

11

.....
2016

Ampänger från Inverstanområdet 13:16			
Arrivas	Linje	Ämnen	Plattor
13:17	61	Kallbäckens	11
13:18	73A	Korsö	13
13:20	62	Mellungårdska	9
13:20	66A	Rosendal	13
13:20	69	Hälsanabla	15
13:22	63	Myrbycks	6
13:22	65	Myrbycks-Västerna	7

Ampänger från Inverstanområdet 13:16			
Arrivas	Linje	Ämnen	Plattor
13:20	61	Påps gårdens	10
13:20	67V	Årstad	8
13:20	68	Stations	10
13:20	68	Kungälv	10
13:20	72	Söderby	12
13:20	62	Mellungårdska	9
13:20	71	Myrbycks-Västerna	13

HSL
HSL ÅK
HSL FÖR
09-4781-4000
HSL
7-19
9-17

Tervetuloa

CKET SHI

Kaupalliset palvelut joukkoliikenteen vaihtopaikoissa

Solmu -projektin 3. osatehtävä



Kaupalliset palvelut joukkoliikenteen vaihtopaikoissa

Solmu-projektin 3. osatehtävä

HSL Helsingin seudun liikenne
Opastinsilta 6 A
PL 100, 00077 HSL00520 Helsinki
puhelin (09) 4766 4444
www.hsl.fi

Lisätietoja: Riikka Aaltonen, (09) 4766 4332
etunimi.sukunimi@hsl.fi

Copyright: Kartat, graafit ja muut kuvat HSL
Kansikuva: HSL / Lauri Eriksson

Helsinki 2016

Tiivistelmäsiivu

Julkaisija: HSL Helsingin seudun liikenne			
Tekijät: Seppo Lampinen		Päivämäärä 23.8.2016	
Julkaisun nimi: Kaupalliset palvelut joukkoliikenteen vaihtopaikoissa – Solmu-projektin 3. osatehtävä			
Rahoittaja / Toimeksiantaja: HSL			
Tiivistelmä:			
<p>HSL käynnisti vuoden 2014 lopulla kaksivuotisen Solmu-projektin. Projektin tarkoituksena on selvittää joukkoliikennevaihdon merkitystä matkustajalle, löytää keinoja vaihdosta aiheutuvan stressin vähentämiseksi sekä tunnistaa seudun tärkeimmät vaihtopaikat ja luokitella ne kehittämistoimenpiteitä varten. Selvitys kaupallisista palveluista joukkoliikenteen vaihtopaikoissa on Solmu-projektin kolmas osatehtävä.</p> <p>Vaihtopaikkojen kaupallisia palveluja tarkastelevan selvityksen tarkoituksena on muodostaa käsitys, millaiset kaupalliset palvelut sopivat erityyppisiin joukkoliikenteen vaihtopaikkoihin ja solmupisteisiin Helsingin seudulla.</p> <p>Työssä haastateltiin kaupan toimijoita ja kaupan ketjuja, kiinteistönomistajia ja kaupallisia kehittäjiä, rakennusliikkeiden edustajia, kauppakeskustoimijoita ja -manageeraajia, kaupan ja kauppakeskusten liittojen sekä yhdistysten edustajia, ulkomainonta- sekä automaattialojen edustajia. Haastattelujen lisäksi tehtiin myös HSL:n asiakkaille käyttäjäkysely, joka toteutettiin nettikyselynä HSL:n internetsivuston kautta.</p> <p>Selvityksen tulokset osoittavat, että vaihtopaikat kiinnostavat kaupallisia toimijoita asiakasvirran ja sen kasvun mahdollisuuden vuoksi. Kauppa on hakeutumassa keskustoihin ja solmupisteisiin.</p> <p>”Vaihtajat” koostuvat kaupan kannalta kahdenlaisista asiakkaista: toinen ryhmä on joukkoliikennevälineestä toiseen vaihtajat, toinen on joukkoliikennematkan päättävä (tai aloittava) matkustaja, joka vaihtaa muihin kulkumuotoihin (tai muista kulkumuodoista). Jälkimmäinen ryhmä on kaupalle tärkeä, koska se tekee isompia ostoksia. Tähän ryhmään liittyy kysymys liityntäpysäköinnistä päivittäistavarakaupan toiminnan edellytyksenä. Edellinen ryhmä käyttää pääsääntöisesti ns. nopean ostamisen palveluja.</p> <p>Vain kaikkein nopeimman asiointin palvelut (kioskit, automaatit) voivat toimia pelkästään ”vaihtajien” varassa. Muut palvelut tarvitsevat asukasohjan (ja työpaikkoja), joka takaa riittävän asiakasvirran. Vaihtopaikan kaupalliset palvelut ovat aina osa vaikutusalueensa palveluja; toisaalta vaihtopaikat ovat osa yhdyskuntarakennetta. Sen vuoksi vaihtopaikan potentiaali ja rajoitukset määrittyvät sen asemoitumisesta suhteessa ympäröivään rakenteeseen. Myös käytettävissä oleva aika vaikuttaa palvelujen käyttöön. Tästä syystä ei ole mahdollista esittää nyrkkisääntöjä riittävän matkustajamäärän määrittelemiseksi erilaisille palveluille.</p> <p>Asiakasvirran keskittäminen on kaupan kannalta tärkeää, mikä edellyttää selkeitä, kompakteja ratkaisuja. Kauppa pitää tätä myös asiakkaan etuna. Saavutettavuus kaikilla kulkumuodoilla on tärkeää, samoin viihtyisyys, johon liittyy esimerkiksi toimivuus, turvallisuus, siisteys ja informaatio. Nämä vaikuttavat kauppapaikan yleiseen houkuttelevuuteen. Käyttäjäkyselyn tulokset osoittavat, että joukkoliikenteen asiakkaat käyttävät vaihtopaikkojen palveluja pitkälle sillä tavoin kuin kaupan toimijat haastatteluissa kuvaavat. Työ- ja asiointimatkoilla korostuvat nopean asiointin palvelut, kahvilat ja pikaruokaravintolat, pankki- ja lippuautomaatit, kioskit, päivittäistavarakaupat ja apteekit. Vapaa-ajan matkoilla on selkeä ero palvelujen käytössä: erityisesti ruokaravintoloiden käyttö lisääntyy, samoin muiden aikaa vaativien palvelujen käyttö.</p> <p>Kaupan toimijat ovat hyvin kiinnostuneita vaihtopaikkojen kehittämiseen liittyvästä yhteistyön edistämisestä. Joukkoliikenteen käyttäjät ovat kaupalle ja HSL:lle yhteisiä asiakkaita. Joukkoliikenteen järjestäjänä HSL:llä on mahdollisuus vaikuttaa, miten ja mitkä vaihtopaikat kehittyvät tulevaisuudessa.</p>			
Avainsanat: Joukkoliikenteen vaihtopaikat, kauppa, palvelut			
Sarjan nimi ja numero: HSL:n julkaisuja 11/2016			
ISSN (nid.)	ISBN (nid.)	Kieli: suomi	Sivuja: 50
ISSN 1798-6184 (pdf)	ISBN 978-952-253-285-5 (pdf)		
HSL Helsingin seudun liikenne, PL 100, 00077 HSL, puhelin (09) 4766 4444			

Sammandragssida

Utgivare: HRT Helsingforsregionens trafik			
Författare: Seppo Lampinen		Datum 23.8.2016	
Publikationens titel: Kommersiella tjänster vid kollektivtrafikens bytesplatser - Den tredje deluppgiften i projektet Solmu			
Finansiär / Uppdragsgivare: HRT			
Sammandrag:			
<p>I slutet av 2014 startade HRT ett tvåårigt projekt Solmu. Syftet med projektet är att utreda vilken betydelse kollektivtrafikbytet har för passagerare, att hitta lösningar för att minska stress som orsakas av bytet samt identifiera de viktigaste bytesplatserna i regionen och klassifiera dem för utvecklingsåtgärder. En tredje deluppgift i projektet Solmu är en utredning om kommersiella tjänster vid kollektivtrafikens bytesplatser. Syftet med rapporten som granskar kommersiella tjänster vid bytesplatserna är att bilda en uppfattning om vilka kommersiella tjänster passar till olika bytesplatser och trafikknutpunkter i Helsingforsregionen.</p> <p>I arbetet har man intervjuat handels aktörer och affärskedjor, fastighetsägare och kommersiella utvecklare, representanter för byggföretag, aktörer och manager i köpcentrum, representanter för förbund för handeln och köpcentrum samt representanter för föreningar och representanter för utomhusreklam och automatbranschen. Förutom intervjuer fick HRT:s kunder besvara användarenkäten som genomfördes som webbenkät via HRT:s webbsida.</p> <p>Resultaten i utredningen visar att bytesplatserna intresserar kommersiella aktörer på grund av kundströmmen och möjligheten till ökningen av den. Just nu koncentrerar handeln till centrum och knutpunkter. Passagerare som byter trafikslag består av två olika typer vad gäller handeln: en grupp byter från ett kollektivtrafikmedel till ett annat, en annan grupp avslutar (eller börjar) sin resa med kollektivtrafiken och byter till ett annat färdmedel. Den senare gruppen är viktig för handeln, eftersom den gör större inköp. Här lyftas upp frågan om anslutningsparkering som en förutsättning för dagligvaruhandeln. Den första gruppen använder huvudsakligen tjänster för s.k. snabbköp.</p> <p>Endast de tjänster som är för snabbköp (kiosker, automater) kan fungera enbart på basis av passagerare som byter kollektivtrafikmedel. Alla andra tjänster behöver en invånarbas (och arbetsplatser) som garanterar en tillräcklig kundström. De kommersiella tjänsterna vid bytesplatserna är alltid en del av tjänsterna i dess influensområde; å andra sidan är bytesplatserna en del av samhällsstrukturen. Därför påverkas potentialen och begränsningarna i bytesplatsen av hur den står i relation till kringliggande struktur. Också den tid passageraren har påverkar användning av tjänster. Därför är det inte möjligt att föreslå en tumregel för att kunna definiera vad som är ett tillräckligt antal passagerare för olika tjänster.</p> <p>Koncentrering av kundströmmen är viktig för handeln och den förutsätter tydliga, kompakta lösningar. Handeln anser att den också är en fördel för kunden. Att tjänsterna kan nås med alla färdmedel är viktigt, på samma sätt som trivseln vilken påverkas av funktion, säkerhet, renlighet och information. Alla dessa påverkar hur inbjudande handelsplatsen i allmänhet är. Resultaten i användarenkäten visar att kollektivtrafikens kunder använder tjänster vid bytesplatserna ganska mycket på det sätt som handels aktörer beskriver i intervjuerna. På resorna till och från arbetet och besöken betonas tjänster för snabba besök, caféer och snabbmatsrestauranger, bank- och biljettautomater, kiosker, dagligvaruhandeln och apoteken. På resorna under fritiden sker det en klar förändring i användning av tjänsterna: särskilt användning av restauranger ökar, samt användning av övriga tjänster som kräver tid.</p> <p>Handels aktörer är väldigt intresserade av att utveckla samarbetet kring bytesplatserna. Kollektivtrafik användare är gemensamma kunder för handeln och för HRT. Som ordnare av kollektivtrafiken kan HRT påverka hur och vilka bytesplatser som utvecklas i framtiden.</p>			
Nyckelord: Kollektivtrafikens bytesplatser, handel, tjänster			
Publikationsseriens titel och nummer: HRT publikationer 11/2016			
ISSN (häft.)	ISBN (häft.)	Språk: finska	Sidantal: 50
ISSN 1798-6184 (pdf)	ISBN 978-952-253-285-5 (pdf)		
HRT Helsingforsregionens trafik, PB 100, 00077 HRT, tfn. (09) 4766 4444			

Abstract page

Published by: HSL Helsinki Region Transport			
Author: Seppo Lampinen		Date of publication 23.8.2016	
Title of publication: Commercial services at public transport interchanges – the third subtask of the project Solmu (Node)			
Financed by / Commissioned by: HSL			
<p>Abstract:</p> <p>At the end of 2014, HSL launched a two-year project called 'Solmu' (Node). The aim of the project is to study the importance of public transport transfers for passengers, find out means to reduce stress from transfers, as well as to identify the key interchanges in the region and to categorize them for development purposes. The study on commercial services at public transport interchanges is the third subtask of the project.</p> <p>The aim of the study is to identify the commercial services appropriate for different kinds of public transport interchanges and nodes in the Helsinki region.</p> <p>For the study, interviews were conducted with various commercial agents, property owners and commercial developers, representatives of construction companies, shopping centre operators and managers, representatives of trade associations and federations as well as associations of shopping centres, and representatives of outdoor advertising and automation companies. In addition to the interviews, an online user survey was conducted among HSL's customers.</p> <p>The results of the study show that commercial agents are interested in public transport interchanges because of the customer flow and growth opportunities. Business and trade is taking root in centres and at traffic nodes. From the point of view of commercial agents, there are two kinds of "transferers": those transferring from one public transport vehicle to another and those ending (or beginning) their public transport journey, who are transferring to/from other modes of transport. The latter is an important group for commercial agents because they do more shopping. One question related to this group is Park & Ride as a precondition for grocery trade operations. The first group mainly prefers so called fast shopping.</p> <p>Only fast access services (kiosks, vending machines) can operate relying only on "transferers". Other services need a resident base (and jobs) that ensures a sufficient customer flow. Commercial services at interchanges are always part of the services in the catchment area; on the other hand, the interchanges are part of the urban structure. Consequently, the potential and limitations of an interchange are determined by its position in relation to its surroundings. In addition, the time available affects the use of services. Therefore, it is not possible to establish any rules of thumb regarding a sufficient number of passengers in terms of different services.</p> <p>A centralized customer flow, calling for clear, compact solutions, is important for business and trade. In the view of commercial agents, this also benefits customers. Accessibility by all modes of transport is vital, as well as comfort including aspects such as functionality, safety, cleanliness and information. All of these affect the general attractiveness of a commercial location. The results of the user survey show that public transport customers use the services at the interchanges much in the way described by commercial agents interviewed. On commutes and personal business journeys, important services include fast shopping, cafés and fast food restaurants, ATMs and ticket machines, kiosks, grocery stores and pharmacies, whereas the use of services on leisure journeys is markedly different: restaurants and other services taking more time are used significantly more.</p> <p>Commercial agents are extremely interested in promoting cooperation to develop public transport interchanges. Public transport users are important customers for both HSL and commercial agents. As a public transport provider, HSL can affect the future development of public transport interchanges.</p>			
Keywords: Public transport interchanges; commerce; services			
Publication series title and number: HSL Publications 11/2016			
ISSN 1798-6176 (Print)	ISBN (Print)	Language: Finnish	Pages: 50
ISSN 1798-6184 (PDF)	ISBN 978-952-253-285-5 (PDF)		
HSL Helsinki Region Transport, PO Box 100, 00077 HSL, Tel.+358 9 4766 4444			

Sisällysluettelo

1	Johdanto.....	11
2	Kaupan toimijoiden haastattelut.....	12
2.1	Haastattelemine.....	12
2.2	Haastatellut tahot ja henkilöt.....	12
2.3	Haastattelujen analysoinnin perusteet ja raportointi.....	13
2.4	Havainnot ja tulkinnat haastattelujen annista.....	13
2.4.1	Mikä vaihtopaikoissa kiinnostaa kauppaa?.....	13
2.4.2	Minkälaisina asiakkaina ”vaihtajat” nähdään?.....	14
2.4.3	Riittävätkö ”vaihtajat” asiakaspohjaksi?.....	15
2.4.4	Nyrkkisääntöjä ”riittävän” vaihtajamäärän määrittelemiseksi erilaisille palveluille?.....	16
2.4.5	Mikä vaihtopaikoissa on oleellista kaupan kannalta?.....	16
2.4.6	Mitä kaupalliset toimijat toivovat vaihtopaikoilta?.....	17
2.4.7	Vaihtopaikkojen klusterointi, profilointi, brändäys?.....	18
2.4.8	Vuorovälin ja vaihtoajan merkitys?.....	19
2.4.9	Opastus, mainonta vaihtopaikoissa?.....	19
2.4.10	Mitä lähitulevaisuudessa – uudet palvelukonseptit ja digitalisaatio?.....	20
2.4.11	Investointivastuut?.....	21
2.4.12	Yhteistyö, toimintamallit kauppapaikkojen kehittämisessä?.....	21
2.4.13	Yhteistyö, toimintamallit kaupallisten toimijoiden ja julkisen hallinnon kesken?.....	22
3	Käyttäjäkysely.....	24
3.1	Kyselyn sisältö.....	24
3.2	Vastaajat.....	24
3.3	Havainnot ja tulkinnat kyselyn annista.....	24
3.3.1	Vaihtopaikkojen käyttö ja tyytyväisyys vaihtopaikkoihin.....	24
3.3.2	Tyytyväisyys vaihtopaikkoihin.....	26
3.3.3	Palvelujen käyttö työ- ja koulumatkoilla.....	29
3.3.4	Palvelujen käyttö vapaa-ajanmatkoilla.....	30
3.3.5	Palvelujen käyttö käytettävissä olevan ajan mukaan.....	30
3.3.6	Toiveet vaihtopaikkojen palvelujen kehittämiseksi.....	31
4	Päätelmät.....	34
4.1	Haastattelujen ja kyselyn anti.....	34
4.2	Aineisto ja menetelmät – johtopäätösten luotettavuus.....	36

Liitteet

Liiteluettelo

Liite 1. Haastattelurunko.....	37
Liite 2. Haastatellut henkilöt.....	40
Liite 3. Kyselylomake.....	41
Liite 4. Perustiedot vastaajista.....	49

1 Johdanto

HSL käynnisti vuoden 2014 lopulla kaksivuotisen Solmu-projektin. Projektin tarkoituksena on selvittää joukkoliikennevaihdon merkitystä matkustajalle, löytää keinoja vaihdosta aiheutuvan stressin vähentämiseksi sekä tunnistaa seudun tärkeimmät vaihtopaikat ja luokitella ne kehittämistoimenpiteitä varten. Solmu-projektin tavoitteena on määritellä HSL:n yleiset periaatteet onnistuneelle vaihtopahtumalle eli hyvään vaihtokokemukseen tarvittavat asiat ja niiden tärkeysjärjestys.

Selvitys kaupallisista palveluista joukkoliikenteen vaihtopaikoissa on Solmu-projektin kolmas osatehtävä. Solmun ensimmäisessä osatehtävässä ”Selvitys joukkoliikenteen vaihtovastuksesta” selvitettiin joukkoliikenteen vaihtojen ominaisuuksia ja matkustajien kokemuksia vaihdoista kirjallisuuden ja tutkimustiedon perusteella. Toinen osatehtävä ”Asiakasarvokartta ja solmuasemat” oli laadullinen tutkimus. Työn keskeisiä tuloksia ovat asiakasarvokartta, joka kuvaa matkustajan kokemusta joukkoliikennematkasta asemineen ja vaihtoineen, sekä kehikko erityyppisten vaihtopaikkojen arviointia varten.

Vaihtopaikkojen kaupallisia palveluja tarkastelevan selvityksen tarkoituksena on muodostaa käsitys, millaiset kaupalliset palvelut sopivat erityyppisiin joukkoliikenteen vaihtopaikkoihin ja solmupisteisiin Helsingin seudulla. Työn keskeisiksi tavoitteiksi asetettiin

- erilaisten vaihtopaikkojen liikepaikkapotentialin tunnistaminen ja ymmärryksen lisääminen kaupallisten toimijoiden logiikasta ja näkökulmista vaihtopaikkoihin liittyvässä liiketoiminnassa,
- vaihtopaikkojen käyttäjien palvelutarjontaan kohdistuvien toiveiden ja tarpeiden selvittäminen,
- edellytysten luominen palvelujen kehittämiseksi keskeisissä joukkoliikenteen vaihtopaikoissa sekä
- jatkuvan, systemaattisen ja molemmille osapuolille hyödyllisen vuoropuhelun tukeminen HSL:n ja yrityselämän välillä.

Työssä haastateltiin kaupan toimijoita ja kaupan ketjuja, kiinteistönomistajia ja kaupallisia kehittäjiä, rakennusliikkeiden edustajia, kauppakeskustoimijoita ja -manageraajia, kaupan ja kauppakeskusten liittojen sekä yhdistysten edustajia, ulkomainonta- sekä automaattialojen edustajia. Haastattelujen lisäksi tehtiin myös HSL:n asiakkaille käyttäjäkysely, joka toteutettiin nettikyselynä.

Työstä on vastannut YY-Optima Oy projektipäällikkönä Seppo Lampinen yhteistyössä Kaupallinen toimisto Avittamo Oy:n kanssa. Haastatteluista vastasi Päivi Kekkonen-Karjalainen Avittamosta yhdessä HSL:n asiantuntijoiden kanssa. Käyttäjäkyselyn valmistelusta vastasi Hanna Hiltunen Avittamosta. Kysely ja haastattelut tehtiin keväällä 2016.

2 Kaupan toimijoiden haastattelut

2.1 Haastatteleminen

Haastattelut tehtiin teemahaastatteluina. Tavoitteena oli muodostaa niiden avulla käsitys siitä

- millaiset kaupalliset palvelut sopivat erityyppisiin joukkoliikenteen vaihtopaikkoihin/ solmupisteisiin Helsingin seudulla,
- miten kaupan alan toimijat näkevät joukkoliikenteen vaihtopaikat kauppapaikkoina nyt ja tulevaisuudessa,
- miten matkustajamääriltään ja luonteeltaan erilaiset vaihtopaikat soveltuvat kauppapaikaksi,

sekä

- tunnistaa em. tietojen pohjalta erilaisten vaihtopaikkojen potentiaali kauppapaikkoina,
- lisätä HSL:n ymmärrystä kaupallisten palveluiden tarjoajien logiikasta ja näkökulmista vaihtopaikkoihin liittyvässä liiketoiminnassa ja
- tukea jatkuvaa ja systemaattista, molempia osapuolia hyödyttävää, vuoropuhelua HSL:n ja kaupan alan toimijoiden välillä.

Haastatteluissa käsiteltiin vapaamuotoisesti seuraavia teemoja:

1. Vaihtopaikkojen nykytila
2. Vaihtopaikkojen kehittäminen ja tulevaisuus
3. Kannattavan liiketoiminnan lähtökohdat
4. Yhteistyö ja toimintamallit

Haastattelurunko taustainformaatioineen on esitetty **liitteessä 1**.

Haastattelujen kesto vaihteli 45 ja 90 minuutin välillä. Haastattelut nauhoitettiin, ja haastattelut analysoitiin nauhoitusten pohjalta.

2.2 Haastatellut tahot ja henkilöt

Haastateltavat tahot valittiin niin, että ne edustavat mahdollisimman kattavasti eri toimijoita kauppapaikkojen kehittäjistä ja ”manageeraajista” (kauppapaikan toiminnasta vastaavista organisaatioista) kaupan erilaisiin ja erikokoisiin toimijoihin. Tavoitteena oli saada näin mahdollisimman monipuolinen kuva vaihtopaikkojen kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen liittyvistä kysymyksistä.

Haastatteluja tehtiin yhteensä 19, ja niihin osallistui 21 haastateltavaa. Haastattelujen henki oli poikkeuksetta yhteistyö- ja kehittämishakuinen.

Haastateltujen henkilöiden nimet taustaorganisaatioineen on esitetty **liitteessä 2**.

2.3 Haastattelujen analysoinnin perusteet ja raportointi

Luvussa 3 tuodaan esiin haastatteluissa esiin nousseita erilaisia näkökulmia tiiviisti mutta samalla mahdollisimman kattavasti. Kaikkia haastatteluissa esiin tulleita erilaisia yksityiskohtia ei ole mahdollista eikä tarkoituksenmukaistakaan käsitellä tässä raportissa aineiston laajuuden vuoksi. Tästä näkökulmasta aineiston analysointi on myös selvityksen tekijöiden asiantuntemukseen perustuvaa valintaa – eräänlaisen synteessin tekoa – sen suhteen, mitkä tekijät ovat sellaisia, että niillä on yleistä merkitystä vaihtopaikkoja kehitettäessä ja erityisesti Solmu-hankkeen viimeisessä vaiheessa laadittaessa vaihtopaikkojen kehittämiseen tähtäävää toimenpideohjelmää.

Eräissä haastatteluissa käsiteltiin myös varsin konkreettisesti tiettyihin vaihtopaikkoihin liittyviä kehittämistarpeita. Niiden toteuttamista käsitellään vaihtopaikoittain tapauskohtaisesti Solmu-projektin seuraavassa työvaiheessa. Tässä raportissa on pyritty tuomaan niitä asioita, jotka ovat relevantteja kokonaisuuden kannalta. Osa haastatteluissa esiin tulleista yksittäisistä kehittämisedotuksista on pystytty panemaan toimeen joko heti taikka syksyyn mennessä.

Haastattelujen analysoinnin tulokset on ryhmitelty seuraavassa niin, että tulokset olisivat mahdollisimman havainnollisia Solmu-hankkeen jatkotyössä ja muissa mahdollisissa vaihtopaikkoihin liittyvissä kehittämishankkeissa.

Raportissa tuodaan esiin haastatteluissa esiin nousseet seikat ”nimettöminä”, toisin sanoen raportissa viitataan vain toimijatahoihin silloin, kun se on asian puolesta perusteltuna.

2.4 Havainnot ja tulkinnat haastattelujen annista

2.4.1 Mikä vaihtopaikoissa kiinnostaa kauppaa?

Lähtökohtana on asiakasvirta. Joukkoliikennejärjestelmän rakenteen muuttuminen entistä raideliikennepainotteisemmaksi merkitsee matkustajamäärien kasvua paikoissa, joihin joukkoliikenne keskittyy. Joukkoliikenne tuottaa vakaan ja seudun kasvaessa lisääntyvän (potentiaalisen) asiakasvirran, josta kauppa on kiinnostunut.

Haastatellut henkilöt toivat varsin yhdenmukaisena näkemyksenään esiin, että kauppa hakeutuu ensisijaisesti keskustoihin ja joukkoliikenteen solmupisteisiin. Tällä hetkellä tämä näkyy kauppakeskusrakentamisena uusien raideyhteyksien, Kehäradan ja Länsimetron, varrella. Eräät haastatellut esittivät, että jatkossa painotus siirtyy todennäköisesti sekä Helsingin metron että pääradan varrelle, joissa on paljon kehittämispotentiaalia.

Haastatteluissa kävi ilmi, että vaikka kauppakeskuksia sijoitetaan nykyisin entistä enemmän vaihtopaikkojen tuntumaan, vaihtopaikka ei kuitenkaan ole keskeisin syy kauppapaikan valintaan. Kauppa siis näkee vaihtopaikat osin myös vastakkaisesta näkökulmasta kuin HSL: on kauppapaikoja, jotka sattuvat olemaan myös vaihtopaikkoja. Merkittävää vaihtopaikkojen kehittämisen kannalta on se, että asiakkaat ovat yhteisiä, samoja henkilöitä, kaupalle ja joukkoliikenteen järjestäjälle HSL:lle.

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- HSL (yhdessä muiden joukkoliikennejärjestelmän toimijoiden kanssa) voi vaikuttaa kauppapaikojen menestykseen myös silloin, kun joukkoliikennejärjestelmässä tapahtuu merkittäviä muutoksia. Ajankohtaisena esimerkkinä on Länsimetro, joka muuttaa matkustusta sekä vaihtojen paikantumista.
- Eritasoiset vaihtopaikat (matkustajamäärät) tulee nähdä omina kokonaisuuksinaan, jotka tarjoavat mahdollisuuksia eritasoisille toimijoille. Jokainen vaihtopaikka tulisi analysoida kaupallisesti ja laatia yksilöllinen toimenpidesuunnitelma. Näin ollen myös pienempien vaihtopaikkojen kehittäminen ei unohtuisi.
- Kehitystyöt toivottiin useassa haastattelussa aloitettavan metroasemista, jotka kaupan toimijoiden mielestä kaipaavat erityisen pikaista huomiota.
- Pääte pysäkit lähellä asutusta, missä vaihtopaikoista jatketaan matkaa kotiin, koettiin tärkeäksi etenkin päivittäistavara-kaupan sekä ravintolatoimialan kannalta.
- Palvelujen sijoittuminen solmukohtiin on asiakkaan etu palvelujen sijaitessa matkan varrella. Toisaalta kaupan hakeutumiseen solmukohtiin vaikuttaa se, että tila solmukohdissa on kalliimpaa. Yhtä oikeaa ratkaisua ei ole.
- Eräissä haastattelussa arvioitiin, että muusta yhdyskuntarakenteesta irralliset kauppakeskukset eivät enää ole samalla lailla kaupan painopisteenä kuin aikaisemmin.

2.4.2 Minkälaisina asiakkaina ”vaihtajat” nähdään?

Keskeinen havainto haastatteluista on se, että kaupan näkökulmasta ”vaihtajia” on kahdenlaisia: toisaalta joukkoliikennevälineestä toiseen vaihtajat, toisaalta joukkoliikennevälineestä muihin kulkumuotoihin vaihtajat. Ensinnäkin mainittu ryhmä käyttää – silloin kun käyttää – niin sanottuja nopean asiointin palveluja. Jälkimmäinen ryhmä sisältää niin henkilöautoon, polkupyörään kuin kävelyynkin vaihtavia joukkoliikenteen käyttäjiä. Tämä ryhmä on varsinkin päivittäistavara-kaupan kannalta tärkeä, koska se voi käyttää matkallaan enemmän aikaa palveluihin.

Haastatellut toivat varsin usein esiin, että joukkoliikennevälineestä toiseen vaihtajille tärkeintä on sujuva vaihto, eivät kaupalliset palvelut. Toisaalta nopeasti hyödynnettävissä olevat palvelut voivat tehdä vaihdosta miellyttävämmän. Näin palvelut voivat tukea vaihtojen sujuvuutta, kun se määritellään laajemmin kuin vain vaihtoon käytettävänä aikana.

Kaupan kannalta on oleellista, että nopea asiointi merkitsee myös pieniä ostoksia. Asiakasvirran on sen vuoksi oltava suhteellisen suuri, jotta palvelujen tarjonta olisi mahdollista. Palvelut tuleekin mitoittaa asiakasvirran ja lähiympäristön, asutuksen, työpaikkojen, koulujen ja vapaa-ajan palvelujen potentiaalin sekä jo olemassa olevan palvelutarjonnan mukaan.

Joukkoliikennevälineestä muihin kulkumuotoihin vaihtajiin liittyy runsaasti haastatteluissa esillä ollut kysymys (autojen) liityntäpysäköinnistä. Kaupan edustajat pitivät tärkeänä, että tarjolla on myös pysäköintimahdollisuus silloin, kun palvelutarjonta on laajempi kuin vain nopeaan asiointiin perustuva (kioskit tai pienet päivittäistavara-kaupat). Jos liityntäpysäköintiä ei ole tarjolla, kaupassa asiointi tapahtuu vasta matkan päätteeksi (tai sen jälkeen), jolloin asiointi voi suuntautua muihinkin kohteisiin kuin solmupisteisiin.

Liityntäpysäköinnin toimivuus nähdään osana sujuvia matkaketjuja. Pysäköinnin hinnoittelu ei ollut erityisen voimakkaasti esillä haastatteluissa. Kaupan näkökulmasta kyse on myös pysäköintipaikkojen saatavuudesta (määrästä) eri vuorokaudenaikoina, mihin voidaan vaikuttaa tarkoituksenmukaisella hinnoittelulla.

Myös polkupyörien pysäköinti (säilyttäminen) oli usein esillä haastatteluissa. Haastatellut pitivät laajasti tärkeänä, että polkupyörien turvallinen säilyttäminen ratkaistaan vaihtopaikoissa. Kysymys on myös sujuvista ja selkeistä reiteistä vastaavasti kuin jalankulkijoiden kohdalla. Tällä on puolestaan kytkentä opastukseen (ks. kohta 2.4.9).

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Asiakkaan ajalla on arvo, ja asiakas itse päättää, miten ja mihin aikansa käyttää. Asiakkaille pitää tarjota vaihtoehtoja (nopean ostamisen palvelut, missä esim. kahvi otetaan mukaan matkalle, taikka rauhallisia paikkoja ostoksille ja lounaille).
- Haastatteluista kävi ilmi, että kaupan toimijat uskovat kiireen lisääntyvän. Sitä kautta kysyntä ns. nopean ostamisen palveluille vaihtopaikoissa kasvaa.
- Keskustassa ollaan valmiita kävelemään pidempiä matkoja. Tästäkin syystä keskusta vaihtopaikkana hahmottuu laajempaan kokonaisuutena kuin vain yhtenä pisteenä. Keskustassa raitiovaunu on selkein ja helpoin tapa liikkua (verkon hahmottaminen).
- Suomessa on vahva itsepalvelun kulttuuri; kahvista ja pysäköinnistä voidaan maksaa, tavarankuluttamisesta ei vielä haluta maksaa.

2.4.3 Riittävätkö "vaihtajat" asiakaspohjaksi?

Kun kyse on nimenomaan joukkoliikennevälineestä toiseen vaihtajista, vilkkaillakin vaihtopaikoilla vain kaikkein nopeimman asiointin palvelut, kioskit ja automaatit, voivat toimia heidän varassaan. Muut palvelut tarvitsevat asiakaspohjan, joka edellyttää asukkaita (ja työpaikkoja) vaikutusalueellaan. Tällöin asiakaspohjaan liittyvät myös joukkoliikenteestä muihin kulkumuotoihin siirtyvät henkilöt sekä ympäristön asukkaat ja työntekijät.

Nopeille vaihtajille vaihdon sujuvuus on pääasia, ei palvelujen käyttö. Toisaalta kyse on siitä, että vaihtajien määrä ei yksinkertaisesti ole riittävän suuri (sellaisissa vaihtopaikoissa, joissa nytäkään ei ole palveluja tai niitä on vain vähän). Suuruusluokista voidaan todeta hyvin yleisesti, että pienemmissäkin kauppakeskuksissa vuotuiset asiakasvirrat ovat miljoonia.

Erään haastatellun mukaan kaupan kategorisointi perustuu ryhmittelyyn, jossa ylimpänä ovat "perusluonteeltaan" kaupan keskukset (esim. Helsingin keskusta, Tikkurila, tulevaisuudessa Kalasatama jne.), joissa on myös vaihtomahdollisuus; näiden alapuolella paikalliskeskukset (esim. Lauttasaari); alimpana lähipalvelut (paikallista asutusta) tai puhtaasti palvelut vaihtavalle liikenteelle (myös puhtaasti työpaikka-alueet).

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Joukkoliikenteen käyttäjät ja "ostoshaluiset" ovat kaupan asiakkaina erilaisia; tosin yhden hengen taloudet vahvistavat nopeaa ostamista ja lähentävät näin kaupan näkökulmasta näitä ryhmiä.

- On tärkeää ajatella palvelujen tarjontaa myös matkustajien kannalta. Mahdollistamalla suppeammatkin palvelut vaihtopaikoilla voidaan parantaa asiakkaiden matkustuskokemusta.
- Mitä pienempi keskiostos, sitä isompaa asiakasvirtaa tarvitaan, jotta kaupan toimijoiden on kannattavaa harjoittaa liiketoimintaansa ko. vaihtopaikalla (ks. kohta 2.4.4).

2.4.4 Nyrkkisääntöjä ”riittävän” vaihtajamäärän määrittelemiseksi erilaisille palveluille?

Edellisestä kohdasta seuraa loogisesti, että erilaisille palveluille riittävää vaihtajamäärää ei voi määritellä yksiselitteisesti. Asiakaspohja muodostuu kokonaisuudesta, jonka osia ovat vaihtajien lisäksi vaikutusalueen asukkaat ja työpaikat. Lisäksi palvelukokonaisuuteen vaikuttaa asiakkaiden käytettävissä oleva aika. Eräs haastateltava totesikin, että kauppa kilpailee juuri asiakkaiden ajasta.

Kun vaihtajilla ja muilla asiakkailla on enemmän aikaa, myös aikaa vaativia palveluja luonnollisesti käytetään enemmän. Tämä ilmenee myös käyttäjäkyselyn tuloksista (ks. kohta 3). Tästä ei voi kuitenkaan tehdä sitä johtopäätöstä, että joukkoliikenteen pidemmät vuorovälit tarkoittaisivat lisääntyvää palvelujen käyttöä. Päinvastoin voidaan ajatella, että lyhyt vuoroväli antaa paremmat mahdollisuudet asiointiin, kun ehtiminen juuri seuraavaan vuoroon ei ole kriittistä.

Lisäksi on otettava huomioon, että palveluiden käytössä tapahtuu jatkuvia muutoksia. Esimerkkinä haastatteluissa tuotiin esille Keski-Euroopassa yleiset ruoka-automaatit, jotka tarjoavat vaihtoehdon pikaruokapaikoille.

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- On tärkeää myös lisätä palveluiden houkuttelevuutta parantamalla ja/tai nopeuttamalla palvelua, mutta etenkin hyödyntämällä nykYTEKNIikkaa, jolloin palvelun voi saada ”valmiina” matkustajan saapuessa vaihtopaikkaan.

2.4.5 Mikä vaihtopaikoissa on oleellista kaupan kannalta?

”Kun tuntee asiakkaiden tarpeet, on jo pitkällä.”

Haastatteluissa korostettiin asiakkaan tarpeiden ymmärtämistä ja asiakkaiden tunnistamista. Kyse ei ole tässä mielessä vain kaupallisista palveluista, vaan myös vaihtotilanteesta kokonaisuutena ja kaupallisten palvelujen asemoitumisesta siinä. Yksinkertaisesti: kiireiselle vaihtajalle ei kannata tarjota palveluja, joita hän ei ehdi käyttää.

Kaupan intressinä on asiakasvirran keskittäminen – tai toisin päin, kaupan keskittäminen asiakasvirran äärelle. Tämä tarkoittaa sitä, että vaihtopaikkojen palvelujen tulisi muodostaa selkeitä, kompakteja ratkaisuja, joissa palvelut asettuvat asiakkaiden luontevien liikkumisreittien äärelle. Asiakkaalle tämän tulisi näyttäytyä yhtenä kokonaisuutena. Tätä pidettiin myös vaihtomatikustajan kannalta toivottavana ratkaisuna, kun erityisesti nopeiden palvelujen tarjonta on helposti saavutettavissa.

Muita haastatteluissa usein esiin tulleita keskeisiä tekijöitä ovat kauppapaikan saavutettavuus eri kulkumuodoilla – oikeastaan kaikilla kulkumuodoilla – sekä yleisesti sen houkuttelevuus (ks. kohta 2.4.7)

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Palveluinfran on oltava niin tiivis kuin mahdollista.
- Liityntäpysäköinti on kaupan kannalta tärkeä asia, mutta myös hyvät ja laadukkaat jalankulkuyhteydet tärkeitä, turhia raja-aitoja ei pidä tehdä.
- Vuorokaudenajan / liikenteen suunnan merkitys: ostokset tehdään iltapäivällä kotiin palatessa.

2.4.6 Mitä kaupalliset toimijat toivovat vaihtopaikoilta?

Kaupan toimijoiden näkökulmasta on ensisijaista, että kauppapaikka on houkutteleva. Sijainti on ratkaiseva tekijä. Muita tärkeitä tekijöitä ovat toimivuus sekä asiakkaan että kaupan näkökulmasta. Ajankäytön optimointiin liittyvät sujuvat kulkuyhteydet kauppapaikan sisällä sekä kauppapaikan liitynnät eri kulkumuotoihin. Houkuttelevuuteen liittyvät myös tilojen ja kulkuväylien turvallisuus, viihtyisyys, selkeys liikkumisympäristönä sekä tilojen ja reittien kunto ja siisteys. Viimemainittuja pidettiin yleisesti perusasioina, joiden pitäisi olla aina kunnossa.

Minkälaisena kaupan edustajat näkevät asiakkaan näkökulmasta unelmien vaihtopaikan? Eri tavoin haastatteluissa ilmaistut näkemykset voi kiteyttää esimerkiksi seuraavasti:

- Kaikilla liikennevälineillä helposti saavutettavissa
- Vaihtoon ei mene aikaa
- Mahdollisuus viettää aikaa, mutta ei pakko
- Mahdollisimman laaja kirjo palveluja.

Vaihtopaikoilta toivottiin erottumista, joka voi syntyä eri tavoin, esimerkiksi paikallisesta identiteetistä tai taiteesta.

Päivittäistavarakaupan edustajat nostivat esiin logistiikan toimivuuden. On selvää, että vaihtopaikkoihin liittyy haasteita, kun ne ovat luonteeltaan eri liikennemuotojen solmupisteitä, joiden osalta tavoitteena ovat kaupankin näkökulmasta kompaktit ratkaisut.

Laajentuneet kaupan aukioloajat tuovat joissakin vaihtopaikoissa "uudelleen mietinnän paikan", jotta joukkoliikenne ja kaupan aukioloajat palvelisivat toinen toisiaan mahdollisimman hyvin. Suurimmassa osassa tämä toimiikin jo moitteettomasti, mutta etenkin suurten kauppakeskusten pitkät aukioloajat tulee huomioida myös henkilökunnan töihin ja töistä pääsyn osalta. Isoimmassa kaupakeskuksissa on huomattava määrä työntekijöitä, joilla tarve päästä työpaikoille ja sieltä pois on niin arkinen kuin viikonloppuisinkin – turvallisesti.

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Kaupan edustajat toivat esiin, että kauppa luo osaltaan vaihtopaikkoihin sosiaalista kontrollia, joka on tärkeää matkustajien turvallisuuden tunteen kannalta.

- Kaupallisia palveluja tarjoavissa vaihtopaikoissa tarvitaan myös rauhallisia odotustiloja. Varsinkin metroasemiin kohdistuu tässä suhteessa arvostelua.
- Laiturialueita toivottiin otettavan paremmin kaupalliseen käyttöön (kioskit, automaattit, mainonta).
- ”Unelmien vaihtopaikassa” saavutettavuus on hyvä kaikilla kulkumuodolla. Vaihdot ovat sujuvia, kaupan palvelut lähellä, vaihtuvia/ positiivisesti yllättäviä pop up -toimijoita, jotka tuovat elämyksellisyyttä ja vaihtelevuutta ja sesonkiin liittyvää tuote- ja palvelutarjontaa.
- Esiin nousi myös yhteistyö nuorten innovatiivisten yritysten kanssa sekä design-yritysten kanssa esim. vaihtuvien näyttelyiden muodossa.
- Myös mainonta, taide ja värit tuovat vaihtopaikkoihin viihtyvyyttä – tätä kaivattiin lisää. Vaihtopaikkojen välille kaivattiin erilaisuutta: sen lisäksi, että on mielenkiintoista seurata matkan varrella erilaisia vaihtopaikkoja, vaihtopaikat jäävät paremmin mieleen, kun niiden välillä on eroja.
- Kaupallisten toimijoiden korviin on asiakkaiden toiveina kuultu, että vaihtopaikoille kaivataan ainakin
 - o lämmin odotustila
 - o enemmän istuimia
 - o enemmän wc:itä
 - o lisää turvallisuutta ja valaistusta

2.4.7 Vaihtopaikkojen klusterointi, profilointi, brändäys?

Klusteroinnilla tarkoitettiin haastattelussa vaihtopaikkojen luokittelua erikokoisiin ja -tyyppisiin kokonaisuuksiin. Osa haastateltavista ei pitänyt klusterointia tarpeellisena, kun taas osa haastateluissa piti ajatusta kokeilemisen arvoisena esimerkiksi kolmessa ”mallivaihtopaikassa”, pienessä, keskikokoisessa ja isossa. Varauksellisen suhtautumisen voi arvioida johtuvan siitä, että jokaisessa vaihtopaikassa palvelukokonaisuus on yksilöllinen ratkaisu, johon vaikuttavat asiakaspohja, asiakasprofiili, kilpailevat kaupalliset palvelut sekä paikan mahdollisuudet ja rajoitteet (maankäyttö).

Kaupan profilointi (konseptointi) on kaupan näkökulmasta perusasiaa, jota tehdään jokaisessa hankkeessa. Oleellista on, kuka ja millä tavoin määrittelee kaupallisen konseptin. Eri toimijoilla on erilaisia intressejä, joiden ajallinen ulottuvuuskin on erilainen. Pienillä vaihtopaikoilla konseptointi voi olla paikan ainoan palveluntuottajan varassa; näillä tarvitaan ja on myös mahdollisuuksia erityisesti nopean ostamisen uusiin konsepteihin (esimerkiksi yhdistämällä pysäkkikatos ja kioski).

Haastateltavilta kysyttiin myös, miten he suhtautuvat vaihtopaikkojen brändäykseen (kaupallisten nimien käyttöön paikan nimen sijaan). Ajatus ei saanut kovin laajaa tukea, vaikka eräät haastattelut suhtautuivatkin siihen myönteisesti. Kielteinen tai varovainen kanta perustui yleisesti siihen, että joukkoliikennejärjestelmän selkeyden kannalta on parempi, että vaihtopaikoilla on vakiintuneet, sijaintiin perustuvat nimet. Tässä suhteessa selkeänä esimerkkinä nostettiin esiin tuleva kauppakeskus Tripla, joka on siis markkinointinimi, ja joka sijaitsee vaihtopaikassa nimeltä Pasila.

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Kuten kauppapaikat myös vaihtopaikat voidaan luokitella kävijämäärien/ matkustajamäärien mukaisesti isoihin, pieniin sekä keskikokoisiin. Muutamassa haastattelussa toivottiinkin myös vaihtopaikoista malleja (pieni, keskikokoinen ja suuri vaihtopaikka).

- Kontula nostettiin esiin eräässä haastattelussa vaihtopaikkana, jossa kaupallista kokonaisuutta ei ole johdettu; tuloksena on 18 keskiolutpaikkaa.
- (Ks. myös kohta 2.4.12)

2.4.8 Vuorovälin ja vaihtoajan merkitys?

Vaihtopaikkojen palvelutarjonnan kannalta joukkoliikenteen vuorovälejä ei pidetty oleellisena tekijänä. Tärkeää on asiakasvirta kokonaisuutena. Toisaalta on selvää, että vuoroväleillä ja asiakasvirran epätasaisuudella on merkitystä asiakastapahtuman hallinnan kannalta erityisesti nopean asiointin palveluissa.

Kuten edellä on jo todettu, pitempi vuoroväli ei automaattisesti merkitse lisääntyvää palvelujen käyttöä. Eräät haastateltavat arvioivat, että tiheämpi vuoroväli mahdollistaa vapaamman asiointin, kun vaihtajan ei ole pakko ehtiä juuri seuraavaan vuoroon. Toisaalta pitkä vaihto aika mahdollistaa asiointin laajemmalla alueella silloin, kun vaihtoehtoja on tarjolla, eikä pitkä vuoroväli ole tässä-kään suhteessa kaupan kannalta toivottava.

Haastateltavat näkivät melko yhdenmukaisesti, mitä palveluja asiakkaat käyttävät, jos aikaa on 15, 30 tai 60 minuuttia. Viidentoista minuutin aika tarjoaa mahdollisuuden vain nopeisiin ostoksiin, esimerkiksi kahvinkupin tai lehden mukaan ottamiseen. Puolesta tunnissa ehtii käydä kahvilla tai hoi-taa pieniä asioita päivittäistavarakaupassa. Asiointin luonteesta riippuen puoli tuntia voi riittää myös erikoistavarakaupassa käyntiin. Tunti on minimiaika ateriointiin (muualla kuin pikaruokapai-koissa) ja isompien ostosten tekoon päivittäistavarakaupassa. Tunnissa on mahdollista myös eri-koistavarakaupan palvelujen hyödyntäminen suhteellisen laajasti.

2.4.9 Opastus, mainonta vaihtopaikoissa?

Kaupan toimijat pitivät opastusta tärkeänä. Opastukseen liittyy sekä liikkumisen (joukkoliikennepal-velujen ja muiden kulkumuotojen) että kauppapaikan tarpeiden näkökulma. Varsinkin isommissa vaihtopaikoissa joukko- ja muun liikenteen opastus, kauppapaikan opastus ja mainonta muodosta-vat helposti sekavan kokonaisuuden, joka ei palvele tarkoitustaan parhaalla mahdollisella tavalla.

Tämän vuoksi haastatteluissa tuotiin varsin yleisesti esiin tarve sovittaa paremmin yhteen erilainen opastus ottaen samalla huomioon myös mainonta. Kyse ei ole vain opastuksesta vaihtopaikal-la/kauppakeskuksessa¹, vaan laajemmasta kokonaisuudesta, johon kuuluu myös opastus vaihto-paikalle/kauppakeskukseen.

Vaihtopaikkojen opastuksen lupakäytäntö miellettiin kankeaksi, kalliiksi sekä byrokraattiseksi. Kau-paan toimijat toivoivat, että heihin luotettaisiin tässä enemmän. Intressit ovat yhteiset, toisin sanoen tavoitteena järjestää selkeä opastus ja sijoittaa opasteet asiakkaiden kannalta järkeviin paikkoihin.

¹ Kauppakeskuksen yksi määritelmä on, että siinä on enemmän kuin 10 toimijaa, yli 5000 m² ja yhteinen brändi. Tällaisia keskuksia on Suomessa noin 100.

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Voisiko myös kauppakeskuksilla olla virallinen liikennemerkki tai vastaava symboli (vrt. esim. huvipuisto)?
- Opastuksen ja mainonnan kokonaisuudessa voi olla tapauskohtaisesti tarpeen ottaa huomioon varsinaista vaihtopaikkaa laajempi kokonaisuus silloin, kun kaupalliset palvelut eivät ole keskityneet välittömästi vaihtopaikan yhteyteen (esim. Tikkurila).
- Ainakin eräillä isommilla vaihtopaikoilla kaupan edustajilla on halukkuutta yhteisen informaatio-palvelun järjestämiseen HSL:n kanssa.
- Liikennevälineissä voisi olla ennakkotietoa siitä, millaisia palveluja on tarjolla seuraavalla pysäkillä/asemalla.
- Haastatteluissa korostui, että opastus ei ole mainontaa, mutta mainonta voi olla opastavaa.
- HSL voisi antaa kauppakeskusten/kauppapaikkojen käyttöön sovelluksen/QR-koodin mobiiliin, jonka avulla henkilökunta voisi opastaa asiakkaita joukkoliikenteeseen.
- Kaupan toimijoiden toiveissa on saada lisättyä myös mainontaa joukkoliikennevälineisiin – erityisesti mobiiliin välityksellä seuraavien vaihtopaikkojen palvelu- ja tuotetarjonnasta.

2.4.10 Mitä lähitulevaisuudessa – uudet palvelukonseptit ja digitalisaatio?

Nettikaupan tuomat muutokset ovat selvästi nähtävissä. Vaihtopaikkoihin liittyen yhtenä selvänä kehityssuuntana pidettiin nettikaupan noutopisteiden yleistymistä. Se edellyttää sopivia sijoituspaikkoja sekä asiakkaiden että logistiikan kannalta.

Kauppapaikoissa digitalisaatio heijastuu – ja on jo heijastunut – mainontaan. Se muuttuu entistä enemmän kohdennetuksi mainonnaksi, jossa voidaan ottaa huomioon mainonnan kohteen paikantuminen. Tässä suhteessa digitalisaatiokehityksellä on selvä kytkentä myös opastukseen.

Digitalisaatio tuo todennäköisesti mukanaan asioita, joita ei osata nyt ennakoida. Tämän vuoksi on tärkeää, että kehitettäessä vaihtopaikkoja kauppapaikkoina otetaan huomioon myös muuntojoustavuus. Se ei tarkoita tilojen ylimitoitusta, vaan nimenomaan mahdollisuutta käyttää tiloja muuttuvien tarpeiden mukaisesti.

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Suomessa vallitsee itsepalvelukulttuuri; palvelusta ei ainakaan tällä hetkellä olla valmiita suuressa määrin maksamaan (esim. tuotteiden kotiinkuljetus). Itsepalvelukulttuuristamme johtuen kaupan toimijat näkevät, että automaatit sekä mobiiliostaminen ja mobiilimaksaminen kasvavat entisestään. Nämä asiat huomioiden kaupan toimijat kehittävät parhaillaan uusia palvelukonsepteja.
- Joukkoliikennevälineitä ole tarpeeksi hyödynnetty niin informoinnissa kuin mainonnassa – matkustajille tulisi kertoa sekä seuraavan pysäkin/aseman että lähialueen palvelutarjonnasta. Tämä tieto auttaisi matkustajia omassa matkasuunnittelussaan.
- Voisiko myös joukkoliikenneväline olla palvelupiste?
- Kahvila- ja ravintolatoiminta jatkaa kasvuaan; samoin kauneus ja hyvinvointi. Ovatko uudenlaiset pienimuotoiset terveydenhoitopisteet (terveyskioskit) tulevaisuutta?

- Vaihtopaikkojen staattiset opasteet tulisi vaihtaa digitaalisiin. Digitaalisia näyttöjä voi hyödyntää niin opasteissa kuin mainonnassa – tiedot olisivat aina on-line, ja näyttöjä voisivat hyödyntää myös alueen muut paikalliset toimijat kertoakseen palveluistaan matkustajille.

2.4.11 Investointivastuut?

Vaihtopaikkojen kehittäminen merkitsee ainakin useimmissa tapauksissa investointitarpeita. Haastatteluissa pystyttiin ottamaan kantaa vastuiden kohdentumiseen vain kaikkein yleisimmällä tasolla. Yleisesti pidettiin selkeänä periaatteena, että investointivastuu kuuluu sille taholle, joka saa tuoton investoinnista. Käytännössä se tarkoittaa, että kaikkein pienimpiä tapauksia lukuun ottamatta – kun toimijoitakin on monta – hankkeet on palasteltava hyödyn suhteessa.

On syytä olettaa, että ainakin pienillä vaihtopaikoilla tarvitaan myös julkisia investointeja palvelujen kehittämiseksi (tilaratkaisut, kulkuyhteydet).

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Haastateltavien mukaan investointivastuu on kiinteistön omistajilla ja kaupungilla. Joissakin tapauksissa kannattaisi miettiä yhtiöittämistäkin, näin saataisiin aikaan erilaisia vaihtopaikkoja.

2.4.12 Yhteistyö, toimintamallit kauppapaikkojen kehittämisessä?

Kaupallisten toimijoiden keskinäiseen yhteistyöhön liittyviä kysymyksiä käsiteltiin haastatteluissa vain siltä osin, kuin asiat liittyvät haastattelujen varsinaiseen teemaan, joukkoliikenteen vaihtopaikkojen kehittämiseen.

Kauppapaikkojen – kauppakeskusten – kehittämisvaiheessa tarvitaan yleisen näkemyksen mukaan yhteistä kaupallista kehittäjää. Sen sijaan järjestämistavasta esitettiin erilaisia näkemyksiä. HSL:n näkökulmasta yhteinen kaupallinen kehittäjä tarjoaa yhden keskustelukumppanin vaihtopaikan kehittämiseen liittyvissä kysymyksissä.

”Kauppakeskusmanageeraajaa” – käyttövaiheen kauppakeskusjohtajaa – osaa pitää hyödyllisenä, osa taloudellisesti raskaana. Tässäkin HSL:n näkökulmasta on kyse siitä, onko keskustelukumppaneita (ensisijaisesti) yksi vai useampia.

Kaupan toimijat ovat kooltaan – ja resursseiltaan – hyvin erilaisia, yhden hengen yrityksistä valtakunnallisiin tai monikansallisiin yrityksiin. Pienet toimijat toivat esiin, että kauppiasyhdistykset ovat tärkeitä pienyrityksille. Niiden kautta pienten yritysten on mahdollista saada äänensä paremmin kuuluviin.

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Joidenkin kaupan toimijoiden mielestä asiointi usean tahon kanssa on haasteellista. Aina ei tiedetä, kenelle mikäkin alue kuuluu. Haasteita on havaittu mm. liiketilojen ja automaattipaikkojen vuokrauksessa, mainoslaitteiden vuokraamiseen ja kiinnityksiin liittyvissä asioissa. Myös opastuksen sijoittelussa vaihtopaikoissa on tältä osin hankaluutta.

- Eräät haastatellut kannattivat kaupallisen kehittäjän / manageeraajan tuloa vaihtopaikoille. Silloin vaihtopaikalla olisi taho, joka huolehtii, vaihtopaikasta kokonaisuudessaan sekä käy tarvittavat keskustelut eri tahojen kanssa ja huolehtii arjen sujumisesta vaihtopaikassa. Etenkin isoille ja vilkkaille vaihtopaikoille toivottiin kaupallista manageeraajaa.
- Erityisesti kaupan ketjujen edustajien mielestä kaupallisilla manageeraajilla on näkemystä tarvittavasta alueen vaihtopaikalle tarvittavasta myymälä- ja palveluvalikoimasta sekä tuotetarjonnansta. Näin voitaisiin luoda vaihtopaikoille pelisäännöt (myymälöiden väliset asiat, vuokraus, maintenance, opastus, turvallisuus, valaistus ja muut huoltotoimet) ja huolehtia, että em. asiat tulee pantua toimeen.

2.4.13 Yhteistyö, toimintamallit kaupallisten toimijoiden ja julkisen hallinnon kesken?

Haastatteluissa tuli esiin hyvin laajasti valmius keskusteluun ja yhteistyön kehittämiseen: lähes kaikki haastateltavat kokivat systemaattisen yhteydenpidon esim. säännöllisten tapaamisten merkeissä tarpeellisena. Kauppaa kiinnostaa erityisesti tietojenvaihto suunnitelmista, käyttäjämääristä, ennusteista etc. perustiedoista, joita tarvitaan kaupan omassa suunnittelussa. Haastatteluissa kävi ilmi, että myös kaupan toimijat ovat halukkaita jakamaan heillä olevaa tietoa.

Nykyisen yhteistyön laadusta esitettiin hyvin erilaisia näkemyksiä. Pääosin yhteistyöhön julkisen sektorin kanssa tunnuttiin olevan jotakuinkin tyytyväisiä, vaikkakin kehitettävää vielä myös löytyy. On selvää, että kaupan alan eri toimijoiden erilaiset intressit heijastuvat myös yhteistyöhön – etenkin kaavoitusviranomaiset ovat usein avainasemassa.

Kuka ensisijaisesti vastaa vaihtopaikkojen kehittämisestä? Eräs haastateltu totesi, että ”haluaisin uskoa markkinatalouteen; investoinnit pitää tehdä liiketoiminnan kannattavuuden kautta”. Maan käyttö on kuitenkin julkisen vallan säätelystä. Siksi toiveena on yhteistyön lisääminen ja tarvittaessa yhteishankkeet.

Muita haastatteluissa esille tulleita näkökohtia:

- Julkisten palvelujen sijoittaminen vaihtopaikoille kaupallisten palvelujen yhteyteen on hyödyllistä matkaketjujen sujuvuuden kannalta, mutta myös kaupan näkökulmasta asiakasvirtojen kasvassa.
- Erilaisilla pysäkeillä on erilaisia rooleja kauppapaikkoina (peruspysäkin ja kauppakeskuksen välillä); vaatii ideointia, suunnittelua ja koordinoitua
- Julkisten ja yksityisten toimijoiden yhteistyön kehittämisessä kannattaa hyödyntää olemassa olevia hallinnon organisaatioita: kunnilla on elinkeinojohtajansa (tms.) ja -organisaationsa.
- Eräs kaupan edustaja piti rakennussuojelua kauppapaikkojen kehittämisessä usein esteenä (liian määrävissä asemassa); intressien yhteensovittaminen on sen vuoksi usein lähes mahdotonta. Maanomistusjärjestelyt ovat toinen vaikea asia; ne pitäisi käydä läpi aikaisessa vaiheessa.
- Toimivan logistiikan järjestäminen vaihtopaikoilla toimiviin liikkeisiin edellyttää yhteistyötä eri toimijoiden kesken suunnittelun alusta alkaen.
- Päätöksentekoprosessit poikkeavat paljon julkisella ja yksityisellä puolella toisistaan; kunnan on vaikea sitoutua tavalla, jota investori tarvitsisi; ongelma on ilmeinen
- Vaihtopaikkoihin liittyvissä hankkeissa toivottiin käynnistettävän asukasyhteistyötä yhdessä HSL:n, kaupan toimijoiden sekä kuntien edustajien kanssa.

- Eräässä haastattelussa ehdotettiin yhteistä (kaupan toimijat & HSL & kunnat) vaihtopaikkojen kansainvälistä benchmarkkausta (tutustumismatkat). Esille tuli myös Helsingin seudulla jo tehtyjen tai tekeillä olevien vaihtopaikkojen analysointi yhteistyönä.
- Eräs haastateltava totesi, että kaupallisuutta pidetään joskus ”syntinä” julkisella puolella; näkökulma piilotetaan, mutta siihen törmää. Yhteistyön lisäämisellä toivottiin myös tällaisten asentaiden muuttumista ja entistä parempaa yhteistyötä jatkossa. Asiakkaat ovat yhteiset ja monessa mielessä tavoitteetkin hyvin samansuuntaisia.
- Tietojenvaihtoa varten toivottiin useassa haastattelussa nettisivuja avoimelle aineistolle (suunnitelmat, käyttäjätiedot yms.)
- Kuten kohdassa 2.4.9 on edellä todettu, ainakin eräillä isommilla vaihtopaikoilla kaupan edustajilla on halukkuutta yhteisen informaatiopalvelun järjestämiseen HSL:n kanssa. Myös HSL:n informaation tuomasta kauppakeskusten info/ mainostauluihin esitettiin.

3 Käyttäjäkysely

3.1 Kyselyn sisältö

Kyselyn tarkoituksena oli selvittää joukkoliikenteen käyttäjien näkemyksiä vaihtopaikoista ja niiden kehittämistarpeista.

Suomenkielinen kyselylomake on esitetty **liitteessä 3**. Lomake oli saatavilla myös ruotsiksi ja englanniksi.

3.2 Vastajat

Kysely toteutettiin avoimena nettikyselynä, josta tiedotettiin HSL:n noin 60 000 rekisteröidylle asiakkaalle uutiskirjeellä. Lisäksi kyselyn linkki oli näkyvissä HSL:n etusivulla (hsl.fi) ja siitä kerrottiin sosiaalisen median kanavissa. Kyselyllä haettiin yleisesti joukkoliikenteen kehittämisestä kiinnostuneiden asiakkaiden mielipiteitä. Nettikyselyyn saatiin yhteensä 869 vastausta. Vastausaktiivisuus on samaa luokkaa kuin yleensä HSL:n nettikyselyissä.

Perustiedot vastaajista on esitetty **liitteessä 4**. Vastajien voi katsoa edustavan hyvin HSL-alueen kuntia, eri ikäryhmiä, ammattiryhmiä ja perhekokoa niin, että aineistosta voi tehdä melko luotettavasti tulkintoja kaikkien joukkoliikenteen käyttäjien osalta, vaikka tilastolliseen edustavuuteen ei nettikyselyssä ole pyrittykään.

3.3 Havainnot ja tulkinnat kyselyn annista

3.3.1 Vaihtopaikkojen käyttö ja tyytyväisyys vaihtopaikkoihin

Vastaajia pyydettiin nimeämään enintään kolme eniten käyttämäänsä vaihtopaikkaa tällä hetkellä. Samassa yhteydessä vastaajia pyydettiin kertomaan, kuinka tyytyväisiä he ovat näiden vaihtopaikkojen ostosmahdollisuuksiin ja palveluihin (asteikolla huono/kohtalainen/hyvä).

Kysymykseen vastasi 841 henkilöä.

Vaihtopaikoista erottuu vilkkauksellaan kolme, päärautatieasema, Kamppi ja Pasila. Muita vilkkaimpia vaihtopaikkoja ovat Itäkeskus, Sörnäinen, Tikkurila ja Leppävaara.

Taulukossa 1 on laskettu keskiarvo vastaajien antamista ”arvosanoista” ostosmahdollisuuksille ja palveluille. Kun vaihtopaikat järjestetään toisaalta käytön yleisyyden ja toisaalta palveluista annetun arvion mukaan, nähdään, että vaihtopaikan vilkkaus korreloi pääsääntöisesti varsin selvästi palveluista annetun arvion kanssa. Siis mitä enemmän vaihtajia, sitä parempina palveluja pidetään. Voidaan olettaa, että vaihtajien määrä korreloi myös vaihtopaikan kokonaismatkustajamäärän kanssa, jolloin on loogista, että vilkkaammilla vaihtopaikoilla on tarjolla paremmat palvelut.

Arvosanat: 1 = huono
 2 = kohtalainen
 3 = hyvä

Tästä vaihtajien määrän ja palvelujen laadun välisestä yhteydestä on muutama poikkeus. Palveluitaan hyvinä vaihtopaikkoina (suhteessa vaihtajien määrään) pidetään suuria kauppakeskuksia Kamppia sekä Jumboa. Jälkimmäistä ei yleensä mielletä joukkoliikenteen vaihtopaikkana, mutta tämän kyselyn perusteella se asettuu samaan suuruusluokkaan kuin esimerkiksi Vuosaari, Tapiola ja Oulunkylä.

Taulukko 1. Eniten käytetyt vaihtopaikat ja arvio niiden ostosmahdollisuuksista ja palveluista.

Vaihtopaikka	Vastausten lukumäärä	Arvosanojen keskiarvo
Helsingin päärautatieasema	603	2,36
Kamppi	383	2,62
Pasila	308	1,99
Itäkeskus	147	2,54
Sörnäinen	136	1,87
Tikkurila	125	2,23
Leppävaara	106	2,54
Muu	95	1,69
Malmi	88	2,11
Herttoniemi	78	1,87
Myyrmäki	71	2,17
Huopalahti	66	1,27
Espoon keskus	64	1,89
Vuosaari	53	2,06
Tapiola	52	2,02
Jumbo	51	2,25
Meilahti	46	1,39
Oulunkylä	46	1,65
Kerava	43	1,56
Martinlaakso	39	1,82
Mellunmäki	33	1,39
Hiekkaharju	28	1,54
Pukimäki	27	1,56
Kirkkonummi	24	1,46
Kivistö	23	1,30
Kauniainen	22	1,55

Ostosmahdollisuuksiltaan ja palveluiltaan huonoina suhteessa vaihtajamäärään erottuvat Sörnäinen, Meilahti ja aivan erityisesti Huopalahti, joka arvioitiin vaihtopaikoista palveluiltaan heikoimmaksi. Sörnäinen arvioitiin palveluiltaan keskitasoiseksi, vaikka se on yksi vilkkaimmista vaihtopaikoista. Meilahti on puolestaan vaihtajamääriltään keskitason vaihtopaikka, jossa vaihdot tapahtuvat bussien tai bussin ja raitiovaunun välillä.

Yleisenä kuvana vastauksista on, että metroasemia pidetään ostosmahdollisuuksiltaan ja palveluiltaan parempina kuin rautatieasemia. Metroasemissa on huonompaan suuntaan yksi selvä poikkeus, Mellunmäki, joka ei ole tämän kyselyn perusteella myöskään merkittävä vaihtopaikka.

Taulukko 2. Vaihtopaikat ostosmahdollisuuksista ja palveluista annetun arvosanan mukaan.

Vaihtopaikka	Arvosanojen keskiarvo	Vastausten lukumäärä
Kamppi	2,62	603
Itäkeskus	2,54	383
Leppävaara	2,54	308
Helsingin päärautatieasema	2,36	147
Jumbo	2,25	136
Tikkurila	2,23	125
Myyrmäki	2,17	106
Malmi	2,11	95
Vuosaari	2,06	88
Tapiola	2,02	78
Pasila	1,99	71
Espoon keskus	1,89	66
Sörnäinen	1,87	64
Herttoniemi	1,87	53
Martinlaakso	1,82	52
Muu	1,69	51
Oulunkylä	1,65	46
Kerava	1,56	46
Pukinmäki	1,56	43
Kauniainen	1,55	39
Hiekkaharju	1,54	33
Kirkkonummi	1,46	28
Meilahti	1,39	27
Mellunmäki	1,39	24
Kivistö	1,30	23
Huopalahti	1,27	22

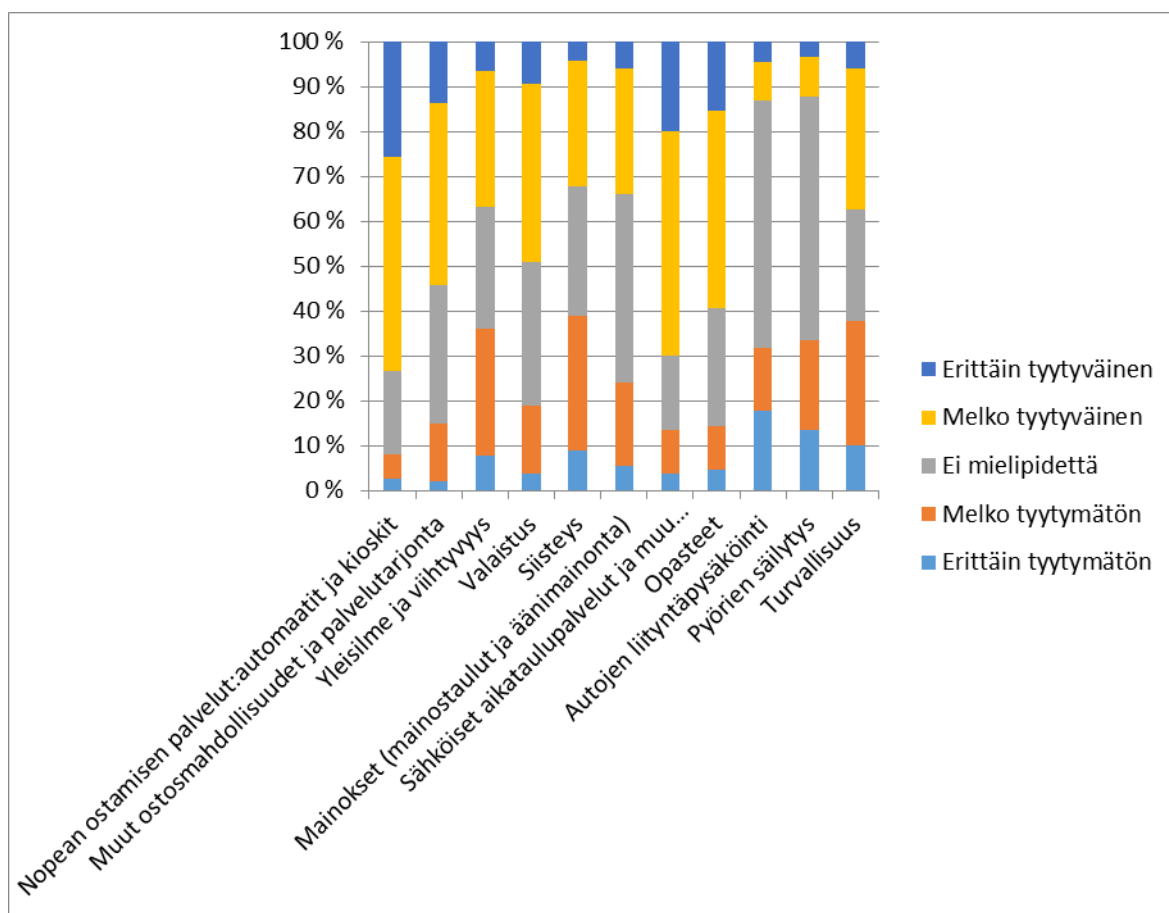
3.3.2 Tyytyväisyys vaihtopaikkoihin

Vastaajilta kysyttiin heidän tyytyväisyyttään vaihtopaikkojen palveluihin ja viihtyisyyteen sekä turvallisuuteen. Vastaus pyydettiin kohdentamaan vastaajalle tärkeimpään vaihtopaikkaan ja antamaan viisiportaisella asteikolla (erittäin tyytymätön/ melko tyytymätön/ ei mielipidettä/ melko tyytyväinen/ erittäin tyytyväinen).

Vastausten tulkintaa vaikeuttaa oleellisesti se, että useimpiin vaihtopaikkoihin kohdentui vain vähän vastauksia. Selvästi eniten, yli puolet, vastauksia kohdennettiin päärautatieasemaan (443 vastausta), kun seuraavina tulleeeseen Kamppiin vastauksia kohdentui 105.

Kaikkiaan tähän kysymykseen saatiin 863 vastausta.

Päärautatieaseman osalta (kuva 1) vastaajat ovat tyytyväisimpiä kaupallisiin palveluihin. Myös sähköisiin aikataulupalveluihin ja muuhun matkustusinformaatioon sekä opasteisiin ollaan tyytyväisiä. Sen sijaan aseman yleisilme, siisteys sekä turvallisuus arvioidaan huomattavasti heikommaksi.

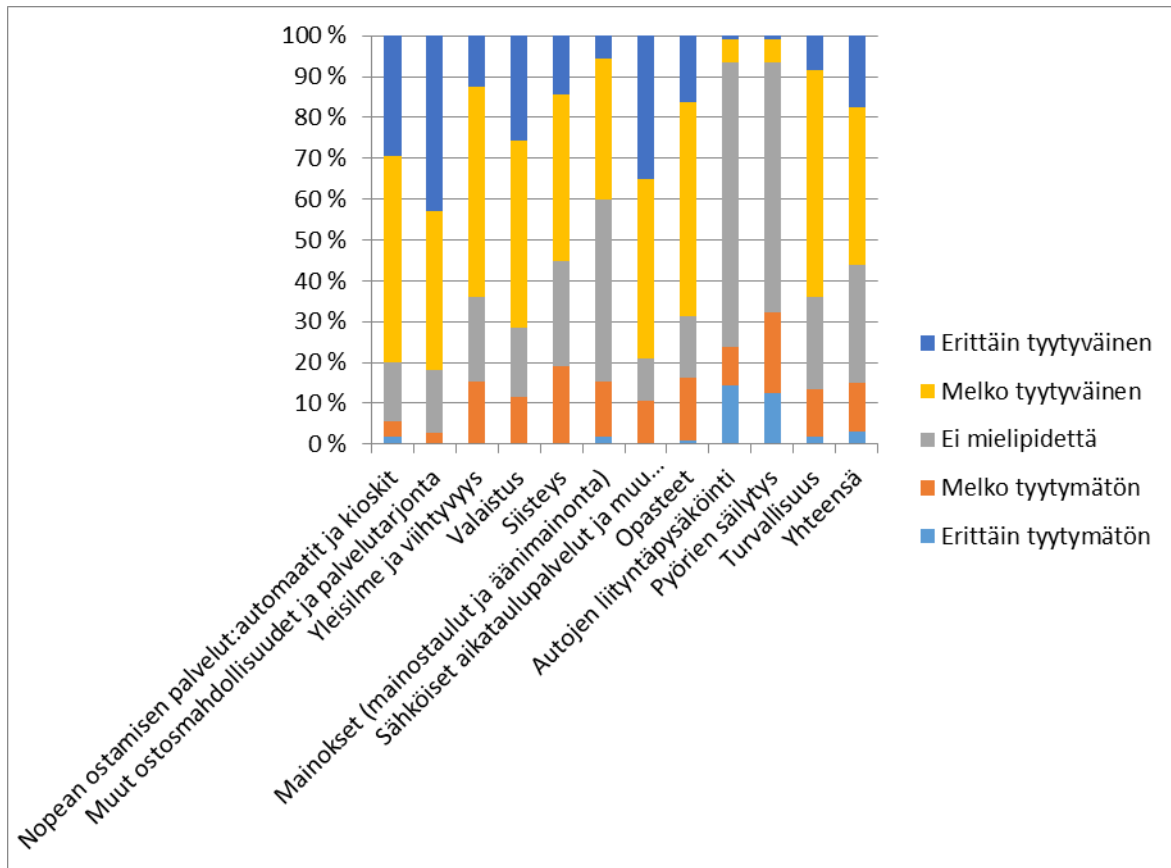


Kuva 1. Vastaajien tyytyväisyys palveluihin, viihtyisyyteen ja turvallisuuteen Päärautatieasemalla.

Kampin osalta vastaajia voidaan katsoa olevan riittävästi, että vastaava mielipiteiden jakauma voidaan esittää.

Kamppia (kuva 2) tärkeimpänä vaihtopaikkanaan pitävät ovat yleisesti tyytyväisempiä kuin päärautatieaseman valinneet vastaajat. Ainoat jossain määrin tyytymättömyyttä aiheuttavat tekijät ovat siisteys sekä pyörien säilytys.

Muiden vaihtopaikkojen osalta arvioihin on suhtauduttava kriittisesti pienen vastaajamäärän vuoksi. Yleisenä havaintona voidaan esittää, että sekä pääradan että Helsingin metron asemilla tyytymättömyyttä on selvästi enemmän kuin muilla vaihtopaikoilla. Sitä aiheuttavat erityisesti yleisilme ja viihtyisyys, siisteys ja turvallisuus. Sen sijaan nopean ostamisen palveluihin ollaan kummallakin suunnalla varsin tyytyväisiä, samoin pääradan suunnalla myös muihin ostosmahdollisuuksiin ja palvelutarjontaan. Helsingin metron suunnalla Itäkeskuksen kaupallisiin palveluihin ollaan hyvin tyytyväisiä, sen sijaan muilla vaihtopaikoilla ei.



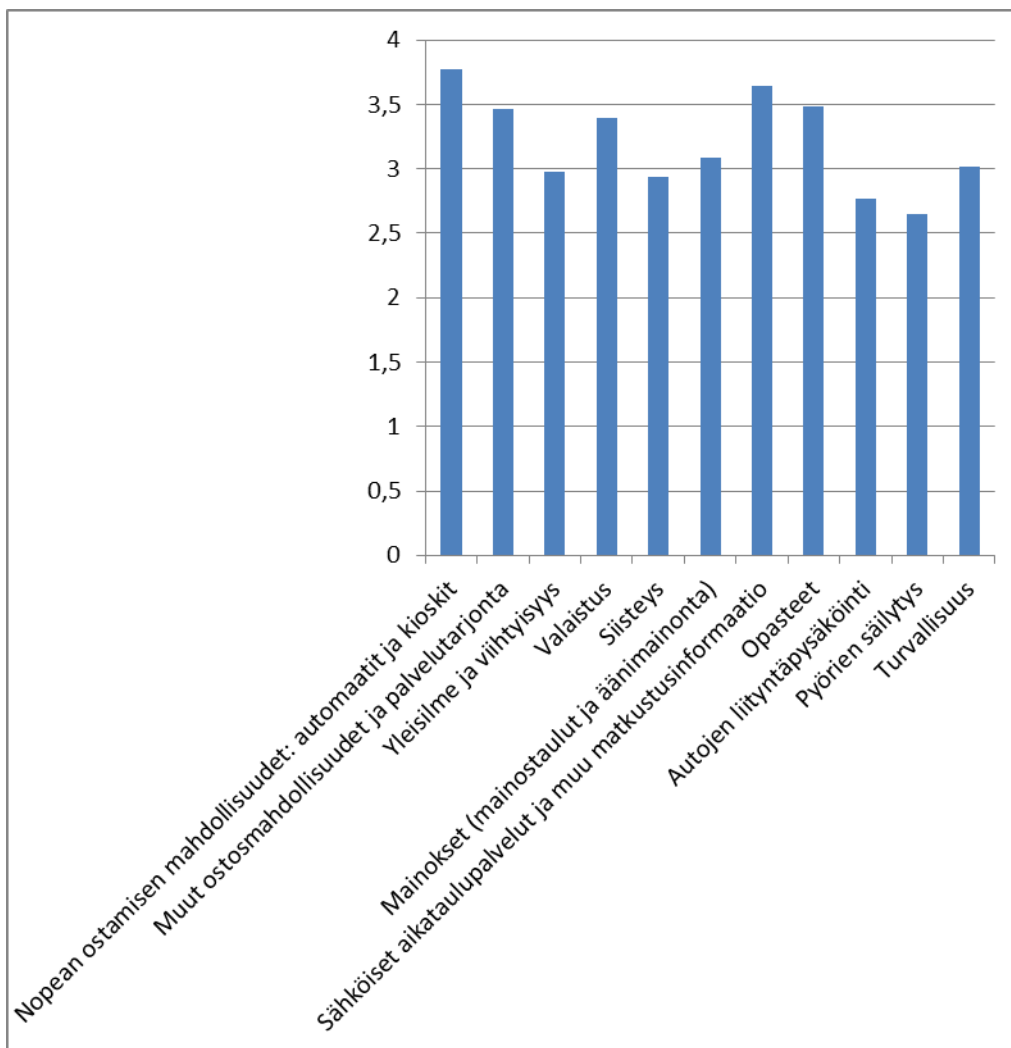
Kuva 2. Vastaajien tyytyväisyys palveluihin, viihtyisyyteen ja turvallisuuteen Kampissa.

Kaikista annetuista vastauksista voidaan laskea keskiarvo vaihtopaikkojen eri laatutekijöille. Keskiarvon tulkinnassa on otettava huomioon, että vastaajia pyydettiin nimeämään kolme eniten käyttämäänsä vaihtopaikkaa ja arvioimaan niitä. Näin edellä esitetyn mukaisesti vilkkaimmat vaihtopaikat ja niiden ominaisuudet korostuvat keskiarvossa.

Kokonaisuutena vastaajat ovat tyytyväisimpiä nopean ostamisen palveluihin (kioskit, automaattit), muihin ostosmahdollisuuksiin sekä sähköisiin aikataulupalveluihin ja muuhun matkustajainformaatioon. Myös opasteisiin ollaan melko tyytyväisiä.

Heikoimman arvosanan saivat autojen liityntäpysäköinti ja pyörien säilytys. Tähän saattaa tosin vaikuttaa se, että keskimäinen arvosana (ei mielipidettä) tulee vahvasti esille esimerkiksi Kampissa ja Pasilassa, jossa monella julkisen liikenteen käyttäjällä ei todellakaan ole mielipidettä asiasta. Keskiarvossa ”ei mielipidettä” ilmenee kuitenkin vastaavana kuin se merkitsisi ”keskinkertaista”.

Muista tekijöistä vaihtopaikkojen yleisilme ja viihtyisyys, siisteys ja turvallisuus saavat selvästi heikommat arvosanat kuin kaupalliset palvelut.



Kuva 3. Tyytyväisyys vaihtopaikkojen eri laatutekijöihin kokonaisuuksena

3.3.3 Palvelujen käyttö työ- ja koulumatkoilla

Vastaajilta kysyttiin, mitä palveluja (annetuista vaihtoehdoista) he käyttäisivät työ- tai koulumatkalla nyt ja tulevaisuudessa. Vastaukset pyydettiin rajaamaan viiteen eniten käytettyyn palveluun.

Kysymykseen vastasi 762 henkilöä.

Vastaajien nyt käyttämissä palveluissa erottuvat selvästi päivittäistavarakaupan ohella (245 vastaajaa) nopean asiointin palvelut: selvästi yleisintä on kahviloiden ja pikaruokaravintoloiden palvelujen käyttö (207 vastaajaa). Muita yleisesti käytettäviä nopean asiointin palveluja ovat pankki- ja maksuautomaatit (216 vastaajaa), matkalippuautomaatit (190 vastaajaa) sekä kioskit (134 vastaajaa) ja apteekit (130 vastaajaa).

Muilta osin vastaukset hajautuvat erilaisiin palveluihin.

Tulevaisuudessa käytettävistä palveluista nykyistä useampi käyttäisi lelukauppoja, sisustus- ja kodintarvikemyymälöitä, kauneushoitoloita, kunto- ja hyvinvointikeskuksia, pesuloita sekä polku- pyörähuoltoa. Vastauksia voi tulkita myös niin, että vaihtopaikoilla näille palveluille on nyt piiloon jäävää kysyntää tarjonnan puuttuessa.

Kyselyn perusteella ei voi tehdä päätelmiä siitä, kuinka usein vastauksissa mainittuja palveluja käytetään.

3.3.4 Palvelujen käyttö vapaa-ajanmatkoilla

Vapaa-ajan matkoilla vastaukset ovat samansuuntaisia kuin työ- ja koulumatkoilla, mutta käytettävissä olevan ajan lisääntyessä erityisesti ruokaravintoloiden käyttö lisääntyy, samoin kirjastojen ja elokuvateattereiden (vrt. kohta 3.3.4).

3.3.5 Palvelujen käyttö käytettävissä olevan ajan mukaan

Vastaajilta kysyttiin, mitä palveluja he käyttäisivät annetuista vaihtoehtoista, jos heillä olisi vaihtopaikassa käytettävissä 15 minuuttia, 30 minuuttia tai tunti.

Varttitunnin aikana käytettäisiin ennen kaikkea erilaisia automaatteja, jotka mainitsi noin kaksi kolmasosaa vastaajista. Yli neljännes vastaajista mainitsi lisäksi apteekit, kukkakaupat, Alkon, pesulan, suutarin, lipunmyyntipisteet sekä postin. On huomattava, että noin kolmasosa vastaajista ilmoitti, ettei käyttäisi mitään palvelua varttitunnin aikana.

Jos aikaa olisi puoli tuntia, palvelujen käyttö muuttuisi huomattavasti. Yli puolet vastaajista ilmoitti siinä tilanteessa käyttävänsä

- kahvilaa tai konditoriaa
- pikaruokaravintolaa
- päivittäistavaramyymälää
- lemmikkitarvikeliikettä
- kirjakauppaa
- viihde- ja elektroniikkamyymälää.

Jos aikaa olisi tunti, palvelujen käyttö olisi jälleen erilaista. Yli puolet vastaajista ilmoitti käyttävänsä siinä tilanteessa

- ruokaravintolaa
- musiikki- ja viihderavintolaa
- tavarataloa
- vaatekauppaa
- kenkäkauppaa
- optikkoliikettä
- sisustus- ja kodintarvikemyymälää
- parturia tai kampaamoja

- kauneushoitola
- lääkäripalveluja
- kunto- ja hyvinvointipalveluja
- elokuvateatteria
- terveystieteitä
- virastoa (esim. KELA tai verotoimisto).

Vastauksia voi tulkita esimerkiksi niin, että varttitunnin aikana käytettävät palvelut ovat sellaisia, jotka ovat vaihtomatkestajille tärkeitä ja mahdollisia tavanomaisilla matkoilla. Puolen tunnin ja tunnin palvelut ovat puolestaan sellaisia, jotka voivat menestyä isommassa vaihtopaikassa tai kaupakeskuksessa muuhun asiakaspohjaan kuin vaihtomatkestajiin ensisijaisesti tukeutuen.

3.3.6 Toiveet vaihtopaikkojen palvelujen kehittämiseksi

Vastaajilta kysyttiin, mihin nimetyistä vaihtopaikoista he toivoisivat lisää palveluja, ja millaisia ostomahdollisuuksia ja palveluja he toivoisivat kyseiselle asemalle.

Noin tuhannesta toiveesta lähes puolet kohdistui vilkkaimpiin vaihtopaikkoihin, päärautatieasemaan, Pasilaan ja Kamppiin. Muista vaihtopaikoista eniten toiveita kohdistui hyvän kaupallisten palvelujen tason Tikkurilaan sekä palveluiltaan vaihtajamäärään suhteutettuna heikkoihin Huopalahteen ja Sörnäisiin.

Palveluista eniten toiveita kohdistui kahvila- ja ravintolapalveluihin. Vaikka näitä palveluja on suhteellisen runsaasti vilkkaimmilla vaihtopaikoilla, vastauksista näkyy, että niiden laatuun ei olla aina tyytyväisiä tai ne eivät tarjoa kahvila- ja ravintolapalvelujen laajassa kirjossa toivotun laisia palveluja. Hyvin usein vastauksissa toistuvat ”rauhallinen kahvila”, ”kunnollinen ruokapaikka” tai vastaavat ilmaisut.

Päivittäistavarakauppaan kohdistui myös suhteellisen runsaasti toiveita. Näissäkin näkyy osittain vastaava ilmiö kuin kahvila- ja ravintolapalvelujen kohdalla, toisin sanoen toivotaan tietyn tyyppistä kauppaa. Lisäksi toiveet kohdistuvat usein kaupan sijaintiin, jonka haluttaisiin olevan paremmin kulkureitin varrella (esim. päärautatieasemalla katutasossa).

Muihin kaupallisiin palveluihin kohdistuu myös paljon toiveita, eniten Pasilassa, joka on tältäkin osin muuttumassa voimakkaasti lähivuosina. Ehkä yllättävästi paljon toiveita kohdistui myös Kamppiin ja Tikkurilaan. Jälleen kyse lienee siitä, että palvelujen kirjon toivottaisiin olevan nykyistä laajempaa.

Nopean oston palveluista toiveita kohdistuu enemmän automaatteihin kuin kioskeihin. Erityisesti lippuautomaatteja toivotaan laajasti eri vaihtopaikoille.

Toiveissa voi nähdä tiettyä konservatiivisuutta siinä mielessä, että kaikilla vaihtopaikoilla toivotaan vähän parempaa kuin nykyisin, mutta suurta muutosta toivojia ei ole paljon. Esimerkiksi Huopalahdessa, jossa nyt ei ole lainkaan palveluja, toivotaan erityisesti kioskitasoisia palveluja, kahvilaa tai ravintolaa ja päivittäistavarakauppaa. Kampissa ja Tikkurilassa toivotaan puolestaan – kuten edellä on todettu – laajempaa kirjoa kaupallisia palveluja.

Vaihtopaikkojen laatutekijöistä esiin nousevat siisteys ja viihtyisyys sekä turvallisuus, jotka vastauksissa kulkevat usein rinnakkain. Vaihtopaikkakohtaiset toiveiden lukumäärät ovatkin pääosin pieniä, mikä johtuu todennäköisesti siitä, että kysymys koski nimenomaan palveluja ja ostomahdollisuuksia. Silti vastauksissa nämä ominaisuudet tulivat usein esiin. Jos kysymyksenasettelu olisi ollut myös näitä ominaisuuksia painottava, vastaukset olisivat olleet ilmeisesti erilaisia. Nyt vastauksia voi tulkita niin, että tässä suhteessa heikoimpina erottuvat metroasemat sekä erityisesti ne pääradan ja kehäradan asemat, joilla ei ole merkittäviä kaupallisia palveluja.

Taulukossa 3 on ryhmitelty avovastauksina esitetyt toiveet vaihtopaikoittain.

Taulukko 3. Vaihtopaikkoihin kohdistetut toiveet palvelujen ja liikkumisympäristön kehittämiseksi.

	Elintarvikeautomaati	Lippu/pankiautomaatit	Pikaostopalvelut (kioskit yms.)	Kahvilat, ravintolat	Pt-kaupat	Apteekki	Muut (kaupalliset) palvelut	Hyvinvointipalvelut	Siisteys, viihtyisyys	Turvallisuus	Odotustilat	Opastus, informaatio	Uimahalli, kylpylä	WC (ilmainen)	Pyöräpysäköinti	Postipalvelut	Taidenäyttely	Hallinnon palvelut	Pelautomaatit
Rautatieasema	1	17	8	45	12	6	22	3	18	28	23	20	1	5	13	5	1	3	1
Pasila	4	3	3	32	24	1	30	1	8	7	8	3		1	5	7		1	
Kamppi	1	7	9	14		2	14		3	9	7	4		5	5	5		1	
Meilahti		2	3	2	10		3	1		1	1	1				1		1	
Malmi		1	4	7	4	1	5	1	11	3	1	7			2			1	
Huopalahti	1	7	18	11	10		2		3	1	4	2		1					
Pukinmäki		1	4	4	1			1	4	3		2						1	
Oulunkylä		4		2	3		1	1	1	1	2	2			1				
Sörnäinen		1		12	10	1	5	3	13	5	2	2		1	2	1		1	
Herttoniemi		2		12	3		11	1	6	3	4	1			4	1		2	
Itäkeskus		2	1	2			7		6	5	6	7			2			1	
Vuosaari		1	1	1	1		4	1		2	1	3			5				
Mellunmäki			1	4	7		3			2						2		1	
Myyrmäki		4	1	3	1		6		3	7	1	1		2	1				
Martinlaakso				2	1		2		6	4									
Kivistö	1	5	3	2	1	1	1		1	1		1			2				
Tikkurila		11		10	2	3	15		1	4	1	10			1	2		3	
Hiekkaharju			2	2			1			1	2								
Jumbo		1					3	1		1		1				1		1	
Tapiola			1	7	2	1	8	1	1	1	2	1						1	
Leppävaara		3		2			2		4	1	3	4			1	1		1	
Espoon keskus		1	2	2	1		3		2	3	3	2						1	
Kauniainen		2		1			2			1	1					1			
Kerava		3		1	6		5			1	5								
Kirkkonummi		2	1	3			2			1	1	1							
<i>Yhteensä</i>		80	62	183	99	16	157	15	91	96	78	75	1	15	44	27	1	20	1

4 Päätelmät

4.1 Haastattelujen ja kyselyn anti

Selvityksen tulokset osoittavat, että vaihtopaikat kiinnostavat kaupallisia toimijoita asiakasvirran ja sen kasvun mahdollisuuden vuoksi. Kauppa sijoittuu yhä enenevässä määrin keskustoihin ja solmupisteisiin.

”Vaihtajat” koostuvat kaupan kannalta kahdenlaisista asiakkaista: toinen ryhmä on joukkoliikennevälineestä toiseen vaihtajat, toinen on joukkoliikennematkan päättävä (tai aloittava) vaihtaja, joka vaihtaa muihin kulkumuotoihin (tai muista kulkumuodoista). Jälkimmäinen ryhmä on kaupalle tärkeä, koska se tekee isompia ostoksia. Tähän ryhmään liittyy kysymys liityntäpysäköinnistä päivittäistavarakaupan toiminnan edellytyksenä. Edellinen ryhmä käyttää pääsääntöisesti ns. nopean ostamisen palveluja.

Vain kaikkein nopeimman asiointin palvelut (kioskit, automaattit) voivat toimia pelkästään ”vaihtajien” varassa. Muut palvelut tarvitsevat asukaspuhjan (ja työpaikkoja), joka takaa riittävän asiakasvirran. Vaihtopaikan kaupalliset palvelut ovat aina osa vaikutusalueensa palveluja; toisaalta vaihtopaikat ovat osa yhdyskuntarakennetta. Sen vuoksi potentiaali ja rajoitukset määrittyvät vaihtopaikan asemoitumisesta suhteessa ympäröivään rakenteeseen. Myös käytettävissä oleva aika vaikuttaa palvelujen käyttöön. Tästä syystä ei ole mahdollista esittää nyrkkisääntöjä riittävän matkustajamäärän määrittelemiseksi erilaisille palveluille.

Kaupan kannalta on tärkeää asiakasvirran keskittäminen, mikä edellyttää selkeitä, kompakteja ratkaisuja. Kauppa pitää tätä myös asiakkaan etuna. Saavutettavuus kaikilla kulkumuodoilla on tärkeää, samoin viihtyisyys, johon liittyy esimerkiksi toimivuus, turvallisuus, siisteys ja informaatio. Nämä vaikuttavat kauppapaikan yleiseen houkuttelevuuteen.

Käyttäjäkyselyn tulokset osoittavat, että joukkoliikenteen asiakkaat käyttävät vaihtopaikkojen palveluja pitkälle sillä tavoin kuin kaupan toimijat haastatteluissa kuvaavat. Työ- ja asiointimatkoilla korostuvat nopean asiointin palvelut, kahvilat ja pikaruokaravintolat, pankki- ja lippuautomaattit, kioskit, päivittäistavarakaupat ja apteekit. Vapaa-ajan matkoilla selkeä ero palvelujen käytössä: erityisesti ruokaravintoloiden käyttö lisääntyy, samoin muiden aikaa vaativien palvelujen käyttö.

Palvelujen kysynnän kohdentumista ja määrää olisi hyvä vielä selvittää tarkemmin vaihtopaikka-kohtaisesti. Myös kaupan haastatteluissa korostui, että asiakkaiden tarpeita pitää kuunnella. Tarpeisiin voidaan vastata tekemällä vaihtopaikoista mielenkiintoisia ja luomalla saamaan matkustajille positiivisia kokemuksia joukkoliikenteen parissa.

Käyttäjien arvioissa vaihtopaikkojen palvelujen laadusta näkyy, että vaihtopaikan vilkkaus korreloi pääsääntöisesti varsin selvästi palveluista annetun arvion kanssa. Siis mitä enemmän vaihtajia, sitä parempina palveluja pidetään. Tästä vaihtajien määrän ja palvelujen laadun välisestä yhteydestä on muutama poikkeus. Palveluiltaan hyvinä vaihtopaikkoina (suhteessa vaihtajien määrään) pidetään suuria kauppakeskuksia Kamppia sekä Jumboa. Jälkimmäistä ei yleensä mielletä joukkoliikenteen vaihtopaikkana, mutta tämän kyselyn perusteella se asettuu samaan suuruusluokkaan kuin esimerkiksi Vuosaari, Tapiola ja Oulunkylä.

Ostosmahdollisuuksiltaan ja palveluiltaan huonoina suhteessa vaihtajamäärään erottuvat Sörnäinen, Meilahti ja aivan erityisesti Huopalahti, joka arvioitiin vaihtopaikoista heikoimmaksi. Sörnäinen arvioitiin palveluiltaan keskitasoiseksi, vaikka se on yksi vilkkaimmista vaihtopaikoista. Meilahti on puolestaan vaihtajamääriltään keskitason vaihtopaikka, jossa vaihdot tapahtuvat bussien tai bussin ja raitiovaunun välillä.

Vilkkaimmilla vaihtopaikoilla ollaan tyytyväisiä erityisesti nopean ostamisen palveluihin ja myös muuhun palvelutarjontaan sekä joukkoliikenteen informaatioon. Kokonaisuutena tyytymättömyyttä ilmenee erityisesti sekä pääradan että Helsingin metron vaihtopaikkojen yleisilme ja viihtyisyys, siisteys ja turvallisuus.

Vaihtopaikkojen palveluista kokonaisuutena heikoimman arvosanan saivat autojen liikeyhteydet ja pyörien säilytys (nimenomaan turvallinen säilytys, ei vain pysäköinti). Muista tekijöistä vaihtopaikkojen yleisilme ja viihtyisyys, siisteys ja turvallisuus saavat selvästi heikommat arvostukset kuin kaupalliset palvelut.

Palvelujen kehittämistoiveita kohdistui eniten kahvila- ja ravintolapalveluihin. Vaikka näitä palveluja on suhteellisen runsaasti vilkkaimmilla vaihtopaikoilla, vastauksista näkyy, että niiden laatuun ei olla aina tyytyväisiä, tai ne eivät tarjoa kahvila- ja ravintolapalvelujen laajassa kirjossa toivotun laisia palveluja.

Nopean ostamisen palveluista toiveita kohdistuu enemmän automaatteihin kuin kioskeihin. Erityisesti lippuautomaatteja toivotaan laajasti eri vaihtopaikoille.

Toiveissa voi nähdä tiettyä konservatiivisuutta siinä mielessä, että kaikilla vaihtopaikoilla toivotaan vähän parempaa kuin nykyisin, mutta suurta muutosta toivottavia ei ole paljon. Esimerkiksi Huopalahdessa, jossa nyt ei ole lainkaan palveluja, toivotaan erityisesti kioskitasoisia palveluja, kahvilaa tai ravintolaa ja päivittäistavarakauppaa.

Vaihtopaikkojen kehittäminen vaatii pääsääntöisesti yhteistyötä monen eri toimijan kesken. Kytkeä maankäytön suunnitelmiin ja maankäytön suunnittelijoiden kehittämishakuisuus on avainkysymyksiä. Yhtenä ajankohtaisena toimenpiteenä suhteessa maankäytön suunnitelmiin on vaihtopaikkojen hierarkian arviointi suhteessa Helsingin valmisteilla olevaan yleiskaavaan.

Suunnitteluhierarkian kannalta vaihtopaikkojen kehittämisen toisessa ääripäässä ovat laiturialueet, joissa monet tahot näkevät mahdollisuuksia kaupallisten palvelujen tarjonnassa. Niihinkin liittyy näennäisesti yksinkertaisuudestaan huolimatta monia tahoja.

Vaihtopaikan kaupalliset palvelut ovat aina osa vaikutusalueensa palveluja. Toisaalta vaihtopaikat ovat luonnollisesti osa yhdyskuntarakennetta, jolloin niiden kaupallinen potentiaali ja rajoitukset määrittyvät vaihtopaikan asemoitumisesta suhteessa ympäröivään rakenteeseen.

Kaupan toimijat ovat hyvin kiinnostuneita vaihtopaikkojen kehittämiseen liittyvän yhteistyön edistämisestä. Joukkoliikenteen käyttäjät ovat kaupalle ja HSL:lle yhteisiä asiakkaita. Joukkoliikenteen järjestäjänä HSL:llä on mahdollisuus vaikuttaa, miten ja mitkä vaihtopaikat kehittyvät tulevaisuudessa.

4.2 Aineisto ja menetelmät – johtopäätösten luotettavuus

Haastattelujen voi arvioida antaneen hyvän kokonaiskuvan erilaisten toimijoiden käsityksistä vaihtopaikkojen asemoitumisesta kauppapaikkoina, erilaisten palvelujen kysynnästä ja tarjonnasta erilaisissa vaihtopaikoissa sekä vaihtopaikkojen kaupallisten palvelujen kehittämismahdollisuuksista ja -tarpeista. Puolistrukturoituina haastatteluina haastateltavilla oli mahdollisuus käsitellä ja painottaa omasta näkökulmastaan tärkeitä asioita.

Aineiston kattavuuteen viittaa myös se, että kun haastatteluja analysoitiin satunnaisessa järjestyksessä, haastattelujen sisältö alkoi melko nopeasti ”täytyä”, toisin sanoen samanlaiset tai samankaltaiset asiat alkoivat toistua haastatteluissa.

Eräissä haastatteluissa saattoi kuulla, että haastateltavat eivät kertoneet vain yrityksensä tai alansa edustajana, vaan mukana oli myös henkilökohtaisia kokemuksia ja niiden perusteella muodostuneita näkemyksiä vaihtopaikoista. Tämä ei ole kuitenkaan selvitysten tulosten kannalta missään mielessä ongelma, koska tälläkin tavalla tuli esille erilaisia vaihtopaikkoihin liittyviä näkökulmia.

Kyselyn tulosten tulkinta on hieman ongelmallisempaa, koska vastaajamäärä on kaikkiin joukkoliikenteen käyttäjiin suhteutettuna pieni, eikä otos todennäköisesti ole tilastollisesti edustava. Tulokset ovat kuitenkin selvästi samansuuntaisia esimerkiksi erilaisten palvelujen käytön osalta kuin haastattelujenkin tulokset. Toisaalta esimerkiksi kunnittain ja perhekoottain vastaajien voi arvioida edustavan hyvin seudun kaikkia asukkaita. Tällä perusteella kyselyn tuloksia voi hyödyntää Solmu-hankkeen toimenpideohjelman laadinnassa ja muissa vaihtopaikkoihin liittyvissä mahdollisissa selvityksissä.

Kysely sisälsi avovastauksia, joiden yksiselitteinen kokoava tulkinta ei ole helppoa. Avovastauksista on tehty eräitä yhteenvetoja, jotka täydentävät monivalintakysymysten vastauksia. Myös avovastauksien aineisto on käytettävissä myöhemmissä suunnitelmissa ja selvityksissä.

HSL / Kaupallisten toimijoiden haastattelu

Taustaa

Helsingin seudun liikenne -kuntayhtymä (HSL) vastaa jäsenkuntiansa joukkoliikenteen suunnittelusta, järjestämisestä ja matkustajainformaatiosta sekä Helsingin seudun liikennejärjestelmäsuunnitelman laatimisesta. HSL:n jäsenkuntia ovat Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen, Kerava, Kirkkonummi ja Sipoo. HSL:n strategian mukaan asukkaiden matka- ketju perustuu joukkoliikenteen runkoverkkoon ja sujuviin liityntäyhteyksiin. Runkoverkon vahvistaminen lisää joukkoliikennevaihtojen määrää ja siksi yhä useampi matka on vaihdollinen.

HSL:ssä on parhaillaan (2015-2016) käynnissä Solmu-projekti, jonka tarkoituksena on selvittää joukkoliikennevaihdon merkitystä matkustajalle ja löytää keinoja vaihdosta aiheutuvan stressin vähentämiseksi tärkeimmissä joukkoliikenteen solmupisteissä. Nyt käynnistettävä selvitys kaupallisista palveluista joukkoliikenteen vaihtopaikoissa on Solmu-projektin kolmas osatehtävä. Työn tarkoituksena on muodostaa käsitys, millaiset kaupalliset palvelut sopivat erityyppisiin joukkoliikenteen vaihtopaikkoihin ja solmupisteisiin Helsingin seudulla. Työn yhteydessä haastatellaan kaupallisia toimijoita ja laaditaan asiakas-kysely.

Etukäteisinfo

- Projektiin liittyen tavoitteena on haastatella n. 20 kaupan alan toimijaa (kiinteistöjen omistajia/kehittäjiä, rakennusliikkeiden edustajia, yrittäjäyhdistysten edustajia, kauppakeskusten manageeraajia, kaupan ketjujen edustajia ja toimijoita, Kaupan Liiton, Suomen Kauppakeskusyhdistyksen sekä ulkomainos- ja automaatti alojen edustajia)
- Haastattelussa esille tulleet tiedot ovat julkisia
- Haastattelu äänitetään myöhempää dokumentointia ja analysointia varten
- Haastattelu kestää n. tunnin
- Haastattelutilanteessa on paikalla haastateltava, haastattelija (Päivi Kekkonen Karjalainen/Kaupallinen toimisto Avittamo Oy) sekä HSL:n edustaja

Haastattelun tavoitteena on:

- 1) muodostaa käsitys, millaiset kaupalliset palvelut sopivat erityyppisiin joukkoliikenteen vaihtopaikkoihin/solmupisteisiin Helsingin seudulla (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen, Kerava, Kirkkonummi, Sipoo)
- 2) luoda käsitys, miten kaupan alan toimijat näkevät joukkoliikenteen vaihtopaikat kauppapaikkoina
 - a. nyt
 - b. tulevaisuudessa
- 3) muodostaa näkemys matkustajamääriltään ja luonteeltaan erilaisten vaihtopaikkojen soveltumisen kauppapaikaksi
- 4) em. tietojen pohjalta tunnistetaan erilaisten vaihtopaikkojen potentiaali kauppapaikkoina

- 5) lisätä HSL:n ymmärrystä kaupallisten palveluiden tarjoajien logiikasta ja näkökulmista vaihtopaikkoihin liittyvässä liiketoiminnassa
- 6) tukea jatkuvaa ja systemaattista, molempia osapuolia hyödyttävää, vuoropuhelua HSL:n ja kaupan alan toimijoiden välillä

Teemat ja kysymykset:

1) Vaihtopaikkojen nykytila

- mitkä ovat Hgin seudun tärkeimpiä vaihtopaikkoja tällä hetkellä? □□ miksi?
- millaiset kaupalliset palvelut sopivat erityyppisiin joukkoliikenteen vaihtopaikkoihin / solmupisteisiin tällä hetkellä Helsingin seudulla (Hki, Espoo, Vantaa, Kauniainen, Kerava, Kirkkonummi, Sipoo)?
- millaisia toiveita / tarpeita kaupan toimijoilla on vaihtopaikoille nyt?
- millaisina kauppapaikkoina näette vaihtopaikat nyt?
- oletteko nyt mukana jossakin keskeisessä vaihtopaikassa / vaihtopaikoissa? Miksi?
- millaisilla toimijoilla / palvelun tuottajilla näette tällä hetkellä mahdollisuuksia bisnekseen vaihtopaikoilla taikka niiden välittömässä läheisyydessä? Miksi?
- millaisina asiakkaina näette joukkoliikenteen matkustajat tällä hetkellä?
- mitä nykyisissä vaihtopaikoissa on erityisen hyvää?
- entä huonoa / kehitettävää?
- mitä kaupallisia palveluita vaihtopaikoista tällä hetkellä puuttuu?

2) Vaihtopaikkojen kehittäminen ja tulevaisuus

- mitkä ovat Hgin seudun tärkeimpiä vaihtopaikkoja tulevaisuudessa? □□ miksi?
- millaiset kaupalliset palvelut sopivat erityyppisiin joukkoliikenteen vaihtopaikkoihin / solmupisteisiin tulevaisuudessa Helsingin seudulla (Hki, Espoo, Vantaa, Kauniainen, Kerava, Kirkkonummi, Sipoo)?
- millaisia toiveita / tarpeita kaupan toimijoilla on vaihtopaikoille tulevaisuudessa?
- millaisina kauppapaikkoina näette vaihtopaikat tulevaisuudessa?
- mitä pitäisi tehdä, että vaihtopaikat toimisivat paremmin kauppapaikkoina jatkossa?
- oletteko tulevaisuudessa mukana jossakin keskeisessä vaihtopaikassa / vaihtopaikoissa? Miksi?
- millaisilla toimijoilla / palvelun tuottajilla näette tulevaisuudessa mahdollisuuksia bisnekseen vaihtopaikoilla taikka niiden välittömässä läheisyydessä? Miksi?
- millaisina asiakkaina näette joukkoliikenteen matkustajat tulevaisuudessa?
- millaiset ovat tulevaisuuden kaupan palvelut / palvelukonseptit?
- mihin suuntaan vaihtopaikkoja ja niihin kytkeytyviä kaupallisia palveluita pitäisi kehittää palvelutuottajien/kaupantoyimijoiden näkökulmasta?
- Miten näet, että digitalisaatio tulee vaikuttamaan vaihtopaikkojen kaupalliseen kehitykseen?

3) Kannattavan liiketoiminnan lähtökohdat

- ovatko vaihtopaikat liiketoiminnallisesti houkuttelevia? miksi?
- käykö vaihtopaikoilla kauppa? millainen kauppa käy? millainen ei? Miksi?
- jotta kaupallisia toimijoita saataisiin vaihtopaikoille tekemään bisnestä - mitä tulee huomioida? Kriteerejä, perusteluita
- miten vaihtopaikoissa olisi mahdollista tehdä bisnestä? Mitä tuotteita/palveluita siellä voitaisiin myydä ja millä perusteella?
- kuinka suurta asiakasvirtaa edellyttävät erilaiset kaupalliset palvelut /toiminnot vaihtopaikoissa pysyäkseen elinvoimaisina?
- näettekö jossakin vaihtopaikoissa toteutumaton potentiaalia kauppapaikana? missä ja miksi?
- riittääkö pelkästään vaihtopaikan läpikulkeva matkustajavirta palveluiden synnyttämiseen? Miksi riittää, miksi ei? Mitä siihen tarvitaan?
- tarvitaanko vaihtopaikkojen ympärille muunlaista (nykyisestä poikkeavaa) maankäyttöä, millaista? miksi?
- miten joukkoliikenteen vuorovälit vaikuttavat palveluvalikoiman muodostumiseen?
- millainen olisi unelmien vaihtopaikka? - millaisia palveluita / kauppaa siellä olisi?
- näettekö eroa kaupan palveluiden käytössä, jos asiakas on matkalla töihin/kouluun tai matkustaa vapaa-aikana? Millaisia eroja?
- mikäli matkustajilla on aikaa vaihtopaikassa enintään 15 min, enintään 0,5 h, enintään 1h, millaisia kaupan palveluita arvioisit tuona aikana käytettävän?

4) Yhteistyö ja toimintamallit

- millaisia toimenpiteitä ja yhteistyötä pitäisi tehdä, jotta vaihtopaikkojen kaupallinen liiketoiminta parantuisi?
- millaisia toiveita teillä olisi HSL:lle, jotta kaupalliset palvelut voisivat paremmin vaihtopaikoilla?
- mitä toimenpiteitä pitäisi tehdä, jotta tähän päästäisiin?
- miten julkisten ja yksityisten palveluiden yhteispeli sujuu? Miten sitä voisi entisestään kehittää?
- Kenellä kuuluisi olla vetovastuu nykyisien ja tulevien vaihtopaikkojen kaupallisesta kehittämisestä? Miksi?
- Entä miten vaihtopaikkojen liiketila- ja mainospaikkavuokraus tulisi hoitaa?
- Miten näet – tarvitseeko vaihtopaikat kaupallisia manageeraajia? Miksi?
- Entä kenelle kuuluu investointivastuu? Miksi?
- Miten mielenkiintoisia vaihtopaikat ovat investointikohteina? Pienet, isot, uudet ja vanhat vaihtopaikat? miksi?

*Liite 2. Haastatellut henkilöt***Kaupan ketjut / yritykset**

Matti Himberg	kauppias	K-Citymarket Jumbo
Nora Immonen	kauppapaikkajohtaja	R-Kioski
Virpi Kaikkonen	kehitysjohtaja	Lidl
Jyrki Karjalainen	kiinteistöjohtaja	HOK-Elanto
Merja Kauppila	country manager	KRM Kenkä Oy / Ecco
Ulla Majakero	director, DCS, Own Retail	Fiskars Home
Kirsi Paulamäki	apteekkari	Aseman Apteekki
Atte Puustell	asiakkuuspäällikkö, juoma-automaatit	Sinebrychoff
Timo Tammi	General Manager	ClearChannel
Lassi Tolonen	kehitysjohtaja	ClearChannel
Matti Viitala	kehitys- ja tekninen johtaja	JCDecaux
Ari Väresmaa	toimitusjohtaja	La Fonda -ravintolaketju

Kauppakeskusten manageeraajat

Esa Mattila	johtaja, Asset Management Finland	Kamppi / CornerStone Real Estate Advisers
Juha Tiuraniemi	kaupallinen johtaja	Realprojekti

Kiinteistönkehittäjät/omistajat

Kirsi Feirikki	kauppakeskusjohtaja	Wereldhave
Sanna Yliniemi	kaupallinen johtaja	Citycon

Rakennusliikkeet

Pirjo Aalto	kaupallinen kehitysjohtaja	YIT Rakennus
Toni Kankare	asiakkuusjohtaja, kaupan tilat ja konseptit	SRV

Yhdistykset

Johanna Aho	toiminnanjohtaja	Suomen Kauppakeskusyhdistys
Kari Luoto	johtaja, pt-kauppa	Kauppan Liitto
Mikko Östring	johtaja, toimitilat	RAKLI

Liite 3. Kyselylomake

HSL käyttäjäkysely: Palvelut joukkoliikenteen vaihtopaikoissa

Millaisia palveluita sinä käytät nyt ja haluaisit käyttää joukkoliikennematkan varrella tulevaisuudessa? Vastaamalla olet mukana kehittämässä joukkoliikenteen vaihtopaikkojen palveluita. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10 minuuttia. Vastausaikaa on 6.4.2016 asti. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja anonyymisti eikä vastauksia yhdistetä vastaajan nimeen tai yhteystietoihin.

Tässä kyselyssä **joukkoliikennevälineillä** tarkoitetaan linja-autoa, junaa, metroa, raitiovaunua.

Vaihtopaikalla tarkoitetaan paikkaa, jossa vaihdetaan joukkoliikennevälineestä toiseen, esim. juna- tai metroasemaa, bussiterminaalia tai -pysäkkiä.

*pakollinen tieto

1. Mitä palveluja seuraavista vaihtoehtoista käytät joukkoliikennematkasi varrella **työ- tai koulumatkalla** nyt ja tulevaisuudessa? Valitse viisi (5) eniten käyttämäsi palvelua Tähän kysymykseen voi jättää vastaamatta, mikäli et käytä joukkoliikennettä työ- tai koulumatkoillasi.

nyt/ tulevaisuudessa, jos palvelut tarjolla

Ravintolat:

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| ruokaravintolat | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| kahvilat ja konditoriat | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| musiikki- ja viihderavintolat (bistrot, karaoket, pubit) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| pikaruokaravintolat (pizza- ja kebabravintolat, hampurilaisketjut, salaatti- ja mehubaarit, jäätelönmyyntipisteet) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Automaatit:

- | | | |
|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| elintarvike- ja makeisautomaatit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| juoma-automaatit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| pankki- ja maksuautomaatit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| peliautomaatit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| matkalippuautomaatit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| pysäköintimaksuautomaatit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Kioskit

Päivittäistavaramyymälät

Tavaratalot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erikoismyymälät:		
pukeutuminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kenkäkaupat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
asusteet, korut ja kellot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
optikkoliikkeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
apteekit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kosmetiikkamyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kukkakaupat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lemmikkitarvikeliikkeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lelummyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
urheilu- ja harrastusvälinemyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kirjakaupat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
viihde- ja elektroniikkamyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sisustus- ja kodintarvikemyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hyvinvointipalvelut:		
parturit, kampaamot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kauneushoitolat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lääkäripalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kunto- ja hyvinvointikeskukset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muut kaupalliset palvelut:		
pesula	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
suutari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
polkupyörähuolto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lipunmyyntipisteet, matkatoimistot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
posti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
pankit ja vakuutusyhtiöt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
elokuvateatterit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seurakunnan palvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Julkiset palvelut:		

- | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| terveyskeskukset | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| kirjastot | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| virastot (esim. KELA ja verotoimisto) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| En mitään | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Muu, mikä <input type="text"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Edellä mainittujen palveluiden lisäksi käyttäisin tulevaisuudessa:

2. Mitä palveluja seuraavista vaihtoehtoista käytät joukkoliikennematkasi varrella **vapaa-**ajan matkalla nyt ja tulevaisuudessa? Valitse viisi (5) eniten käyttämäsi palvelua. Tähän kysymykseen voi jättää vastaamatta, mikäli et käytä joukkoliikennettä vapaa-aikanasi.

3. Mitä seuraavista vaihtopaikoista käytät eniten? Valitse enintään kolme.

Arvioi valitsemiesi vaihtopaikkojen ostosmahdollisuuksia ja palveluja asteikolla: 1 = huono, 2 = kohtalainen tai 3 = hyvä

- Helsingin päärautatieasema
- Pasila
- Kamppi
- Meilahti
- Malmi
- Huopalahti
- Pukinmäki
- Oulunkylä
- Sörnäinen
- Herttoniemi
- Itäkeskus
- Vuosaari
- Mellunmäki
- Myyrmäki
- Martinlaakso
- Kivistö
- Tikkurila
- Hiekkaharju
- Jumbo

- Tapiola
 - Leppävaara
 - Espoon keskus
 - Kauniainen
 - Kerava
 - Kirkkonummi
- Muu, mikä?

4. Kuinka tyytyväinen tai tyytymätön olet seuraaviin asioihin käyttämässäsi joukkoliikenteen vaihtopaikoissa tällä hetkellä? Valitse parhaiten mielipidettäsi kuvaava vaihtoehto.

Valitse seuraavista vaihtopaikoista sinulle tärkein ja kohdista vastauksesi/mielipiteesi siihen: *

1= erittäin tyytymätön, 2 = melko tyytymätön, 3= ei mielipidettä, 4= melko tyytyväinen, 5= erittäin tyytyväinen *

	1	2	3	4	5
Nopean ostamisen palvelut: automaatit ja kioskit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muut ostosmahdollisuudet ja palvelutarjonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleisilme ja viihtyvyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valaistus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mainokset (mainostaulut ja äänimainonta)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sähköiset aikataulupalvelut ja muu matkustusinformaatio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opasteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autojen liityntäpysäköinti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pyörien säilytys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Mihin seuraavista vaihtopaikoista toivoisit lisää palveluja?

Millaisia ostomahdollisuuksia ja palveluja toivoisit kyseiselle asemalle? *

Kerrothan toiveesi 1-2 sanalla jokaisen valitsemasi vaihtopaikan kohdalla.

Helsingin päärautatieasema, toiveet:

Pasila, toiveet:

- Kamppi, toiveet:
- Meilahti, toiveet:
- Malmi, toiveet:
- Huopalahti, toiveet:
- Pukinmäki, toiveet:
- Oulunkylä, toiveet:
- Sörnäinen, toiveet:
- Herttoniemi, toiveet:
- Itäkeskus, toiveet:
- Vuosaari, toiveet:
- Mellunmäki, toiveet:
- Myyrmäki, toiveet:
- Martinlaakso, toiveet:
- Kivistö, toiveet:
- Tikkurila, toiveet:
- Hiekkaharju, toiveet:
- Jumbo, toiveet:
- Tapiola, toiveet:
- Leppävaara, toiveet:
- Espoon keskus, toiveet:
- Kauniainen, toiveet:
- Kerava, toiveet:
- Kirkkonummi, toiveet:
- Muu, mikä ja toiveet?

6. Mitä seuraavista palveluista käyttäisit, jos sinulla on aikaa vaihtopaikassa

	enintään 15 min.	enintään ½ tuntia	enintään 1 tunti
Ravintolat:			
ruokaravintolat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kahvilat ja konditoriat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
musiikki- ja viihderavintolat (bistrot, karaoket, pubit)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
pikaruokaravintolat (pizza- ja kebabravintolat, hampurilaisketjut, salaatti- ja mehubaarit, jäätelönmyyntipisteet)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Automaatit:			
elintarvike- ja makeisautomaatit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
juoma-automaatit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
pankki- ja maksuautomaatit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
peliautomaatit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
matkalippuautomaatit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
pysäköintimaksuautomaatit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kioskit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Päivittäistavaramyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tavaratalot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erikoismyymälät:			
pukeutuminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kenkäkaupat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
asusteet, korut ja kellot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
optikkoliikkeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
apteekit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kosmetiikkamyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kukkakaupat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lemmikkitarvikeliikkeet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lelummyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Alko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
urheilu- ja harrastusvälinemyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kirjakaupat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
viihde- ja elektroniikkamyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
sisustus- ja kodintarvikemyymälät	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hyvinvointipalvelut:			
parturit, kampaamot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kauneushoitolat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lääkäripalvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kunto- ja hyvinvointikeskukset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muut kaupalliset palvelut:			
pesula	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
suutari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
polkupyörähuolto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lipunmyyntipisteet, matkatoimistot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
posti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
pankit ja vakuutusyhtiöt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
elokuvateatterit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seurakunnan palvelut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Julkiset palvelut:			
terveyskeskukset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kirjastot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
virastot (esim. KELA ja verotoimisto)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En mitään	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muu, mikä <input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Taustatiedot

Sukupuoli:

-mies

-nainen

Ikä:

-15-24 v.

-25-34 v.

-35-44 v.

- 45-54 v.
- 55-64 v.
- 65 v. tai yli

Asuinkunta:

- Helsinki
- Espoo
- Vantaa
- Kauniainen
- Kerava
- Kirkkonummi
- Sipoo
- muu

Henkilömäärä taloudessasi

- 1
- 2
- 3-4
- 5-6
- 7 tai yli

Ammattiryhmä, johon katsot lähinnä kuuluvasi:

- opiskelija
- työntekijä
- toimihenkilö
- ylempi toimihenkilö
- johtavassa asemassa oleva
- yrittäjä tai yksityinen ammatinharjoittaja
- kotiäiti/ koti-isä
- työtön
- eläkeläinen
- muu

Kuinka usein käytät joukkoliikennettä Helsingin seudulla? *

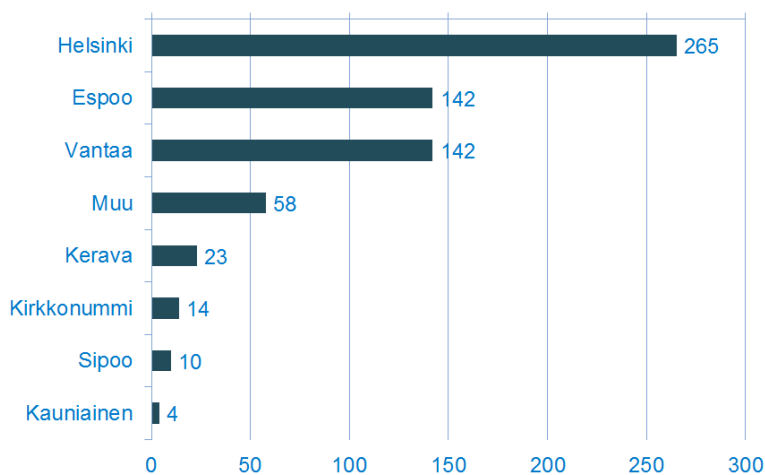
- päivittäin
- viikoittain
- kuukausittain
- satunnaisesti

Kiitos vastauksistasi. Hyödynnämme kyselyn vastauksia kehittäessämme joukkoliikenteen vaihtopaikkojen palveluja entistä paremmiksi.

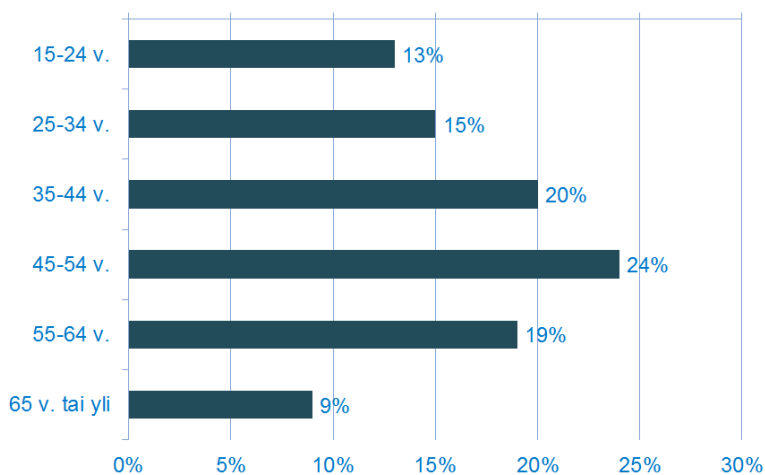
Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan 10 kpl HSL:n matkalahjakorttia ja 10 kpl Finninon elokuvalippupakettia (2 lippua). Arvontaan voi osallistua täyttämällä arvontalomakkeen täällä: (linkki)

Arvontaan osallistujien henkilötietoja ei liitetä varsinaisen kyselyn vastauksiin.

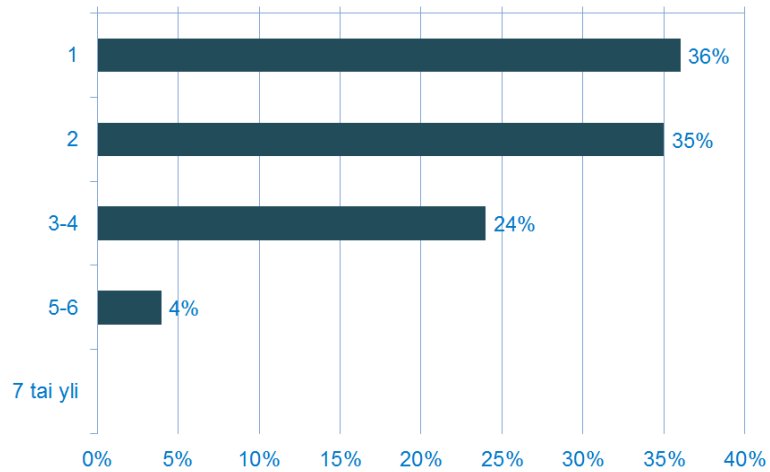
Liite 4. Perustiedot vastaajista



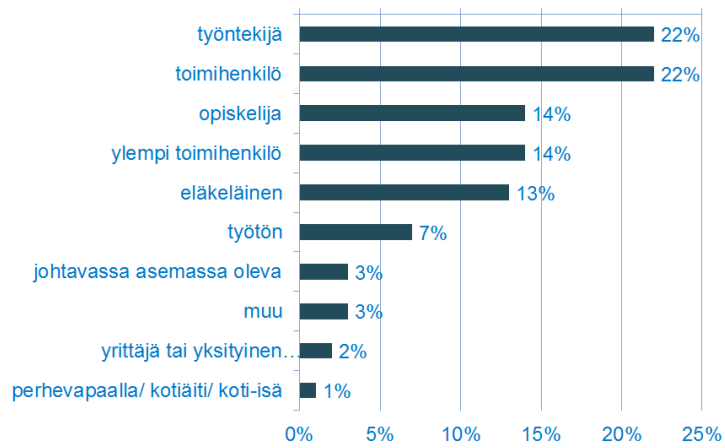
Kuva 1. Vastaajien asuinkunta.



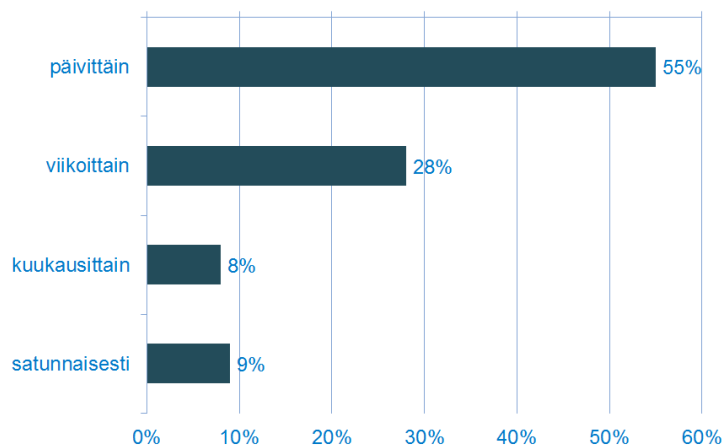
Kuva 2. Vastaajien ikäjakauma.



Kuva 3. Henkilömäärä taloudessa.



Kuva 4. Ammattiryhmä, johon katsoo lähinnä kuuluvansa.



Kuva 5. Joukkoliikenteen käyttö Helsingin seudulla.

HSL:n julkaisuja 11/2016
ISSN 1798-6184
ISBN 978-952-253-285-5 (pdf)



HSL Helsingin seudun liikenne
Opastinsilta 6A, Helsinki
PL 100, 00077 HSL
puh. (09) 4766 4444
etunimi.sukunimi@hsl.fi



HRT Helsingforsregionens trafik
Semaforbron 6 A, Helsingfors
PB 100 • 00077 HRT
tfn (09) 4766 4444
fornamn.efternam@hsl.fi