

Kuluttaja huomioitava kaavoituksessa

Suomen Kuluttajaliitto ry:n mielestä kuluttajaa ei oteta riittävästi huomioon maankäytön suunnittelussa. Kuluttajan kannalta keskeisiä asioita ovat palvelujen saavutettavuus ja kestävä kulutus.

Päivittäistavarakaupat ovat keskeinen osa kuluttajien arkea. Tutkimusten mukaan niiden saavutettavuus on heikentynyt viime vuosina – erityisesti ovat heikentyneet pienten kaupunkien ja kaupunkien läheisen maaseudun palvelut. Kaikilla kuluttajilla ei ole ajokorttia. Suomen Kuluttajaliiton mielestä maankäytön suunnittelussa on turvattava myös autottomien oikeus päivittäistavarakaupan palveluihin ja suuria päivittäistavaliikkeitä suunniteltaessa on huolehdittava, että lähikaupoillekin jää tilaa toimia.

Viime aikoina keskustelussa esillä olleet keskustojen ulkopuolelle sijoitettaviksi suunnitellut suuret kauppakeskittymät on rakennettu henkilöautoliikenteen varaan. Kaupan suuryksiköt sijoitetaan sinne, missä maa on halpaa. Samalla suuri osa tavarankäytön jakelukustannuksista siirtyy omaa autoa käyttämään joutuville kuluttajille. Asiointiliikenne aiheuttaa noin neljä prosenttia Suomen kasvihuonepäästöistä. Selvitysten mukaan kaupan sijainnilla on vaikutusta asiakkaiden kulkutapaan. Esimerkiksi Tampereella vuosina 2004–2005 hypermarketalueilla asioivista 85–90 prosenttia käytti henkilöautoa, kun taas sekä keskustan liikkeissä että asuinalueiden päivittäistavarakaupoissa asioivista yli puolet käveli tai pyöräili. Suomen Kuluttajaliitto ei vastusta kauppakeskittymiä – tärkeää on niiden sijainti. Ne on sijoitettava siten, että ne eivät hajota yhdyskuntarakennetta eivätkä synnytä turhaa henkilöautoliikennettä, vaan niihin on päästävä myös julkoliikennettä käyttäen, pyöräillen ja kävellen.

Tiedotusvälineissä on ollut tietoja hankkeista, joita on pyritty suunnittelemaan vastoin maakuntakaavaa ja muita kuntien yhteisesti hyväksytyjä suunnitelmia. Suunnitelmia on pyritty tekemään piilossa julkisuudelta. Suomen Kuluttajaliiton mielestä kuntien on pysyttävä yhteisesti hyväksytyissä suunnitelmissa. Suunnittelun on oltava myös avointa, jotta hankkeista voitaisiin keskustella riittävästi ennen päätösten tekemistä.

Tämän vuoden loppukeväästä lähtien kaavoitukseen liittyvät, kuluttajia koskevat asiat ovat olleet viikkoon julkisen keskustelun kohteena. Keskustelu alkoi toden teolla, kun tietoon tuli Vihtiin suunniteltu Ideapark-hanke. Kaavoitus on keskeinen yhteiskunnan keino ohjata kaupan palvelurakennetta ja suuryksiköiden sijaintia. Kaavojen avulla päätetään pitkälti, mistä kuluttajat hankkivat tarvitsemansa tavarat. Suomen Kuluttajaliiton mielestä kuluttajien kannalta kaavoituksessa keskeisiä asioita ovat palvelujen saavutettavuus ja kestävä kulutus, erityisesti ilmastonmuutos ja sen vastustaminen.

Keskustelu on pyörinyt paljolti kauppakeskusten ympärillä, mutta keskustelua on käyty myös liikennemyymälöistä. Selvitysten mukaan Suomessa myymälärakenne on muihin pohjoismaihin verrattuna suuryksikkövaltainen. Kaupan suuryksikköjen määrä on lisääntymässä ja niiden koko

kasvamassa. Ympäristöministeriön tuoreen selvityksen mukaan tämän vuoden kesällä on ollut suunnitteilla lähes 200 kaupan suuryksikköä tai suuryksikön laajennusta. Uutta liiketilaa niiden myötä tulisi 5 240 000 kerrosneliometriä, mikä vastaa kolmannesta vähittäiskaupan nykyisestä liiketilasta. Vuonna 1998 suurimman suunnitteilla olleen hankkeen pinta-ala oli 60 000 kerrosneliometriä, tällä hetkellä suurimman suunnitteilla olevan hankkeen pinta-ala on 300 000 kerrosneliometriä. Neljä viidennestä hankkeista on maakuntakaavan mukaisia. Maakuntakaavan kanssa ristiriidassa olevista hankkeista erityisen suuri osa on kuitenkin suuria hankkeita.

Selvitysten mukaan palvelujen saavutettavuus on heikentynyt viime vuosina. Vuonna 1999 alle kahden kilometrin etäisyydellä päivittäistavarakaupasta asui 80 prosenttia suomalaisista, vuonna 2004 heidän osuutensa oli alentunut 72 prosenttiin. Saavutettavuus on heikentynyt eniten pienissä kaupungeissa ja kaupunkien läheisellä maaseudulla. Suomen Kuluttajaliiton mielestä kaavoituksessa onkin otettava huomioon kaavojen vaikutus erityisesti päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuuteen: myös autottomilla kuluttajilla pitää olla mahdollisuus saada tarvitsemansa tavarat kohtuulliseen hintaan joutumatta näkemään kohtuutonta vaivaa niiden hankkimiseksi. On esimerkiksi mietittävä, miten hypermarketin tulo vaikuttaa lähikauppojen toimintaan; asuinalueet tulisi suunnitella siten, että niihin kannattaa sijoittaa palveluja sekä erityisesti pienissä kunnissa olisi pohdittava pääteiden varsille tulevien liikennemyymälöiden vaikutusta kunnan keskustan palveluihin.

Liikenteen osuus Suomen kasvihuonepäästöistä on 20 prosenttia ja ostos- ja asiointimatkojen osuus liikenteen kilometreistä on viidennes eli ostos- ja asiointimatkat aiheuttavat noin neljä prosenttia Suomen kasvihuonepäästöistä. Tutkimusten mukaan myymälän sijainti vaikuttaa asiakkaiden kulkutapaan. Esimerkiksi Tampereen seudulla vuosina 2004–2005 hypermarketalueilla asioivista 85–90 prosenttia käytti henkilöautoa, kun taas ydinkeskustassa asioivista omaa henkilöautoa sekä joukkoliikennettä käytti alle viidennes; keskustassa asioivista 60 prosenttia kulki joko jalan tai polkupyörällä, joukkoliikennettä tai omaa autoa käytti kumpaakin alle 20 prosenttia; asuinalueiden päivittäistavarakaupoissa asioivista 55 prosenttia kulki kävellen tai pyöräili ja alle 40 prosenttia käytti henkilöautoa. Suomen Kuluttajaliiton mielestä palvelut on sijoitettava siten, että ne eivät synnytä turhaa henkilöautoliikennettä ja sitä kautta kasvihuonepäästöjä.

Tuoreen ympäristöministeriön selvityksen mukaan 45 prosenttia suunnitelluista kauppakeskuksista on tarkoitus sijoittaa keskusta-alueiden ulkopuolelle ja ne pyrkivät keräämään asiakkaita koko seudulta tai jopa koko maakunnasta. Suuryksiköt sijoitetaan sinne, missä maa on halpaa – kustannukset maksaa yhteiskunta ja kuluttaja. Suuri osa tavarantoimittajien jakelukustannuksista siirtyy omaa autoa käyttämään joutuville kuluttajille ja tuotteiden välivarastointikin kuluttajien kotona on kaupalle edullista. Suomen Kuluttajaliitto ei sinänsä vastusta kauppakeskuksia ja muita kaupan suuryksiköitä, vaan tärkeää on niiden sijainti. Ne on sijoitettava siten, että ne eivät hajota yhdyskuntarakennetta, eivät synnytä turhaa henkilöautoliikennettä ja ovat kaikkien kuluttajien saavutettavissa myös joukkoliikennettä käyttäen, kävellen tai pyöräillen.

Kunnat suunnittelevat alueiden palvelurakennetta yhdessä sekä maakuntakaavoissa, yhteisissä yleiskaavoissa että erilaisissa palveluverkkoselvityksissä. Viime aikoina julkisuudessa on ollut tietoja kuntien yhteisten suunnitelmien vastaisista hankkeista, joita on lisäksi valmisteltu piilossa julkisuudelta – esimerkiksi ympäristöviranomaisen on voinut saada tiedon niistä vasta radiosta.



Tiedote
21.10.2008

Suomen Kuluttajaliiton mielestä kuntien pitää suunnitella alueiden palvelurakenne yhdessä ajatellen kaikkien alueiden asukkaiden etua, ei pelkästään yhden kunnan työllisyystilannetta. Näitä yhteisiä suunnitelmia tulee noudattaa. Suunnittelun on oltava avointa siten, että riittävä yhteiskunnallinen keskustelu, jossa kaikilla joita suunnitelmat koskettava, on mahdollisuus tuoda mielipiteensä esiin – hankkeita ei missään tapauksessa saa valmistella hiljaisuudessa julkiselta keskustelulta suojassa.

Keskeisinä tietolähteinä ovat olleet Kaupan ja kilpailun työryhmän raportti (Ympäristöministeriön raportteja 26/2007) sekä Ympäristöministeriön selvitys kaupan hankkeista. AsuntoForum 20.10.2008. (<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=92956&lan=fi>)