

KAAVOITUS- JA KAUPPAPAIIKASUUNNITTELU

Rova Timo

Opinnäytetyö
Maanmittaustekniikka
Insinööri (AMK)

2022

Maanmittaustekniikka
Insinööri (AMK)

Tekijä	Timo Rova	Vuosi	2022
Ohjaaja	Katja Palo		
Toimeksiantaja	Lapin ammattikorkeakoulu		
Työn nimi	Kaavoitus- ja kauppapaikkasuunnittelu		
Sivu- ja liitesivumäärä	32 + 0		

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää kaavoitukseen ja kauppapaikkasuunnitteluun liittyviä asioita. Tavoitteena oli saada tietoa tapahtuuko yhteistyötä kuntien kaavasuunnittelun ja yritysten välillä ennen kaavan julkistamista sekä kuinka halukkaita yritykset ovat vaikuttamaan kaavoitukseen.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Tutkimus suoritettiin kyselytutkimuksena, kyselyalustana käytettiin Webropol -kyselyalustaa. Kyselytutkimus suoritettiin ennalta valittuihin kuntiin ja yrityksiin. Yritykset valikoituivat Päivittäistavarakauppa ry (2021) mukaan neljään suurimpaan ketjuun. Tutkimuksessa mukana olleet kunnat valikoituivat tutkimuksen tekijän arviolla kasvaviin kuntakeskuksiin.

Kyselytutkimuksen tuloksista saatiin käsitys siitä, miten kaavoittajan ja yritysten välinen yhteistyö toimii. Vastausta haettiin muun muassa siihen tunnistaako kaavoittaja kaupan saavutettavuustavoitteet ja tapahtuuko yhteistyötä ennakkoon ennen kaavan julkaisua.

Avainsanat

kunnat, yritykset, kaavoitus, kauppapaikka, kyselytutkimus

Degree Programme in Land Surveying Engineering
Bachelor of Engineering

Author	Timo Rova	Year	2022
Supervisor	Katja Palo		
Commissioned by	Lapland University of Applied Sciences		
Subject of thesis	Zoning and Shopping Site Planning		
Number of pages	32 + 0		

The purpose of this thesis was to find out issues related to zoning and market place planning. The goal was to get information on whether there is cooperation between the municipalities' planning and companies before the plan is announced, and how willing the companies are to influence the planning.

The quantitative research method was used as the research method of the thesis. The research was conducted as a survey, the Webropol survey platform was used as the survey platform. The survey was conducted in pre-selected municipalities and companies. The companies were selected according to Päivittäistavarakauppa ry (2021) into the four largest chains. The municipalities involved in the study were selected among growing municipal centres based on the assessment of the author of the study.

The results of the survey gave an idea of how the cooperation between the planner and the companies works. An answer was sought, among other things, to whether the planner recognizes the store's accessibility goals and whether cooperation takes place in advance before the publication of the plan.

Key words

municipalities, companies, zoning, market place, survey

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 KAAVOITUS	8
2.1 Maakuntakaava	9
2.2 Yleiskaava	9
2.3 Asemakaava	10
2.4 Yhdyskuntarakenne	10
3 MAANKÄYTTÖ- JA RAKENNUSLAKI	11
3.1 Voimassa oleva laki	11
3.2 Uudistuva laki	11
4 KAUPAN SIJAINTI.....	13
4.1 Yhteiskunnan tavoitteet.....	13
4.2 Kaupan tavoitteet.....	14
4.3 Kauppojen strategia	15
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	17
5.1 Tutkimuksen suorittamistapa	17
5.2 Tutkimuksen analysointi.....	18
5.3 Tutkimuksen tulokset	18
5.3.1 Kaavoittajan näkökulma	18
5.3.2 Kaupan näkökulma.....	19
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	21
7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET	27
8 POHDINTA.....	28
LÄHTEET.....	31

ALKUSANAT

Kiitän ohjaajani, lehtori Katja Paloa rohkaisusta ottaa haasteellinen ja vähän tutkittu aihe opinnäytetyöksi. Kiitän myös perhettäni, joka on tukenut opiskeluitani ja suonut ymmärrystä opiskeluun työn ohella.

1 JOHDANTO

Opinnäytetyö käsittelee kaavoitus- ja kauppapaikkasuunnittelua. Tutkimuksen taustalla on lähteä selvittämään kuinka kaupalliset toimijat vaikuttavat tai ovat yhteistyössä tekemässä kaavoitusta. Opinnäytetyössä halutaan selvittää, kuinka kaavoittaja huomioi kaavoituksen yhteydessä kauppapaikkojen vaatiman tilan tai sijainnin.

Tutkimuksen yhteydessä mietitään myös uudistuvan maankäyttö- ja rakennuslain vaikutuksia kaavoitukseen vaikuttavana tekijä. Yhtenä kulmana on myös löytää tulosten perusteella mahdollisia solmukohtia yrityksen vaikuttamismahdollisuuksiin kaavasuunnittelun yhteydessä ja tarvitaanko yhteistyötä enemmän.

Opinnäytetyön tutkimustapana käytetään Webropol -kyselytutkimusta, jonka perusteella vastaukset kerätään. Kysely suunnataan ennalta valikoituihin kuntiin sekä yrityksiin.

Kaupan ja kunnan tarpeita ei aina voida sovittaa yhteen. Palvelujen tarve asuinalueille on voinut kasvaa uusien kaavoitusten myötä, jolloin aikaisemmalle kaavoitetulle alueelle on voinut syntyä uuden kauppapaikan tarve.

Kaupan näkökulmalta kaupan saavutettavuus ja helppo saapuminen ovat kärkiasioita. Kaupan optimaalisin sijainti olisi pääväylien läheisyydessä, tällöin saavutettavuus on helppoa, myös julkisella liikenteellä. Kaupan koosta riippuen tarvitaan, myös logistista käyttötilaa kaupan valikoiman täydentämiseen sekä mahdollista parkkipaikkatilaa asiakkaille. Lisäksi muuttuvassa yhteiskunnassa kauppoilla on myös hiilineutraalisuuteen tai päästöttömyyteen liittyviä tavoitteita.

Kaavoittaja ei välttämättä osaa aina huomioida kaikkia kaupan tarvitsemia tilan käyttöön liittyviä tarpeita tai mahdollista saavutettavuutta. Saavutettavuuteen voi liittyä kasvava alue, johon ei ole alun perin suunniteltu kauppapaikkaa. Tämä voi olla vaikea toteuttaa aikaisempiin hyväksytyihin kaavoihin sekä käytettävän tilan puolesta kuin saavutettavuuden kannalta. Tällöin ei välttämättä ole järkevää kaavoittaa kauppapaikkaa kadun perälle, joka on vaikeasti saavutettava. Tämä aiheuttaa runsaasti päästöjä ja meluhaittaa aikaisemmin suunnitellulle alueelle. Etenkin siinä tapauksessa, jos edestakaista liikennettä syntyy paljon, kaavoittaja

joutuu arvioimaan kaavoituksen aiheuttamaa haittaa muulle ympäristölle tai ilmastotavoitteille.

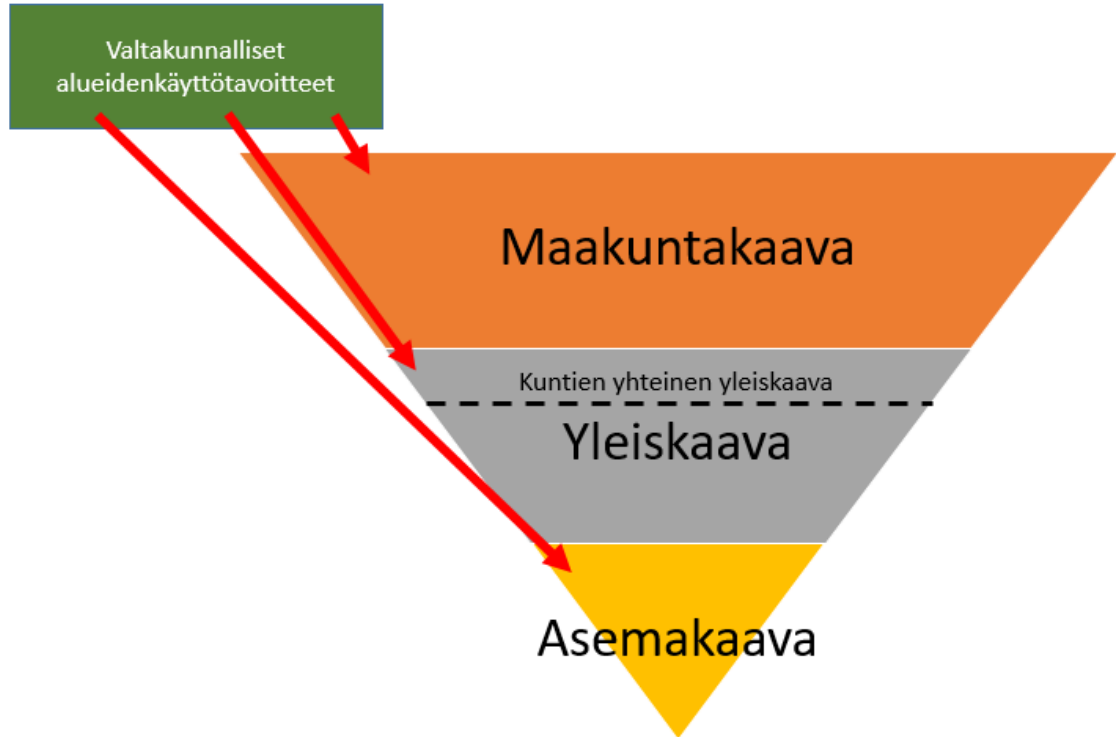
2 KAAVOITUS

Maankäyttö- ja rakennuslaissa ohjeistetaan kaavoitusmenettelyn vuorovaikutteisesta osallistamisesta jokaisessa kaavoitusvaiheessa. Voimassa oleva maankäyttö- ja rakennuslaki (MRL 132/1999) on laadittu 1999 ja lakia on päivitetty ajan saatossa vastamaan uusia tarpeita.

Voimassa oleva maankäyttö- ja rakennuslaki sekä -asetus säättävät useita tavoitteita kaavoitukseen. Alueiden käyttö ja rakentaminen tulee tukea hyvää elinympäristöä niin ekologisesti kuin taloudellisesti sekä kestäväää kehitystä. Suunnittelua toteuttaessaan ja valmisteltaessa tulee asioista tehdä monipuolista tiedottamista. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon myös vuorovaikutteisuutta ja varata aikaa osallistamiseen. (Ympäristöministeriö 2022.)

Uutta maankäyttö- ja rakennuslakia valmistellaan parhaillaan. Uuden lain on tarkoitus tulla voimaan 1.1.2024. Lakiuudistuksessa pyritään ottamaan huomioon digitaalisuus sekä ympäristössä tapahtuneita muutoksia niin ilmaston kuin liikku-
misen osaltakin. Uudistuvassa laissa edellytetään digitaalista toimintaympäristöä. Digitaalisuus tulee mahdollistamaan osallistamista sekä vuorovaikutteisuutta ja tieto tulee saada kaikkien saataville. Ilmastonmuutos ajaa omaa osaansa lakimuutoksessa. Laissa pyritään niin ikään hillitsemään ilmaston muutosta ja kiertotalous pyritään saamaan osaksi rakentamista. (Ympäristöministeriö 2022 b.)

Kaavoitus jaetaan kolmeen kategoriaan: maakuntakaava, yleiskaava ja asemakaava (Kuva 1). Kuvassa kuvataan kaavoituksen määäämisjärjestystä kaavoituksessa. Määäämisjärjestys kaavoituksessa lähtee ylätasoon maakuntakaavasta, jolla kuvataan yleispiirteinen suunnitelma alueiden käytöstä. Yleiskaava kuvaa kunnan yleispiirteistä maankäyttösuunnitelmaa. Asemakaava määrittää alueen käyttötarkoituksen. (Sainio 2017, 26–29.)



Kuva 1. Kaavoituksen järjestys. (Sainio 2017, 28.)

2.1 Maakuntakaava

Maakuntakaavoituksen tavoitteena on ohjata alueiden käyttöä maakunnissa. Kaava ohjaa kuntien kaavoitusta ja alueiden käyttötarkoitusta.

Maakuntakaavan laatimisesta vastaa maakunnan liitto ja kaavan hyväksyy maakunnan liiton liittovaltuusto. 1.2.2016 voimaan tullut maankäyttö- ja rakennuslain muutoksessa poistui kaavan vahvistaminen ympäristöministeriössä. (Ympäristöhallinto 2022.)

2.2 Yleiskaava

Yleiskaavan laatimisesta vastaa kunta ja kaavan hyväksymisestä puolestaan kunnanvaltuusto (Maankäyttö- ja rakennuslaki 132/1999 5:36-37 §). Yleiskaavaa laadittaessa on otettava huomioon maakuntakaavan ohjaavuus. Yleiskaavassa kunnan tulee huomioida mm. yhdyskuntarakenteen toimivuus, taloudellisuus ja ekologinen kestävyys. (Maankäyttö- ja rakennuslaki 132/1999 5: 39§.)

2.3 Asemakaava

Asemakaavan laatimisesta vastaa niin ikään kunta ja kaavan hyväksyy kunnanvaltuusto, joka voi siirtää päätösvaltaa kunnanhallitukselle tai lautakunnalle (Maankäyttö ja rakennuslaki 132/1999 7: 50).

Kaavaa laadittaessa kunnan tulee huomioida maakuntakaavan ohjaavuutta sekä laatimaansa yleiskaavan vaikutteisuutta. Asemakaava pohjakartta tulee olla riittävän tarkkalukuinen. Asemakaavassa esitetään myös rakennusten sijainnit ja tarvittaessa rakentamistapaan liittyvät perusteet. (Maankäyttö ja rakennuslaki 132/1999 7: 54a § ja 7: 55 §.)

2.4 Yhdyskuntarakenne

Kaavoitus osaltaan määrittää yhdyskuntarakennetta, kaavoituksen ja rakennuslupa käytännöllä ohjataan yhdyskuntarakenteen muodostumista. Kaavoituksen perusteella syntyy taajamia tai kaupunginosia, joiden ympärille muodostuu työpaikkoja sekä palveluista tai toisin päin, jolloin asutukset ja palvelut tulevat työpaikkojen lähelle, mitä ei välttämättä ole kaavoituksen yhteydessä voitu huomioida. (Ympäristöministeriö 2022c.)

3 MAANKÄYTTÖ- JA RAKENNUSLAKI

Tutkimuksen tekoaikaan maankäyttö- ja rakennuslaki (MRL 132/1999) määrittää kaavoitusta ja rakentamista. Lakiin on tulossa kokonaisuudistus, ja laki menee eduskunnan esittelyyn arviolta viikolla 37 2022. (Valtioneuvosto 2022b.)

3.1 Voimassa oleva laki

MRL 5 § 2 momentissa säädetään tutkimuksen aiheeseen liittyviä seikkoja, joiden vaikutuksia kauppapaikkojen suunnitteluun vaikuttavat. MRL 6 § 1 momentissa säädetään vuorovaikutteisuudesta ja kuinka vuorovaikutteisuutta tulisi toteuttaa. (Maankäyttö- ja rakennuslaki 132/1999.)

MRL laissa on 319/2011 tehty erillinen 9a luku koskemaan vähittäiskauppaa erityissäännöksiä. Lakia on täsmennetty 230/2017 71 a §, jossa on määritelty vähittäiskaupan suuryksikön neliömäärä. (Maankäyttö- ja rakennuslaki 132/1999.)

3.2 Uudistuva laki

Suomen hallitusohjelman (2019) tavoitteena on nostettu hiilineutraalisuus vuoteen 2035 mennessä. Yhtenä keskeisempänä hallituksen hankkeista on Maankäyttö- ja rakennuslain kokonaisuudistus. (Ympäristöministeriö 2022d.)

Uudistuvan lain myötä maankäyttö- ja rakennuslain nimi tulee muuttumaan kaavoitus- ja rakentamislaki. Lain tarkoituksena on korvata nykyinen maankäyttö- ja rakennuslaki. (Ympäristöministeriö 2022e.)

Tutkimuksen näkökulmasta uudistuvassa laissa nousevat esille hiilineutraalisuus sekä digitaalisuus. Uudistuksessa huomioidaan myös osallistamisen ja vuorovaikutuksen helpottamista digitaalisuuden myötä. (Ympäristöministeriö 2022f.)

Uudistuva laki tuo tullessaan uusia käytettäviä järjestelmiä ja tietoa yhdenmukaisetaan digitaaliseen muotoon, jolla halutaan varmistaa myös yhteensopivuus valtakunnallisesti. Hankkeen nimi on Ryhti -hanke. Hankkeen avulla kaikki kunnat nostetaan samalle tasolle ja mahdollistetaan samanlainen palvelu kunnille, jolloin

tieto tulee olemaan ajantasaista niin kaavoituksen kuin rakennuslupien osalta.
(Ympäristöministeriö 2022g.)

4 KAUPAN SIJAINTI

4.1 Yhteiskunnan tavoitteet

Ympäristöministeriön tutkimuksessa ”Maankäytön ja liikenteen yhteisen vaikutusarvioinnin kehittäminen” (2022) on selvitelty saavutettavuutta ja ympäristövaikutuksia. Tutkimuksesta voi tulkita, että saavutettavuus on olennainen osa kokonaisuutta. Saavutettavuudella tarkoitetaan myös liikenneyhteyksien parantamista sekä kaupan kuljetusten kustannustehokkuutta. Ilmastotavoitteet tulevat ohjaamaan saavutettavuuden parantamista. Suunnittelun ja kaupan haluttavuuteen tulee kiinnittää huomioita jo kaavoituksessa. Kaupan toimijat kilpailevat hyvästä sijainnista. Ratkaisevana osana tässä on saavutettavuus yrityksen ja kotitalouksien näkökulmasta. (Maankäytön ja liikenteen yhteisen vaikutusarvioinnin kehittäminen 2022b.)

Julkaisun suosituksessa tulisi kiinnittää huomiota yhteisvaikutteiseen suunnitelmaan maankäytön ja liikenteen yhteisarviointiin. Asiat tulee prosessoida ja arvioida tietojen perusteella siten, miten liikennejärjestelmät vaikuttavat maankäyttöön. Julkaisussa toimenpiteet on jäsennelty neljään vaiheeseen, jotka on esitetty kuvassa (Kuva 2.). (Maankäytön ja liikenteen yhteisen vaikutusarvioinnin kehittäminen 2022c.)

	Integrointi suunnittelu- ja päätöksentekoprosessiin	Arviointien käyttökulttuurin edistäminen	Analyttisten menetelmien kehittäminen	Menetelmien pitkäjänteinen ylläpito
Toimenpiteet	Saavutettavuusmuutosten arviointi sekä maankäytön että liikenteen hankkeissa	Asiantuntijoiden koordinoitu tiedonvaihto	Empiirinen tutkimus liikennejärjestelmän kiinteistömarkkina-vaikutuksista	Tarvemäärittely
	Vaikutustiedon visualisointi	Tapahtumat	Esiselvitys LUTI – malleista	<u>Benchmarking</u> mallinnuspohjaisten menetelmien ylläpidosta
	Skenaariotarkastelut	Arviointiohjeet	Opinnäytetyöt Jälkiarviointit	Liikennemallien kehittäminen

Kuva 2. Suositellut jatkotoimenpiteet (Maankäytön ja liikenteen yhteisen vaikutusarvioinnin kehittäminen 2022c).

Lisäksi ympäristöministeriön ohjeistuksessa on seikkaperäisesti kuvattu päivittäistavarakaupan sijaintia kaavoituksen näkökulmalta. Ohjeistuksessa otetaan kantaa myös asukasmääriin ja kauppojen lukumäärään. Ohjeessa ohjataan kauppapaikkasuunnittelun joustavuuteen ja tilantarpeeseen, jolloin kauppaa voidaan sopeuttaa toimintaympäristön muutokseen helpommin. (Ympäristöhallinnon ohjeita 3/2013 2022c.)

Kaavoituksen sekä muutosten yhteydessä MRL 9 § edellyttää vaikutusten arviointia. Selvitystä tehtäessä tulee huomioida kaavan tarkoitus sekä vaikutus. Lisäksi ympäristövaikutukset tulee huomioida osana tarkastelua. Ympäristövaikutusten arviointi menettelyyn on annettu oma laki, jota käsitellään tarkemmin laissa ympäristövaikutusten arviointimenettely 3 §:ssä. (Maankäyttö- ja rakennuslaki 132/1999.)

Ympäristöministeriö on antanut Kaavan vaikutukset yhdyskuntarakenteeseen - ohjeistuksen. Ohjeistuksessa pitää arvioida suunnitellut toimet ja vaikutukset yhdyskuntarakenteeseen. Vaikutuksia tulee arvioida jokaisessa kaavoituksen vaiheessa ja mahdollisissa muutostilanteissa. Lisäksi arvioidaan, kuinka ehjää yhdyskuntarakennetta saadaan toteutettua ja edistettyä. Vaikutuksien arvioinnissa tulee huomioida valtakunnalliset alueidenkäyttötarpeet sekä kaavassa asetetut kehittämistarpeet. (Ympäristöhallinnon ohjeista 13/2013 2022d.)

4.2 Kaupan tavoitteet

Kaupan tavoitteen ennakkotietoja kauppapaikkasuunnittelun osalta on saatavilla vähän. Jari Sainio on kuvannut hyvin kaupan sijaintiin liittyviä toimia opinnäytetyössään. Kauppapaikan valinnassa tärkeintä on sijainti, ja kaupan tulee olla hyvin saavutettavissa. Kauppapaikkasuunnittelussa käytetään hyväksi paikkatietoa sekä analysoidaan omaa asiakastietodataa. Kauppojen on oleellista ymmärtää myös asiakaskunnan rakenne ja vaikutusalue. (Sainio 2017.)

Kunnallinen kaavoittaminen tapahtuu pitkällä 10 -vuoden tähtämellä kun taas kaupat reagoivat nopeasti muutoksiin. Kauppojen tarkoittama pitkän aikavälin tähtäin on 5 vuotta, mutta muutoksia voidaan tehdä nopealla tahdilla. Kaupat voivat reagoida nopeasti alueiden muutoksiin. (Sainio 2017, 52.)

Kaupan ympäristö on nopeasti muuttuvaa. Kaupan pitkän aikavälin suunnittelu tarkoittaa noin 6–10 vuoden suunnitteluajajännettä. Kauppapaikkasuunnittelussa kauppa arvioi kaupan sijaintia sekä vaikutusaluetta. Voi olla, että suunnittelun yhteydessä määritetään alueita, johon kauppaa ei kannata perustaa. (Yrjänä 2010, 17–18.)

Kanta-asiakasohjelmien avulla kaupat pyrkivät hyödyntämään omaa asiakasdatansa varsin laajalti. Yritykset voivat hyödyntää dataa markkinoinnissa ja kohdentaa markkinointiaan haluamalleen ryhmälle. (Huusela 2015.) K-ryhmän asiakas-etuohjelman nimi on K-Plussa. K-ryhmä on kerännyt kanta-asiakastietoa vuodesta 1997 alkaen. (Kesko 2022a.) S-ryhmän kanta-asiakasohjelman nimi on puolestaan S-Bonus. S-Bonus -järjestelmä on laajentunut valtakunnalliseksi 1994. (S-ryhmä 2022.) Pitkään käytössä olleet kanta-asiakasjärjestelmän avulla ryhmät voivat seurata asiakkaidensa ostokäyttäytymistä. Lidl on niin ikään julkaissut 25.6.2020 oman kanta-asiakas sovelluksen, jonka avulla voidaan tarjota etuja ja seurata ostokäyttäytymistä. (Iltalehti 2020.) Tokmanni julkaisi 16.8.2021 kanta-asiakas ohjelman ja pääsevät myös seuraamaan ostotottumuksia. (Iltasanomat 2021.) K- ja S -ryhmät voivat jo pitkän tiedonkeruun ansiosta tutkia omien kauppapaikkojensa sijaintia. Tulevaisuudessa kauppapaikkasuunnittelussa tullaan varmasti näkemään tiivistetymin mukana myös Lidl ja Tokmanni.

4.3 Kauppojen strategia

Kaupoilla on omat strategiset tavoitteet oman liiketoimintonsa toteutukseen. Suomessa toimivat kaupat pyrkivät toimimaan tehokkaasti sekä vastuullisesti. Suomalaisissa yrityksissä on suhtauduttu vakavasti Suomen ilmastotavoitteisiin, jotka on nostettu yrityksiensä omissa vastuullisuusraporteissa isoon keskiöön sekä toimintoihin on panostettu. Tutkimuksessa esiintyvillä yrityksillä on omat vastuullisuusstrategiat, joilla tuetaan vahvasti Suomen ilmastotavoitteita omilta osiltaan. K-ryhmä on varsin selkeästi ilmoittanut omana tavoitteena olla hiilineutraali vuonna 2025 ja kuljetusten päättömyys vuonna 2030. (Kesko 2022 b.) S-ryhmän on niin ikään tavoite olla hiilinegatiivinen vuoden 2025 loppuun mennessä. (S-ryhmä b.) Lidl puolestaan on saavuttanut hiilineutraalisuuden jo vuonna 2022. (Lidl 2022.) Tokmanni on linjannut tavoitteissaan hiilineutraalisuuden vuodelle

2025. (Tokmanni 2022.) Tavoitteiden täyttämiset liittyvät isossa kuvassa kaavoittamiseen, kauppojen saavutettavuuden näkökulmalta. Kyseessä on se, kuinka tehokkaasti kauppapaikka suunnitellaan kaupan täydentämisen näkökulmalta sekä kaupan saavutettavuuden puolesta.

Yritykset eivät omassa toiminnassaan voi luonnollisesti huomioida asiakkaiden tuottamia päästöjä. Kaavoittajan roolina tulee huomioida kaupan saavutettavuus ja omat sekä hallituksen asettamat ilmastopoliittiset tavoitteet.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Opinnäytetyön kyselytutkimus suoritettiin ennalta valittujen kuntien kaavoittajille. Tutkijan valitsemat tutkittavat kunnat valikoituvat tutkijan mielestä kasvupotentiaaliin kuntiin. Valikoidut kunnat ovat: Hyvinkää, Joensuu, Jyväskylä, Kuopio, Nurmijärvi, Oulu, Riihimäki, Rovaniemi, Tampere, Turku, Vaasa ja Vantaa.

Kyselytutkimuksen valittaviksi yrityksiksi valikoituivat Päivittäistavarakauppa ry 2021 markkinaosuuden perusteella neljä suurinta päivittäistavarakauppaa: K-ryhmä, S-ryhmä, Lidl ja Tokmanni (Päivittäistavarakauppa ry 2022).

Keskeiset kysymykset liittyivät siihen, että tapahtuuko yhteistyötä kaavoittajan ja kaupan välillä sekä tehdäänkö mahdollista yhteistyötä ennen kaavoituksen julkistamista. Lisäksi selvitettiin kuinka hyvin kaavoittajat tuntevat kaupan tarpeet uusilla alueilla ja vaikuttavatko kaupat kaavoitukseen antamalla kommentteja kuulemisaikana. Yhtenä näkökulmana kyselyyn tulee uudistuvan lain ennakkonäkemykset sekä kysymykset siitä, uskotaanko lain tuovan helpotusta kaupalle ja kaavoittajalle.

5.1 Tutkimuksen suorittamistapa

Tutkimus suoritettiin kyselytutkimuksena. Tutkimusalustana toimii Webropol -järjestelmä. Tutkimus suoritettiin kaavoittajille eli kunnille sekä yrityksille. Kummal- lekin taholle oli omat kyselypohjat. Kysymyksiä ja tuloksia käsitellään kohdassa 5.3. Kyselyn suorittamisajankohta kaavoittajille oli 13.–26.9.2022 ja yrityksille 14.–27.9.2022.

Tutkimuskysely lähetettiin yritysten kauppapaikkasuunnittelusta vastaaville henkilöille. Kunnille kyselytutkimus lähetettiin pääasiassa kaavapäälliköille tai asemakaavoituksen yhteissähköpostiin. Kyselytutkimus pyrittiin rakentamaan mahdollisimman yksinkertaiseksi vastaamisen kannalta. Kysymykset muotoiltiin kyllä ja ei -periaattein. Kyselyn lopussa annettiin vapaavastaus-kenttä kyselyyn liittyen. Kysymysten asettelussa pyrittiin noudattamaan vertailun kannalta vastakkainasettelua kunnan ja yritysten kysymysten kanssa. Tällä asettelulla pystyttäisiin selvittämään asioiden kohtaamista tai löytämään ristiriitaisia pisteitä.

Kauppapaikkasuunnittelusta vastaavilta pyydettiin vastamaan minkä alueen suunnitteluista he vastaavat, jotta tuloksissa voidaan verrata samasta kunnasta saatuja tuloksia keskenään. Lisäksi kyselyssä haluttiin tiedostella yhteistyötarpeita yrityksiä ja kaavoittajien välillä.

5.2 Tutkimuksen analysointi

Tutkimuskohteena olevista yrityksistä saatiin hyvin kattavasti kommentteja kyselyn kohteena olleisiin kuntiin. Kuntien vastausaktiivisuus jäi heikommaksi. Tämän vuoksi tuloksia ei pystytty kunta tasolla käsittelemään ja vertailemaan yrityksiä antamiin vastauksiin. Kuntien tuloksia käsiteltiin yleisellä tasolla, eikä tuloksissa tuoda esiin vastanneiden kuntien nimiä. Tuloksia ei myöskään käsitelty yrityskohteisesti, sillä vastaajajoukko oli suppea.

Kyselytutkimuksen tuloksia yhdisteltiin kohdan 6. johtopäätökset osiossa, jossa käsitellään tuloksia samoissa kuvioissa ja vertailtiin selvinneitä epäkohtia.

5.3 Tutkimuksen tulokset

5.3.1 Kaavoittajan näkökulma

Kunnille osoitetun kyselyn kautta saatiin neljä vastausta. Yksi kyselyyn vastanneista kunnista ilmoitti, etteivät myöskään kaavoita itse.

Kyselyyn vastanneet kunnat kertoivat kyselyn perusteella kaavoittavan yrityksen pyyntöjen ja tarpeiden perusteella. Kommentteja pyydettiin myös yrityksiltä kaavoitukseen liittyen jo ennen kaavan esille laittamista, jos kauppapaikka on suunniteltu. Kuntien vastaukset jakautuvat kaavan nähtävillä oloaikana, eikä kaikissa kunnissa yritykset antaneet kommentteja kaavoitukseen liittyen.

Yritykset pyytävät kaavamuutoksia valmiisiin kaavoihin vastanneissa kunnissa ja muutoksiin suhtaudutaan pääasiassa neutraalisti. Yksi kunta ilmoittaa suhtautuvansa muutoksiin positiivisesti. Kaupan logistiikan ja saavutettavuuden kannalta kunnat tunnistavat kauppojen tarpeet ja keskeisen sijainnin saavutettavuuden osalta. Kauppojen saavutettavuus muodostuu monesta eri osa-alueesta, joihin näkökulmana kyselyssä olivat liikennejärjestelyt.

Tutkimuksessa selviteltiin huomioivatko kunnat hallituksen ilmastopolitiikkatavoitteen: kohti hiilineutraalia Suomea 2035. Vastaukset olivat myönteisiä, mutta yksi vastaus tosin erottui muista ja vapaissa kommenttikentissä on uskoakseni selitys tälle. Kunnassa oli laadinnassa oma ilmastopoliittinen tavoite, jota ylätasolla ohjaa hallituksen tavoitteet. Lisäksi uudistuvasta maankäyttö- ja rakennuslaista pyydettiin mielipiteitä. Yksi vastaaja piti lain uudistumista hyvänä asiana ja suhtautui asiaan positiivisesti. Lain osallistamisen osalta vastaukset jakautuivat enemmän kysymyksen asettamisen perusteellakin. Osallistamisen osalta uskottiin parantavan sekä huonontavan, mutta enemmistö uskoi osallistamisen pysyvän ennallaan. Yksimielinen mielipide tuli esille yrityksen osallistumisesta kaavoitukseen yhteistyössä kaavoittajan kanssa.

Avoimissa kommentteissa nostettiin esille osaksi kysymysten asettelu ja vastausvaihtoehtojen määrä. Nykyisen lainsäädännön nähtiin mahdollistavan riittävä osallistaminen.

5.3.2 Kaupan näkökulma

Yritysten kysely suunnattiin neljälle kauppaketjulle. Kauppaketjuissa oli toisistaan poikkeavia suunnittelutapoja alueiden tarpeiden mukaan. Kauppaketjuista yksi ketju jätti vastaamatta kyselyyn. Vastanneiden kauppaketjujen vastaukset kattivat kuitenkin kaikki kyselyssä olleiden kuntien alueet.

Vastanneet yritykset kertoivat kommentoivansa kaavoituksiaan yksimielisesti sen esilläolo aikoina. Kaavoitukseen vaikuttaminen ennen kaavan esille laittoa jakoi sen sijaan mielipiteet. Kaavoitukseen haluttaisiin vaikuttaa ennen esille laittamista.

Kauppojen näkökulmasta kaupan saavutettavuutta ei osata huomioida riittävästi ja tulokset jakautuivat puoliksi. Saavutettavuuden näkökulmana kysymyksessä olivat esimerkiksi liikennejärjestelyt, bussilinjat, jalankulku ja pysäköintialueet. Kaavasuunnittelu ei myöskään kaikilta osin tue kaupan omia saavutettavuustavoitteita.

Kaupat pyytävät kaavamuutoksia kaavoittajilta. Kaavamuutospyyntöihin suhtaudutaan pääsääntöisesti myönteisesti tai neutraalisti. Yksi vastaaja ilmoitti, että muutospyyntöihin suhtaudutaan kielteisesti.

Yrityksiltä tiedusteltiin, kuinka kokevat kaavoituksen tukevan hallituksen ilmasto- poliittista tavoitetta, hiilineutraali Suomi 2035. Enemmistön mielestä suunnittelu toteutuisi tavoitteiden mukaan. Uudistuvan maankäyttö- ja rakennuslain uskotaan lisäävän yritysten osallistumista kaavoitukseen yksimielisesti. Yritykset myös haluaisivat osallistua kaavoitukseen, vaikka kyseistä kauppapaikkaa ei olisi annettu kenellekään toimijalle.

Avoimissa kommentteissa nostettiin esiin kaupan näkökulmalta oleellinen asia:

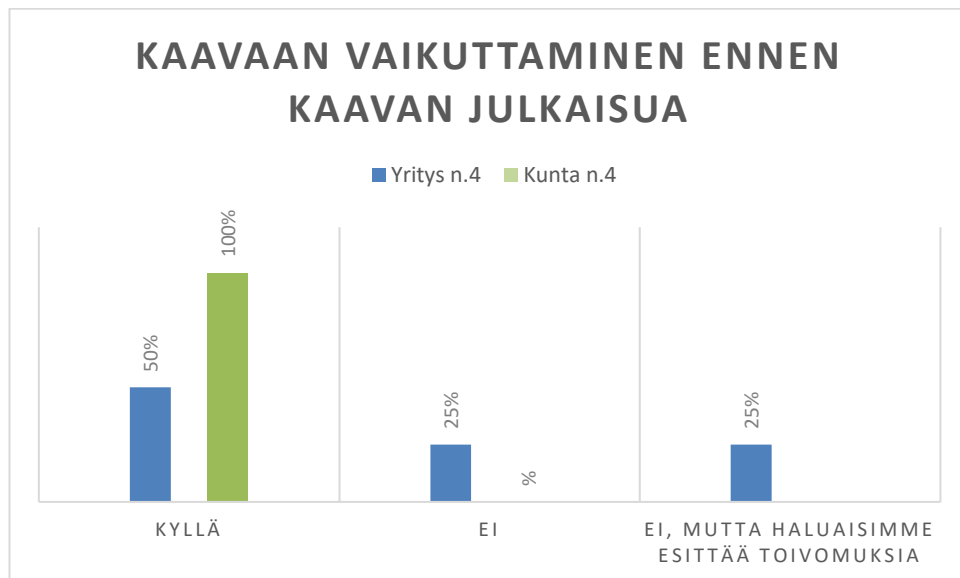
”Kaavoituksessa olisi hyvä ottaa vielä paremmin huomioon juuri saavutettavuus. Varsinkin uusien asuinalueiden osalta olisi hyvä konsultoida eri toimijoita miten he näkevät osoitetut kauppapaikat. Itse ainakin suhtaudun asioihin hyvin yhteiskuntalähtöisesti, jolloin kaikilla toimijoilla olisi kyvykkyyttä liiketoimintaa perustaa”.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä kappaleessa käsitellään saatuja tuloksia vertaillen saman sisältöisiä kysymyksiä toisiinsa ja pyritään tunnistamaan, mitkä asiat mahdollisesti vaikuttavat vastauksiin ja mitkä ei. Asioita katsotaan niin yrityksen, kaavoittajan kuin Ympäristöhallinnonkin ohjeiden pohjalta.

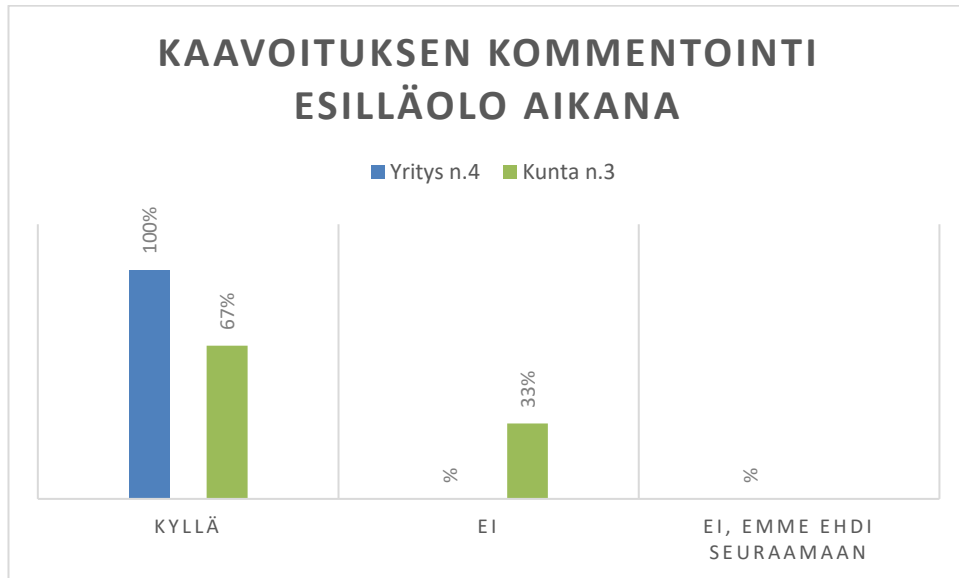
Vertailua tehtiin kaavoitukseen vaikuttamisen osalta sekä suhtautumista kaavamuutoksiin sekä kaupan saavutettavuutta. Vertailua tehtiin myös näkökulmilla valtiollisten tavoitteiden täyttymistä sekä lainsäädännön muutoksista. Yhteistyön osalta tehtiin myös vertailua.

Kaavoitukseen vaikuttamisen osalta yritykset halusivat päästä vaikuttamaan enemmän (Kuvio 1). Kuvio kuvaa, kuinka yritykset haluavat vaikuttaa kaavaan ja kuinka kunnan mielestä yritykset vaikuttavat kaavoitukseen.



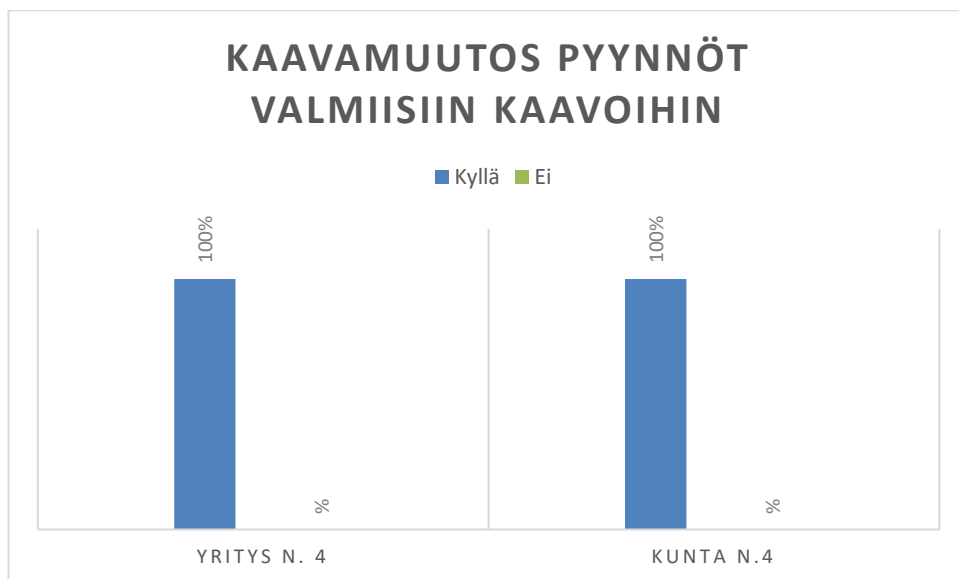
Kuvio 1. Kaavoitukseen vaikuttaminen ennen kaavan julkaisua.

Kaavan esilläoloaikana puolestaan yritykset vaikuttavat kaavoitukseen, sekä kommentoivat sitä esilläoloaikana (Kuvio 2). Kuvio osoittaa vastauksien hajaantumisen kuntien osalta.



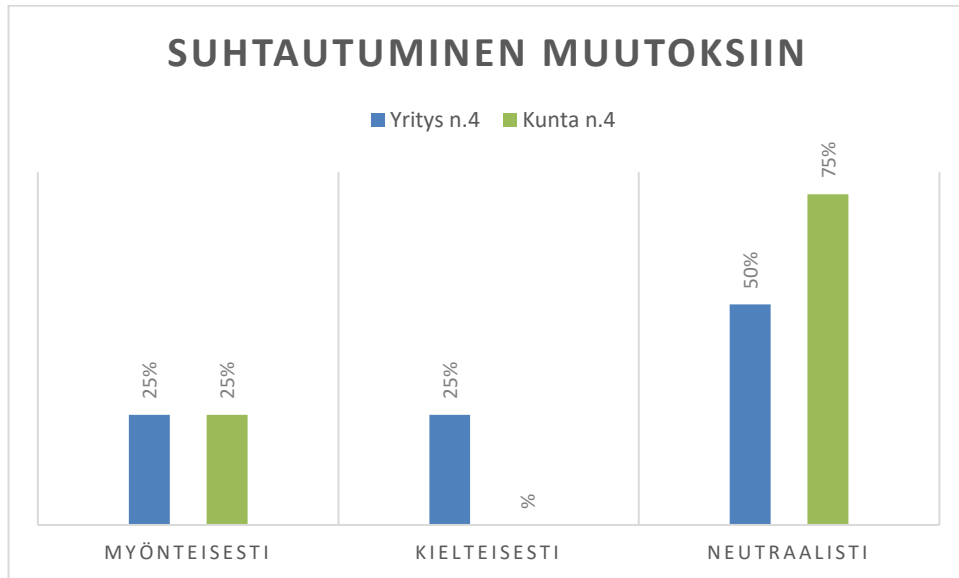
Kuvio 2. Kaavoituksen kommentointi esilläolo aikana.

Yritykset pyytävät kunnilta muutoksia valmiisiin kaavoihin. Kunnat tunnistavat muutospyynnöt, tämä ilmenee yhtenäisillä vastauksilla muutospyyntöihin (Kuvio 3).



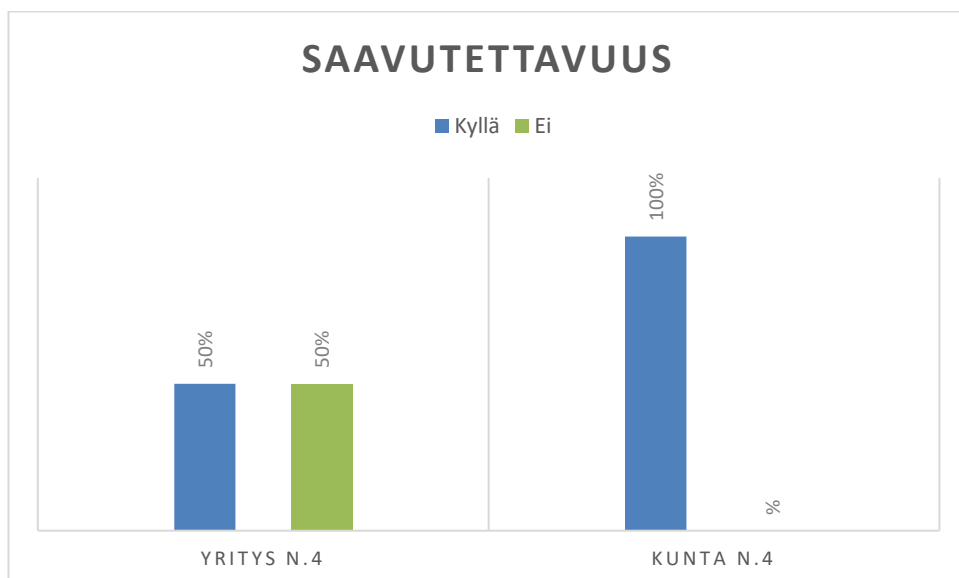
Kuvio 3. Kaavamuutos pyynnöt valmiisiin kaavoihin.

Voimassa olevien kaavojen muutospyyntöihin liittyvät vastaukset hajautuivat niin yritysten kuin kunnankin osalta (Kuvio 4). Pääasiassa suhtautumien oli neutraalia, joskin yksi yritys kokee myös negatiivista suhtautumista muutospyyntöihin.



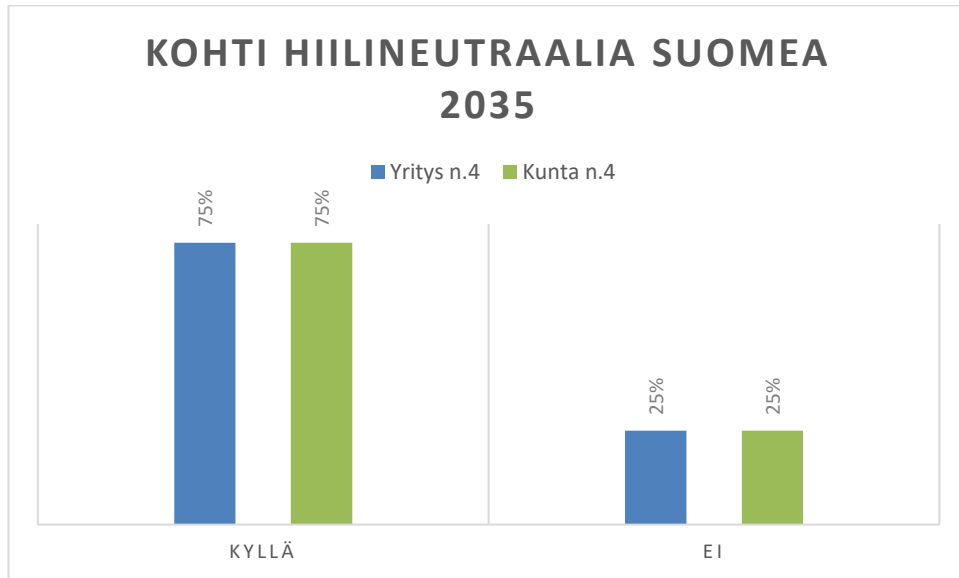
Kuvio 4. Suhtautuminen muutoksiin.

Kauppapaikkasuunnitteluun liittyvää saavutettavuutta ei vastanneiden yritysten mielestä täyty (Kuvio 5). Puolet vastanneista yrityksistä koki, ettei kauppapaikan saavutettavuutta ole riittävästi huomioitu. Kuntien mielestä saavutettavuus näkökulma huomioidaan riittävästi.



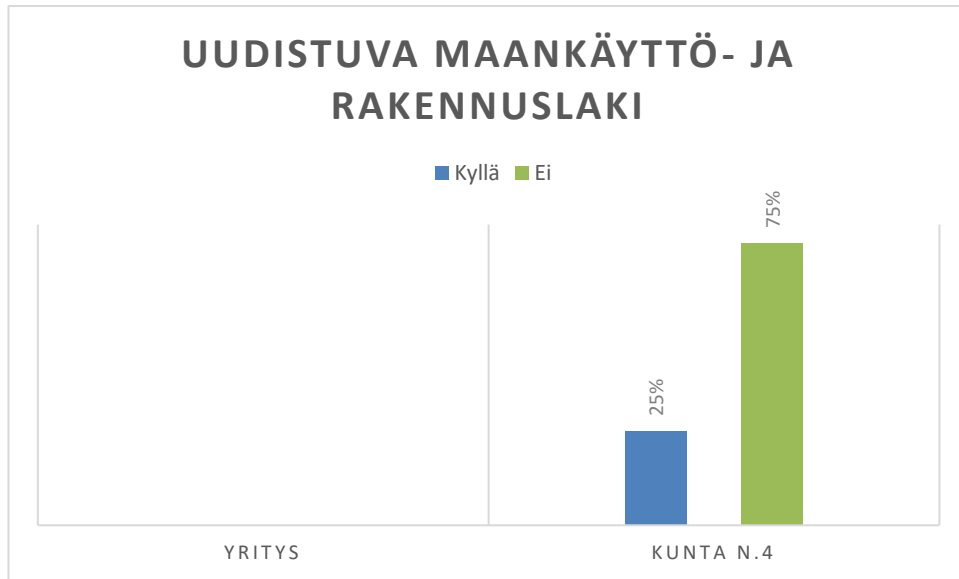
Kuvio 5. Kauppapaikan saavutettavuus.

Suomen hallituksen (2019–2023) asettamat ilmastotavoitteet ohjaavat osaltaan kaavoitusta. Hallitustavoitteissa on kirjattu tavoite: Kohti hiilineutraalia Suomea 2035. (Ympäristöministeriö.) Kuviossa kuvataan kuinka kaavoituksessa yritysten sekä kunnan mielestä mennään tavoitetta kohti (Kuvio 6). Vastauksien avoimissa kommentteissa yhdellä vastanneista kunnista oli suunnitteilla omat ilmastopoliittiset tavoitteet, jota ohjaa hallitusohjelman tavoite.



Kuvio 6. Hallituksen ilmastopoliittinen tavoite: Kohti hiilineutraalia Suomea 2035.

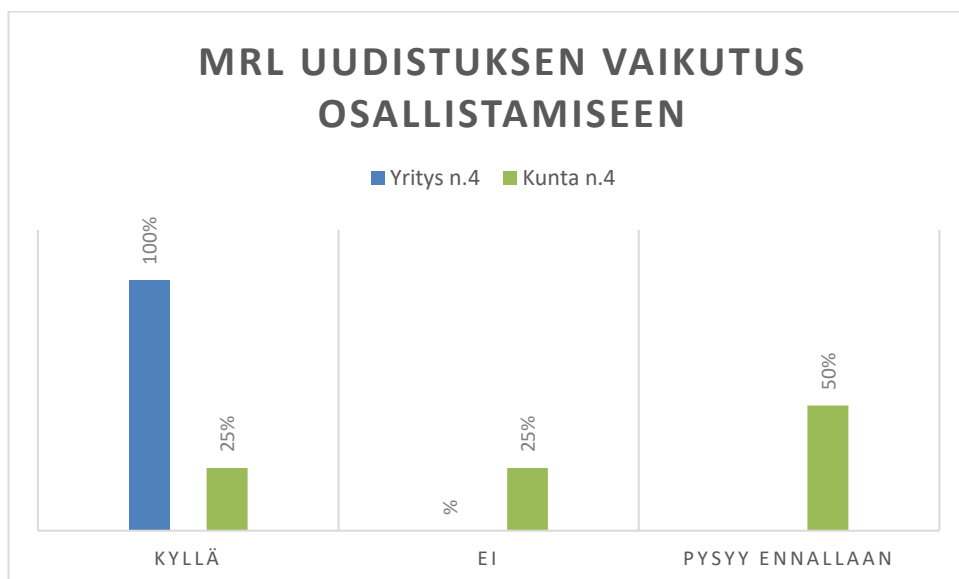
Uudistuva lainsäädäntö osaltaan ohjaa kaavoitusta sekä vaikuttamista kaavoitukseen (Kuvio 7). Kysymys osoitettiin ainoastaan kunnille, kuinka uudistuva maankäyttö- ja rakennuslaki koetaan kunnan toiminnassa. Yllättävää kyllä, asia koettiin enemmän huonona kuin hyvänä asian. Uudistuva lainsäädäntö tuo aina jotain uutta sisäistettävää ja voi osalta vaikuttaa kunnan toimintaa.



Kuvio 7. Uudistuva maankäyttö- ja rakennuslaki.

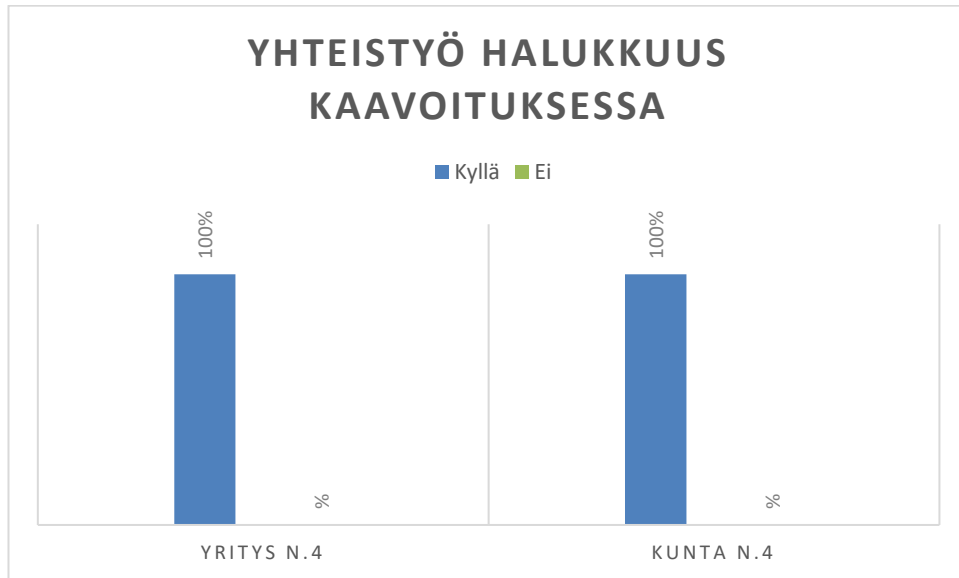
Maankäyttö- ja rakennuslain uudistamiseen liittyy myös osallistamisen kehittäminen. Lainsäädännössä on tarkoituksena tuoda digitaalista mahdollista vaikuttaa kaavoitukseen (Ympäristöministeriö).

Osallistaminen kuvaa kuinka tuleviin muutoksiin yrityksissä ja kunnissa suhtaudutaan (Kuvio 8). Yritykset kokivat tulevan muutoksen positiivisena ja asioiden vaikuttamisen helpottuvan. Kunnat eivät puolestaan usko vaikuttamisen määrän lisääntyvän ja uskovat pysyvän entisellä tasolla.



Kuvio 8. Kaavoitukseen osallistaminen.

Yhteistyö oli suuressa osassa kaavoituksen onnistumiseen (Kuvio 9). Yhteistyön tärkeys kuvaa kuinka tärkeänä yritykset sekä kunnat pitivät yhteistyöhalukkuutta kaavoituksessa.



Kuvio 9. Yhteistyön halukkuus kaavoituksessa.

7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Kehittämiskohtana nousee esiin yhteistyö sekä kommenttien pyytäminen ennen kaavasuunnittelun tekoa. Kaavasuunnittelu tehdään pitkällä tähtäimellä ja kohdennetaan tiedettyjä asioida johonkin paikkaan. Kaavasuunnittelun yhteydessä ei välttämättä huomioida jonkin alueen kasvua tai kuinka tärkeäksi muodostuu esimerkiksi kauppapaikka. Yritysten puolelta kauppapaikka suunnittelua tehdään huomattavasti lyhemmällä tähtäimellä.

Kyselyn avoimissa kommentteissa nousi esille hyvin kaupan sijainnin kommentointi, johon yritykset toivovat voivansa kommentoida. Muuttuvassa yhteiskunnassa kaupan paikka voikin muodostua aivan muualle kuin kaavoituksessa on huomioitu. Kuntien sekä yritysten olisi syytä käydä aktiivisemmin keskustelua tarpeistaan ja tehdä muutoksia etupainoisesti. Yhteistyöllä ja ennakkoinnilla kaavasuunnittelu palvelisi kaikkia osapuolia parhaiten, myös kuntalaisia. Myöskin yritykset pystyvät omissaan budjeteissaan ja suunniteluissa varautumaan uusiin mahdollisiin kauppapaikkoihin.

8 POHDINTA

Kaavoituksen sovittaminen yhteen kauppapaikkasuunnittelun kanssa on haasteellista. Yritykset näkevät omat tarpeensa sekä kunta näkee omat. Kohtaavatko tarpeet aina? Eivät varmaankaan. Kunnan tehtävänä on suunnitella kaavoittamilleen asemakaava-alueille yhdyskuntatekniikka sekä liikenneverkosto. Näkemykseni mukaan yritysten miettiessä kauppapaikan saavutettavuutta, tulisi kaupan sijaita jollain tapaa liikenteen solmukohdassa. Tutkimuksessa olleilla kauppaetuilla K- ja S-ryhmällä on omaa asiakasdataa ja ostokäyttäytymiseen perustuvaa materiaalia monilta vuosilta. Kyseiset ketjut voivat hyödyntää dataa oman kauppapaikkasuunnittelun tukena, jolloin ymmärretään miltä alueilta asukkaat käyvät kaupassa ja miltä ei. Kaavoittajalla asiakaskuntatietoa ei ole käytössä, ja näin ollen kaavoitusta tehdään kaupan kannalta varmaankin villinä tai arvailun perusteella.

Kaavoituksen yhteydessä tehtävää kauppapaikkasuunnittelussa tarvitsee kaavoittajan kuunnella yrityksiä, jolloin välttyttäisiin joiltain osin varmasti kaavamuuksilta. Kaavamuuksot tahtovat aina aiheuttaa jotain muutakin muutosta alueella, kuten liikennetarpeiden muutosta. Tällaisten muutosten yhteydessä on vaikea arvioida, mihin tuleva uusi liikenne tulee sijoittumaan.

Kauppojen suuryksiköiden (yli 3000 m²) kaavoitukseen pätee omat ympäristöhallituksen ohjeistukset. Näin isot yksiköt kaavoituksessa huomioidaan omana osana ja sijaitsevat yleensä saavutettavuuden kannalta keskeisellä paikalla. Omasta näkökulmastani ongelmia kohtaavat kauppojen (alle 3000 m²) yksiköt, jotka sijaitsevat pääsääntöisesti asuinlähiöiden välittömässä läheisyydessä, joilla pyritään parantamaan kauppojen suuryksiköiden täydentämistä.

Hyvänä esimerkkinä asiassa voisi nostaa Rovaniemen kaupungin tekemän vuokrasopimus Osuuskauppa Arinan kanssa Talvitien ja Kittiläntien risteysalueelle. Muutospyyntö kuvaa hyvin aikaisempaa kaavoitussuunnitelmaa, jossa on kauppayksikkö suunniteltu seuraavaan risteykseen. Kaavamuuksot aiheuttaa nyt liikenteelle kuormitusta siihen risteykseen, mihin sitä ei ole suunniteltu alun perin liikenne järjestelyiden puolesta. (Lapin Kansa 2022.)

On hyvä tunnistaa kuntien näkökulmia kaavoitukseen sekä maankäytön suunnittelu. Kuntien yksi tulonlähde on kaavoituksesta sekä maankäytöstä tulevat tulot, joiden avulla pyöritetään kuntien taloutta ja tuotetaan kuntalaisille palveluita.

On hieman hämmentävää nähdä kuinka kuntapuoli suhtautuu uudistuvaan maankäyttö- ja rakennuslain vaikutukseen. Kuntapuolen vastaajien lukumäärä on tosin pieni, mutta kuvastaa kyllä kokonaista tilannetta. Koetaanko esimerkiksi kaavoitukseen vaikuttamisen mahdollisuudet lisääntyvänä työmääränä kaavoittajan puolella? Digitaalisuus varmasti lisää jonkin verran lisääntyvää vaikuttamista kaavoitukseen. Yrityksien näkökulmasta kaavoitukseen vaikuttaminen tulee helpottumaan digitaalisuuden myötä. Kyselyssä olleet yritykset vastaavat usean kuntien alueella olevasta kauppapaikka suunnittelusta, jolloin digitaalisuus parantaa vaikuttamista.

Maankäyttö- ja rakennuslain uudistus on vielä kesken ja kaikkea vaikuttavaa tietoa ei ole tarjolla. Lain muutos on käynyt usealta osin esivalmisteluissa ja joitain muutostietoja on esitelty ja ymmärretty jo, miten vaikuttaa kuntien kaavoitukseen tai rakennusvalvontaan.

Kyselyn tulos antaa kuitenkin jonkin yleiskuvan kaavoituksesta sekä kauppapaikkasuunnittelusta. Kuntapuolen vähäinen vastausmäärä antaa ajattelemisen aiheita. Kyselyn laatiminen vaatii hieman suuremman valmistelun sekä sen viestimisen jotain muuta kautta, millä saataisiin yhteinen viesti kuntiin kyselyn tärkeydestä. Lisäksi voi miettiä, pitäisikö vastausaikaa olla enemmän ja voisivatko kysymykset sekä vastausten kategorisointi olla laajempia. Tuloksien tarkastelussa voi varmasti kiinnittää huomiota kuntapuolen omiin ohjeistuksiin, onko niitä olemassa tai kuinka vaikuttavat kuntien kaavoitukseen.

Yrityksien puolelta on jokseenkin kiistatonta se, kuinka kauppapaikkaa suunnitellaan. Avainasemassa on sijainti, ja saavutettavuus ratkaisee kaupan tuloksen. Yritykset laskevat monella tapaa kauppapaikan kannattavuutta, eli kuinka nopeasti saadaan katettua kiinteistöön sijoitetun pääoma. Yrityksien oman asiakasdatan pohjalta yritykset voivat analysoida kaupan valikoimaa sekä asukkaiden ikärakennetta. Kaupan tilanteessa asioihin vaikuttaa moni asia, joita ei välttämättä voida huomioida kaavoituksessa. Kaavoittajan on syytä kuunnella yrityksiä kaavoituksen tai kaavamuuutosten yhteydessä. Kauppa on yksi yhteiskunnan tukija ja

tuo verovaroja kunnille. Kaupalla voi olla mahdollisia vaikutuksia asuinalueen kasvamiseen, ja nämä asiat tulee huomioida varhaisessa vaiheessa niin liikennejärjestelyiden puitteissa kuin muidenkin saavutettavuuteen liittyvissä perusteissa.

Kauppojen omissa strategioissa ja tavoitteissaan kaupungit pyrkivät hiilineutraalisuuteen hyvin nopealla aikataululla. Kaupat ovat rakentaneet omia energiavoimaloita ja pyrkivät muillakin toimillaan kestävään kehitykseen. Kaupat ovat omalta osaltaan vaikuttamassa asiakkaidensa päästöihin, esimerkiksi luomalla sähköautojen latauspaikkoja. Teoilla on suora vaikutus asiakkaiden päästöihin tai jopa asiakkaan asiointipaikan valintaan. Kaavoittajan vastuu korostuu entisestään helposti saavutettavista kauppapaikoista.

LÄHTEET

Huusela, Eveliina, 2015. S-bonus-yhteistyön vaikutus toimiston asiakasmäärään, LähiTapiola Hämeenlinna. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu.

Iltalehti, 2020. Viitattu 6.10.2022 <https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/7ab8d0cf-57f3-4594-8f9e-feec66c5c248>.

Iltasanomat, 2021. Viitattu 6.10.2022 <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000008188597.html>.

Maankäyttö- ja rakennuslaki 132/1999

Kesko. Viitattu 6.10.2022 www.kesko.fi.

- b 2022 Vastuullisuusstrategia

Lapin Kansa, S-market avautuu Talvitielle tammikuussa, Gardininkujalla vasta varaus. Viitattu 7.10.2022 www.lapinkansa.fi.

Lidl, Vastuullisuus. Viitattu 6.10.2022 www.lidl.fi.

Päivittäistavarakauppa ry. Viitattu 6.10.2022 <https://www.pty.fi/kaupan-toiminta/paivittaistavaramarkkinat/>.

S-ryhmä. Viitattu 6.10.2022 www.s-ryhma.fi.

- b 2022 Vastuullisuus

Sainio, Jari, 2017. Kaupan sijainnin ennakointi kunnan ja kaupan näkökulmasta. LAUREA ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Tokmanni, Vastuullisuus. Viitattu 6.10.2022 www.tokmanni.fi.

Valtioneuvosto, Eduskuntaesittely. Viitattu 15.9.2022. <https://valtioneuvosto.fi/hanke?tunnus=YM014:00/2018>.

- 2022b. Maankäytön ja liikenteen yhteisen vaikutusarvioinnin kehittäminen. Viitattu 20.9.2022.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163929/YM_2022_11.pdf. Sivu 13-15

- 2022c. Maankäytön ja liikenteen yhteisen vaikutusarvioinnin kehittäminen. Viitattu 20.9.2022.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163929/YM_2022_11.pdf. Sivut 52-53

Ympäristöhallinto, Maankuntakaavoitus. Viitattu 15.9.2022. https://www.ymparisto.fi/fi-fi/elinymparisto_ja_kaavoitus/maankayton_suunnittelujarjestelma/maakuntakaavoitus.

- 2022b. Yhdyskuntarakenne. Viitattu 15.9.2022. https://www.ymparisto.fi/fi-fi/elinymparisto_ja_kaavoitus/Yhdyskuntarakenne.

- 2022c. Ympäristöhallinnon ohjeita 3 / 2013. Viitattu 20.9.2022.
<https://www.ymparisto.fi/download/noname/%7B2FEA4AE0-6D41-4D27-9D9B-E1CA515AFEC9%7D/95791>. Sivü 15
- 2022d. Ympäristöhallinnon ohjeita 3 / 2013. Viitattu 20.9.2022
https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/42312/SY_13_2013.pdf?sequence=4&isAllowed=y. Sivü 12-15

Ympäristöministeriö, Maankäyttö- ja rakennuslain uudistus. Viitattu 6.10.2022
www.ym.fi.

- 2022 b Maankäyttö ja rakennuslaki. Viitattu 15.9.2022
<https://ym.fi/maankaytto-ja-rakennuslaki>.
- 2022c. MRL Uudistuu. Viitattu 15.9.2022
<https://mrluudistus.fi/uutiset/ehdotus-uudeksi-rakentamislaksi-julkaistukkuulemistilaisuus-13-4-2022/>.
- 2022d. Hiilineutraali Suomi 2035. Viitattu 15.9.2022.
<https://ym.fi/hiilineutraalisuomi2035>.
- 2022e. Lain nimen muutos. Viitattu 15.9.2022. <https://ym.fi/-/kaavoitus-ja-rakentamislaki-lausunnoille>.
- 2022f. Maankäyttö ja rakennuslaki. Viitattu 15.9.2022.
<https://ym.fi/maankaytto-ja-rakennuslaki>.
- 2022g. Digitaalinen ympäristö. Viitattu 15.9.2022
<https://ym.fi/ryhti/digitaalinen-rakennettu-ymparisto-kunnissa>.

Yrjänä Laura, 2010. Kauppakeskus osana kestävää kaupunkirakennetta. Helsingin yliopisto. Pro gradu -tutkielma.