuinalueen omaa luontaiseen tarpeeseen syntynyttä kauppakeskusta tai alueellista työpaikkakeskittymää ja huonoista kaupunkirakennetta rikkovaa absoluuttisesti kaukana mutta ajallisesti lähellä olevaa irrallista toimintojen keskittymää, kuten johdantokappaleessa esitellyt peltomarketit. Monikeskuksiset verkostokaupungit sen sijaan kuvaavat paremmin kaupunkirakenteiden dynamiikkaa sekä eri keskusten erilaisia merkityksiä. Angel ja Blei (2016) esittelevät vielä kolme mallia, jotka perustuvat yhdysvaltalaisiin metropoleihin: maksimaalisen epäjärjestyksen malli, asumisen ja työn yhteisöjen mosaiikkimallin sekä rajoitetun hajaantumisen mallin, joka heidän työpaikkojen sijaintiin perustuvan analyysin perusteella todettiin tämänhetkiseksi trendiksi.

Joutsiniemi (2010: 72) korostaa väitöskirjassaan sijainnin merkitystä keskustan määrittelylle korostaen monikeskuksisen verkostokaupunkimallin mukaisesti tilallisiin suhteisiin liittyvää dynamiikkaa ja jatkuvaa muutosta, jotka haastavat perinteisten keskustojen saavutettavuuteen perustuvaa asemaa. On olennaista huomioida, että kiinteistöt ovat ominaisuuksiltaan suhteellisen pysyviä ja hitaasti mukautuvia, mikä voi osoittautua ongelmalliseksi, kun niihin sitoutuu suuria pääomia eivätkä ne mukaudu niille asetettuihin vaatimuksiin ainakaan nopeasti (Toivonen & Viitanen 2015). Siksi kaupunkien keskustat ovat historiallisesta asemastaan huolimatta alttiita kulutustottumusten ja talouden tilallisten ulottuvuuksien muutoksille.

Yksilötasolla keskustat ovat jo pitkään olleet työnteon ja kuluttamisen tiloja; perinteisesti merkittävä osa työpaikoista on sijoittunut liikekeskustaan, jossa myös

kuluttamiseen on paljon vaihtoehtoja. Kulutuksen siirtyessä enemmän tavaroista palveluihin (Fritze ym. 2018) ja liiketilojen, etenkin kauppakeskusten, käytön suuntautuessa entistä enemmän julkisiin sekä yksityisiin palveluihin ja elämyksiin, keskustoista tulee selkeämmin viihtymisen sekä elämysten tiloja. Perinteisempien palveluiden, kuten elokuvateattereiden, ravintoloiden ja kuntosalien, rinnalle voidaan odottaa uniikimpejä elämyksiä esimerkiksi tapahtumien ja kohtaamispaikkojen tarjoamien kokemusten muodossa. Esimerkiksi Pine ja Gilmore (1998) ennustavat elämystalouden nousua, joka 2010-luvulla on ilmennyt muun muassa pakopelien ja lisättyyn todellisuuteen perustuvien palvelukonseptien yleistymisenä. Toisaalta myös tuoreessa Turun konstektissa tehdyssä pro gradu -tutkielmassa (Lahovuori 2018) tehtiin huomioita siitä, miten keskustan painopiste on “yhä enemmän vapaa-ajan toiminnoissa, viihtyisyydessä ja ihmisten kohtaamisessa”.

Suomessa kaupungistumisen ja keskittymisen megatrendi on vaikuttanut valtion rakenteeseen koko sen itsenäisyyden ajan. Alue- ja turvallisuuspoliittisista syistä tätä talouteen perustuvaa trendiä on kuitenkin hidastettu ja vaimennettu 1900-luvun loppupuolelle saakka (Moisio 2012). Vuonna 2015 enää 29% suomalaisista asui maaseudulla (Urban... 2016) - määritelmänä maaseudulle on tilastossa yhden neliökilometrin solussa oleva väljästi asuvien osuus, joka ylittää 50%. Moisio mukaan kilpailu asukkaista onkin siirtynyt kaupunkien sekä maaseudun väliltä erikokoisten kaupunkien ja keskusten välille. Keskustojen olemassaoloa ja muotoa pidetään usein itsestäänselvinä, mutta samanlaiset tilankäyttöä muokkaavat sekä ihmistoimintaa tiivistävät voimat vaikuttavat myös niihin.

Kaupankäynti ja työnteko keskittyvät yhä enemmän suuriin keskuksiin ja yksiköihin. 2000-luvun alkupuolella tämä tarkoitti keskustojen ohella niin sanottuja peltomarketteja, joiden kilpailukyky perustui keskuksia alhaisempiin toimintakustannuksiin, riittävän nopeaan saavutettavuuteen ja monipuoliseen hyödykevalikoimaan. Peltomarketeilla on kuitenkin alueellisia keskuksia näivettäviä vaikutuksia, minkä vuoksi keskustojen elinvoimaisuutta sekä taloudellista aktiviteettia on alettu kehittämään uudisrakentamisen avulla. Myös rakentamisen lainsäädäntöä on muutettu niin, että kauppakeskusten ensisijainen sijainti olisi kaupunkiseutujen pääkeskustat. Peltomarketit antoivat esimakua verkkokaupan mahdollisista vaikutuksista keskustojen elinvoimaisuuteen antamalla niille vaihtoehtoja. (Rehunen ym. 2014).



Kaupunkikeskustojen vetovoimatekijänä on laaja valikoima erilaisia kulutusmahdollisuuksia, jotka tukevat toisiaan ja ovat helposti saavutettavissa. Paikan merkityksen talouden toiminnoissa murentumisen vaikutuksesta osa toimialoista voi joutua paineeseen, mikä voi aiheuttaa vetovoiman heikentymisen kierteen, kun läheisyyden synergiaedut heikentyvät. Kulutuksen muuttuessa palvelu- ja elämystalouksemmaksi erilaiset ajanviettotavat, tapahtumat, taide-elämykset ja esimerkiksi ravintolapalvelut voivat ylläpitää sekä kehittää keskustojen vetovoimaisuutta yhdessä väestönkasvun ja ostovoiman kehityksen kanssa.

## PAIKAN MERKITYSTÄ TALOUDEN TOIMINNOISSA HEIKENTÄVÄT TEKIJÄT

Verkkokauppaa on käsitelty paljon kivijalkakaupan haastajana vuosituhannen vaihteessa, vaikka esimerkiksi Suomessa sen vaikutukset ovat tulleet laajemmin näkyviin vasta 2010-luvulla. Innovaatioiden leviämistavan vuoksi niiden käyttöönotto ja yleistymisen noudattavat usein eksponenttikäyrää, sillä vaikka prosentuaalinen kasvu olisi räjähdysmäistä, absoluuttinen lähtötaso on nolla. 2010-luvulla tapahtunut yleistymisen lienee osaltaan verkkokaupan, jakamis- ja alustatalouden sekä palvelullistumiseen liittyvien liiketoimintojen yhteisvaikutusta. Teknologinen kehitys sekä kulutustottumusten muutos on tehnyt verkkokaupasta nopeampaa, turvallisempaa, kannattavampaa ja tavallisempaa. Digitalisaatioon perustuvien jakamistalouden muotojen saralla vasta Airbnb on lyönyt läpi ja yhteiskäyttöautobisnes on vasta aluillaan keskittyen pääkaupunkiseudulle. Verkkokaupan osuus verrattuna koko Suomen vähittäiskauppaan oli vuonna 2017 vasta 11 % (Verkkokaupan kasvu jatkui... 2018). Huomioitavaa on, että vaikka verkkokaupan käyttäjien määrä ei enää kasva räjähdysmäisesti, sitä kautta tehtävien ostosten määrä lisääntyy jatkuvasti ihmisten alkaessa hyödyntämään verkkokauppoja yhä useampiin tuoteryhmiin. Myöskään kansainvälinen verkkokaupan ehdoton ykkönen, Amazon, ei ole vielä laajentunut

Suomen markkinoille, vaikka huhujen mukaan sitä voidaan odottaa jo lähitulevaisuudessa (Kempas 2018a).

Etätyö on sen sijaan Suomessa jo hyvin yleistä - jopa 45 % suomalaisista työntekijöistä on niin sanottuja e-nomadeja, joiden työ ei ole sidottu tiettyyn yksittäiseen paikkaan (Parent-Thirion ym. 2012: 95). Etätyön yleisyydestä kertoo myös co-working-tilat, jotka korvaavat perinteisen toimiston tai henkilökohtaisen työhuoneen. Co-working-tiloissa etätyö ja jakamistalous yhdistyvät, kun samaa tilaa hyödyntää suuri joukko toisistaan riippumattomia tahoja eri ajankohtina, mikä puolestaan tehostaa tilankäyttöä.

## **Verkkokauppa**

Verkkokaupalla tarkoitetaan verkkoyhteyden, esimerkiksi Internetin, välityksellä harjoitettavaa liiketoimintaa. Verkon kautta ostetaan, myydään ja siirretään erilaisia tuotteita, kuten tavaroita, palveluita tai dataa (Turban ym. 2018). Toisin sanoen se on kaupankäyntiä virtuaalisessa tilassa. Verkkokaupalla on vaikutuksia sekä kaupankäynnin tilalliseen että ajalliseen jakautumiseen: esimerkiksi Swilley ja Goldsmith (2013) ovat tutkineet globaaleiksi kasvaneita ja voimakkaimmin verkkoon painottuvia ostospäiviä Black Fridayta sekä Cyber Mondayta.

Dixon ja Marston (2002: 2) jakavat verkkokaupan neljään lohkoon ostajan ja myyjän tyyppin mukaan: B2B, C2B, B2C sekä C2C. Jako on olennainen, jotta käsitettäisiin kuinka monenlaisiin toimijoihin sen vaikutukset ulottuvat ja millaisia tilallisia vaikutuksia verkkokaupalla on. B2B:llä tarkoitetaan organisaatioiden, kuten yritysten, välistä liiketoimintaa. Se sisältää monenlaisia toimintoja aina hallinnon tukitoiminnoista alihankintaan, laitemyyntiin, toimitilavuokraukseen ja markkinointipalveluihin. Verkon kautta esimerkiksi kahvilayrittäjä voi hoitaa kirjanpitonsa tilitoimiston avulla ilman fyysisten kuittien jatkuvaa kuljettamista sekä kilpailuttaa sähkösopimuksensa jopa vain yksittäisen verkkosivuston avulla. B2C on kaikkein parhaiten yleisesti tunnettu liiketoiminnan muoto, jossa organisaatiot tarjoavat palveluitaan sekä tuotteitaan yksityisille kuluttajille. Verkkokaupan osuus B2C-markkinoilla on suuri etenkin asustekaupassa (Zhang ym. 2016), jossa huomattavan laaja valikoima yhdistettynä

matalampiin hintoihin sekä helppoon postittamiseen on muuttanut koko markkinan dynamiikkaa. Etenkin edullisiin vaatteisiin ja kattavaan kivijalkakauppojen verkostoon strategiansa perustaneet yritykset ovat olleet vaikeuksissa (esim. H&M). Toisaalta verkossa toimivat alustapalvelut, kuten Netflix ja Spotify haastavat viihteeseen, taiteeseen ja mediaan keskittyviä toimijoita, kuten elokuvavuokraamoja sekä äänitteitä myyviä kauppia (Hracs & Jansson 2017). C2C tarkoittaa kuluttajien välistä kauppaa. Kiertotalouden trendiä edustavat kirpputorit ovat hyvä esimerkki verkkokaupan luomista haasteista: alustat, kuten Tori.fi ajavat saman asian ilman kuluja tilavuokrasta tai myyjien palkoista. Kuluttajat käyvät kauppaa myös sosiaalisen median sekä sen sisältämien ryhmien välityksellä. Edellä mainittuja lisensointiin ja kuukausimaksu- ja mainosperusteiseen kulutukseen liittyviä talouden muotoja käsitellään myöhemmin lisää jakamistalouden yhteydessä. C2B:ssä kuluttajat voivat jättää tarjouksia tai toimeksiantoja yrityksille, jotka päättävät mitä niistä toteuttavat (Dixon & Marston 2002).

Kivijalkakaupalla ja verkkokaupalla on omat heikkoutensa ja vahvuutensa, jotka korostuvat erilaisissa tuoteryhmissä, liiketoiminnoissa sekä maantieteellisissä konteksteissa. Verkkokauppojen tärkeänä kilpailuetuna kivijalkaliikkeisiin verrattuna on se, ettei kuluttaja joudu tekemään valintaa laajan valikoiman ja matalan hinnan välillä (Dixon & Marston 2002). Zhangin ym. (2016) mukaan Kiinassa tuoteryhmistä asusteet, kirjat, kodin elektroniikka, ruoka ja liput ovat kaikkein voimakkaimmin siirtyneet verkkokauppaan. Merkittävimpiä syitä verkossa ostosten tekoon on heidän mukaansa halvemmat hinnat, kotiinkuljetus sekä laajempi tuotevalikoima.

Suomessa jopa 90 % yrityksistä on omat verkkosivut, mutta vain noin 20 % tekee tuotteillaan kauppaa verkon välityksellä (Falk & Hagsten 2015: 6). Falkin ja Hagstenin mukaan noin 60 % suomalaisista yrityksistä kuitenkin käy kauppaa verkossa joko ostajana tai myyjänä. Tästä voidaan päätellä, että B2B-markkinan verkkokauppa on kyseisessä kontekstissa B2C-markkinaa edellä. Suomessa yksi merkittävimmistä muutoksista liiketoiminnan siirtymisessä verkkoon on ollut finanssialalla: kun vuonna 1985 Suomessa oli lähes 3600 pankkikonttoria, vuonna 2016 niitä oli vain tuhatkunta kappaletta (Herrala 2016). Muutosta trendiin ei nähdä, ja esimerkiksi Nordean maajohtaja Ari Kaperi uskoo konttorien koon pienenevän. Pankkitoiminnan murros onkin hyvä esimerkki siitä, miten myös osa palveluista voidaan siirtää verkkoon.

Worzalan ym. (2002) mukaan verkkokauppa haastaa etenkin tavarataloja sekä hyvillä sijainneilla olevia suuria myymälöitä, joiden tuotteilla ei ole vahvaa brändiä. Verkkokauppa myös vähentää liiketoiminnan sijainnin merkitystä (Zhang ym. 2016: 4). Kaupankäynnin paikkasidonnaisuuden häviäminen vaikuttaa liiketilojen vuokramarkkinaan kysynnän siirtyessä fyysisistä toimipisteistä verkkoon laskien vuokralaisten katteita sekä pääoman tuottoa (Zhang ym. 2016). Liiketoimintojen kannattavuuden huonontuessa syntyy painetta vuokrien laskulle, mikä puolestaan luo epävarmuutta sekä heikompia tuottonäkymiä sijoittajille. Epävarmuuden ja vuokrien laskevan trendin takia sijoittajien tuottovaatimukset kasvavat, mikä näkyy edelleen liiketilojen hintojen ja likviditeetin laskuna. Toisaalta vuokrien lasku helpottaa yritysten kannattavuuspaineita, koska huomattava osa kiinteistä kustannuksista koostuu kivijalkamyymälöillä toimitilavuokrasta. Edullisempi vuokrataso myös tekee sellaisista liikeideoista kannattavia, jotka eivät aiemmin ole sitä olleet, mikä voi jopa monipuolistaa keskustojen palvelutarjontaa.

## **Etätyö**

Etätyöllä tarkoitetaan tässä tutkielmassa työtä, joka ei sijaitse keskittyneesti fyysisessä tilassa tietyssä työpaikassa. Sen sijaan työpaikka voi sijaita esimerkiksi virtuaalisessa tilassa tai olla muuten paikasta riippumatonta tai sen suhteen joustavaa (Pekkola 2002). Tähän sisältyy myös liikkuva työ. Nykyisin myös huomattava osa freelancerina tai ammatinharjoittajina tehtävistä töistä eivät ole paikkasidonnaisia, vaan työtä varten tarvittavat työkalut kulkevat mukana paikasta toiseen. Etätyö onkin yksi keskeisistä nykyajan paikan merkitystä heikentävistä ilmiöistä (Helminen ym. 2003).

Vuonna 2012 jopa 45 % suomalaisista työssäkävivistä oli e-nomadeja, joiden työympäristö vaihtelee ja jotka tekevät työtä muuallakin kuin työnantajan tiloissa tai itsensätyöllistäjinä kotonaan (Parent-Thirion ym. 2012: 95-96). Eurofoundin julkaisussa nostetaan esiin etenkin korkeamman koulutusasteen työntekijöiden suuri suhteellinen osuus e-nomadeista. Myös ammatti- ja toimialakohtaisia eroja on: johtavassa asemassa olevat ja esimerkiksi finanssi-, koulutus- tai julkishallinnon aloilla tehdään enemmän

etätöitä ja myös pidempiä työpäiviä. Tämä on siinä mielessä loogista, että yksi etätöiden ajureista on mahdollisuus olla käyttämättä pitkiä aikoja työmatkoihin (Pekkola 2002), mikä lisää työntekoon käytettävissä olevaa aikaa. Suomen kontekstissa etätöitä käsiteltäessä merkittävää on koulutusasteen ja toimialarakenteen lisäksi aluerakenne sekä kasvukeskuksia ympäröivät kehyskunnat ja niistä käsin keskuksissa käytävä työ (ks. esim. Helminen ym. 2003: 23). Suomessa myös väljä asumistiheys tekee välimatkoista pitkiä niin fyysisen etäisyyden kuin ajankin näkökulmista. Suomessa yhdistyy siis etäisyyden ja töiden luonteen sekä koulutusasteen kautta usea etätöitä edistävä tekijä.

Koska etätöitä vähentää toimistoissa käytettyä aikaa, markkinavoimien vaikutuksesta yksikköjen koon tulisi pienentyä tai toimistotilojen kysynnän ylipäättään vähentyä. Foo Sing (2005) on tutkinut uusien työtapojen ja tietoliikenneteknologian vaikutuksia toimistotilojen kysyntään Singaporessa. Hänen mukaansa ainakaan vielä vuonna 2005 toimistotilojen kysyntää ei laskenut esimerkiksi etätöitä. Muita toimistotilan kysyntää vähentäviä tekijöitä onkin hyvä ottaa huomioon - esimerkiksi Helsingissä työpisteiden keskimääräinen käyttöaste on työ- ja elinympäristöjä kehittävän Rapalin mukaan vain 50 % (Herrala 2014). Yhdysvalloissa työpaikkojen tilankäytön tehostaminen on pitkällä ja kehittyä kaiken aikaa. Parhaisiin tilankäytön tehokkuuksiin pääsevät yritykset, jotka mahdollistavat jaetut työpisteet ja sallivat etätöiden tekemisen: saavutettu on jopa 80-90 % käyttöasteita (Miller 2014: 13).

## **Jakamis- ja alustatalous sekä palvelullistuminen**

Jakamistalouden käsitteellä tarkoitetaan kaupankäyntiä, jossa palveluilla tai tuotteilla käydään kauppaa esimerkiksi verkossa niin, että niiden käyttöasteet kasvavat useiden toimijoiden hyödyntäessä niitä niiden elinkaaren aikana vähentäen tarvittavien tuotteiden kappalemääriä (Fritze ym. 2018; Lessig 2008). Se on myös osin eräänlaista hyödykkeiden abstraktia immaterialisointia ja *palvelullistamista* (Fritze ym. 2018), jossa maksetaan esimerkiksi toimintamahdollisuudesta, lisenssistä tai ratkaisusta ongelmaan varsinaisen pysyvästi omistetun esineen sijaan. Martinin (2016: 3) mukaan jakamistaloudessa jakamisen kohteena voidaan nähdä myös pääsy tai käyttöoikeus tiettyyn resurssiin itse

resurssin jakamisen sijaan. Ilmiö voidaan myös määritellä perustuvan kuluttajien keskinäiseen jaettuun omistukseen, joka pohjautuu samaan ajatukseen käyttöasteiden nostamisesta kuin kaupallisten toimijoiden (Martin 2016). Jakamistalouden hyötylogiikka perustuu pääomien, materiaalien sekä tilan tehokkaaseen hyödyntämiseen siten, että käyttöasteet ovat korkeita ja sen ansiosta käytön kustannus matala.

Jakamistaloutta harjoitetaan niin B2C- kuin P2P-asetelmassakin (Schor ym. 2015). P2P:llä tarkoitetaan vertaisten välistä kaupankäyntiä, esimerkiksi C2C-toimintaa (ks. verkkokauppaosio). Suomessa tyypillisiä ja yleisiä esimerkkejä jakamistaloudesta ovat kirjasto (Venäläinen 2017), yhteiskäyttöautot sekä jaettu asuminen. Nousussa ovat myös co-working-tilat, jotka mahdollistavat tehokkaamman toimistotilojen käytön (Bouncken & Reuschl 2016) etenkin pienille yrityksille ja etätyöntekijöille.

Alustatalous linkittyy vahvasti verkkokauppaan, jakamistalouteen sekä palvelullistumiseen. Langley ja Leyshonin (2017: 19) mukaan alustatalous toimii verkon välityksellä osana verkkokauppaa ja samalla mahdollistaa käyttäjiä osallistavan digitaalisen talouden. He esittelevät viisi keskeistä alustamarkkinaa: verkon markkinapaikat, sosiaalinen media ja käyttäjien luomat sisältöpalvelut, jakamistalous, joukko- ja vertaisrahoitus sekä joukkoittaminen (Langley & Leyshon 2017: 16).

## KESKUSTOJEN MERKITYSTÄ YLLÄPITÄVÄT TEKIJÄT

Keskustojen kilpailukykyä osana kaupunkitilaa myös ylläpitää ja vahvistaa erilaiset voimat. Yleisimmin näistä mainitaan kaupungistumisen megatrendi sekä yleinen talouskasvu, joka yleensä lisää kulutusta ja mahdollistaa asumisen keskustan tuntumassa yhä useammille maan hinnan ollessa siellä korkeampi.

Suomessa kaupungistumisen ja keskittymisen megatrendi on vaikuttanut valtion rakenteeseen koko sen itsenäisyyden ajan. Alue- ja turvallisuuspoliittisista syistä tätä talouteen perustuvaa trendiä on kuitenkin hidastettu ja vaimennettu 1900-luvun loppupuolelle saakka (Moisio 2012). Vuonna 2015 enää 29 % suomalaisista asui maaseudulla (Eurostat 2016) - määritelmänä maaseudulle on tilastossa yhden neliökilometrin solussa oleva väljästi asuvien osuus, joka ylittää 50 %. Moisio mukaan

kilpailu asukkaista onkin siirtynyt kaupunkien sekä maaseudun väliltä erikokoisten kaupunkien ja keskusten välille. Yksiä keskeisimmistä muuttoalttiutta lisäävistä tekijöistä on koulutus ja yksilöllinen sekä alueellinen työttömyys (Häkkinen 2000), mikä selittää muuttoliikkeen suuntaa pienemmistä keskuksista suurempiin eri skaalan tasoilla. Toisaalta erilaiset sosiaaliset ja taloudelliset sidokset, kuten perhe tai omistusasunto, vähentävät muuttamisen todennäköisyyttä. Kaupungistumisen ja keskustojen elinvoimaisuuden välisen suhteen kannalta onkin olennaista, millainen muuttovoittoisen keskuksen kaupunkirakenne on: jos keskustaan tai sen läheisyyteen rakennetaan tai on rakennettu asuintaloja, vaikuttaa myös muuttoliike voimakkaammin keskustan kuluttajavirtoihin sekä kysyntään. Toisaalta, jos kaavoituksella ei mahdollisteta asukastiheyden nousua, vaikutukset keskustaan jäävät alhaisemmiksi ja muuttoliikkeen hyödyt valuvat kilpaileville (ala)keskuksille.

Verkkokaupan osalta oman haasteensa Suomessa luo logistiikka ja asumistiheys. Verkon kautta suoritettujen ostosten kotiinkuljetus on kallista ja ongelmallista periferiassa ja muilla harvaan asutuilla alueilla, joilla lähetysten vastaanottajat ovat kaukana toisistaan sekä jakelukeskuksista. Tämä tukee tilaa ja nouda -tyyppistä hybridimäistä verkkokauppaa ja ratkaisuja, joissa tuotteet noudetaan postikonttoreista.

Tilanteessa, jossa väestöpohja pysyy muuttumattomana, kuluttajakysynnän määrään vaikuttaa kuluttajien keskimääräinen kulutus. Keskimääräiseen kulutukseen taas vaikuttaa ostovoiman muutokset, säästämisasteen muutos sekä kulutustottumukset ja trendit. Tämän tutkielman näkökulmasta talouden kasvu, säästämisasteen laskeminen ja elämyksiä sekä ihmiskontaktia korostavat trendit lisäävät keskustatilan kuluttajakysyntää. Talouden taantuma, säästämisasteen nousu ja rahankäytön tehokkuuteen sekä tavarahankintoihin perustuva kulutus heikentävät kivijalkakauppojen ja sitä kautta keskustojen liiketilojen kysyntää. Toimistojen kysyntään vaikuttaa alueellisten yritysten toimialarakenteen muutokset, etätyön yleistyminen, coworking-tilojen tarjonta ja hinnoittelu, yleinen taloudellinen tilanne sekä työllisyystilanne. Toisaalta myös neliöhintojen ja vuokrien erot alueiden välillä voivat heikentää kaupunkiseudun keskittymistä, jos kannattavuuden kannalta on otollisempaa hankkia toimitilat keskustan ulkopuolelta.

Keskustoilla on myös historiaan ja kulttuuriin liittyvää resilienssiä desentralisaatiota vastaan: suurin osa Suomen väestöstä on syntynyt ja varttunut ennen

tutkielman keskeisiä muutosvoimia, kuten verkkokauppaa tai alusta- ja jakamistaloutta (Väestörakenne 2017). Myös perinteiset kuluttamisen materiaaliset muodot ovat yhä voimassa. Siksi on aihetta huomioida myös tapojen ja tottumusten merkitys paikkoihin liittyvissä toiminnoissa. Esimerkiksi Wallenborn ja Willhite (2014) tutkivat ruumiillistunutta tietoa energiankulutuksessa perustuen tottumuksiin ja Lee (2015) työmatkapyöräilyyn liittyvää tottumista. Tutkimusten perusteella toiminnan muuttaminen vaatii usein ajatteluun perustuvan päätöksen lisäksi kokemuksia uudesta toimintatavasta. Leen esimerkissä pyöräilyä oltiin pyritty edistämään luomalla parempaa infrastruktuuria, mutta työmatkapyöräily ei silti yleistynyt - sen sijaan työmatkapyöräilyyn liittyvät tapahtumat ja sosiaaliset verkostot antoivat kokemuksen toiminnasta sekä erityisen tilan, jossa se oli täysin normaalia ja luonnollista. Normien ja yksilöiden tottumusten muutos voi siis vaatia muutakin kuin toimivat ja rationaalisesti ylivertaiset järjestelmät. Lisäksi vanhemmat sukupolvet sosiaalistavat lapsiaan perinteisiin kulutuksen muotoihin hidastaen innovaatioiden diffuusiota.

## ESIMERKKINÄ OULU

Seuraavaksi käyn läpi Oulun kaupungissa tapahtuneita ja tapahtuvia muutoksia, jotka juontuvat paikan merkitystä heikentävien megatrendien etenemisestä. Oulu on Pohjois-Pohjanmaan suurin kaupunki, jonka asukasluku vuoden 2017 lopussa oli 201 810. Väestönkasvu on ollut 2000-luvulla melko tasaista prosentin-kahden luokkaa, kun kuntaliitokset oikaistaan tilastosta. 2010-luvulla muuttovoiton osuus tästä on ollut noin puolet, kun vuosituhannen ensimmäisinä vuosina muuttovoitto oli huomattavasti pienempi, joskin positiivinen. Vuonna 2015 21,85 % työpaikoista sijaitsi keskustan suuralueella, kun taas seuraavaksi eniten työpaikkoja oli Oulunsuussa ja Linnanmaalla, joissa sijaitsevat Oulun yliopistollinen sairaala ja Pohjois-Pohjanmaan Sairaanhoidopiiri (Oulunsuu) sekä Oulun yliopisto (Linnanmaa). (Tilastotietoja alueittain 2018)



## Uutisartikkelit kuvaavat keskustatilan muutosta

Seuraavaksi tarkastelen, miten tutkielmaan liittyviä aihepiirejä on käsitelty mediassa. Valitut kaksikymmentä uutisartikkelia sekä kaksi muuta lähdettä ovat pääosin Oulun kontekstiin linkittyneitä. Artikkeleiden perusteella verkkokaupan kivijalkamyymälöille luomat haasteet näkyvät jo Oulussa etenkin edullisiin asusteisiin keskittyneiden vaatekauppojen vetäytyessä keskustasta ja ajautuessa taloudellisiin vaikeuksiin: esimerkiksi näkyvillä paikoilla olleet Seppälä (Kuoppala 2017) ja Vima (Manninen 2018) ovat lopettaneet toimintansa ja H&M ei aio jatkaa myymälänsä vuokrasopimusta Oulun keskustassa keväällä 2019 (Mikkonen 2018a). Toisaalta kalliimpia tai esimerkiksi juhlatilanteita varten asusteita myyvät liikkeet ovat yhä osa kaupunkikuvaa, kuten myös Oulussa uudemmat kansainväliset hybridimallilla toimivat vaatekaupat, joilla kivijalkamyymälä toimii myös ikään kuin verkkokaupan mainoksena. Useat liikkeet ovat silti pitäneet myymälänsä toiminnassa kauempana olevissa kauppakeskuksissa, joissa sijainnin hinta liiketoiminnalle on matalampi. Keskustassa on kuitenkin paljon tyhjiä liiketiloja keskeisillä sijainneilla (Iivanainen 2018).

Jakamis- ja alustatalouden vaikutuksetkin näkyvät Oulun kaupunkikuvassa esimerkiksi kirpputorien ja antikvariaattien lopettamisina (Musta 2015; Peltonen 2018) merkinä Tori.fi-palvelun kaltaisten alustojen kasvavasta markkinaosuudesta kiertotalouden saralla. Verkkokauppa-alustojen osuus vertaiskaupan kokonaismarkkinasta onkin Suomessa jo noin 80 % (Peltola 2018). Toisaalta myös julkista tilaa on alettu hyödyntämään vertaiskaupan ympäristönä erityisinä tapahtumapäivinä (Siivouspäivää... 2018). Myös yhteiskäyttöautoille on alkanut syntyä kysyntää (Eksymä 2017), mutta määrät ovat vielä häviävän pieniä. Jakamistalouden ja etätyön näkökulmasta kiinnostava coworking-trendi on myös saavuttanut Oulun (Peltonen 2016).

Myös suoratoistopalveluiden luoma paine elokuvavuokraamoille on nähtävissä, kun ensin paikallinen Videokeidas lopetti toimintansa ja myöhemmin valtakunnallinen ketju Makuuni ajautui konkurssiin (Videovuokraamoketju Makuuni... 2018). Ainakin yksi videovuokraamo Ouluun kuitenkin jää, kun Filmtown avaa myymälän yhden Makuunin entisen myymälän paikalle (Mikkonen 2018b). Sinällään jakamistalouden

edelläkävijöinä vuokrauspalveluiden haasteet tarjoavat mielenkiintoisen näkökulman sen etenemiseen: vaikka kokonaismarkkina ja toimiala kasvaa, vanhat paikkasidonnaiset palveluntarjoajat häviävät kilpailussa born global -tyyppisille alustoille, joiden valtavat asiakasmäärät, verkon kautta välitön saavutettavuus, suurkuluttajille edullisemmat hinnat sekä vaivattomuus muodostavat vankan kilpailuedun. Kiinnostavaa on myös, miten asiakasdataa yhdistelemällä voidaan luoda suositusjärjestelmiä, jotka paikkaavat henkilökohtaisen asiakaspalvelijan asiantuntijuutta osana kuluttamista. Esimerkiksi Netflix ehdottaa uutta katseltavaa jo katsottujen tai arvioitujen elokuvien ja sarjojen perusteella verraten mieltymyksiä muiden asiakkaiden mieltymyksiin sekä suosituksiin. Musiikin saralla siirtyminen suoratoistopalveluihin on Suomessa ollut varsin voimakasta: vuonna 2017 suoratoiston osuus oli jo noin 80 % äänitemusiikin markkinasta. (Äänitemusiikin vuosimyynti 2017). Oulussa äänilevymyymälöiden määrä ei ole aiemminkaan ollut merkittävä, mutta hyllytila on vähentynyt niin tavaratalojen vaikeuksien kautta kuin toimijoiden muuttaessa pienempiin tiloihin tai vähentäessä äänitteille varattua hyllytilaa.

Mielenkiintoista on myös verkkokauppaan liittyvä yksityisyyden näkökulma. Esimerkiksi erotiikkaliikkeiden määrä on Oulussa vähentynyt, kun verkkokaupasta postissa tulevat paketit ovat huomiota herättämättömiä eikä asioidessa tarvitse huolehtia siitä, tuleeko naapureita vastaan. Siinä mielessä verkkokauppa toimii myös tabujen sekä yksityisyyden ylläpitäjänä. Toisaalta tiettyjen toimialojen digitalisoituminen ensimmäisten joukossa voi myös antaa viitteitä tällaisista tabuista.

Oulun kaupunkimaisema on muuttunut liiketilojen osalta jo jonkin verran: ydinkeskustan liiketiloja täyttää yhä enemmän paikkasidonnaiset palvelut, kuten parturi-kampaamot, ravintolat, lääkäriasemat (esim. Laine 2018) ja kuntosalit. Vähittäiskauppa rajoittuu yhä enemmän erikoisliikkeisiin ja suuremmat, kattavammat myymälät ovat sijoittuneet keskusta-alueen ulkopuolisiin kaupan keskittymiin, joissa tila on edullisempaa ja saavutettavuus autolla verrattain hyvä. Keskusta-alue on myös kehittynyt entistä ystävällisemmäksi kevyttä liikennettä (esim. Sankala 2018) ja joukkoliikennettä kohtaan, mikä osaltaan selittää paljon tilaa vievien sekä haastavammin liikuteltävien tuotteiden myynnin sijoittumista keskustan ulkopuolelle, missä suuret ostokset on helppo siirtää myymälän vierelle pysäköityyn autoon. Tämä kehityskulku noudattelee Ristimäen

(2017) kaupunkivyöhykkeiden jaottelua jalankulku-, joukkoliikenne- ja autoilukaupunkiin.

Keskustan kilpailukykyä autoilla asioiville on pyritty parantamaan maanalaisen pysäköinnin hankkeilla, kuten Kivisydämellä, joka muodostaa kattavan pysäköintiluolaston Oulun ydinkeskustan alueella (Kivisydämen kartta ja sisäänkäynnit). Toisaalta ydinkeskustan aiemmin muodostanutta Rotuaarin kävelykatua on pyritty muokkaamaan enemmän ostoskeskusmaiseksi. Vanhat mukulakivet on korvattu ympärivuotisesti sulana olevalla alustalla (Pasanen 2011) ja Rotuaarin kattamista (Sankala 2016; Rättilä 2018) on pohdittu mikroilmaston lämmittämiseksi.

Oulussa on myös yhä kaavoitettu kilpailijoita keskustalle. Esimerkiksi Oulunportin yleissuunnitelma (Mikkola 2018) tuo reilusti kaupungin eteläpuolelle noin 100 000 uutta kerrosneliometriä, joille odotetaan Oulun yhdyskuntajohtaja Matti Matinheikin mukaan vahvaa kysyntää. Kaupan alueelle myös odotetaan toimialarakennetta, joka ei uhkaa keskustan kilpailukykyä. Pohjoispuolelle suunniteltua Ritaportin kaupan aluetta käsittelevässä Kalevan uutisartikkelissa (Oulu repii hyötyjä Nelostiestä 2018) tuodaan esiin huolia näiden kahden hankkeen vaikutuksista keskustan elinvoimaisuuteen - taustalla arvioidaankin olevan myös kilpailu keskustasta kauemmaksi haluavista yrityksistä, jotka muuten valuisivat kehyskuntien puolelle. On ongelmallista, että alueensisäinen ja kuntienvälinen kilpailu uhkaa näivettää kaikkien tahojen suunnittelemissa sekä jo olemassa olevia keskuksia: kun edullisia liiketiloja on saatavilla paljon, tarjonta ylittää kysynnän ja kustannushyödyt liiketoiminnan siirtämisestä Oulun keskustan ulkopuolelle kasvavat vuokrapaineiden kasvaessa. Toki pitkällä aikavälillä tällä voi olla vaikutusta myös keskusta-alueen vuokratason, minkä pitäisi markkinadynamiikan kautta täyttää keskustan liiketiloja.

Ylen uutisartikkelin lausuntojen (Veräjänkorva 2018) perusteella keskusta-alueen vuokrataso ei kuitenkaan ole sopeutunut markkinadynamiikan mukaisesti pienentyneeseen kysyntään, vaan vuokrien pysyessä ennallaan myös liiketiloja on jäänyt paljon tyhjilleen. Tyhjien kerrosneliömetrien määrään vaikuttaa Oulussa myös Stockmannin tavaratalon lopettamisen takia vapautuneet suuret tilat. Muualta keskustan alueelta yrityksiä on siirtynyt kauppakeskus Valkeaan, joka avattiin vuonna 2016.

## **Oulun kaupunkistrategia: Valovoimainen Oulu 2026**

Oulun kaupungin strategian (Valovoimainen Oulu 2018) kolme painopistealuetta ovat “Elinvoimainen Oulu kasvaa ja kansainvälistyy”, “Vetovoimainen Oulu on pohjoisen luonnon ja kulttuurin kaupunki” ja “Pitovoimainen Oulu on hyväntuulinen korkean osaamisen kaupunki”. Strategiassa on ainakin jollain tasolla tunnistettu tulevaisuuden haasteita ja toimintaympäristön muutoksia osana alueellista kilpailua sekä pienten ja keskisuurten kaupunkien elinvoimaisuuden kehittämistä. Esimerkiksi painopistealueista ensimmäisessä mainitaan kaupunkirakenteen tiivistäminen ja toisessa keskustan elävöittäminen sekä omaleimaiseksi tekeminen (Valovoimainen Oulu 2018: 8). Strategian valmistelussa (Valovoimainen Oulu 2018: 13) on noussut esiin useita tutkielman kannalta kiinnostavia teemoja: niin työpaikkojen kuin asukasmääränkin kasvu on ymmärretty tärkeäksi, kuten myös pehmeät vetovoimaa vahvistavat tekijät kuten luonto, kulttuuri ja kohtaamiset. Myös keskusta-alueen elävöittäminen sekä edellä mainitut Linnanmaan ja Kontinkankaan kampukset on mainittu, mikä heijastaa visiota monikeskuisesta Oulusta.

Näiden huomioiden välisiä vuorovaikutussuhteita sen sijaan ei ole ainakaan avattu strategiassa, mikä herättää epäilyksen laajemman kokonaiskuvan hahmottamisesta. Siksi tarkastelen myös ohessa julkaistua toimintaympäristöanalyysin tiivistelmää. Mielenkiintoista on, miten Oulun kaupungista tehdystä tyypillisestä SWOT-analyysistä on jätetty pois heikkoudet-osio. Vahvuudet, uhkakuvat ja mahdollisuudet on kuitenkin listattu, tosin uhkakuvat on suurimmilta osin kohdistettu ulkoapäin tuleviin haasteisiin tai vähintäänkin ulkoistettu. Esimerkiksi strategian epäonnistumista tai sisällöllisiä vikoja ei nähdä uhkakuvana, mutta “Sote- ja maakuntauudistus hidastaa kaupungin elinvoiman kehitystä” tai “Vetovoiman ja imagon heikkeneminen” on nostettu esiin. Ainoita sisäsyntyisiä uhkakuvia ovat “Rohkeuden puute ja uusiutuminen, ei tartuta mahdollisuuksiin” sekä “Päätöksentekijöiden ja johdon sitoutumattomuus yhteiseen muutokseen”. Itse strategia-asiakirjassa mainittujen asioiden, kuten keskustan elinvoimaisuuden osalta sen sijaan ei ole havaittu minkäänlaisia uhkakuvia, kuten tilankäytön tehostuminen tai paikan merkityksen häviäminen, vaan korkeintaan ongelmallisia loppuskenaarioita ilman havaintoja niihin vaikuttavista muutosvoimista.

Digitalisaatio, kaupungistuminen ja vetovoimaisten kaupunkikeskusten kehitys on kuitenkin nähty mahdollisuutena. Erityisen huolestuttavaa tässä on se, miten Oulu pyrkii brändäämään itseään teknologiakaupunkina, kun esimerkiksi ohjelmointityötä on mahdollista tehdä paikassa kuin paikassa, kunhan käytettävissä on tietokone. Myöskään kaupungistumisen trendiä pienemmistä suurempiin keskuksiin ei ole esitetty uhkana: kuitenkin huomattava määrä nuoria muuttaa myös Oulusta Etelä-Suomen suurempiin kasvukeskuksiin.

Valovoimainen Oulu -kaupunkistrategia vaikuttaakin näennäisen syvälliseltä ja tieteelliseltä markkinointimateriaalilta todellisen toimintaa ohjaavan strategian sijaan. Strategiaa olisikin hedelmällistä tutkia esimerkiksi alueidentiteetin tuottamisen ja organisaatioiden sisäisten koheesiotoimien näkökulmasta, koska sen tarkoitusperät vaikuttavat keskittyvän sellaisiin seikkoihin. Toki keskittyminen yksittäiseen asiakirjaan ei kuvasta kattavasti strategiaa, joka todellisuudessa muodostuu koko organisaation toimintojen ja valintojen kautta tavalla, jota on helppoa arvioida tai kuvailla vain retrospektissä.

Kaupunkistrategian valmisteluaineistossa on myös yleiskaavapäällikkö Paula Paajasen esitys “Kehittyvä yhdyskuntarakenne kasvun mahdollistajana” (2017), jossa suunnitelmat kaupunkirakenteen kehittämistä muun muassa täydennysrakentamisen keinoin konkretisoituvat. Keskustan kehittämisessä mainittua täydennysrakentamista harjoitetaan “erittäin tehokkaasti koko alueella” (Paajanen 2017: 10), ja ydinkeskustaa ympäröivien Raksilan, Myllytullin, Koskikeskuksen, Tuiran, Limingantullin sekä Karjasillan osioissa mainitaan tiivistäminen ja monipuolistaminen. Myös “Vahva toimintojen sekoittuminen”, “Monipuoliset keskustahakuiset palvelut ja työpaikat” sekä “Vilkas kaupunkikulttuuri” mainitaan kaupunkikeskustan kehittämisen osiossa (Paajanen 2017: 13). Myös alakeskusten, kuten Linnanmaan kampuksen, yhdistäminen keskustaan bulevardilla raitiovaunuineen (Paajanen 2017: 14) nähdään tulevaisuuden suunnitelmissa, kun taas suuria perifeerisiä lähiöalueita ei enää aiota rakentaa (Paajanen 2017: 16), vaan keskitytään keskustusten tiivistämiseen sekä “eheyttävään laajentamiseen”.

## TULOKSET

Oulun kaupungin keskustan toimialamurroksen perusteella on havaittavissa, että 2010-luvulla talouden toimintojen paikan merkityksen häviäminen ja virtuaaliseen tilaan siirtyminen ovat jättäneet jälkensä keskustatilaan. Toistaiseksi ilmiön voimakkaimmat vaikutukset ovat kohdistuneet pitkälti yksittäisiin toimialoihin, kuten erotiikkabisnekseen, asustekauppaan, viihde-elektroniikkaan ja eri vertaiskaupan toimijoihin, kuten kirpputoreihin. Toisaalta osa yrityksistä on sijoittanut myymälänsä kauas keskustasta vaihtoehtoisin kaupan keskittymiin kilpailukykyä parantamiseksi.

Verrattuna esimerkiksi Zhangin ym. (2016) Kiinassa saamiin tuloksiin verkkokaupan vaikutuksista eri toimialoihin ja sitä kautta liiketilojen kysyntään, voidaan Oulussa huomata joitain yhtäläisyyksiä. Esimerkiksi edullisiin tuotteisiin keskittyvän asustekaupan siirtyminen verkkoon on myös Oulussa vaikuttanut keskusta-alueen myymälöihin. Kiinassa jo yleistynyt ruoan verkkokauppa ei ole ainakaan vielä kovin suurta Suomessa (Kempas 2018b), tosin kasvuluvut ovat useita kymmeniä prosentteja vuosittain, mikä ennakoi valtavaa absoluuttista muutosta pidemmällä aikavälillä. Vertailtavuutta heikentää keskusten kokoluokkaerot Kiinan miljoonakaupunkien sekä Oulun noin 200 000 asukkaan välillä. Pohjoismaissa verkkokaupan kehitystä seuraa ja analysoi muun muassa logistiikkayhtiö PostNord, jonka puolivuosisraportin (Verkkokauppa Pohjoismaissa 2018) mukaan Suomessa verkkokauppaa käyttävien kuluttajien osuus väestöstä on pienempi kuin muissa Pohjoismaissa. Tutkielmassa tarkastelluissa artikkeleissa esille nousseiden asuste- ja viihde-elektroniikkasegmenttien verkkokaupan osuus on niin Suomessa kuin muissakin Pohjoismaissa yksiä keskeisimmistä tuoteryhmistä. Toisaalta etenkin Ruotsiin verrattuna esimerkiksi kauneuden ja terveyden segmentin verkkokauppa on Suomessa selkeästi jäljessä (Verkkokauppa Pohjoismaissa 2018: 10). Oulua käsittelevissä uutisartikkeleissa tuoteryhmä ei noussut esille.

Etätyön suurista vaikutuksista Oulun toimistotilojen kysyntään ei löytynyt tuoreita viitteitä uutisartikkeleista. Tähän vaikuttaa todennäköisesti se, että Suomi on ollut etätyöskentelyssä edelläkävijämaa. Coworking-trendi on kuitenkin artikkeleiden perusteella saapunut myös Ouluun.

On kuitenkin olennaista huomioda, että liiketoiminnan rakenteellisten ja kilpailullisten haasteiden havaitseminen on verkkokaupan luonteen vuoksi haastavaa, minkä takia yritykset voivat olettaa haasteidensa olevan markkinalähtöisiä ja jatkavat liiketoimintaansa jopa vuosia liiketoimintansa tappiollisuudesta huolimatta. Oulussa verkkokauppa on kuitenkin yrityksissä huomattu kivijalkamyymälöiden haastajana, etenkin jos toimitilat eivät ole yrityksen omistuksessa.

Sekä Oulun kaupungin strategia-asiakirjoissa että uutisartikkeleissa on mainintoja kaupunkirakenteen monikeskuisuudesta, joka vaikuttaa Oulussa perustuvan funktionaalisiin keskuksiin - jokaisella niistä on oma erityistehtävänsä sen sijaan, että ympäri aluetta olisi ripoteltu samanlaisella tarjonnalla varustettuja kaupan keskuksia. Oulun kaupungin strategiaa ja sen valmisteluaineistoja analysoitaessa nousi esiin myös se, että kaupungin työntekijät ovat asianmukaisesti reagoimassa tilankäytön muutoksiin ja kehittämässä elinvoimaista keskustaa, vaikkei aineistossa ilmiötä mainitakaan. Haasteena tulee kuitenkin mahdollisesti olemaan poliitikkojen ratkaisut sekä alueellisen kilpailun luomat ristiriidat. Myös yksittäiset tekijät, kuten Oulun yliopisto, ovat merkittäviä kaupungin kasvun ajureita, mikä on poliittinen riski koko Oulun kehitykselle: yliopiston rahoitustilanne voi heikentyä alue- sekä koulutuspoliittisten linjausten mukaan, mikä heijastuisi negatiivisesti alueen väestönkehitykseen heikomman koulutustarjonnan kautta. Tällä voisi olla edelleen vaikutuksia Oulun kykyyn houkutella investointeja sekä yritysten toimipisteitä näivettäen keskustan vetovoimaa ja elinvoimaisuutta.

Kirjallisuuskatsauksen, uutisartikkeleiden ja strategia-asiakirjojen perusteella voidaan tehdä päätelmä, että verkkokauppa, jakamis- ja alustatalous sekä palvelullistuminen ovat nivoutuneet yhteen tavalla, joka haastaa vanhoja tilankäytön tapoja ja tehostaa niitä. Toisaalta ilmiöt myös tuottavat palveluita, jotka mahdollistavat taloudellisen toiminnan sijainnista riippumatta esimerkiksi älypuhelimien välityksellä: Oulun kaltaisissa ympäristöissä ei enää ole vain tiettyjä kuluttamisen paikkoja, vaan tuotteita ja palveluita voidaan ostaa ja tilata mistä tahansa.

## POHDINTA

Oulun tapausesimerkissä Rotuaarin kävelykadun muuttaminen enemmän sisätilankaltaiseksi tuskin ratkaisee sen elinvoimaisuuden ydinongelmia ja voi jopa tehdä siitä huonommin ostoskeskuksista erottautuvan. Kyseisillä investoinneilla sekä kohoavilla ylläpitokustannuksilla tuskin saavutetaan merkittävää kehitystä: on hyvä muistaa, että koko ostoskeskustoimiala on ollut 2000-luvulla hankaluuksissa. Keskustatilan elinvoimaisuutta tulisikin kohentaa keskittyen sen vahvuuksiin sekä yksilötason merkityksiin. Vetovoiman kasvattamisen tulee perustua nimenomaan paikan uniikkiuteen, elämyksiin ja sen merkitykseen ihmisten tunnelmallisena kohtaamispaikkana; pehmeät vetovoimatekijät ovat avainasemassa keskustan kilpailukyvyn kannalta. Kaupunkiorganisaation mahdollisuudet ovat kuitenkin rajallisia: erilaisia palveluita ja esimerkiksi kauppoja ei voida ylhäältäpäin määrätä perustettaviksi, vaan niille täytyy olla toteuttajia.

Siksi kaupunkialueen tilallinen suunnittelu on avainasemassa keskustan elinvoimaisuuden kehittämiseksi. Olennaista on mahdollistaa uusien kiinteiden ja väliaikaisten vetovoimatekijöiden syntyminen esimerkiksi toiminnallisuuden sekä tapahtumien edistämisen kautta ja rakentamalla monikäyttöistä tilaa sekä infrastruktuuria, joka on hyödynnettävissä niin tapahtumissa kuin niiden ulkopuolellakin. Kaupunkikulttuurin edistämisen ja tukemisen tulisi olla keskeinen osa keskustojen kehittämisen strategiaa, jossa kaupungin kulttuuripalvelut toimivat yhteistyössä paikallisten yhdistysten sekä yksityisen sektorin kanssa. Toisaalta on hyvä huomioida, että vaikka kaupunki organisaationa tekisi keskustasta houkuttelevan paikan itsessään, on yrityksistä kiinni, hyötyvätkö ne läheisyyteen tulevista asiakasvirroista – vaikka on helposti asiakkaiden saavutettavissa, tulee olla muihin kulutusvaihtoehtoihin verrattuna kilpailukykyinen joko hinnan tai esimerkiksi erinomaisen palvelun luoman lisäarvon suhteen.

Vaikka tutkielmani on perustunut verkkokaupan, etätyön, palvelullistumisen sekä alusta- ja jakamistalouden luomiin haasteisiin keskustojen nykyiselle merkitykselle, tulee muistaa ihmisten tilasuhteiden, yksilöllisten arvojen sekä palvelukokemusten merkitys jokapäiväisessä toiminnassa. Tulevaisuudessakin ostosten tekeminen voidaan nähdä



viihteenä siinä missä elokuvissa käyntikin: vaikka elokuvia voi katsoa kotona edullisemmin, se voidaan nähdä eräänlaisena sosiaalisena rituaalina, josta ollaan valmiita maksamaan. Siksi on keskustojen elinvoimaisuuden kannalta olennaista brändätä keskustatilaa nimenomaan pehmeiden arvojen, kohtaamisten ja elämysten kautta sekä vakiinnuttaa käytäntöjä, joiden kautta keskustasta tulee muutakin kuin osin negatiivisesti sävyttyneiden työnteon tai kuluttamisen tiloja. Keskustasta voidaan luoda alueellisen yhteisön materiaallinen kiinne kohta, jossa myös luodaan alueensisäistä koheesiota ja identiteettiä.

Paikan merkityksen heikentyminen useissa talouden toiminnoissa voi myös luoda mahdollisuuksia: vuokratilustannusten aleneminen kysynnän heiketessä voi tehdä sellaisista liiketoiminnoista kannattavia, jotka ovat aiemmin olleet kannattamattomia. Toisaalta se myös parantaa alueen kilpailukykyä ja sitä kautta normalisoi kysyntää, jolloin markkinavoimat korjaavat ongelman kuin itsestään. Esimerkiksi pienillä pääomilla toimintaansa ylläpitävät start-upit arvostavat edullista toimistotilaa, mikä voi pitkällä aikavälillä tuoda alueelle lisää osaavaa työvoimaa ja kasvavia pienyrityksiä. Täytyy myös muistaa, että keskittyminen muodostaa usein kasvun noidankehän, kun markkinat kasvavat houkuttaen uusia yrityksiä ja sitä kautta ihmisiä, jotka taas kasvattavat markkinoita. Vanhat maantieteelliset gravitaatiomallit ovatkin siinä mielessä yhä relevantteja.

Tulevaisuudessa tutkielman aiheesta olisi hedelmällistä tehdä tutkimusta erilaisten aineistojen, kuten tilastojen tai haastattelujen avulla. Myös erotiikka-alan ja muiden perinteisesti tabuisten toimintojen siirtyminen verkkoon on kiinnostava tutkimusaihe maantieteilijöiden kannalta. Toisaalta tutkielmassa käsiteltyjen megatrendejien tutkiminen tilallisesta näkökulmasta olisi suotavaa, etenkin tilankäytön tehostumisen sekä paikan merkityksen heikentymisen näkökulmista.

## LÄHTEET

- Angel, S. & A. Blei (2016). The spatial structure of American cities: The great majority of workplaces are no longer in CBDs, employment sub-centers, or live-work communities. *Cities* 51, 21-35.
- Bouncken, R. & A. Reuschl (2018). Coworking-spaces: how a phenomenon of the sharing economy builds a novel trend for the workplace and for entrepreneurship. *Review of Managerial Science* 12: 1, 317-334.
- Burt, S. & L. Sparks (2003). E-commerce and the retail process: a review. *Journal of Retailing and Consumer Services* 10, 275-286.
- Dixon, T. & A. Marston (2002). U.K. Retail Real Estate and the Effects of Online Shopping. *Journal of Urban Technology* 9: 3, 19-47.
- EKP pitää odotetusti ohjaukorkonsa ennallaan – pysyy nollassa vähintään ensi kesään saakka. (2018). Yleisradio. <<https://yle.fi/uutiset/3-10324401>>. 26.7.2018.
- Eksymä, S. (2017). Ouluun halutaan yhteiskäyttöautoja. Kaleva, Oulu. <<https://www.oululehti.fi/uutiset/ouluun-halutaan-yhteiskayttoautoja-6.255.279170.7fd85cc709>>. 31.8.2017.
- Falk, M. & E. Hagsten (2015). E-commerce trends and impacts across Europe. *International Journal of Production Economics* 170: 357-369.
- Foo Sing, T. (2005). Impact of information and communications technology on real estate space: Perspective of office occupiers. *Journal of Property Investment & Finance* 23: 6, s. 494-505.
- Fritze, M., F. Urmetzer, G. Khan, M. Sarstedt, A. Neely, & T. Schäfers (2018). From Goods to Services Consumption: A Social Network Analysis on Sharing Economy and Servitization Research. *Journal of Service Management Research* 2: 3, 3-16.
- Hardill, I. & A. Green (2003). Remote working - altering the spatial contours of work and home in the new economy. *New Technology, Work and Employment* 18: 3. 11 s.
- Helminen, V., M. Ristimäki & K. Oinonen (2003). *Etätyö ja työmatkat Suomessa*. Ympäristöministeriö, Helsinki. <[https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/40503/SY\\_611.pdf?sequence=1](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/40503/SY_611.pdf?sequence=1)>.
- Herrala, O. (2014). Toimitiloissa huimaa tuhlausta. Kauppalehti. <<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/toimitiloissa-huimaa-tuhlausta/7c26fa0b-d5ef-35ef-9cef-731e8d7bf75a>>. 9.12.2014.
- Herrala, O. (2016). Pankkien konttorit katoavat. Kauppalehti. <<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/pankkien-konttorit-katoavat/6b102a9e-f5b8-34eb-a164-a7a1bcb8f565>>. 12.8.2016.

- Herrala, O. (2018). Rakentaminen hyytyy pelottavasti - työmaat hiljenevät. Kauppalehti. <<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/rakentaminen-hyytyy-pelottavasti---tyomaat-hiljenevat/uju9yisc>>. 13.8.2018.
- Hracs, B. & J. Jansson (2017). Death by streaming or vinyl revival? Exploring the spatial dynamics and value-creating strategies of independent record shops in Stockholm. *Journal of Consumer Culture* 0, s. 1-20.
- Häkkinen, I. (2000). *Muuttopäätös ja aluevalinta Suomen sisäisessä muuttoliikkeessä*. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus, VATT-tutkimuksia 1990-2008, 86 s.
- Iivanainen, T. (2018). Kauppurienkatu on jälleen täyttynyt lähes kokonaan, mutta tyhjiä liiketiloja löytyy Oulun keskustasta edelleen - "Keskustaa pitäisi nykyaikaistaa rankalla kädellä". Kaleva, Oulu. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/kauppurienkatu-on-jalleen-tayttynyt-lahes-kokonaan-mutta-tyhja-liiketiloja-loytyy-oulun-keskustasta-edelleen-keskustaa-pitaisi-nykyaikaistaa-rankalla-kadella/802946/>>. 24.8.2018.
- Joutsiniemi, A. (2010). Becoming Metapolis - A Configurational Approach. *Datutop* 32, 354 s. Tampere University of Technology.
- Kempas, K. (2018). Amazon on saapumassa pian Suomeen - vai onko sittenkään? Helsingin Sanomat. <<https://www.hs.fi/talous/art-2000005729450.html>>. 22.6.2018.
- Kempas, K. (2018). Miksi ruoan verkkokauppa on Suomessa yhä nappikauppaa? Keskolta ja S-ryhmältä puuttuvat ärhäkät kirittäjät, arvioi tutkija. Helsingin Sanomat. <<https://www.hs.fi/talous/art-2000005787264.html>>. 11.8.2018.
- Kivisydämen kartta ja sisäänkäynnit. <<http://oulunpysakointi.fi/kivisydamen-kartta-ja-sisaankaynnit/>>. Luettu 27.10.2018.
- Kuoppala, M. (2017). Seppälä meni konkurssiin. Oululehti. <<https://www.oululehti.fi/uutiset/seppala-meni-konkurssiin-6.255.284990.9ce46cb773>>. 15.9.2017.
- Laine, L. (2018). Pihlajalinna avasi Oulun-yksikkonsä Anttilan tiloihin - sisustus- ja kodintekniikkaosaston paikalla on nyt sairaala ja lääkärikeskus. Kaleva, Oulu. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/talous/pihlajalinna-avasi-oulun-yksikkonsa-anttilan-tiloihin-sisustus-ja-kodintekniikkaosaston-paikalla-on-nyt-sairaala-ja-laakarikeskus/781307/>>. 9.1.2018.
- Langley, P. & A. Leyshon (2017). Platform capitalism: the intermediation and capitalisation of digital economic circulation. *Finance and society*, 3: 1, 11-31.
- Lee, D. J. (2015). Embodied bicycle commuters in a car world. *Social & Cultural Geography*, 17: 3, 401-422.
- Manninen, J-P. (2018). Vima hakeutuu konkurssiin – uusien vuokralaisten puuttuminen kiinteistöstä söi asiakasvirtoja. Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/vima-hakeutuu-konkurssiin-uusien-vuokralaisten-puuttuminen-kiinteistosta-soi-asiakasvirtoja/805643/>>. 21.9.2018.

- Martin, C. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149-159.
- Mikkola, A. (2018). Oulunportin suunnitelma hyväksyttiin - moottoritien varteen tulee uusi kauppalaue. Kaleva, Oulu. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/ouluportin-suunnitelma-hyvaksyttiin-moottoritien-varteen-tulee-uusi-kauppa-alue/797734/>>. 26.6.2018.
- Mikkonen, E. (2018). H&M lopettaa Oulun Kirkkokadun myymälän vuoden päästä. Kaleva, Oulu. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/hm-lopettaa-oulu-kirkkokadun-myymalan-vuoden-paasta/793298/>>. 12.5.2018.
- Mikkonen, E. (2018). Filmtown avaa myymälän Oulun Torikadulle lokakuussa - myös toisesta liiketilasta käydään neuvotteluja. Kaleva, Oulu. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/filmtown-avaa-myymalan-oulu-torikadulle-lokakuussa-myos-toisesta-liiketilasta-kaydaan-neuvotteluja/805666/>>. 21.9.2018.
- Miller, N. (2014). Workplace trends in office space: implications for future office demand. *Journal of Corporate Real Estate*, 16: 3, 159-181.
- Musta, T. (2015). Oulun keskustan antikvariaatti sulkee ovensa, vaikka ihmiset edelleen ostavat kirjoja. Vinkka news. Oamkin journalistiopiskelijoiden julkaisu. <<http://vinkka.news/uutiset/oulu/oulu-keskustan-antikvariaatti-sulkee-ovensavaikka-ihmiset-edelleen-ostavat-kirjoja/>>. 26.11.2015.
- Moisio, S. (2012). *Valtio, alue, politiikka: Suomen tilasuhteiden sääntely toisesta maailmansodasta nykypäivään*. 357 s. Vastapaino, Tampere.
- Oulun kaupunki (2018). Tilastotietoja aihealueittain. <<https://www.ouka.fi/oulu/oulu-tietoa/tilastotietoja-aihealueittain>> luettu 31.10.2018.
- Oulu repii hyötyjä Nelostiestä (2018). Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/mielipide/paakirjoitukset/oulu-repii-hyotyja-nelostiesta/797849/>>. 28.6.2018.
- Paajanen, P. (2017). Kehittyvä yhdyskuntarakenne kasvun mahdollistajana. Diasarja. <[https://www.ouka.fi/documents/52058/17394318/Paajanen\\_KV\\_strategiaseminaari\\_21112017.pdf/2dac269d-6d2a-43e7-aeef-ece85079017a](https://www.ouka.fi/documents/52058/17394318/Paajanen_KV_strategiaseminaari_21112017.pdf/2dac269d-6d2a-43e7-aeef-ece85079017a)>. 21.11.2017.
- Parent-Thirion, A., G. Vermeulen, G. van Houten, M. Lyly-Yrjänäinen, I. Biletta & J. Cabrita (2012). *Fifth European Working Conditions Survey - Overview report*. Euroopan elin- ja työolojen kehittämissäätiö. 160 s.
- Pasanen, A. (2011). Rotuaarin lumi sulaa loskaksi. Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/rotuaarin-lumi-sulaa-loskaksi/559975/>>. 18.12.2011.
- Pekkola, J. (2002). Etätyö Suomessa. Fyysiset, virtuaaliset, sosiaaliset ja henkiset työtilat etätyöympäristöinä. *Publications of the Swedish School of Economics and Business Administration* 104, 303 s. Yliopistopaino, Helsinki 2002.
- Peltola, S. (2018). Käytetyn tavaran nettikauppa jatkaa kasvuaan. Aamulehti. <<https://www.aamulehti.fi/uutiset/kaytetyn-tavaran-nettikauppa-jatkaa-kasvuaan-200714370>>. 2.2.2018.

- Peltonen, H. (2016). Stockmannin neljänteen kerrokseen tulossa luovaa työtilaa. Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/stockmannin-neljanteen-kerrokseen-tulossa-luovaa-tyotilaa/725737/>>. 21.4.2016.
- Peltonen, H. (2018). Pelastusarmeijan kirpputorit katoavat Oulusta Limingantullin myymälää lukuun ottamatta, yhdeksän työntekijää irtisanottiin. Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/pelastusarmeijan-kirpputorit-katoavat-oulusta-limingantullin-myymalaa-lukuun-ottamatta-yhdeksan-tyontekijaa-irtisanottiin/804768/>>. 16.9.2018.
- Pine, J. & J. Gilmore (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review* 76:6, 97-105.
- Rehunen, A., V. Helminen, P. Kosonen, A. Viinikka, O. Ahonen, & H. Käyhkö (2014). Keskusta-alueet ja vähittäiskauppa kaupunkiseuduilla. *Ympäristöministeriön raportteja* 8/2014, 104 s.
- Ristimäki, M., M. Tiitu, V. Helminen, H. Nieminen, K. Rosengren, V. Vihanninjoki, A. Rehunen, A. Strandell, A. Kotilainen, L. Kosonen, H. Kalenoja, J. Nieminen, S. Niskanen, & P. Söderström (2017). Yhdyskuntarakenteen tulevaisuus kaupunkiseuduilla – Kaupunkikudokset ja vyöhykkeet. *Suomen Ympäristökeskuksen Raportteja* 4/2017, 186 s.
- Rättilä, M. (2018) Oulun Rotuaarin kattaminen taas selvittelyssä, ajatuksena houkuttaa asiakasvirrat takaisin keskustaan – ”Edellyttää kiinteistöjen osallistumista kustannuksiin”. Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/oulu-rotuaarin-kattaminen-taas-selvittelyssa-ajatuksena-houkuttaa-asiakasvirrat-takaisin-keskustaan-edellyttaa-kiinteistojen-osallistumista-kustannuksiin/810783/>>. 22.11.2018.
- Sankala, K. (2016). Rotuaaria sovitetaan nyt katon alle – katso kolme visiota. Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/rotuaaria-sovitetaan-nyt-katon-alle-katso-kolme-visiota/740721/>>. 13.10.2016.
- Sankala, K. (2018). Pakkahuoneenkadusta tulee uusi pyöräkatu - työt on tarkoitus aloittaa toukokuussa. Kaleva, Oulu. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/pakkahuoneenkadusta-tulee-uusi-pyorakatu-tyot-on-tarkoitus-aloittaa-toukokuussa/787626/>>. 13.3.2018.
- Siivospäivää vietetään taas lauantaina - oululaiset voivat pystyttää myyntipisteitä. (2018). Kaleva, Oulu. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/siivospaivaa-vietetaan-taas-lauantaina-oululaiset-voivat-pystyttaa-myyntipisteita/794314/>>. 22.5.2018.
- Swilley, E. & R. Goldsmith (2013). Black Friday and Cyber Monday: Understanding consumer intentions on two major shopping days. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20: 1, 43-50.
- Toivonen, S. & K. Viitanen (2015). Forces of change shaping the future commercial real estate market in the Helsinki Metropolitan Area in Finland. *Land Use Policy* 42, 471-478.

- Turban, E., J. Outland, D. King, J. K. Kyu, T-P. Liang & D. Turban (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. 9. p. 498 s. Springer Texts in Business and Economics.
- Urban Agenda for the EU: 7 out of 10 city dwellers aged 20 to 64 are employed: Almost a quarter of all city dwellers at risk of poverty or social exclusion. (2016). Eurostat. <<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7411586/1-30052016-AP-EN.pdf/15823330-b9c3-4813-a8e4-706accc967b3>>.
- Valkea muutti keskustan asia-kas-vir-to-ja, tyhjiä liiketiloja runsaasti. (2017). Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/talous/valkea-muutti-keskustan-asiakasvirtoja-tyhja-liiketiloja-runsasti/756053/>>. 3.4.2017.
- Valovoimainen Oulu: Kaupunkistrategia 2026 (2018). <<https://www.ouka.fi/documents/52058/17394318/KaupunkistrategiaOulu2026+final.pdf/8426ea0a-4a9b-40ad-9ab4-2c3988125262>>. 26.2.2018.
- Venäläinen, J. (2017). Kirjasto yhteiskäytön insituutiona. Yleisten kirjastojen neuvoston kokous 1/2017, 55 s. <[https://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/YKN-2017-Kevat\\_esitys\\_Juhana-Venalainen\\_Kirjasto-yhteiskayton-instituutiona.pdf](https://www.kirjastot.fi/sites/default/files/content/YKN-2017-Kevat_esitys_Juhana-Venalainen_Kirjasto-yhteiskayton-instituutiona.pdf)>.
- Verkkokaupan kasvu jatkui – mobiilisti tehdään jo lähes kolmannes verkko-ostoksista. (2018). Keski-suomalainen. <<https://www.ksml.fi/talous/Verkkokaupan-kasvu-jatkui-%E2%80%93-mobiilisti-tehd%C3%A4n-jo-l%C3%A4hes-kolmannes-verkko-ostoksista/1121774>>. 12.3.2018.
- Verkkokauppa Pohjoismaissa: Puolivuotisraportti 2018 (2018). PostNord. <<https://www.postnord.fi/siteassets/raportit/verkkokauppa-pohjoismaissa/verkkokauppa-pohjoismaissa-puolivuotisraportti-2018.pdf>>.
- Veräjänkorva, A. (2018). Korkea vuokrataso näivettää Oulun ydinkeskustaa - “Tuntuu, että suurin piirtein vain ravintolatoiminta kannattaa”. Yle, Oulu. <<https://yle.fi/uutiset/3-10042944>>. 8.2.2018.
- Videovuokraamoketju Makuuni hakeutui konkurssiin - kaikki noin 120 työntekijää irtisanotaan. (2018). Kaleva. <<https://www.kaleva.fi/uutiset/talous/videovuokraamoketju-makuuni-hakeutui-konkurssiin-kaikki-noin-120-tyontekijaa-irtisanotaan/802833/>>. 22.8.2018.
- Väestörakenne 2017 (2017). Tilastokeskus. <[https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_vaesto.html#v%C3%A4est%C3%B6nik%C3%A4rakenne31.12.](https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#v%C3%A4est%C3%B6nik%C3%A4rakenne31.12.)>. 4.4.2018.
- Wallenborn, G. & H. Wilhite (2014). Rethinking embodied knowledge and household consumption. *Energy Research & Social Science* 1, 56-64.
- Worzala, E.M., A.M. McCarthy, T. Dixon & A. Marston (2002). E-commerce and retail property in the UK and USA. *Journal of Property Investment & Finance*, 20: 2, 142-158.
- Zhang, D., P. Zhu & Y. Ye (2016). The effects of E-commerce on the demand for commercial real estate. *Cities* 51, 106-120.
- Äänitemusiikin vuosimyynti 2017 (2018). Ifpi musiikkituottajat ry. Powerpoint-esitys.