

Tampereen teknillinen yliopisto. Rakennustekniikan laitos.
Rakennustuotanto ja -talous. Raportti 12
Tampere University of Technology. Department of Civil Engineering.
Construction Management and Economics. Report 12

Juha Kananen & Tanja Tyvimaa

Asuintalojen yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen

Liiketoiminnallinen tarkastelu



TAMPEREEN TEKNILLINEN YLIOPISTO
TAMPERE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

Tampereen teknillinen yliopisto. Rakennustekniikan laitos.
Rakennustuotanto ja -talous. Raportti 12
Tampere University of Technology. Department of Civil Engineering.
Construction Management and Economics. Report 12

Juha Kananen & Tanja Tyvimaa

Asuintalojen yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen

Liiketoiminnallinen tarkastelu

Tampereen teknillinen yliopisto. Rakennustekniikan laitos
Tampere 2012

ISBN 978-952-15-2898-9
ISSN 1797-8904

Tampereen teknillinen yliopisto PL 527, 33101 TAMPERE http://www.tut.fi		TIIVISTELMÄ	
Tiedekunta Rakennetun ympäristön tiedekunta		Laitos Rakennustekniikan laitos	
Tekijä(t) Juha Kananen, Tanja Tyvimaa			
Julkaisun nimi Asuintalojen yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen - Liiketoiminnallinen tarkastelu			
Tiivistelmä <p>Yhteiskäyttötilat lisäävät asukkaiden viihtymistä asuintaloissa, sillä usein ne mahdollistavat joustavamman asumisen ja harrastamisen talossa. Aikaisempien kyselytutkimusten mukaan suomalaiset toivovat asuintaloihin tai lähialueille yhteiskäyttötilaa, jossa voisi oleskella ja harrastaa. Vaikka suomalaiset toivovat yhteiskäyttötiloja niiden rakennuttaminen on ongelmallista, sillä yhteiset tilat jäävät taloyhtiön omistukseen, eikä sijoittaja voi myydä eikä vuokrata niitä kenellekään. Yhteiskäyttötilojen arvo tuleekin hinnoitella asuntojen myyntihintoihin ja vuokriin.</p> <p>Markkinointikirjallisuus painottaa nykyisin voimakkaasti asiakasarvon luomisen tärkeyttä. Asiakasarvon luonnin sanotaan olevan ainoa kestävä keino jatkuvaan kasvuun ja omistaja-arvon maksimoimiseen. Myös rakennus- ja kiinteistöalalla asiakkaan tulisi kartoittaa tarkemmin arvoajureita, eli tekijöitä jotka ovat asiakkaalle arvokkaita. Asiakkaat maksavat tuotteista ja palveluista eniten, jotka ovat heille jossain mielessä arvokkaita. Yhteiskäyttötilojen arvo muodostuu, kun niitä käytetään tai asukas tietää, että tila on käytettävissä. Harrastetila voi olla asukkaalle arvokas, vaikka hän ei sitä aktiivisesti käyttäisikään. Mahdollisuus tilassa harrastamiseen voi olla asukkaille arvokasta.</p> <p>Asuntojen markkinoinnissa yhteiskäyttötiloja voitaisiin käyttää entistä tehokkaammin aktiviteetteja mahdollistavina tiloina. Usealla ihmiselle mahdollisuus esimerkiksi puutöiden tai vastaavien askareiden tekemiseen voi olla arvokas asuntoa valitessa, vaikka asuessaan asukkaalle ei välttämättä ikinä olisikaan aikaa näitä askareita tehdä. Markkinoinnin tulisikin keskittyä juuri niihin tekijöihin jotka ovat mahdollisille asukkaille arvokkaita. Markkinointiviestinnän tulee pystyä ratkomaan mahdollisten asiakkaiden ongelmia. Tilanahtaudesta kärsivä perhe voi etsiä suurempaa asuntoa, vaikka todellisuudessa heille riittäisi samankokoinen asunto, jossa on suuremmat varastotilat. Markkinoinnin tulisikin olla juuri asiakkaiden ongelmien tunnistamista, niiden ratkaisemista ja tästä asiakkaille viestimistä.</p> <p>Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmän vuosien 2010 ja 2011 aikana tehtyjen asukaskyselyjen ja vuonna 2011 Tampereella tehtyjen tapaustutkimusten perusteella voidaan sanoa, että suomalaiset kaipaavat asuintaloihinsa yhteiskäyttötiloja. Kyselyihin vastanneet suomalaiset toivoivat käyttöönsä useita yhteiskäyttötiloja ja vastasivat niiden lisäävän asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossa. Kuitenkin tutkittaessa asumisviihtyisyyttä ja yhteiskäyttötiloja erikseen ei näiden väliltä löytynyt minkäänlaista korrelaatiota. Yhteiskäyttötilat eivät myöskään vaikuttaneet asumisaikaan, vaikka ne mahdollistavat ainakin jossain määrin joustavamman asumisen elämäntilanteiden muuttuessa. Yhteiskäyttötilojen arvo näyttääkin olevan lähinnä asukkaiden mielikuvissa ja todellinen asumisviihtyvyys koostuu aivan muista tekijöistä. Valintahetkellä yhteiskäyttötiloilla voi kuitenkin olla suuri merkitys, joten niiden arvoa ei tule vähätellä asuntoja markkinoidessa.</p>			
Avainsanat – asiasanat: Yhteiskäyttötila, rakennuttaminen, asuminen, markkinointi, asiakasarvo			
Julkaisupaikka Tampere	Kuukausi / Vuosi elokuu 2012	Kieli Suomi	Sivumäärä 61
ISBN (painettu)	ISBN (elektroninen) 978-952-15-2898-9	ISSN (painettu)	ISSN (elektroninen) 1797-8904
Sarjan nimi Rakennustuotanto- ja talous		Osan numero tai raporttikoodi Raportti 12	
Painetun julkaisun jakelu TTY Rakennustuotanto ja -talous, puh. 03-3115 11			
Julkaisun WWW-osoite www.asli.fi			

SISÄLLYS

ALKUSANAT	5
1. Yhteiskäyttötilat.....	7
1.1. Aikaisempia tutkimuksia ja selvityksiä yhteiskäyttötiloista.....	7
1.2. Määräyksiä ja ohjeita yhteiskäyttötiloihin liittyen	15
1.3. Asuntojen suunnittelu	20
1.4. Tulevaisuuden näkymiä yhteiskäyttötiloihin liittyen	23
1.5. Asumismuotojen vertailu	28
2. Liiketoimintanäkökulma.....	32
2.1. Asumisen asiakasarvo.....	32
2.2. Asiakasarvolähtöiset strategiat	35
2.3. Asuntojen markkinointi	38
2.4. Asunto ja yhteiskäyttötilat investointina	40
3. Yhteiskäyttötilojen arvostus.....	42
3.1. Kyselyt ja tapaustutkimus	42
3.2. Tulokset	44
4. Johtopäätökset.....	51
LÄHTEET	53

ALKUSANAT

Tämä raportti on kirjoitettu osana *Asumista ja hyvinvointia tukevat alueelliset palvelumallit – Verkostomaiset toimintamallit asuinalueiden palvelurakenteen kehittämisessä (ALMA) – tutkimushanketta*. ALMA- tutkimuksen tarkoituksena on synnyttää uutta asumisen ja hyvinvoinnin palveluliiketoimintaa sekä luoda edellytyksiä asuinalueiden palvelurakenteen eheyttämiseksi ja rikastuttamiseksi.

Raportissa on selvitetty kuinka paljon kerrostaloasujat arvostavat yhteiskäyttötiloja, ja kuinka asuntoja rakennuttava tai vuokraava yritys voi hyödyntää yhteiskäyttötiloja liiketoiminnassaan. Raportti perustuu Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmä ASLI:n kyselyaineistoihin ja vuonna 2011 Tampereella suoritettuun tapaustutkimukseen.

Tässä raportissa on kuvattu kuinka yhteiskäyttötilat ovat vaikuttaneet asunnon valintapäätökseen ja kuinka paljon asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja. Tämänkaltaisen liiketaloudellinen tutkimus on tärkeää, sillä yhteiskäyttötiloilla on todettu olevan useita hyviä ominaisuuksia, mutta hankkeisiin ryhtyvät yritykset rakentavat asuntoja ja niihin liittyviä yhteiskäyttötiloja liiketoiminnan ehdoilla. Jos yhteiskäyttötilojen rakentamisen todettaisiin olevan myös taloudellisesti kannattavaa, yritykset rakennuttaisivat tiloja nykyistä enemmän.

ALMA-tutkimuksen tutkimusosapuolet ovat Tampereen teknillinen yliopisto ja Aalto-yliopisto. Tutkimuksen rahoittajia ovat Tekes, Tampereen teknillinen yliopisto, Aalto-yliopisto, Suomen aluerakennuttaja Oy, Helsingin kaupunki, Tampereen kaupunki, ISS Palvelut Oy, Realia Isännöinti Oy, SATO Oy, Järvenpään Mestariasunnot Oy, Asokodit Oy.

Tampereella 20.8.2012

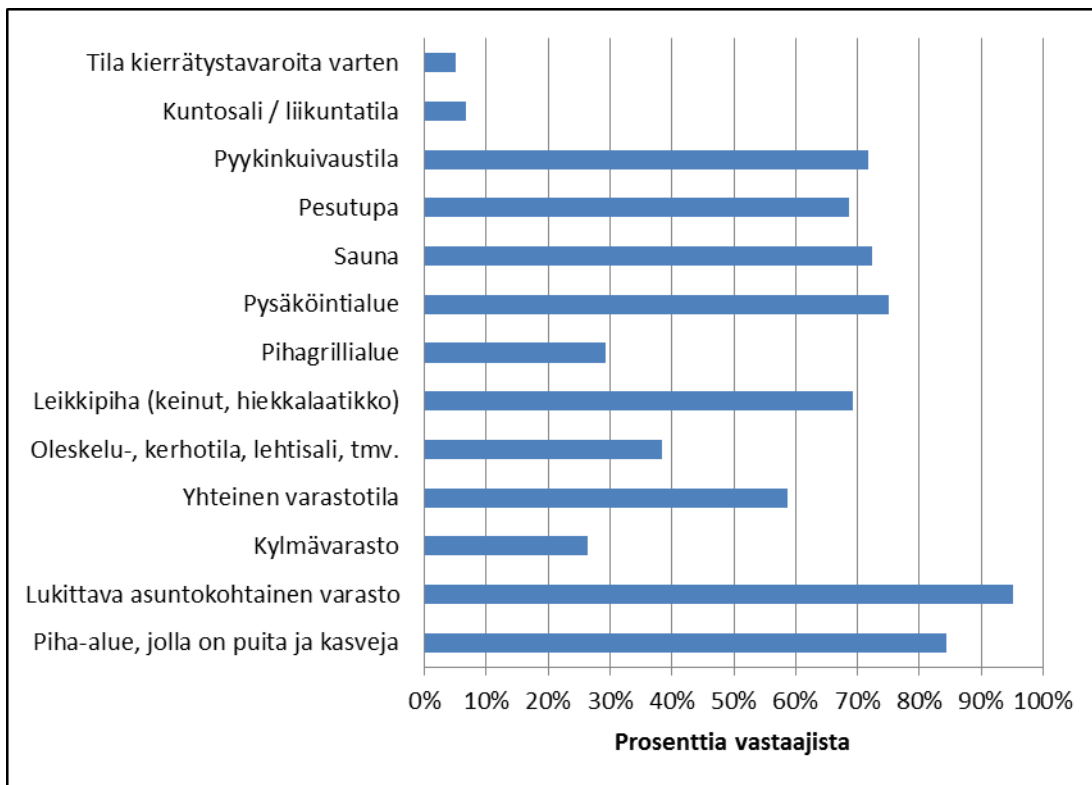
Juha Kananen

1. YHTEISKÄYTTÖTILAT

Tässä tutkimuksessa yhteiskäyttötilalla tarkoitetaan tilaa, joka on taloyhtiön, tai tietyn rajatun alueen, kuten korttelin, asukkaiden käytössä. Yhteiskäyttötila voi olla esimerkiksi taloyhtiön pyörävarasto tai korttelikohtainen sauna. Julkisia yhteisiä tiloja kuten puistoja, kouluja, kirjastoja tai lenkkeilypolkuja ei tässä tutkimuksessa pidetä yhteiskäyttötiloina

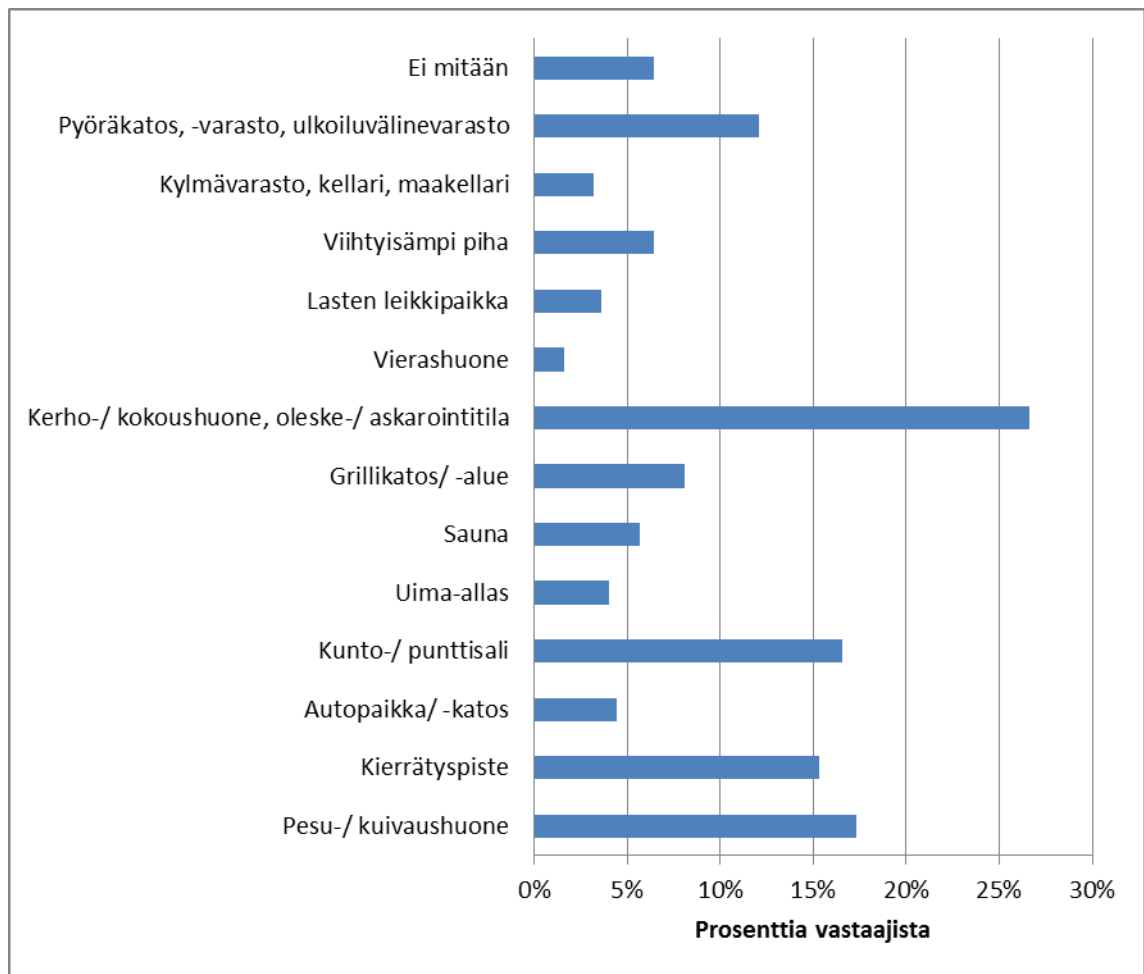
1.1. *Aikaisempia tutkimuksia ja selvityksiä yhteiskäyttötiloista*

”Asunnon, asuinrakennuksen ja asuinalueen ominaisuudet ja laatu on entistä voimakkaammin tiedostettu ihmisten hyvinvointiin vaikuttavina tekijöinä, viettäväthän ihmiset kotonaan suurimman osan ajastaan” (Säteri, 2005). Myös yhteiskäyttötiloilla on suuri merkitys suomalaisten asumiseen etenkin kerrostaloissa, sillä yhteiskäyttötiloilla voidaan nostaa asunnon käyttöarvoa (RT 93–10957). Kerrostaloissa asuvilla suomalaisilla on usein käytössä monta yhteiskäyttötilaa. Kananen ja Tyvimaan (2011) ovat tutkineet yli viidensadan suomalaisen kerrostaloasujan käytössä olevia yhteiskäyttötiloja. Tutkimuksen otos oli melko pieni ja se painottui nuoriin vastaajiin pääkaupunkiseudulta ja Pirkanmaalta. Tutkimuksen perusteella ei voida tehdä päätelmiä koko väestön osalta, vaan luvut ovat lähinnä suuntaa antavia. Kuva 1.1 esittää Kanasen ja Tyvimaan (2011) laatiman tutkimuksen tuloksia kerrostaloissa asuvien henkilöiden yleisimmin käytössä olevista yhteiskäyttötiloista. Yleisimmin käytössä olevia yhteiskäyttötiloja ovat lukittava asuntokohtainen varasto, piha, jolla on puita ja kasveja, pysäköintialue, sauna, leikkiapiha ja pyykinpesutilat.



Kuva 1.1 Kerrostaloissa asuvilla (n=546) käytössä olevat yhteiskäyttötilat (Kananen & Tyvima, 2011, s. 8)

Suomalaiset toivovat erilaisia yhteiskäyttötiloja melko usein käyttöönsä. Toivotuin yhteiskäyttötila on jonkinlainen yhteisen tekemisen mahdollistava kerho-, kokous- tai askartelutila. Kerrostaloissa asuvista suomalaista noin 26 % toivoo jonkinlaista kerho-, kokous- tai askartelutilaa käyttöönsä. Muita kerrostaloissa asuvien usein toivomia yhteiskäyttötiloja ovat kunto- tai punttisali, kierrätyspiste sekä pesu- tai kuivaushuone (Kananen & Tyvima 2011, s. 10). Kuvassa 1.2 on esitetty Kanasen ja Tyvimaan (2011) tutkimuksen kaikkien, jotain yhteiskäyttötilaa toivoneiden, kerrostaloissa asuvien vastaajien toiveet yhteiskäyttötiloista



Kuva 1.2 Kerrostaloissa asuvien (n=248) toiveita yhteiskäyttötiloista (Kananen & Tyvimaa, 2011, s. 10)

Asuntojen yhteisten tilojen rakennuttamista voidaan perustella muun muassa seuraavasti (Penttilä, 1989, s. 4):

- On harrastuksia joita ei eri syistä haluta harrastaa kotona, kuten helposti likaavat puu- ja maalaustyöt
- Harrastus voi häiritä muuta asumista, kuten bänditreenit
- Asunto voi olla niin pieni, että siellä ei mahdu harrastamaan
- Asunnon ulkopuolinen tila voi mahdollistaa keskittymisen esimerkiksi töiden tekemiseen
- Asunnossa ei pienen koon vuoksi voi järjestää juhlia tai tapaamisia
- Ryhmäharrastus vaatii asuntoa suuremman tilan
- Tarvitaan tilaa yhteisille kokouksille, koulutuksille tai vastaaville.

Yhteistila on useissa tapauksissa edullisempi kuin jokaiseen asuntoon erikseen rakennettava tila, kuten askartelu- tai kuntoiluhuone (Penttilä, 1989, s. 4). Yhteistilojen monikäyttö voi nostaa tilojen käyttöastetta ja siten tehdä niiden rakentamisesta kannattavampaa. Päivällä päiväkotina toimiva tila voisi illalla toimia esimerkiksi partiolaisten kerhona ja taloyhtiön yhteisenä askartelutilana (Penttilä, 1989, s. 4). Yhteistilojen suunnittelussa tulisi huomioida tilojen muunneltavuus, sillä talon ja alueen

asukasdemografia saattaa muuttua todella paljon talon elinkaaren aikana (Penttilä, 1989, s. 4). Nykyään lapsiperheiden suosima talo ja alue saattaa kolmenkymmenen vuoden kuluttua olla eläkeläisten suosiossa.

Yhteiskäyttötilat voivat sijaita omassa erillisessä rakennuksessa tai kerrostalossa muiden tilojen yhteydessä. Yleensä yhteiskäyttötilat sijaitsevat kerrostalojen katutasolla tai ylimmässä kerroksessa. Tietyissä tapauksissa yhteiskäyttötilojen suunnittelussa tulee ottaa huomioon erilaisten ryhmien erityistarpeet. Jos asuinrakennus suunnitellaan opiskelijoille, yhteiskäyttötilojen tarve on erilainen kuin seniorikohteessa. Ulkoiluvälinevarastojen tarve on melko suuri, sillä elintason nousun myötä suomalaiset omistavat nykyisin erilaisempia ulkoiluvälineitä kuin 1970-luvulla. (Penttiä, 1989, s. 8–9.)

Yhteiskäyttötilat voivat sujuvoittaa ihmisten arkielämää ja samalla edistää kestäväää asumista. Kortteli- tai talokohtaisilla kerhohuoneilla, kotiteattereilla ja saunoilla on mahdollisuus vähentää asuntojen tilantarvetta ja lisätä yhteisöllisyyttä alueella. Taloyhtiöiden tilat voisivat olla myös niin sanottuja lisätiloja, joita asukkaat voivat vuokrata taloyhtiöltä. Esimerkiksi vierashuone voisi olla vuokrattavissa vastiketta vastaan. Monipuoliset yhteiskäyttötilat lisäävät asukkaiden mahdollisuutta naapurikontakteihin, mikä voi olla erittäin tärkeää yksinäisille ihmisille. Parhaassa tapauksessa tämä saattaisi lisätä naapureiden keskinäistä huolehtimista erilaisissa arjen askareissa. (Kuoppa & Mäntysalo 2010, s. 35–36)

Hirvonen et al. (2005) suorittivat asukaskyselyn, johon vastasi noin 700 (tutkimushetkellä) viimeisen kahden vuoden aikana uudisasunnon ostanutta suomalaista. Tutkimuksen kyselyssä selvitettiin vastaajien mielipiteitä talon ja asunnon eri ominaisuuksien laadusta. Kerrostaloissa asuvat vastaajat antoivat parhaat laatuarviot asuntokohtaisille saunoille, tietoliikenneyhteyksille ja parvekkeille. Myös yhteiskäyttötilat saivat myös melko hyvät arvostelut. 60 % vastaajista antoi pesula- ja kuivaustiloille vähintään hyvän arvosanan. Talosauna sai erinomaisen arvosanan vain 14 %:lta vastaajista, mutta kokonaisuutena talosauna sai hyvät arvostelut, sillä lähes 70 % antoi vähintään arvosanan ”hyvä”. Vastaajat olivat tyytyväisiä porraskäytäviin ja hisseihin, sillä hissi sai vähintään hyvän laatuarvion noin 75 %:lta vastaajista ja porraskäytävä noin 70 %:lta vastaajista. Yhteisiä säilytystiloja pidettiin melko hyvinä, sillä hieman yli 60 % vastaajista arvio ne vähintään hyväksi. Talon yhteinen piha sai kysytyistä 31 osiosta huonoimmat laatuarviot kyselyssä, kun kerho- ja muut yhteistilat saivat neljänneksi huonoimmat laatuarviot.

Osana Hirvosen et al. (2005) tutkimusta olivat myös aravalainalla tai muulla valtion tuella rahoitetut (ARA) vuokra-asunnot. ARA -vuokra-asunnoissa yhteistilat saivat suhteellisesti hieman parempia laatuarvioita, kuin itsenäisesti rahoitetuissa kohteissa. ARA -kohteissa kerho- ja muut yhteistilat olivat sijalla 19 kaikista 31 kysytyistä osiosta yhteisen pihan jäädessä kuitenkin myös ARA -asunnoissa viimeiselle sijalle. Absoluuttisesti laatuarviot olivat kuitenkin lähes yhtä huonoja, sillä ARA -vuokra-asunnoissa annettiin muille osiolle hieman huonompia laatuarvioita jolloin kerho- ja muut yhteistilat nostivat sijoitustaan melko paljon, vaikka laatuarviot olivat vain hieman

parempia. Talosaunat vaikuttavat olevan yleisempiä ARA -kohteissa, sillä ARA -asunnoissa asuvista vastaajista 44 % vastasi talosaunaa koskevaan kysymykseen, kun muista kerrostaloissa asuvista kohtaan vastasi vain 12 % vastaajista. Kerho- ja muut yhteistilat kohtaan vastasi 42 % kaikista kerrostaloissa asuvista vastaajista. (Hirvonen et al. 2005, s. 29–32.) ARA –kohteisiin rakennettaville yhteiskäyttötiloille on asetettu vaatimukset ARA:n suunnitteluohjeessa, josta on kerrottu tarkemmin luvussa 1.2 ”Määräyksiä ja ohjeita yhteiskäyttötiloihin liittyen”.

Hirvonen et al. (2005) toteuttivat asukaskyselyn ohessa ammattilaiskyselyn. Ammattilaiskyselyyn vastasi yhteensä 176 henkilöä. Suurimmat vastaajaryhmät olivat arkkitehdit (27 vastaaja), rakennuttajat (25 vastaajaa), rakennustarkastajat (23 vastaajaa) ja rakennusurakoitsijat (19 vastaajaa). Ammattilaiset antoivat asumisen laatuarvioinnissa huomattavasti huonompia arvosanoja kuin asukkaat. Asumisen yleistä laatutasoa arvioidessa alle 10 % asiantuntijoista antoi asuntojen muuntojoustavuudelle arvioinnin ”erinomainen” tai ”hyvä”. Asiantuntijat pitivät asuntosauvoja laadultaan hyvinä, ne saivat kuitenkin myös melko kriittisiä arvioiteja sanallisissa arvioinneissa, joissa käsiteltiin myös laajemmin yhteiskäyttötilojen rakennuttamista. Seuraavassa on kolme anonyymia lainausta asiantuntijoiden sanallisista palautteista:

”Asuntokohtaisia saunoja tehdään myyntivalttina todella pieniinkin asuntoihin, joissa ne neliöt olisi hyvä käyttää asumisen viihtyisyyteen. Samalla rahalla saataisiin tehtyä hyvä yhteinen tai pienen yksikön yhteinen sauna ja vielä joustava käyttö näille yhteistiloille.”

”Yhteisiä saunaosastoja ei enää juuri tule suunnitelmissa vastaan.”

”Runsaat yhteiskäyttötilat, puhumattakaan eri yhtiöiden yhteiskäyttötilat, eivät toimi suomalaisessa As Oy muodossa.” (Hirvonen et al. 2005)

Asiantuntijat antoivat yhteisille tiloille todella huonoja laatuarvioiteja, sillä yhteiset saunatilat saivat vähintään arvosanan ”hyvä” vain hieman alle 30 %:lta vastaajista. Yhteiset kerho- ja monitoimitilat sekä autopaikointusratkaisut saivat vähintään hyvän arvioinnin vain noin 20 %:lta asiantuntijoista. Avovastauksissa autopaikkaratkaisujen nähtiin sanelevan pihojen suunnittelua muiden yhteistilojen osalta. Yhteistiloista asiantuntijat antoivat parhaan laatuarvioinnin jätehuoltotiloille, jotka saivat vähintään ”hyvän” arvioinnin noin 40 %:lta vastaajista. (Hirvonen et al. 2005)

Hirvosen et al. (2005, s. 51) tutkimuksen mukaan 58 % vastaajista oli joko täysin tai melko samaa mieltä väitteen ”On tärkeää, että voin muunnella asuntoani (esim. huonejakoa ja huoneiden käyttötarkoitusta) elämäntilanteeni mukaan” kanssa. Asumisen muuntojoustavuus vähentäisi varmasti ainakin lähimuuttoja, jos jousto mahdollistaisi myös lisätilan hankkimisen eikä pelkästään huoneiden käyttötarkoituksen muuttamisen. Kestävään kehitykseen kuuluvan rakennuksen elinkaariajattelun mukaan, tilojen mahdollisimman pitkän elinkaaren varmistamiseksi tilojen tulisi olla joustavia ja muunneltavia (RT 93–10923, 2008).

Tyvimaa (2011) on tutkinut senioriasumista Suomessa ja hänen tutkimuksensa mukaan seniorit haluavat asuinrakennuksiin yhteistä tilaa. Senioritalojen yhteisten

tilojen on todettu muun muassa aktivoivan asukkaita järjestämään aktiviteetteja ja tapaamaan toisiaan (Tyvimaa, 2011 p. 208). Ainakin seniorikohteissa yhteiskäyttötilojen suunnitteluun tulee kiinnittää huomiota, sillä asukkaat haluavat tilojen mahdollistavan kanssakäymisen, ei pakottavan siihen. Sosiaalisten tilojen suunnittelussa tulee huomioida myös, että liian vähäinen yksityisyys voi jopa vähentää asukkaiden välistä kanssakäymistä. (Motevasel, 2006; Tyvimaa, 2011 p. 201, mukaan). Yhteiskäyttötilojen tulisikin mahdollistaa juuri sellainen toiminta kuin käyttäjä itse haluaa. Yhteiskäyttötilojen ei aina tulekaan olla sosiaalisia tiloja, vaan yhteiskäyttötila voi toimia jopa eristäytymisen tilana, jos käyttäjä haluaa omaa rauhaa. Andresen ja Runge (2002, p. 161) tutkivat senioreiden yhteisöasumiskohteita ja eräässä esimerkissä mies oli tuskastunut, kun hän ei voinut käyttää yhteistä työtilaa puutöiden tekemiseen, sillä naapurit saattoivat tulla keskeyttämään hänet koska tahansa. Miehelle puutöissä oli tärkeää juuri se, että hän sai uppoutua ajatuksiinsa.

Tietyissä tilanteissa yhteiskäyttötilojen suunnittelun lähtökohtana on tilojen sosiaalinen aspekti, jolloin yhteiskäyttötilojen tulisi olla mahdollisimman houkuttelevia ihmisten väliseen kanssakäymiseen. Lawton (1970) on tutkinut vanhuksien käyttäytymistä yhteisissä sosiaalisissa tiloissa ja hänen mukaansa vanhukset viihtyvät alueilla, joista he pystyvät tarkkailemaan toimintaa. Hyvin sisustetut yhteiskäytössä olevat tapaamispaikat saattavat jäädä vähälle käytölle, jos niistä ei ole mahdollista tarkkailla ympäristön tapahtumia (Lawton 1970).

Yhteisillä piha-alueilla on suuri merkitys asuinalueiden viihtyisyyteen, turvallisuuden tunteeseen, asukkaiden henkiseen ja fyysiseen hyvinvointiin sekä alueen imagoon (RT 93–10961, 2009). Kweon et al. (1998) ovat tutkineet vihreiden yhteiskäyttötilojen vaikutuksia asumiseen senioritaloissa. Heidän tutkimuksen mukaan yhteiset vihreät tilat saivat aikaan suuremman sosiaalisen sitoutumisen ympäristöön, mikä toimi pohjana paremmille naapurisuhteille. Vihreät piha-alueet ovat sekä nuorten, että vanhojen mielestä huomattavasti suosittumia yhteiskäyttötiloja kuin yhteiset pihat, joilla ei ole ruohoa tai puita (Kuo et al. 1998; Kweon et al. 1998 mukaan). Kaupungissa asuvilla ihmisillä, jotka harrastavat puutarhan hoitoa yhteisillä piha-alueilla on todettu useammin olevan vahvat siteet naapureihinsa (Kweon et al. 1998).

Kweon et al. (1998 p. 836) mukaan päivittäiset sattumanvaraiset kohtaamiset naapureiden kanssa edesauttavat ystävystymistä ja yhtenäisyyden muodostumista. Yhteisöllisyys luo myös turvallisuutta (Kuoppa & Mäntysalo, 2010, s. 35). Jos yhteiset sosiaaliset tilat olisivat niin suosittuja, että asukkaat käyttäisivät niitä ja näin kokisivat useammin sattumanvaraisia kohtaamisia, olisi näiden yhteiskäyttötilojen merkitys todella suuri yhteisöllisyyden muodostumisen kannalta. Sosiaalisilla yhteiskäyttötiloilla saattaisi olla mahdollista edesauttaa ihmisiä ystävystymään ja aktivoita osallistumaan yhteisön aktiviteetteihin. Yksinäisyys on tunnettu terveyden riskitekijä (Tuorila, 2011, s. 15), joten yhteiskäyttötilat voivat vaikuttaa epäsuorasti myös kansanterveyteen.

Riihimäen Peltosaarta pidetään useasta eri syystä ongelmalähiönä. Vuonna 2009 alueella tehtiin kattava asukaskysely, joka jaettiin kaikkiin alueen 1750:n kotitalouteen. Kyselyssä asukkailta tiedusteltiin suosituimpia keinoja Peltosaaren parantamiseen.

Kyselyyn vastanneista 527 kotitaloudesta noin 17 % uskoi, että aluetta voisi parantaa rakentamalla lisää yhteistiloja talojen pohjakerroksiin ja piharakennuksiin. Yhteistilojen rakentaminen oli seitsemänneksi suosituin parannusehdotus kysytystä kymmenestä vaihtoehdosta. Kaikista suosituin parannusehdotus oli piha-alueiden kunnostaminen, jonka valitsi noin 65 % vastaajista. (Vaattovaara & Kortteinen, 2009)

Asunnossa tarvittavaan tilaan vaikuttaa lähistöllä olevien yhteiskäyttötilojen määrä. Esimerkiksi lapsiperheiden asuntokohtainen tilantarve pienenee, jos taloyhtiössä on käytössä hyviä leikkitiloja ja tavaroiden säilytystiloja (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 13). Lastenvaunut kuluttavat huonetilaa lähes neliömetrin. Tämä neliometri voidaan rakentaa siisteistä sisämateriaaleista asuntoon tai tila voi sijaita yhtä hyvin alakerran betonipintaisessa varastossa. Yhteiskäyttötiloilla voi olla positiivinen vaikutus ihmisten käyttäytymiseen, sillä jos kerrostaloissa on toimivat pyörä- ja vaunuvarastot, ihmiset todennäköisimmin kävelevät ja pyöräilevät palveluiden luokse ja töihin. Taloyhtiöissä tulisi olla myös tilaa huoltaa ulkoliikuntavälineitä, sillä arjen päätökset tehdään usein helppouden perusteella, joten ulkoiluvälineiden, kuten pyörien ja suksien huoltoon tulisi varata riittävästi tilaa. (Kuoppa & Mäntysalo, 2010, s. 33.) Rakennuttajien kannattaa huomioida, että yhteistilojen määrän kasvattaminen ei välttämättä vaikuta kaavassa osoitettua kerrosalaa vähentävästi, sillä yhteiskäyttötilojen rakentaminen ei ainakaan Helsingissä yleisesti käytössä olevasta kaavamääräyksestä johtuen vähennä asuinkäyttöön tulevaa kerrosalaa (Pitkänen, 2009, s. 25).

Yhteistiloista erityisesti pesutupa on usein tärkeä vanhempien kotoa pois muuttaneille nuorille (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 17). Nuorilla ei välttämättä ole varaa ostaa omaa pesukonetta, eikä se välttämättä edes mahtuisi nuoren ensimmäiseen, usein pieneen asuntoon. Pesutuvat ja kuivaushuoneet ovat yleisiä erityisesti opiskelija-asuntoloissa, sillä opiskelijat asuvat usein soluasuinoissa, eikä asuntoihin ole varattu tilaa pyykinpesukoneelle eikä pyykinkuivatukselle. Esimerkiksi Tampereen seudun opiskelija-asuntosäätiön TOAS:n Tampereen Hervannassa olevissa 14 asuntokohteessa kaikissa on pesutupa (TOAS, 2011).

Pitkänen (2009) on selvittänyt yhteiskäyttötilojen hankintakustannuksia esimerkkikohteen avulla. Pitkäsen esimerkkitalo on kolmilamellinen, viisikerroksinen asuinkerrostalo, jossa on yhteensä 48 asuntoa. Talon hankintahinta on 2158 € / asuinneliometri (asm^2). Kohteessa on yhteensä 3163 asuinneliometriä. Pitkänen (2009) on pitänyt selvityksessään talon kaikki muut ominaisuudet vakiona ja tutkinut, kuinka yksittäiset tekijät vaikuttavat asuinkerrostalon hankintahintaan. Hankintahinta on hinta, jonka rakennuttaja maksaa valmiista rakennuksesta. Hankintahinta ei sisällä esimerkiksi rahoitus- eikä markkinointikustannuksia. Pitkäsen (2009) käyttämässä esimerkkikohteessa hankintahinnat sisältävät arvonlisäveron (22 %, vuonna 2009).

Harrastetilojen (47m^2) poisjättäminen rakennuksen tilaohjelmasta alentaisi rakennuksen hankintahintaa noin 50 000 € eli n. 16 €/asm² (0,7 %). Yhteisten pesu- ja kuivaustilojen (39m^2) karsiminen alentaa hintaa 71 000 € eli n. 22 €/asm² (0,9 %). Pitkäsen esimerkkikohteessa yhteiset tilat eivät kuuluneet rakennusoikeuteen, eikä niiden poisjättäminen siten vaikuta muihin kustannuksiin. Jos taas yhteiset kuuluisivat

kaavassa määrättyyn kerrosalaan, niiden kustannukset olisivat 55€/asm², sillä asunnot olisivat suhteellisesti kalliimpia. Taulukossa 1.1 on esitetty Pitkäsen (2009) esimerkkikohteen yhteiskäyttötilojen hankintahinnat sekä vero- ja indeksikorjatut nykyhinnat. Esitetyt hankintakustannukset pätevät vain ja ainoastaan kyseisessä esimerkkikohteessa.

Pitkänen (2009) on laskenut esimerkkikohteen hankintahinnan käyttäen Haahtela-kehitys Oy:n Kustannustieto Taku-ohjelmaa. Käytetyssä hankintahinta-arviossa Haahtelan rakentamisen tarjoushintaindeksi käytetyllä indeksialueella on 77,5. Syyskuussa 2011 Tampereen indeksiluku on 78,0 (Haahtela, 2011). Myös arvonnlisäverokantaa on korotettu Pitkäsen (2009) työn jälkeen. Arvonnlisäverokanta on ollut vuoden 2010 heinäkuun ensimmäisestä päivästä lähtien 23 % (Valtiovarainministeriö, 2011a). Taulukon 1.1 viimeisessä sarakkeessa on vero- ja indeksikorjatut hankintahinnat kyseisille yhteiskäyttötiloille.

Taulukko 1.1 Yhteiskäyttötilojen hankintakustannukset eräässä esimerkkikohteessa (Pitkänen, 2009)

Yhteiskäyttötila	m ²	Hankintahinta* €	Nykyhinta** €
Harrastetilat	47	50000	50735
Pesu- ja kuivaustilat	39	71000	72044

* Hankintahinta sisältää ALV:n 22 % vuonna 2009 ja se on laskettu Haahtelan hintaindeksillä kesäkuun 2009 tilanteen mukaan indeksialue 1:llä, jolloin indeksin arvo oli 77,5

**ALV 23 % ja Haahtelan indeksi II/2011 on 78,0

Helsingin kaupunki aikoo edistää yhteisten saunatilojen rakennuttamista, sillä ”Kaupunginvaltuusto edellyttää, että kaupunki lisää yhteisöllisyyttä ja energian säästöä edistämällä sellaista asuntorakentamista, jossa asuntokohtaiset saunat korvataan talon yhteisillä saunatiloilla.” (Helsingin kaupunginvaltuuston päätökset 4/2008). Helsingin kaupungin yhteistilojen rakentamisohje, joka on laadittu vuonna 2008 tehdyn päätöksen jälkeen määrää rakentamaan saunan jokaista alkavaa saunatonta 20 asuntoa kohden (Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto, 2011; Pitkänen 2009, s. 38). Saunojen vaikutus rakentamiskustannuksiin on merkittävä, sillä jos Pitkäsen (2009) esimerkkikohteen asuntokohtaiset saunat olisi korvattu kahdella talosaunalla, olisi asuntojen hankintahinta laskenut 50 € per asuinneliömetri, eli enemmän kuin yhteiskäyttöisten harraste- ja pesutilojen rakentaminen maksaisi.

Yhteiskäyttötilat voivat tukea myös lähipalvelutuotantoa, sillä useissa lähiöissä asukasrakenteen muutos lisää palvelujen tarvetta. Väestön ikääntyminen lisää palveluasumisen ja erilaisten päivätoimintojen kysyntää (Kytö et al. 2011). Kotipalvelut ja päivätoiminta vaativat tiloja, joihin yhteiskäyttötilat saattavat olla sopivia. Lähipalveluja ovat kaikki lähialueella olevat palvelut riippumatta siitä, kuka palvelut järjestää (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 37). Lähipalvelut ja asukkaiden varsinaiset yhteiset tilat on järkevä sijoittaa ainakin osittain saman katon alle (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 10). Yhteiskäyttötilatkin ovat lähipalveluja sillä palveluiksi voidaan lukea myös fyysisen ympäristön elementit, kuten kadut, puistot ja tilat (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 28). Kadut ja puistot tarjoaa yleensä kunta, kun taas

yhteiskäyttöiset tilat ovat useimmin taloyhtiön omistuksessa. Myös kunnan tiloissa, kuten kouluissa on yhteiskäyttötiloja, jotka ovat myös muiden kuin koululaisten käytössä. Esimerkiksi koulujen liikuntasalit ovat usein erilaisten urheilu- tai harrasteseurojen käytössä iltaisin.

Sosiaalisessa asuinympäristössä mahdollisuus toimintaan on tärkeää. Liian valmiiksi rakennettu asuinympäristö voi passivoida alueen asukkaita. Jotta asuinalueelle voisi syntyä hyvä yhteishenki, rakennetun ympäristön tulee mahdollistaa ihmisten kohtaaminen ja kanssakäyminen (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 10). Kyllösen ja Kurenniemen (2003) ajatus liian valmiin rakennetun ympäristön passivoivasta vaikutusetas on mielenkiintoinen, sillä yhteiskäyttöisillä tiloilla saattaa olla mahdollisuus käynnistää alueella yhteistoimintaa. Uudisasuntotuotannossa tilat voivat olla tyhjiillään ja asukkaat saavat lopulta päättää mitä toimintoja tiloissa tullaan suorittamaan. Yhteiskäyttötilat voisivat toimia myös palvelutiloina, joita erilaiset kotitalouspalveluja tuottavat yrittäjät tarvitsevat.

Yhteiskäyttötilat ovat omalta osaltaan lähipalveluja. Palvelun tarjoaja on tilan omistaja, joka tarjoaa tilaa ihmisten käyttöön. Taloyhtiössä oleva yhteiskäyttötila on lähipalvelu, jota yhtiö tarjoaa asukkaiden käyttöön vastikkeessa maksamaa maksua vastaan. Myös vuokralla tai asumisoikeusasunnossa asuvat asukkaat maksavat välillistä käyttömaksua vuokrassaan tai vastikkeessaan, sillä tilojen hankinta ja ylläpito ovat aiheuttaneet kustannuksia, jotka on hinnoiteltu ensin asuntojen hintoihin ja sitä kautta vuokriin. Tilaa voidaan yhtä hyvin tarjota käyttöön myös laajemmalle käyttäjäkunnalle, jolloin tilalla on mahdollista saada vuokratuloja taloyhtiölle.

Edellä on esitetty pääasiassa yhteiskäyttötilojen positiivisia ominaisuuksia ja mahdollisuuksia. Käytännössä yhteiskäyttötiloista aiheutuu myös useita ongelmia. Yhteiskäyttöisten saunojen vuorojen sopiminen voi olla vaikeaa, pyörävarastoista saattaa ajan kuluessa muodostua pyörämuseoita, jossa asukkaat säilövät vanhoja rikkiinäisiä pyöriään, juopotteleva naapuri saattaa varata grillikatoksen jokaisena kesälauantaina ja niin edelleen. Myös yhteisistä alueista ja tavaroista huolehtiminen voi olla vaikeaa, sillä oletettavasti ihmiset eivät ole kovin huolissaan yhteisen pesutuvan pesukoneen hinnan vaihtamisesta tai yhteisen grillin karstoittumisesta verrattuna omiin tavaroihin.

1.2. Määräyksiä ja ohjeita yhteiskäyttötiloihin liittyen

Rakentamisen laatutasoa on tuottajamuotoisessa rakentamisessa pidetty yllä yhteiskunnan asettamien miniminormien avulla. Tästä minimitasosta onkin muodostunut maan tapa rakentaa (Visanti, 2004). Normitus on yhtenäistänyt asuntotuotannon valtakunnallisesti ja Visanti (2004) epäileekin normituksen jopa estäneen erilaisten asumisen innovaatioiden kehittymisen. Visannin (2004) mukaan 1990-luvulta alkanut rakentamisen teknisten normien kiristäminen ja tilatekijöihin kohdistuneiden normien väljentyminen on parantanut asuntojen teknistä laatua, mutta heikentänyt tilojen laatua muuten. "Verrattaessa nykyisiä tavanomaisia asuinrakennuksia vanhempiin voidaan todeta talon tiloista kadonneen kellarit, ullakot,

askarteluhuoneet, pesulat, kuivaushuoneet, kerhotilat, yhteissaunat, autotallit ja kadunvarren liiketilat. – Nimenomaan kaupunkikulttuurin kannalta tärkeät yksityiskohdat ovat kadonneet. Uusista taloista ei voi enää vuokrata tilaa aloittelevan yrityksen tarpeisiin eikä varastoida ullakolle esi-isien arvohuonekaluja.” (Visanti, 2004.) Maankäyttö- ja rakennuslain § 117 Rakentamiselle asetettavat vaatimukset, keskittyvätkin pääosin teknisiin vaatimuksiin. Laki ei ota kantaa asumisen laatuun, vaan lain mukaan riittää, että ”rakennuksen tulee olla tarkoitustaan vastaava” (L. 5.2.1999/132).

Maankäyttö- ja rakennuslaki, asuntokauppalaki, maankäyttö- ja rakennusasetus sekä rakentamismääräyskokoelma antavat kaikki reunaehdot suomalaiselle asuntorakentamiselle ja asuntoihin liittyvälle yhteiskäyttötilojen rakennuttamiselle ja asuntojen kauppaamiselle. Seuraavaksi esiteltävät lait, asetukset ja määräykset ovat tämän tutkimuksen kannalta oleellisia.

Maankäyttö- ja rakennuslaki § 5 Alueiden käytön suunnittelun tavoitteet (lihavoinnit lisätty tämän tutkimuksen kannalta oleellisiin kohtiin): ”Alueiden käytön suunnittelun tavoitteena on vuorovaikutteiseen suunnitteluun ja riittävään vaikutusten arviointiin perustuen edistää:

- 1) turvallisen, terveellisen, **viihtyisän, sosiaalisesti toimivan ja eri väestöryhmien, kuten lasten, vanhusten ja vammaisten, tarpeet tyydyttävän elin- ja toimintaympäristön luomista;**
- 2) **yhdyskuntarakenteen ja alueiden käytön taloudellisuutta;**
 - 2 a) riittävän asuntotuotannon edellytyksiä, (29.12.2006/1441)
- 3) rakennetun ympäristön kauneutta ja kulttuuriarvojen vaalimista;
- 4) luonnon monimuotoisuuden ja muiden luonnonarvojen säilymistä;
- 5) **ympäristönsuojelua ja ympäristöhaittojen ehkäisemistä;**
- 6) **luonnonvarojen säästeliästä käyttöä;**
- 7) **yhdyskuntien toimivuutta ja hyvää rakentamista;**
- 8) **yhdyskuntarakentamisen taloudellisuutta;**
- 9) **elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä;**
- 10) **palvelujen saatavuutta; sekä**
- 11) **liikenteen tarkoituksenmukaista järjestämistä sekä erityisesti joukkoliikenteen ja kevyen liikenteen toimintaedellytyksiä.”** (L. 5.2.1999/132)

Kuten tässä tutkimuksessa tullaan jatkossa osoittamaan, hyvin suunnitelluilla yhteiskäyttötiloilla voi olla positiivinen vaikutus kaikkiin lihavoituihin kohtiin. Laadullisten mittareiden käyttäminen laissa ei ole kovin yksiselitteistä, sillä turvallinen elin- ja toimintaympäristö tarkoittaa vanhusten ja lasten näkökulmasta varmasti hieman erilaista ympäristöä. Lasten kannalta yksi tärkeimmistä turvallisuuteen liittyvistä seikoista on liikenneturvallisuus, kun taas vanhuksille turvallisuutta ovat kaiteet ja liukesteet, jotka estävät kaatumisen (Kyllönen & Kurenniemi, 2003, s. 9). Myös laissa säädetty sosiaalisesti toimivan elin- ja toimintaympäristön rakentaminen voi olla hyvin haasteellista. Työkaluja sosiaalisten vaikutusten arviointiin kaavatasolla ovat esittäneet muun muassa Päivänen et al. (2005).

Maankäyttö- ja rakennuslain § 164 Kiinteistöjen yhteisjärjestely (L. 5.2.1999/132):
1. momentti: ”Jos asemakaavan toteuttaminen vaatii usean kiinteistön yhteisiä järjestelyjä, kunnan rakennusvalvontaviranomainen voi yhden kiinteistön omistajan aloitteesta ja muita kiinteistön omistajia tai haltijoita kuultuaan rakentamisen yhteydessä tai muutoin määrätä korttelialueen tai sen osan taikka kiinteistöön liittyvän tilan yhteisestä käytöstä.”

2. momentti ”Yhteisjärjestelyä koskevaan päätökseen tulee sisältyä järjestelysuunnitelma. Siinä määrätään alueen tai tilan käytöstä, sen kuntoon saattamisesta ja ylläpidosta sekä järjestelystä aiheutuvien kustannusten jakoperusteista ja suorittamisesta.” (L. 5.2.1999/132)

3. momentti ”Määräys yhteisjärjestelystä saadaan antaa, jos järjestely pysyvästi edesauttaa usean kiinteistön käyttöä eikä siitä aiheudu millekään kiinteistölle kohtuutonta rasitusta. Jolleivät asianosaiset sovi järjestelyyn liittyvistä korvauksista, asia ratkaistaan lunastuslain mukaisessa järjestyksessä” (L. 5.2.1999/132)

Tilojen yhteisjärjestely toimii varmasti helpommin, jos tilojen yhteiskäytöstä sovitaan keskenään eikä lain määräyksellä. Tilojen yhteisjärjestely on varmasti usein perusteltua, sillä jokaiseen taloon tai taloyhtiöön ei varmastikaan kannata rakentaa kuntosalia ja puuverstasta, vaan kortteli- tai aluekohtaisilla yhteiskäyttötiloilla tiloille olisi mahdollista saada paljon suuremmat käyttöasteet. Alueelliset yhteiskäyttötilat on taloudellisesti mahdollista toteuttaa laadukkaampina ja paremmin varusteltuina kuin yhden rakennuksen tilat (ARA, 2011, s. 10). Korttelikohtaiset tilahankkeet ovat usein kuitenkin ongelmallisia, sillä ne edellyttävät taloyhtiöiden välistä yhteistyötä, joka on käytännössä usein havaittu hankalaksi (Päivänen et al. 2004, s. 33). Korttelikohtaisia yhteiskäyttötiloja voi olla myös vaikeampi käyttää asunnon myynti- tai vuokrausvalttina kuin oman talon yhteisiä tiloja.

Maankäyttö- ja rakennuslain § 155 Leikkipihat ja oleskelualueet (L. 5.2.1999/132): 1. momentti ”Asuinrakennuksen yhteyteen tulee järjestää riittävästi ulkotilaa leikkipaikkoja ja oleskelualueita varten. Ne on turvallisesti erotettava liikenteelle varatusta alueesta. Tilojen riittävyttä arvioitaessa voidaan ottaa huomioon myös lähiympäristön tarjoamat vastaavat tilat ja alueet sekä kiinteistöjen yhteiset järjestelyt.” Hirvosen et al. (2005), Vaattovaaran ja Kortteisen (2009) sekä Vuorelan ja Ahtiaisen (2010, s. 24) tutkimuksen mukaan suomalaiset pitävät yhteiskäyttöisiä piha-alueita huonoina tai ainakin suomalaiset toivovat parempia piha-alueita. Laki velvoittaa kuitenkin rakentamaan ainoastaan riittävästi ulkotilaa leikkipaikkoja ja oleskelualueita varten. Laki ei siis tältä osin ota kantaa pihatilojen laatuun.

Suomen maankäyttö ja rakennusasetuksen § 51 Asuinrakennus (A. 10.9.1999/895): 2. momentti ”Asumiseen tarkoitettujen tilojen tulee olla tarkoituksenmukaisia ja viihtyisiä. Asuntosuunnittelulla tulee edistää asumiseen tarkoitettujen tilojen toimivuutta sekä soveltuvuutta erilaisiin ja muuttuviin asumistarpeisiin.” Asunnot suunnitellaan kymmeniksi vuosiksi, joten asuntojen tulee yhtäläillä olla erilaisiin tarpeisiin mukautuvia, mutta myös ajassa kestäviä (Juntto, 2007). Tämän päivän

asuntorakentaminen ei saa olla kymmenen vuoden päästä täysin vanhentunutta, vaan rakennusten tulee mahdollistaa ajanmukainen asuminen myös vuosikymmenten päästä. Asunnot muodostavat myös merkittävän osan kansallisvarallisuudesta, joten on koko kansakunnan edun mukaista, että asunnot rakennetaan mahdollisimman pitkäikäisiksi niin teknisesti kuin fyysisestikin. Taloteknisten laitteiden elinkaari on usein paljon rakenteita ja arkkitehtuuria lyhyempi ja niitä voidaan päivittää ajanmukaisiksi paljon lyhyemmällä syklillä kuin rakenteita. Kantavien seinien siirtäminen on todella työlästä ja kallista, joten tilat tulee suunnitella siten, että niiden käyttö mahdollistaa paljon erilaisia toimintoja. Muunneltavilla yhteiskäyttötiloilla on mahdollista varautua tulevia tilatarpeita kohtaan.

Asuntojen markkinointi ja mielikuvien myyminen voi olla haastavaa, sillä asuntokauppalain 3. luvun § 14 määrää yksiselitteisesti, että: "Asunnossa on virhe, jos: 1) se ei vastaa sitä, mitä voidaan katsoa sovitun;" (L 23.9.1994/843). Myös § 15 määrää, milloin asunnossa voidaan katsoa olevan virhe: "Asunnossa on virhe myös, jos 1) se ei vastaa niitä tietoja, jotka myyjä on ennen kaupantekoa antanut asunnosta ja joiden voidaan olettaa vaikuttaneen kauppaan". Virhettä koskevia säännöksiä sovelletaan myös, "jos myyjä on antanut asunnon ympäristöstä tai alueen palveluista virheellisen tai harhaanjohtavan tiedon taikka jättänyt antamatta tiedon niitä koskevasta, asunnon käyttöön tai arvoon vaikuttavasta seikasta". Virheellisten tietojen antaminen asunnosta tai asuinalueesta ovat varmasti usein sellaisia myyjien virheitä, joita myyjä ei voi korjata jälkikäteen, jolloin sovelletaan asuntokauppalain 3. luvun § 25, jonka mukaan ostajalla on oikeus saada kohtuullinen hinnanalennus tai oikeus purkaa kauppa, jos sopimusrikkomus on olennainen. (L 23.9.1994/843)

Suomen rakentamismääräyskokoelman osassa G1 (2005) Asuntosuunnittelu, mainitaan yhteiskäyttötilat kohdassa 3.2.1, jossa on määräys asuinhuoneistoa koskevista tiloista ja varustuksesta: "Asuinhuoneiston tilojen ja pohjaratkaisun tulee olla aiottu käyttäjämäärä, asuntojen yhteiset tilat ja käyttötarpeiden muutokset huomioon ottaen asumisen kannalta tarkoituksenmukaisia. Asuinhuoneistossa tulee olla riittävästi tilaa lepoa, oleskelua ja vapaa-ajan viettoa, ruokailua ja ruoanvalmistusta, hygienian hoitoa sekä asumiseen liittyvää välttämätöntä huoltoa ja säilytystä varten. Asuinhuoneistossa tai sen käytössä tulee olla asianmukaiset tilat vaatehuoltoa ja irtaimiston säilytystä sekä polkupyörien, lastenvaunujen ja ulkoiluvälineiden säilytystä varten."

Rakentamismääräyskokoelman osa G1 (2005) ohjaa asuntorakentamista, siten että asuinhuoneistojen tulee olla vähintään 20 m² kokoisia, asuinhuoneen huonealan tulee olla vähintään 7 m² ja asuinhuoneessa tulee olla ikkuna, jonka ala on vähintään 10 % huonealasta. Mainittujen lisäksi asuinhuoneistossa tulee aina olla käymälä sekä riittävä perusvarustus hygienian hoitoa ja ruoanvalmistusta varten. Asuntojen yhteisten tilojen tulee soveltua tarkoitukseensa ottaen huomioon myös liikkumiseisille soveltuva käyttö.

ARA on erittäin merkittävä tekijä suomalaisessa asuntorakentamisessa. Vuoden 2012 talousarvioesitys mahdollistaa noin 6500 korkotuetun vuokra- ja asumisoikeusasunnon

rakentamisen (ARA, 2012). Summa vastaa noin viidesosaa koko maan asuntotuotannosta. ARA:n suunnitteluohjeet vaikuttavat suomalaisten asumisen laatuun erittäin paljon. ARA:n suunnitteluohjeen mukaan ARA- kohteisiin tulee rakentaa taulukon 1.2 mukaiset yhteiskäyttötilat (ARA, 2011).

Taulukko 1.2 ARA:n suunnitteluohjeiden suositukset apu- ja yhteiskäyttötiloista (ARA, 2011, s. 9–11)

Yhteiskäyttötila	Pienasunnot	Perheasunnot	Yleensä
Varastot			
Lämmin irtaimistovarasto	2,0 m ² /asunto	3,0 m ² /asunto	
Ulkoiluvälinevarasto	1,5 m ² /asunto	2,0 m ² /asunto	
Lastenvaunut ja apuvälineet (lämmin)	0,3 m ² /asunto	0,5 m ² /asunto	
Polkupyörien säilytys	1,5 m ² /asunto	2,0 m ² /asunto	
Kiinteistönhoidon tilat			1 kpl/ rakennus
Varasto ja työtila			5 -10 m ²
Pesulat ja kuivaustilat (suositeltavat)		OHJE	
Kuivaustila		1kpl/ 30 asuntoa, 10-15 m ²	
Yli 20 asunnon yhtiössä tulee aina olla kuivaustila			
Pesula alle 30 asuntoa		10-20 m ²	
Pesula yli 30 asuntoa		20-30 m ²	
Vapaa-ajan tilat		Suositeltavat yli 30 asunnon kohteessa	
Askartelu- kerho- tai monikäyttöhuone		0,5 m ² /asunto (min 25 m ²)	
Talosaunat		1 sauna alkavaa 30 asuntoa kohti	
Pukuhuone		4 henkilölle	
Pesuhuone		2 suihkua	
Sauna		4 henkilölle	
Esteetön WC huone			
Ulkovilvoittelu (mikäli mahdollista)			

Helsingin kaupungin rakennusvalvontaviraston julkaisema ohje: ”asuinkerrostalojen ja rivitalojen yhteistilat” (2011), ohjaa yhteiskäyttötilojen rakennuttamista Helsingin kaupungin alueella. Ohjeessa määrätään muun muassa, että:

- Ulkuvälinevarastotilaa tulee olla vähintään 2 m² asuntoa kohden
- Lastenvaunujen ja liikuntarajotteisten apuvälineiden säilytystilaa tulee olla sisääntulotasossa vähintään 0,5 m² asuntoa kohden
- Yli 30 asunnon kohteisiin tulee aina suunnitella yhteispesula
- Yksi kuivaushuone tulee rakentaa, vaikka pesulaa ei olisikaan. Tämän jälkeen tulee rakentaa lisäkuivaushuone jokaista alkavaa 20 asuntoa kohden
- Kerho- ja harrastetilat suositellaan rakennettavaksi jokaiseen yhtiöön
- Jokaista alkavaa 20 saunatonta asuntoa kohti tulee rakentaa pesu- ja pukuhuoneen sisältävä saunayksikkö

1.3. Asuntojen suunnittelu

Asuntojen suunnittelussa tulisi pystyä ottamaan huomioon jokaisen yksilölliset tarpeet. Tarpeet vaihtelevat elämäntyylin ja -tavan mukaan ja lisäksi ne muuttuvat ajassa. Markkinoilla tarvitaankin monenlaisia asuntoja. Toiset haluavat asumisen maksavan mahdollisimman vähän, jolloin tarvitaan edullisia asuntoja. Edullisuus tarkoittaa yleensä pitkälle standardoitua rakentamista, joka ei välttämättä mahdollista asuntojen muunneltavuutta. Toisaalta markkinoilla tulisi olla laadukkaita asuntoja kuluttajille, jotka ovat valmiita käyttämään rahaa asumiseen. Markkinoilla olisi hyvä olla myös asuntoja, joita voi muunnella ja jopa laajentaa tarpeiden mukaan. (RT 93–10923, 2008.)

Asuntojen suunnittelun yhtenä lähtökohtana on, että asuinhuoneistossa tai sen käytössä on asianmukaiset tilat irtaimiston ja ulkoiluvälineiden, kuten polkupyörien, ja lastenvaunujen säilytykseen (RT 93–10945, 2009). Yhteisissä irtaimistovarastoissa säilytetään usein kausivaatteita, tekstiilejä, taloustarvikkeita ja vastaavia. Irtaimistovarastojen tulisi olla kuivia, pölyttömiä ja lämpöisiä. Ulkovälinevarastoissa säilytetään vain ulkoiluun tarkoitettuja tavaroita. Kaikki yhteiset varastotilat tulisi sijoittaa helposti saavutettaviksi. RT- ohjetiedosto asuintilojen säilytyksestä antaa yhteisille varastotiloille seuraavanlaisia suunnitteluohjeita: (RT 93–10945, 2009)

- Ulkoiluvälinevarastot vähintään 2m²/asunto
- Yksi polkupyöräpaikka/ 30 kerrosneliometriä
- Lastenvaunutilaa 0,5m²/asunto
- Irtaimistovarasto vähintään 3m²/asunto

Asuinhuoneessa tai sen käytössä tulisi olla asianmukaiset tilat vaatehuoltoon varten. Vaatehuolto vaatii melko paljon tilaa, sillä etenkin pyykinkuivaukseen on varattava paljon lattiatilaa. Erityisesti pienten asuntojen taloyhtiöissä talokohtaiset suuret kuivaushuoneet voivat olla asukkaille arvokkaita. Pyykinkuivauksesta vapautuu huoneilmaan paljon kosteutta, mikä voi olla vaaraksi rakenteille, jos tilojen ilmanvaihto ei toimi kunnollisesti. Keskitettyjen pyykinkuivaustilojen etuna on ainakin toimiva kuivaus, sillä taloyhtiön kuivaustilaan tehtävän kuivauslaitteen investointi ei ole kovin suuri jaettuna useammalle asukkaalle. RT- ohjetiedostossa RT 93–10950 Asuntosuunnittelu – vaatehuolto (2009) suositellaan vähintään 10m² kokoisen yhteiskäyttöisen kuivaushuoneen rakentamista jokaiseen kerrostaloyhtiöön, lisäksi ohjeessa suositellaan rakentamaan lisäkuivaushuone jokaista alkavaa 20 asuntoa kohti.

Useissa asuntosuunnittelun ohjeissa todetaan, että tietyt tilat tulee olla asuinhuoneessa tai sen käytössä. Asuinhuoneiston käytössä voi olla myös yhteiskäyttötiloja. Yhteiskäyttötiloilla voidaan lisätä asumisen laatua ja mukavuutta, sillä usein asuntoon ei mahdu kaikkia tiloja, joita asukas itse haluaa. Yhteiskäyttötiloilla voidaan lisätä asuinyhteisön yhtenäisyyttä ja harrastamisen monipuolisuutta ja siten lisätä asuntojen käyttöarvoa. Asuinrakennusten yhteiskäyttötilat tulee suunnitella samojen ohjeiden mukaan kuin muutkin asuintilat. Suunnittelussa tulee huomioida samat esteettömyysvaatimukset kuin asuintilojen suunnittelussa. Tilojen tulee sopia kaikille

käyttäjryhmille: lapsille, aikuisille, vanhuksille ja liikkumisesteisille (Rakentamismääräyskokoelman osa G1, 2005).

Kerrostalojen yhteyteen suositellaan rakennettavaksi yhteiskäyttöistä harrastetilaa 1–2 % asuinpinta-alasta, jos lähiympäristössä ei ole soveltuvia harrastetiloja (RT 93–10957). Helsingin kaupungin julkaiseman yhteistilaohjeen mukaan (Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto, 2011) vapaa-ajan tilojen alaksi suositellaan 1,5 % asuinkerrosalasta, mutta kuitenkin vähintään 20 m². Harrastetilojen tarve määräytyy vasta asukkaiden preferenssien pohjalta, mutta päätökset rakentamisesta tehdään jo huomattavasti aikaisemmin. Tilojen tulisi olla joustavia.

Tilastokeskuksen (SVT, ajankäyttötutkimus, 2009) ajankäyttötutkimuksessa on selvitetty suomalaisten jokapäiväisen elämän ajankäytön jakaantumista eri toimintoihin. Taulukossa 1.3 on esitetty ajankäyttötutkimuksen tulokset vuodelta 2009. Tutkimus antaa mielenkiintoisen näkökulman asuin- ja yhteiskäyttötilojen suunnittelulle, sillä tilojen tulee ennen kaikkea mahdollistaa haluttuja toimintoja. Suomalaisten suorittamista toiminnoista vain pieni osa on sellaisia, jotka mahdollisesti halutaan tehdä yhteisissä tiloissa. Kun suomalaisten toiminnoista valtaosa tapahtuu kotona tai työpaikalla, voidaan perustellusti kysyä, mitä varten yhteiskäyttötiloja kannattaa rakennuttaa. Yhteiskäyttötiloilla on ainakin mahdollista saada aikaan tehokkuutta tiettyjen tilojen kuten saunojen käyttöön. Suomessa onkin lähes kolme miljoonaa saunaa (Tommila, 2011), joista arviolta puoltatoista miljoonaa käytetään ahkerasti (RT 91–10430, 1990). Periaatteessa yhteiskäyttöisillä saunoilla kymmenesosa nykyisestä määrästä riittäisi täyttämään kaikkien saunojen tarpeet. Saunominen on kuitenkin eräänlainen rentoutumismuoto ja suomalaiset ilmeisesti haluavat saunaa nimenomaan omassa saunassa oman aikataulun mukaan. Yhteiskäyttötilojen rakennuttamista ei voida siis perustella pelkästään tilatehokkuudella, vaan tulee pystyä arvioimaan, missä ihmiset todella haluavat toimintoja suorittaa. Hyvinvointipalvelut lienevät myös sellaisia palveluja, joita ei haluta omassa talossa, vaikka siihen olisikin mahdollisuus. Hierojalle tai vastaavalle lähdetään mieluummin pois kotoa, sillä palveluilta halutaan enemmän luksusta kuin mitä kotiympäristö voi tarjota.

Ajankäyttötutkimuksen perusteella ei kuitenkaan voida tehdä tarkkoja oletuksia yhteisen tilan tarpeesta, sillä ihmisten oman tilan tarve on yksilöllistä, joten on mahdotonta yleistää mitä taulukossa 1.3 olevista toiminnoista voidaan suorittaa yhteisissä tiloissa. Esimerkiksi lukeminen lienee sellainen harrastus, jota useimmiten halutaan tehdä rauhassa muilta. Toisaalta kirjastojen lukusalit ovat melko suosittuja, joten osa ihmisistä saattaa kaivata ihmisten läsnäoloa myös kirjaa tai lehteä lukiessaan.

Taulukko 1.3 Suomalaisten keskimääräinen ajankäyttö vuonna 2009 (SVT, ajankäyttötutkimus, 2009)

TOIMINTO	käytetty aika h,min/vrk
Ansiotyö	2,47
Työmatkat	0,15
Kotitaloustyö	1,11
Huoltotyö	0,17
Muut kotityöt	0,16
Lasten hoito	0,19
Ostokset ja asiointi	0,26
Kotityöhön liittyvät matkat	0,18
Nukkuminen	8,31
Ruokailu	1,18
Peseytyminen, pukeutuminen	0,52
Koulunkäynti ja opiskelu	0,5
Koulumatkat	0,07
Vapaa-ajan opiskelu (ml. matkat)	0,03
Osallistuva toiminta	0,06
Liikunta ja ulkoilu	0,38
Kulttuuri- ja huvitilaisuudet	0,05
Lukeminen	0,36
Radion kuuntelu	0,03
Television katselu	2,05
Seurustelu perheen kanssa	0,06
Seurustelu tuttavien kanssa	0,45
Harrastukset (ml. tietokone)	1,06
Josta: Tietokoneen käyttö	0,45
Muu vapaa-aika	0,15
Vapaa-ajan matkat	0,28
Erittelemätön	0,14
Yhteensä	24

Kotona vietetään merkittävä osa vapaa-ajasta, joten kodin tilojen tulee soveltua myös vapaa-ajan harrastuksille. Tilat harrastuksiin voivat sijaita oman asunnon sijasta myös talon yhteiskäyttötiloissa (Penttilä, 1987). Penttilä (1987) on tutkinut suomalaisten yleisimpiä harrastuksia ja näiden vaatimaa tilaa kotona. Penttilän tutkimuksesta on aikaa 25 vuotta, mutta suurin osa kotona tapahtuvasta harrastustoiminnasta ei ole muuttanut luonnettaan ajan kuluessa, joten tulokset ovat edelleen päteviä. Penttilän (1987) mukaan huoneiden minimi- ja optimikoot ovat taulukon 1.4 mukaisia.

Taulukko 1.4 Huoneiden minimi- ja optimikoot huomioiden kotiharrastusten tilantarve

Huone	Minimikoko (m ²)	Optimikoko (m ²)
Lapsen tai nuoren makuuhuone	12,2	15,0
Kahden hengen (/lapsen) makuuhuone	15,0	18,0
Lasten, nuorten olohuone*	15,0	18,0
Vanhempien makuuhuone	15,6	18,0
Olohuone**	19,0	22,5
Yleishuone	14,6	18,0
Työhuone	8,1	11,7
Askarteluhuone	11,6	15,6

* Lasten ja nuorten makuuhuoneet voivat olla pienempiä, jos talossa on lasten tai nuorten oma olohuone.

**Olohuone voi olla pienempi, jos talossa on yleishuone

Penttilä (1987) on huomionnut tilojen mitoituksessa ajassa muuttuvat tarpeet. Lasten makuuhuoneen koko on sopiva sekä 3, että 17-vuotiaalle nuorelle. Olohuone mahdollistaa muun muassa television katselun, tuttavien tapaamisen ja käsityöt. Penttilän (1987) mukaan asunnoissa tulisi olla säilytystilaa normaalien vaate- ja keittiökaappien lisäksi lämmintä varastotilaa 1,5m³/henkilö ja ulkovarastotilaa 3 m³/henkilö. Lattiatilana tämä vastaan yhteensä noin kahta neliometriä.

1.4. Tulevaisuuden näkymiä yhteiskäyttötiloihin liittyen

Yhteiskäyttötiloille saattaa tulevaisuudessa muodostua uudenlaisia tarpeita, jos ihmiset tilaavat entistä enemmän palveluita kotiinsa. Useiden tutkimusten mukaan ikääntyvät haluavat asua kotona mahdollisimman pitkään (Tuorila, 2011, s. 12; Tyvimaa & Gibler, 2011). Jotta ikääntyvät voivat asua kotona mahdollisimman pitkään tulee kodin tai ainakin talon mahdollistaa erilaisten palveluiden tuottamisen asukkaan kotipiirissä. Tulevaisuudessa kodista muodostuneen entistä tärkeämpi palvelujen tarjoamispaikka (Tuorila, 2011, s. 12). Kotiin voi tilata mitä erilaisimpia palveluita, kuten hierojan, siivoajan, terveydenhoitajan tai ruokatoimituksen. Ainakin lääketieteen puolella kotipalveluihin panostetaan, sillä nykyään potilaiden kotona on mahdollista suorittaa jo melko vaativia perinteisesti sairaaloissa tehtyjä operaatioita, kuten verensiirrot. Kotona toimitetun sairaanhoitopalvelun etuja ovat ainakin potilaan kuntoutuminen kotona sairaalan osaston sijaan, sekä ympäristö, jossa ei ole entistä viheliäisemmäksi muuttuneita sairaalabakteereja (Tuorila, 2011, s. 12). Hyvinvointipalvelut saattavat tulevaisuudessa siirtyä entistä enemmän erilaisten vapaaehtoistahojen ja järjestöjen toteutettavaksi (Päivänen et al. 2004, s. 7). Tämä lisää erilaisten monikäyttöisten yhteiskäyttötilojen tarvetta.

Espoon Suurpeltoon kehitetään yhteisöllistä asuinalueita, jonne rakennetaan kaupunkilaisten oppimis- ja kohtaamispaikka Opinmäki-kampus. ”Kampus sykkii toimintaa **vuoden jokaisena päivänä**. Se on avoin ja yhteistyöhön perustuva **kohtaamispaikka**, jonka tilat ovat kaikkien alueen asukkaiden ja toimijoiden käytössä.” (Opinmäki, 2011).

Opinmäkeen rakennetaan monipuolisia tiloja, joissa alueen asukkaat voivat kohdata ja harrastaa. ”Opinmäen kampuksen tilat toteutetaan kahdessa vaiheessa. Koulu- ja päivähoitotilojen lisäksi kampukselle sijoittuu ainakin kirjasto-, työväenopisto-, kulttuuri-, liikunta-, nuoriso- ja asukaspuistotoimintaa.” (Opinmäki, 2011). Suurpellon alueella kokeillaan myös palveluteismallia, jossa jokaisen kerrostalon aulaan rakennetaan palveluteinen, josta asukkaat voivat vuokrata kaapin nettiostoksia varten (Suurpelto, 2011). Tämänkaltaisille kaapeille lienee tulevaisuudessa entistä enemmän kysyntää, sillä nettikauppa on kasvattanut suosiotaan viime vuosina. Tilastokeskuksen vuonna 2010 tekemän tutkimuksen mukaan 25–34-vuotiaista suomalaisista yli 64 % on tehnyt ostoksia verkossa viimeisen kolmen kuukauden aikana ja 87 % viimeisen 12 kuukauden aikana. (SVT: Tieto ja viestintätekniiikan käyttö 2010, 2010). Kuvassa 1.3 on esitetty Vilkas Oy:n ylläpitämä verkkokauppaindeksi vuodesta 2006. Indeksien arvo lasketaan painotettuna keskiarvona verkkokaupan myynnin indeksistä, tilausmääräindeksistä ja tilauskoon keskiarvoindeksistä. (Vilkas, 2011).



Kuva 1.3 Verkkokauppaindeksi

Suosituimmat verkkokaupan kautta tehdyt ostokset ovat matkoja ja pääsylippuja, jotka eivät tarvitse erillistä lokeroa eteisestä. Seuraavaksi suosituimpina tuotteina ovat muun muassa vaatteet ja jalkineet, kirjat, kodin tekstiilit, harrastustuotteet, valokuvaustuotteet ja kodintekniikka (SVT: Tieto ja viestintätekniiikan käyttö 2008, 2008) ovat usein sen verran kookkaita tuotteita, ettei niitä voi pudottaa postiluukusta. Tämän kaltaisten tuotteiden tilaukseen palveluteisten vuokrattavat laatikot ovat varmasti tarpeen.

Asumisen kehitykseen vaikuttavat taloudellisen kehityksen lisäksi demografiset tekijät, elämäntapojen muuttuminen ja arkielämän hitaus (Juntto, 2007, s. 7). Juntto (2007) tarkoittaa arkielämän hitaudella pysyvyyttä ja turvaa, jota arkielämä tuo. Demografiset muutokset tulevat olemaan seuraavina vuosina todella suuria Suomessa. Tällä hetkellä nuoret asuvat huomattavasti pienemmissä asunnoissa kuin iäkkäät (Juntto, 2007).

Suuret ikäluokat siirtyvät kuitenkin pian eläkkeelle ja alkavat mahdollisesti etsiä uusia asuntoja eläkepäivien varalle. Suurten ikäluokkien eläköityminen muodostaa asuntomarkkinoille mielenkiintoisen tilanteen, sillä ainakin Yhdysvalloissa asuntomarkkinoilla vallitsee ilmiö, jossa iäkkäät myyvät asuntoja ja nuoret ostavat (Masnick et al. 2011). Tämä ilmiö voi aiheuttaa asuntojen hintojen voimakasta laskua ainakin joillain sellaisilla alueilla, jossa nettomyyjien osuus on huomattavasti ostajia suurempi (Myers & Huy, 2008). Suomessa eli vuonna 2010 noin 940 000 yli 65-vuotiasta ihmistä. Vuonna 2020 heidän määränsä tulee kasvamaan 1 290 000:n ja vuoteen 2030 mennessä 1 530 000:n (SVT: Väestöennuste, 2009). Jos tämä ikäluokka alkaa vaihtaa asuntoja aktiivisesti, eläköitymisen jälkeen markkinoille tulee vapautumaan valtava määrä kookkaita asuntoja. Isojen asuntojen tarve saattaa vähentyä jatkossa myös, jos suurten kotitalouksien määrä jatkaa nykyistä laskevaa trendiään, joka on jatkunut jo 1950-luvulta lähtien (SVT: Asunnot ja asuinolot, 2011).

Yhteisöasuminen (*eng. cohousing*) muodostaa mielenkiintoisen näkökulman yhteiskäyttötiloihin, sillä yhteisöasumisen yhtenä perusajatuksena on yhteisöllisyys, johon sisältyy myös yhteisten tilojen käyttöä. Charles Durrettin (2009) mukaan yhteisöasumista voi löytyä yhtä hyvin pienestä kylästä, urbaanista lähiöstä tai vanhasta teollisuuskiinteistöstä muokatuista loft-asunnoista. Kaikilla yhteisöasumisen muodoilla on kuitenkin kuusi yhteistä ominaisuutta.

- Osallistava prosessi: Kohteen tulevilla asukkailla on päätösvalta suunnittelussa, johon he myös itse osallistuvat.
- Suunnittelun tarkoitus on rohkaista yhteisöllisyyteen.
- Kattavat yhteiskäyttötilat ovat tärkeä lisä yksityisiin asuntoihin.
- Asukkaat kehittävät asuinyhteisöä yhdessä.
- Jaettu johtajuus: yhteisön aikuiset asukkaat tekevät asuinyhteisöä koskevat päätökset yhdessä.
- Henkilökohtaiset tulot: vaikka tiloja ja tavaroita jaetaan, jokaisen tulot ovat henkilökohtaisia. (Durrett, 2009, p. 19.)

Jarvis (2011) toteaa, että yhteisöasuminen on yleistymässä ainakin Yhdysvalloissa. Suomessa suurempia yhteisöasumiskohteita on toteutettu vain muutamia, mutta lähitulevaisuudessa yhteisöasuminen saattaa yleistyä sillä uudessa hallitusohjelmassa lupaa parantaa ryhmärakennuttamisen toimintaedellytyksiä (Neuvottelutulos hallitusohjelmasta, 2011). Kesällä 2011 ryhmärakennuttajien etuja ajamaan perustettiin Ryhmärakennuttajat ry (Ryhmärakennuttamisen portaali, 2011). Ryhmärakennuttaminen on rakennuttamista, jossa joukko tavallisia kansalaisia lähtee mukaan rakentamishankkeeseen varhaisessa vaiheessa ja pyrkii ryhmänä vaikuttamaan rakentamiseen. Ryhmärakennuttamisella saadaan aikaan kustannussäästöjä ja samalla tuotetaan paremmin asukkaiden tarpeita vastaavia asuntoja. Ryhmärakennuttaminen soveltuu pien- ja kerrostalohankkeisiin sekä eri hallintamuuodoille (Ryhmärakennuttamisen portaali, 2011). Ryhmärakennuttaminen ei välttämättä johda yhteisölliseen asumiseen, mutta luultavammin yhteiskäyttötiloista ainakin keskustellaan tarvelähtöisesti, kun asukkailla on jo suunnitteluvaiheessa mahdollisuus vaikuttaa omaan asumiseen.

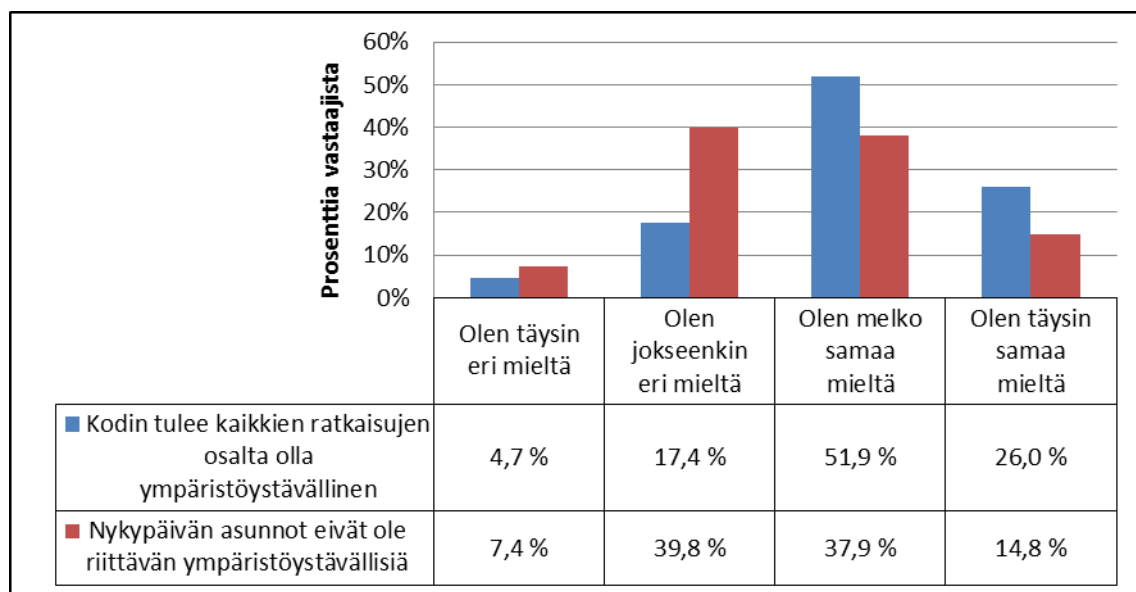
Helsingin kaupungin tavoitteena on edistää yhteisöllisiä ratkaisuja, kuten talosaunoja ja yhteispihoja kaavamääräyksillä (Ryöti et al. 2008). Helsingin kaupunginvaltuustossa on keskusteltu yhteisöasumisesta. Tiia Aarnipuu esitti kokouksessa 4/2008 toivomusponnen: ”Kaupunginvaltuusto edellyttää, että kaupunki selvittää mahdollisuuksia lisätä ja tukea erilaisia yhteisöllisen vuokra-asumisen, yhteisöasumisen ja tuetun asumisen muotoja.” Ponsi hyväksyttiin äänin 68–0. (Helsingin kaupunginvaltuusto, 2008.) Helsingin kaupunginvaltuusto on myös hyväksynyt kokouksessaan 4/2011 Osku Pajumäen ponnin, jossa Pajumäki esittää, että kaupungin on asetettava tontinvarauksissa etusijalle ryhmärakentajien ja muiden asunnon tarvitsijoiden lukuun toimivat rakennuttajat ja muutoinkin voimistaa asukkaiden puolesta toimivien rakennuttajien toimintamahdollisuuksia asuntotuotannossa. (Helsingin kaupunginvaltuusto, 2011)

Yhteisöasuminen on myös perinteistä asumista ekologisempaa, sillä yhteisöasumiskohteissa asunnot ovat perinteisiä asuntoja pienempiä ja asuntoja voidaan rakentaa tiheämmin. Yhteisöllisyys luo myös välittämistä paitsi toisista ihmisistä myös ympäristöstä (Kuoppa & Mäntysalo, 2010, s. 35). Yhteisöasumiskohteissa asuvat henkilöt myös käyttävät vähemmän omaa autoa ja yhteisöllisyys saa heidät ajattelemaan ympäristöä useammin. Yhteisöasuminen tarjoaa asumiseen myös suuruuden ekonomian tuomia etuja, sillä jokaisella kotitaloudella ei tarvitse olla harvemmin käytettyjä kotitalouslaitteita, vaan ne voivat olla yhteisön omia (Jarvis 2011, p. 574). Yhteiset tilat ja niihin tehtävät yhteiset hankinnat, kuten pesukone, säästävät materiaalia ja energiaa (Lyytikä, 1994). Yhteiset tavarat ovat ekologisia kahdelta kannalta, sillä tavaroita ei tarvitse valmistaa yhtä paljon ja niiden varastointi vie huomattavasti vähemmän tilaa (Durrett, 2009, pp. 21–22). Yhteisöasumiskohteissa olevat yhteiset tilat säästävät myös huomattavasti energiaa, sillä pyykkitupa, vierashuone ja erilaiset askartelutilat voivat sijaita yhteisessä tilassa, joka palvelee koko yhteisöä. Yhteisöasuminen voi tarjota myös asuin ympäristön, jossa naapureiden vertaistuki on helpommin saatavilla kuin perinteisessä asumisessa, joka korostaa ihmisten yksityisyyttä ja individualismia (Jarvis 2011, p. 574).

Yhteiskäyttötilat voivat pienentää asuntojen kokoa ja siten säästää rakennusmateriaaleja ja asuntojen lämmitykseen vaadittavaa energiaa. Pienemmät asunnot tukevat myös hallitusohjelmaan kirjattua tavoitetta tiivistää yhdyskuntarakennetta (Neuvottelutulos hallitusohjelmasta 17.6.2011, s. 41). Hajautuva yhdyskuntarakenne muodostuu kalliiksi ylimääräisten rakennus- ja ylläpitokustannusten vuoksi (Kuoppa & Mäntysalo, 2010, s. 11). Lisäksi tiivis yhdyskuntarakenne vähentää kasvihuonepäästöjä, kun etäisyydet palveluihin pysyvät lyhyinä ja ihmisten liikkumisen tarve vähenee. Tiivis yhdyskuntarakenne edesauttaa myös joukkoliikenteen käyttöä, kun reittien varrella asuu enemmän ihmisiä (Ympäristöministeriö, 2011a, s. 8). Myös ARA:n suunnitteluohjeissa on kirjattu rakentamiselle asetetuksi vaatimukseksi yhdyskuntarakenteen eheyttäminen (ARA, 2011, s. 6). Tiivis ja eheä yhdyskuntarakenne voi saada aikaan positiivisen kierteen myös yhteiskäyttötilojen käytölle samoin kuin joukkoliikenteelle. Sillä jos korttelialueelle mahtuu asumaan nykyistä enemmän asukkaita, on tällöin alueella myös paljon potentiaalisia yhteiskäyttötilojen käyttäjiä. Yhteiskäyttötilat mahdollistavat myös yhteisöasumisessa

yleiset yhteishankinnat. Yhteiskäyttöisillä pesutuvilla ja niihin tehtävillä energiatehokkailta konehankinnoilla olisi mahdollista vähentää asuntojen tilantarvetta (lämmitettävää pinta-alaa) ja siten vähentää asukkaiden yhteensä käyttämää energiaa. Yhteiset piha-alueet vaikuttavat lähiympäristön ekologiaan sillä ne parantavat alueiden vesitaloutta ja ilmanlaatua. Piha-alueiden kasvit suojaavat myös tuulelta, tasaavat lämpötilaeroja mahdollisesti vaimentavat melua. (RT-93–10961, 2009)

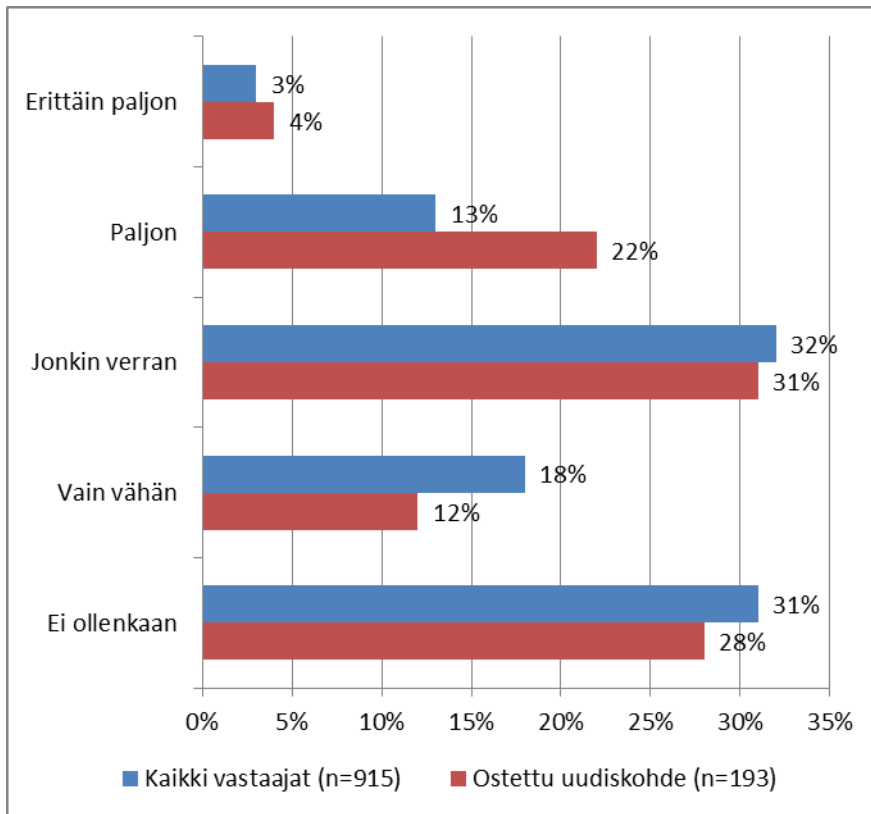
Yhteiskäyttötilojen ekologinen puoli voi tukea asuntojen markkinointia ympäristöystävällisinä. Kanasen ja Tyvimaan (2011, s. 12–13) tutkimuksen mukaan suomalaiset kaipaavat asumiselta ekologisuuutta, sillä 77,9 % suomalaisista on joko melko tai täysin samaa mieltä väitteen ”kodin tulee kaikkien ratkaisujen osalta olla ympäristöystävällinen” kanssa. 52,7 % taas on melko tai täysin samaa mieltä, että ”nykypäivän asunnot eivät ole riittävän ympäristöystävällisiä”. Kuva 1.4 esittää Kanasen ja Tyvimaan (2011) kyselyn tuloksia suomalaisten mielipiteistä asumisen ympäristöystävällisyyteen liittyen. Razmilic (2010) peräänkuuluttaakin yksinkertaisia mittaristoja, joilla asukkaat voivat laskea tuottamansa ympäristökuorman eri asunnoissa. Ympäristöystävällisyyden mittaaminen ei kuitenkaan ole kovin yksinkertaista, sillä liikkumisen suhteen ihmiset tekevät valintoja käytetyn ajan, rahan, vaivan ja ympäristökuorman mukaan. Asuntoa hankkiessa ihmiset tekevät valintoja tilatehokkuuden, asunnon remonttien, asunnon varustetason, asuinalueen viihtyvyyden, palveluiden jne. suhteen. Hedonistinen vertailu näiden kaikkien ominaisuuksien kohdalla ei ole mahdollista, joten ihmiset tekevät usein valintoja intuition pohjalta. (Razmilic, 2010.)



Kuva 1.4 Mielipiteitä asumisen ympäristöystävällisyydestä, n=807 (Kanasen & Tyvimaa, 2011)

Asuntojen ympäristöystävällisyys ei kuitenkaan ole tärkeä tekijä uutta asuntoa etsittäessä, sillä vain 16 % kaikista uuden asunnon ostajista sanoo asunnon energiatehokkuuden vaikuttaneen asunnon valintaan paljon tai erittäin paljon. Kuva 1.5 esittää TNS Gallupin (2010) tekemän tutkimuksen tuloksia asunnon ostamisesta.

Uudiskohteen ostajille asuntojen energiatehokkuus on ollut keskimäärin kaikkia vastaajia tärkeämpää. Vaikka ”erittäin paljon” ja ”paljon” vastanneiden määrät eivät ole kovin suuria, energiatehokkuutta kuitenkin pidetään yhtenä asunnon valinnan kriteerinä melko usein, sillä vain 31 % vastaajista sanoi, että asunnon energiatehokkuus ei vaikuttanut asunnon valintaan lainkaan.



Kuva 1.5 "Missä määrin rakennuksen energiatehokkuus, eli se kuinka ekologinen rakennus on energiankulutuksen ja hiilidioksidipäästöjen osalta, vaikuttivat asunnon valintaan?" (TNS Gallup, 2010, s. 8–9)

Nykyisin rakentamismääräykset ja keskustelu rakennusten energiatekniikasta vaikuttaa keskittyvän teknisiin seikkoihin, kuten rakenteiden U-arvoon ja erilaisten ilmastointiratkaisujen pariin. Asumistapoja muuttamalla olisi kuitenkin helppo saada tuloksia uudistuotannossa ilman, että otetaan rakenneteknisiä riskejä kasvattamalla seinien eristevahvuutta.

1.5. Asumismuotojen vertailu

Myyntiin, asumisoikeusasunnoiksi ja vuokralle tarkoitettujen kohteiden yhteiskäyttötilojen rakennuttamisessa on liiketoiminnan näkökulmasta eroja. Erot muodostuvat ennen kaikkea liiketoiminnan keston perusteella. Myyntiin rakennettavien asuntojen rahavirrat tapahtuvat pääosin muutamien vuosien aikana, kun taas asumisoikeus- ja vuokra-asunnot tuottavat sijoittajille vuokratuloja vuosikymmenten ajan. Sijoitusinstrumenttina asunnon arvo on sen tulevaisuuden tuottojen diskontattu nykyarvo. Diskonttokorkona käytetään sijoittajan tuottovaatimusta.

Asuntorakentamisen liiketoiminnalla on yritysten näkökulmasta kaksi näkökulmaa, joko prosessi- tai investointinäkökulma. Myyntiin tarkoitettussa asuntotuotannossa asunnot ovat rakennuskoneiston tuottamia hyödykkeitä, joita yritys myy. Vuokralle ostettu asunto tai rakennus sen sijaan on reaalisijoitus, jonka on tarkoitus tuottaa sijoittajalle voittoa. Asunnon ovat siitä erikoisia sijoitusinstrumentteja, että suurin osa asuntokauppaa käyvistä etsii asuntoa kodikseen, ei sijoitukseksi. Tästä johtuen asuntoja ostetaan voimakkaasti tunnepohjalta. Sijoittajan asunto onkin ihmisen koti. Suomalaisten arvostus asumista kohtaan on noussut voimakkaasti viimeisen 15 vuoden aikana, sillä asuntojen hintojen nousu on ollut huomattavasti inflaatiota voimakkaampaa.

Omistusasuminen

Omistusasuminen voidaan jakaa kahteen osaan. Asukas voi asua joko itse omistamassaan kiinteistössä tai hän voi omistaa asunto-osakeyhtiön osakkeita, jotka oikeuttavat hallinnoimaan tiettyä asuntoa (L. 22.12.2009/1599). Omistusasumisella tarkoitetaan näitä molempia asumisen muotoja. Omistusasuminen eroaa muista hallintamuodoista, sillä asuntoon sitoudutaan suurella rahalla. Asunto onkin yksityishenkilöiden yleensä elämän aikana suurin investointi. Asuntoa voidaan pitää korkean sitoutumisen tuotteena, joiden hankintaan kuluttajat näkevät paljon vaivaa (Peter & Olson, 1996, s. 101, Kaitasuo, 2008, s. 10, mukaan). Vaivannäöllä tarkoitetaan informaation hankkimista, arviointia ja vertailua.

Yrityksen näkökulmasta myyntiin tarkoitettujen asuntojen tuoton laskeminen on melko yksinkertaista, sillä asuntojen tuotto voidaan laskea vähentämällä kaikkien asuntojen myyntihinnoista rakennuksen hankintakustannus. Rakennusliikkeen näkökulmasta omistusasunnon voidaan nähdä olevan tuote, jonka yritys on ensin kehittänyt ja sitten joko itse valmistanut tai hankkinut valmistamispalvelun alihankintana. Uusklassisen talousteorian mukaan rakennusliikkeen kannattaa rakentaa asuntoja niin paljon, että rajakustannus ja rajatuotto ovat yhtä suuria, sillä silloin on saavutettu kannattavuusoptimi, jossa voitot ovat maksimissaan (Suomala, et al. 2011, s. 54; Haverila et al. 2005, s. 169.) Rajakustannuksella tarkoitetaan yhden lisäyksikön valmistamisesta johtuvia kustannuksia. Rajatuotto vastaavasti kertoo, kuinka paljon yhden yksikön lisätuottaminen lisää tuloja.

Asuntorakentamisessa rajakustannus vastaa yhden asunnon rakentamista ja rajatuotto tästä asunnosta saatavaa tuottoa. Uusklassinen teoria ei toimi aivan moitteettomasti asuntotuotannossa, sillä jokainen asunto on yksilöllinen. Asunnot voivat olla pohjapiirustuksiltaan identtisiä, mutta viimeistään ikkunoista avautuva maisema on aina hieman erilainen. Rajatuoton ja -kustannuksen laskeminen toisistaan eroaville tuotteille ei ole aivan uusklassisen talousteorian mukaista, vaan tuotteiden tulisi olla identtisiä. Asuntorakentamista ohjaa lisäksi suuri määrä erilaisia määräyksiä. Rakennusliike ei voi vapaasti päättää, kuinka monta asuntoa se rakentaa tietylle tontille tai alueelle, vaan rakennusoikeus on määrätty rakennusluvassa. Uusklassinen teoria toimii lähinnä kulutushyödykkeissä, jotka ovat kaikki identtisiä ja joiden valmistusvolyymia yrityksen on helpompi säätää.

Osaomistusasuminen

Osaomistusasuminen on vaihtoehto kotitalouksille, jotka tähtäävät omistusasumiseen, mutta heillä ei ole varaa ostaa omistusasuntoa. Osaomistusasunnon asukas ostaa aluksi vain osan asunnosta, jolloin hänestä tulee ostamansa osan suhteessa asunnon vähemmistöosakas enemmistöosakkaan ollessa rakennuttaja. Asukas asuu ensin asunnossa vuokralla, mutta hän voi myöhemmin lunastaa rakennuttajan osuuden itselleen. Osaomistusasuntoja toteutetaan sekä vapaarahoitteisesti että valtion korkotuella. (Ympäristöministeriö, 2011b.)

Vuokra-asuminen

Asuntojen vuokraaminen voidaan nähdä liiketoimintana, jossa asunnot ovat yritysten tai sijoittajien reaali-investointeja. Investointi tuottaa sijoittajalle sen elinkaaren aikana tietyn pääomavirran. Yhteiskäyttötilojen tulisi vaikuttaa myös asuntojen vuokraan, sillä kerrostaloissa olevat yhteiskäyttötilat ovat asukkaiden käytössä ja näin lisäävät asumismukavuutta. Käytännössä vuokra muodostunee usein pelkästään asunnon sijainnin ja itse asunnon sisäisten tilojen perusteella. Monissa senioritaloissa on huomattavasti perinteisiä rakennuksia enemmän yhteiskäyttötiloja. Tästä huolimatta senioritalojen vuokrat eivät välttämättä ole perinteisiä asuntoja suurempia (Tyvimaa & Gibler, 2010, p. 84).

Asumisoikeusasuminen

Asumisoikeusasumisesta on säädetty laissa. Lain mukaan asumisoikeudella tarkoitetaan yksityishenkilön oikeutta hallita asuinhuoneistoa ja mahdollisesti talossa olevia muita tiloja. Ehtona asumisoikeusasuntojen rakennuttamiselle ja edelleen vuokraamiselle on, että talon ”omistaa aravalain 22 §:ssä tai 44 §:n 3 momentissa, asumisoikeustalolainojen korkotuesta annetun lain 4 §:ssä tai vuokra-asuntolainojen ja asumisoikeustalolainojen korkotuesta annetun lain 5 §:ssä tarkoitettu yhteisö tai muu 1 a §:ssä tarkoitettu yhteisö tai säätiö (*asumisoikeustalo*).” ”ARA nimeää asumisoikeusasuntoja tai niiden omistukseen oikeuttavia osakkeita omistavan yhteisön yleishyödyllisiksi yhteisöiksi, mikäli korkotukilain 24 §:n tai aravalain 15 a §:n edellytykset täyttyvät” (Rainio, 2011). ”Asumisoikeus perustetaan asumisoikeustalon omistajan ja asumisoikeuden saajan välisellä sopimuksella (*asumisoikeussopimus*). (14.2.2003/127)”. Myös osakeyhtiöt voivat perustaa asumisoikeusasuntoyhtiöitä tietyin ehdoin. (L16.7.1990/650.) Asumisoikeuden lainsäädäntöä on vuosien aikana muutettu useasti. Muutoksilla on pyritty saamaan asumisoikeusasumisesta entistä kilpailukykyisempi asumisen muoto ja parantaa asukkaiden vaikutusmahdollisuuksia, jotta asumiskustannukset pysyisivät kohtuullisina. (Rainio, 2011, s. 8)

Kun asumisoikeudesta sovitaan, asukkaan tulee maksaa talon omistajalle asumisoikeusmaksu. Lisäksi asumisoikeuden haltijan tulee maksaa käyttövastiketta (L16.7.1990/650). Asumisoikeusmaksu voi olla enintään 15 % asuntolainoituksen perustana olevasta hankinta-arvo-osuudesta, kun asunnot on rahoitettu valtion tukemalla asuntolainoituksella. Asumisoikeusasunnon luovutuksen yhteydessä asumisoikeuden haltija on oikeutettu saamaan indeksoitu asumisoikeusmaksun takaisin. Asumisoikeusmaksu on sidottu rakennuskustannusindeksiin. Uusia asumisoikeusasuntoja on viime vuosina aloitettu rakentamaan poikkeuksellisen paljon

johtuen hallituksen voimakkaista elvytystoimista rahoituskriisin aikana (Rainio, 2011, s. 9).

Asumisoikeusasunnossa asuvalta kerätään käyttövastiketta, joka ei saa olla asuinalueella olevia samanveroisen asunnon vuokraa suurempi. Käyttövastikkeella katetaan muun muassa asuinrakennusten hankintameno, rahoituskulut, ylläpito, hoito ja mahdolliset perusparannukset. Yleishyödyllisten yhteisöjen voittojen tuloutuksesta on säädetty laissa. Tällä hetkellä yleishyödylliset yhteisöt saavat kotiuttaa voittoja noin kahdeksan prosentin edestä yhteisön sijoittamalle pääomalle. (Rainio, 2011, s. 11)

Suomen Asumisoikeus Oy:n toimitusjohtaja Marko Pyykkönen (2011) kirjoittaa yhtiön vuoden 2010 vuosikertomuksessa, että ”asumisoikeusasumista ei voi verrata omistusasumiseen. Asumisoikeustaloja rakennutetaan ja hallinnoidaan aivan samoilla periaatteilla kuin vuokra-asuntoja. Selkeä ero molempiin asumismuotoihin löytyy kuitenkin asumisturvasta, jonka asukkaat ovatkin jo mieltäneet vahvaksi.” Asumisoikeusasuminen voidaankin nähdä pysyvyyssuojan antavana vuokra-asumisen muotona (Rainio, 2011, s. 8). Pyykkönen (2011) perustaa väitteensä asumisoikeusasukkaiden kokemasta asumisturvasta Vuorelan ja Ahtiainen (2010) tutkimukseen, jonka mukaan asumisoikeusasukkaat pitävät asumismuotonsa asumisturvaa jopa omistusasujia parempana.

Ylivoimaisesti suosituimmat syyt valita asumisoikeusasuminen ovat asumisoikeusasumisen sopiminen elämän- ja rahatilanteeseen (Vuorela & Ahtiainen, 2010, s. 10). Vuorelan ja Ahtiainen (2010) tutkimukseen osallistui 1012 asumisoikeusasujaa, 320 vuokralla asujaa ja 739 omistusasunnossa asuvaa henkilöä. Yllättäen asumisoikeusasukkaille asunnon sijainnilla oli todella vähän merkitystä sillä vain 12,5 % asumisoikeusasunnoissa asuvista vastaajista oli pitänyt sijaintia tärkeänä tekijänä valitessaan nykyistä asuntoa. Omistusasujista sijaintia piti tärkeänä 62,4 % ja vuokralla asuvista 46,0 %. (Vuorela & Ahtiainen, 2010, s. 10.) Asumisoikeusasunnoilla näyttää olevan erittäin hyvä kysyntä, sillä esimerkiksi Asokodeilla asuntojen käyttöaste vuonna 2010 oli keskimäärin 99,31 % (Suomen Asumisoikeus Oy, 2011, s. 9)

2. LIIKETOIMINTANÄKÖKULMA

2.1. Asumisen asiakasarvo

Asiakasarvolla (*eng. customer value*) tarkoitetaan arvoa, jonka asiakas kokee käyttäessään tiettyä tuotetta tai palvelua. Asiakas arvoa ei pidä sekoittaa asiakkuudenarvoon, joka mittaa kuinka arvokas tietty asiakas on yritykselle, eikä asiakkaan arvoihin, jotka ovat asiakkaalle tärkeitä asioita. Asiakkaan arvot vaikuttavat kuitenkin asiakkaan saaman asiakasarvoon, sillä tuotteiden tai palveluiden ostaminen voi olla asiakkaalle tärkeää henkilökohtaisten arvojen, ei niinkään saadun hyödyn vuoksi. (Huber et al. 2001, pp. 42–44.) Asumisarvo on arvo, jonka asukas kokee asuessaan tietyssä asunnossa. Jokaisen yksilön asumisarvo muodostuu eri tekijöistä.

Tuotteen tai palvelun asiakasarvo määräytyy asiakkaan näkökulmasta. Jos tuote vastaa asiakkaan odotuksia, se on silloin hänelle arvokas. Yritys voi luoda asiakkaille ylivertaista asiakasarvoa, vain jos heidän tarjoamansa vastaa asiakkaiden odotuksia ja asiakkaat kokevat saavansa tarjoamasta enemmän arvoa, kuin kilpailijoiden vastaavasta tarjoamasta. Asiakas arvo muodostuu siis asiakkaan toiveiden ja preferenssien mukaan ei yrityksen näkökulmasta. (Cravens et al. 1997, p. 497)

Arvontuotannolla voidaan nähdä olevan kaksi ulottuvuutta: toiminnallinen ja kognitiivinen. Toiminnalliset tekijät ovat tuotteessa tai palvelussa ja ne liittyvät siihen, kuinka tuote tai palvelu tuottaa lisäarvoa asiakkaalle. Kognitiiviset tekijät ovat mielikuvia palveluntuottajasta ja hänen arvontuotantokyvystä. Yritysten tulisi pystyä tunnistamaan omat arvoajurinsa eli ne elementit, jotka tuottavat asiakkaalle lisäarvoa, mahdollisimman hyvin. Arvoajuri voi olla mikä tahansa asiakkaalle arvoa tuottava asia, kuten tuote, palvelu, tieto, läsnäolo tai referenssi. (Groth, 1994; Tikkanen, et al. 2007, s. 44)

Asumisen asiakasarvo muodostuu jokapäiväisen asumisen toiminnoista. Asukas nukkuu makuuhuoneessa, jossa hän todennäköisesti arvostaa hiljaisuutta ja sopivaa lämpötilaa. Aamulla arvokasta voi olla ikkunoista avautuva maisema tai tilava keittiö, jossa mahtuu valmistamaan aamiaisen perheelle. Yhteiskäyttötilat tukevat asunnon tiloja asumisen asiakasarvon muodostumisessa. Yhteiskäyttöiset varastot vapauttavat arvokasta tilaa asunnon sisältä tarpeellisten tavaroiden säilytykseen ja yhteiskäyttöinen sauna mahdollistaa saunomisen omassa talossa ilman tuhansien eurojen investointia omaan saunaan.

Asiakasarvo on määritelty myös erilaisten mallien mukaan. Seuraavassa esitetyistä malleista yhdenkään arvomallin ei ole tarkoitus toimia itsenäisesti, vaan ne selittävät samaa ilmiötä hieman eri näkökulmista (Khalifa, 2004, p. 660).

Arvokomponenttimallit

Mallin mukaan arvo koostuu eri komponenteista. Kaufman (1998; Khalifa 2004 mukaan) on jakanut asiakasarvon kolmeen komponenttiin. Kaufmanin (1998) asiakasarvo voi muodostua tarpeesta, halusta, arvosta (*eng. worth*) tai näiden yhdistelmästä. Haluaminen on syy hankkia, jokin tuote tai palvelu silloin kuin itse tuote tai palvelu on henkilölle tavoittelemisen arvoinen. Arvo (*worth*) viittaa vaihdossa saatuun arvoon ja siihen, kuinka asiakas tulee käyttämään tuotetta tai palvelua. Tarve viittaa johonkin tuotteen tai palvelun ominaisuuteen, joka tyydyttää tietyn tarpeen, kuten pyykinpesukone mahdollistaa vaatteiden pesemisen.

Toinen yleinen tapa luokitella asiakkaan kokemaa arvoa on jakaa arvo kolmeen eri komponenttiin Noriaki Kanon laatiman mallin mukaan. Kanon mallissa tuotteen tai palvelun tekijät jaetaan perustekijöihin, tyytyväisyystekijöihin ja innostaviin tekijöihin.

Hyöty-kustannus-malli

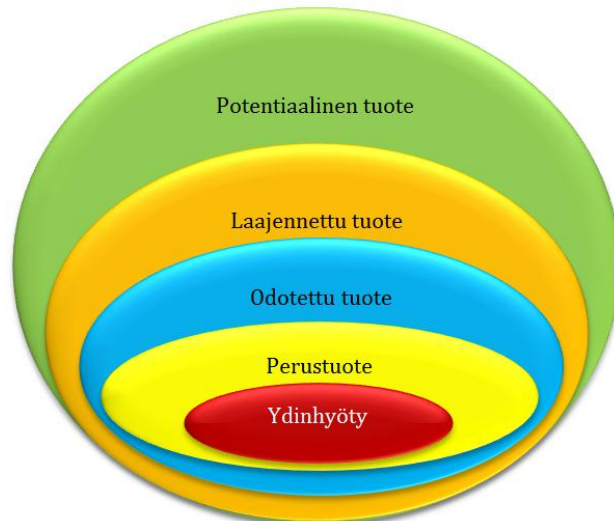
Day (1990; Huber et al. 2001 mukaan) on määritellyt asiakasarvon kaavan 1 mukaisesti:

$$\text{Asiakasarvo} = \text{Asiakkaan kokemaa etua} - \text{Asiakkaan kokemat kustannukset} \quad (1)$$

Vaikka yhtälö vaikuttaa itsestään selvältä sen käyttöarvo on kyseenalainen, sillä kuinka voidaan laskea asiakkaan kokemat edut, jonkin tietyn tuotteen tai palvelun hankkimisesta ja verrata näitä etuja raha-, aika- ja vaivakustannuksiin? (Huber et al. 2001, p. 42) Kotler ja Keller (2009, p. 121) laajentavat Dayn (1990) ajatusta ja jakavat edut ja kustannukset edelleen neljään osaan. Etuja ovat koetut hyödyt tuotteesta, tuotteen mukana tulevat palvelut, henkilöstön apu ja mielikuvat. Kustannuksia ovat: raha, aika, energia ja psykologiset kustannukset. Asiakkaat vertaavat eri tuotteista saatuja hyötyjä kustannuksia vastaan ja ostavat sen, joka tuottaa heille omasta mielestään eniten arvoa (Kotler & Keller, 2009, pp. 121–122).

Hierarkiamalli

Kotler ja Keller (2009, p. 318) ovat jakaneet asiakasarvon viiteen hierarkkiseen osaan. Kuvassa 2.1 on esitetty Kotlerin ja Kellerin (2009) hierarkkisen asiakasarvon osat. Ydinhyöty on syy, minkä takia tuote on hankittu. Asunnon oston syy on yleensä tarve uudelle kodille tai asunto voi olla hankittu sijoitusmielessä. Perustuotetasolla ydinhyöty konkretisoituu, kun asunto tarjoaa keittiön, makuuhuoneen ja muut kodin ylläpitoon tarvittavat tilat. Odotettu tuotetaso sisältää asiakkaiden normaalisti odottamat ominaisuudet, kuten uudisasunnolta siistit pinnat ja toimivat kodinkoneet. Aikaisemmilla tasoilla olevia ominaisuuksia pidetään itsestään selvinä, ja yritysten on vaikea erottaa näillä tasoilla. Laajennettu tuotetaso sisältää ominaisuudet, joista brändit rakentuvat ja joilla yritykset kilpailevat. Potentiaalisella tuote-tasolla on tuotteiden tulevaisuuden potentiaali, josta asiakkaat pääsevät mahdollisesti tulevaisuudessa nauttimaan, jos tuotteeseen liittyy joitain uusia ominaisuuksia tai palveluja. Yhteiskäyttötilat voivat olla käytännössä lähes millä tahansa, paitsi ydinhyötytasolla.



Kuva 2.1 Asiakasarvon hierarkiamalli (Kotler & Keller, 2009, p. 318)

Väline-tavoite -malli (eng. means end theory)

Mallin mukaan asiakkaat ostavat tuotteita tai palveluita saavuttaakseen haluttuja tavoitteita. Tuotteet tai palvelut ovat vain välineitä näiden tavoitteiden saavuttamiseksi (Khalifa, 2004, p. 653). Huber et al. (2001) mukaan väline-tavoite -malli yhdistää asiakkaan tuotteen käytöstä saadut hyödyt ja henkilökohtaisten arvojen täyttymisen (Huber et al. 2001, p. 43). Yhteiskäyttötilat voidaan nähdä välineenä esimerkiksi tavaroiden säilyttämiseen (varastot), kunnan kohottamiseen (kuntosali) tai rentoutumiseen (sauna).

Malli selittää, miksi kuluttajat arvostavat joitain tiettyjä tuotteita enemmän kuin markkinoilla olevia vastineita, vaikka vastineet vaikuttaisivat paremmilta. Mallin mukaan kuluttaja vertailee tuotteesta saamia hyötyjä ja kustannuksia subjektiivisesti omien arvojensa mukaan (Huber et al. 2001, p. 44). Malli selittää esimerkiksi reilun kaupan tuotteiden hankinnan, sillä kuluttajat antavat arvoa reilun kaupan tuotteiden järjestelmälle, vaikka siitä koituukin heille kustannuksia.

Laatu ei välttämättä ole asiakasarvoa

Arvon käsite on laajempi kuin laadun, sillä tuotteen laatua voidaan usein mitata erilaisilla mittareilla. Arvo taas syntyy vasta asiakkaan mielessä eikä sitä pystytä ennalta mittaamaan mitenkään (Zeithaml, 1988, p. 14). Laadun voidaan nähdä olevan yleistä, kun asiakasarvon kokeminen on aina yksilöllistä.

Tuotteen tai palvelun laatu voidaan laajasti käsittää erinomaisuudeksi tai ylivoimaisiksi ominaisuuksiksi. Asiakaan näkökulmasta laatu on aina subjektiivista, sillä odotettuun laatuun vaikuttavat aina asiakkaan aikaisemmat kokemukset ja mielikuvat. Asiakkaat eivät kuitenkaan ikinä osta laatua, vaan arvoa. Laadukas tuote tai palvelu ei myy, jos asiakkaat eivät koe saavansa siitä lisäarvoa. (Zeithaml, 1988, p. 3.) Maailman laadukkain hiustenkuivaaja ei ole arvokas kaljulle käyttäjälle.

2.2. Asiakasarvolähtöiset strategiat

”Asiakaslähtöisyys voidaan määritellä asiakkaiden nykyisin ja tuleviin tarpeisiin liittyvän markkinatiedon keräämiseksi läpi koko organisaation, asiakastiedon levittämiseksi kaikille yrityksen osastoille ja koko organisaation reagoinniksi siihen” (Haverila et al. 2005, s. 226). Asiakaslähtöisyys perustuu ajatukseen asiakkaalle luodusta lisäarvosta. Asiakaslähtöisyys tai asiakasarvolähtöisyys on kattavampaa, kuin asiakkaan toiveiden täyttäminen sillä asiakasarvolähtöinen yritys pyrkii ratkaisemaan asiakkaan ongelmia, joihin asiakas ei välttämättä edes osaa etsiä ratkaisua. Uudet teknologia ovat tyypillisiä lisäarvon luoja, joita asiakkaat eivät osaa vielä edes toivoa. ”Strategia on yrityksen tai organisaation tavoitteidensa saavuttamista varten suorittamien aktiviteettien kokonaisuus tai suunta” (Peltonen, 2007, s. 65).

Asiakasarvon luomista pidetään jatkuvan menestyksen ja kilpailuedun muodostumisen ehtona (Khalifa, 2004). Strategiat, jotka keskittyvät asiakasarvon luomiseen pakottavat yrityksen kohdistamaan resursseja nimenomaan asiakasarvon luomiseen, eikä oman operatiivisen toiminnan tehostamiseen. (Zeithaml, 1988, p. 18). Grönroosin (2007, p. 9–10) mukaan yrityksen jatkuvan menestymisen ehtona on luoda asiakkaalle hänen odottamaansa arvoa. Yritykset voivat pärjätä kilpailussa ainoastaan toimittamalla asiakkaille ylivertaista arvoa kannattavasti (Kotler & Keller, 2009, p. 34). Yrityksen tehtävä on luoda asiakkaille arvoa. Jos yritys ei pysty täyttämään tehtävää sen olemassaolo ei ole perusteltua (Groth, 1994). Kotler ja Keller (2009, p. 34) ovat jakaneet arvon luonnin kolmeen vaiheeseen:

1. Markkinoiden segmentointi, tarjoaman kohdistaminen ja arvolupauksen asemointi (kenelle ja mitä?)
2. Arvon tuottaminen (tuotteen ominaisuuksien valinta, hinta sekä jakelu)
3. Arvon viestiminen (erinomainenkaan tuote ei myy, jos asiakas ei tiedä, kuinka hän siitä hyötyy)

Useilla aloilla tuotteet ja palvelut ovat hyvin samanlaisia, joten erottautuminen kilpailijoista voi olla vaikeaa. Tämän vuoksi on tärkeää keskittyä juuri siihen, mitä asiakkaat todella haluavat (Thompson, 1998, p. 17). Yritysten kehitys- ja markkinointiosastojen tulisi ymmärtää, millä perusteella asiakkaat tekevät lopullisen ostopäätöksen, jotta kehitys- ja markkinointitoiminta osattaisiin kohdistaa oikein. Asiakkaiden näkemykset laadukkaista tuotteista ja siten niiden luomasta arvosta vaihtuvat kuitenkin ajassa, joten vanhoihin mittareihin ei kannata luottaa liikaa, vaan asiakkaiden arvostamia tekijöitä tulee kartoittaa jatkuvasti. Asiakkaiden toiveet voivat erota siitä, mitä johto kuvittelee asiakkaiden haluavan (Woodruff, 1997). Jotta yritys pystyy luomaan asiakkaalle mahdollisimman paljon lisäarvoa, tulee johdolla olla tiedossa, mitä asiakkaat todella arvostavat.

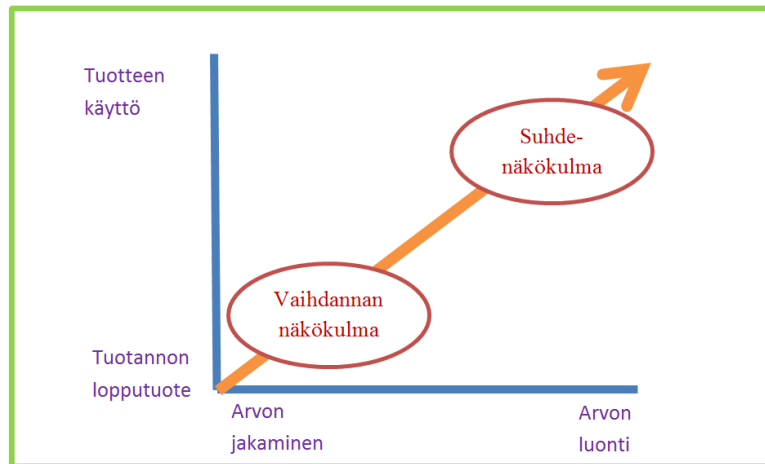
Asiakasarvon ymmärtäminen ei vielä itsessään tuota yritykselle mitään, vaan asiakasarvon muodostaminen pitää pystyä muuttamaan kannattavaksi liiketoiminnaksi. Woodruff (1997) ehdottaa kuvan 2.2 mukaista kehityssykliä asiakasarvon tuomiseksi liiketoiminnan ytimeen.



Kuva 2.2 *Asiakasarvon luonnin tulisi olla strategian laatimisen lähtökohtana (Woodruff, 1997, p. 147)*

Grönroosin (2007, p. 4) mukaan asiakkaat eivät osta tuotteita eivätkä palveluja vaan hyötyjä, joita tuotteet tai palvelut heille tuottavat. Myös Tikkanen et al. (2007, s. 45) toteavat, että perinteinen jako tuotteisiin ja palveluihin ei enää vastaa todellisuutta. Grönroos (2007) väittääkin, että viime kädessä jokainen yritys myy palveluja. Grönroosin (2007) ajatuksen mukaan asuntoja vuokraava yritys vuokraa itse asiassa asumista ja kodin tuntua, ei seiniä, kaappeja ja saunoja. Palveluilla Grönroos (2007) viittaa hyötyihin, joita tuote tai ostettu palvelu tuottaa asiakkaalle. Grönroosin mukaan yritykset eivät voi luoda tuotteisiin arvoa, vaan arvo muodostuu käyttäjälle vasta, kun hän käyttää tuotetta tai palvelua. Myös Doyle (1989, p. 78; Khalifa 2004 mukaan) toteaa, että arvo ei ole sitä mitä yritys sisällyttää tuotteeseen vaan mitä asiakas saa tuotteesta ulos.

Shethin ja Parvatiyarin (1995, ks. myös Grönroos, 2007) mukaan asiakasarvon luonti on kehittynyt kuvan 2.3 mukaan vaihdannasta suhdenäkökulmaan. Vanhan ajattelun mukaan yritys ikään kuin istutti tuotteeseen arvoa ja keskittyi jakamaan tätä arvoa mahdollisimman laajasti markkinoilla, arvo oli tuotannon lopputuotteessa. Suhdenäkökulman mukaan asiakasarvo muodostuu vasta, kun asiakas käyttää tuotetta tai palvelua. Asiakas luo itselleen arvoa yrityksen tuotteen tai palvelun avulla.



Kuva 2.3 Asiakasarvon luonnin logiikan kehittyminen vaihdannasta asiakassuhteeseen (mukaillen Sheth & Parvatiyar, 1995; ks. Gronroos, 2007, p. 27)

Suhdenäkökulma tarkoittaa yhteistyötä koko tuotteen arvoketjussa alihankkijoilta loppukäyttäjälle, jossa kaikki pyrkivät maksimoimaan loppukäyttäjän kokeman arvon. Näin itse tuotteesta tulee asiakkaalle arvokas. Suhdenäkökulman mukaan asiakkaan ei tarvitse valita tuotetta erilaisten arvolupausten perusteella, vaan hän voi olla itse mukana kehittämässä tuotetta, joka luo hänelle arvoa. Autoteollisuus on onnistunut tässä melko hyvin, sillä Henry Fordin mustista T-malleista ala on kehittynyt jo niin pitkälle, että asiakas voi kustomoida oman auton internetissä. BMW tarjoaa internetissä auton suunnitteluohjelmaa, jossa kuka tahansa voi rakentaa unelmiensa BMW:n mistä tahansa malleista millä tahansa ominaisuuksilla (BMW, 2011).

Koska asiakasarvon luominen on tärkeää, yritysten kannattaa etsiä tietoa siitä, mikä luo asiakkaille arvoa. Menestyksenkäs liiketoiminta onkin aina perustunut relevantin tiedon keräämiselle ja hyväksikäyttämiseksi (Tikkanen et al. 2007, s. 52). Helpointa on kysyä asiakkailta suoraan, mitä ja kuinka paljon he arvostavat. Toissijaista tietoa asiakasarvosta voidaan saada monesta eri lähteestä, kuten asiakasvalituksista, kilpailija-analyysien avulla, asiakkaiden luona vieraillessa, myyntihenkilöstön palautteen perusteella, makrotalouden ajureiden perusteella, jne. Kuvaan 2.4 on koottu esimerkkilähteitä, joista vuokra-asuntoja välittävä yritys voi etsiä tietoa, mikä luo asukkaille arvoa. (Woodruff, 1997, pp. 146–147)



Kuva 2.4 Asumisen asiakasarvon lähteet (mukaillen Woodruff, 1997, p. 147)

Asiakastyytyväisyys on erittäin tärkeää kannattavan liiketoiminnan varmistamiseksi. Sillä ensinnäkin tyytyväisyys ostokseen saa asiakkaan suuremmalla todennäköisyydellä uusimaan ostoksensa ja suosittelemaan ostamaansa tuotetta tai palvelua myös eteenpäin. Toisekseen asiakastyytyväisyys luo uskollisuutta yritykseen ja asiakasuskollisuuden ja yrityksen tuloksen on todettu olevan vahvasti riippuvaisia toisistaan. Myös tyytyväisyyden tasolla on suuri merkitys asiakkaiden lojaaliuteen, sillä erittäin tyytyväiset asiakkaat uusivat ostoksensa melko tyytyväisiä huomattavasti useammin. (Khalifa, 2004, p. 645–646) Paras keino varmistaa asiakkaiden tyytyväisyys on tuottaa heille ylivoimasta arvoa, sillä luotu asiakasarvo ja asiakastyytyväisyys korreloivat keskenään (Woodruff, 1997, p. 142).

2.3. Asuntojen markkinointi

Markkinointi vaatii ymmärrystä ja osaamista asiakasarvon syntymisestä, arvon luomisesta, arvon toimittamisesta, asiakasarvon myymisestä ja arvon ylläpidosta (Kotler & Keller, 2009, p. 39). Markkinointi kattaa siis kaikki toiminnot, joiden tarkoituksena on tuottaa asiakkaalle lisäarvoa. Asuntorakentamisessa markkinoinnin käsite kattaa siis koko rakennuksen elinkaaren aikana tapahtuvat toiminnot suunnittelupöydältä rakennuksen purkamiseen. Yhtenä markkinoinnin haasteena on sen mitattavuus. Kirjallisuudessa puhutaan markkinointi-investointien tuotoista joiden mittaaminen voi olla äärimmäisen vaikeaa (Reynolds & Phillips, 2005). Markkinoinnilla on lukemattomia määritelmiä. Tikkanen et al. (2007) toteavatkin, että ”markkinoinnin määritelmiä on yhtä monta kuin on markkinoinnista kirjoittaviakin”. Markkinointi tai sen tehtävät on määritelty muun muassa seuraavasti:

- Markkinoinnin tarkoituksena on kattaa asiakkaan tarpeet ja halut (Kotler & Keller, 2009, p. 34)
- Markkinoinnin tarkoitus on myös luoda yritykselle kilpailuetua luomalla arvoa asiakkaiden mielessä (Reynolds & Phillips, 2005)
- ”Markkinointi on yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen ja johtamiseen liittyvien asiakas-, toimittaja- ja muiden verkostosuhteiden systemaattista johtamista haluttujen intressien edistämiseksi ja toiminnallisten tavoitteiden asettamiseksi ja saavuttamiseksi” (Tikkanen et al. 2007, s. 18)

Liiketoimintojen kehittyminen aikaisemmin esitettyyn suhdenäkökulmaan, jossa arvo syntyy vasta käyttäjällä, on muuttanut myös markkinoinnin näkökulmaa. Aikaisemmin markkinoinnin tehtävä oli saada tuotetta tai palvelua myytyä mahdollisimman tehokkaasti, kun suhdemarkkinoinnissa asiakas ja myyjä kehittävät tarjoamaa ja yrittävät löytää asiakkaalle lisäarvoa tuottavia ratkaisuja yhdessä. (Grönroos, 2007, pp. 26–29)

Vaihdantamarkkinoinnissa asiakas ja myyjä ovat lähtökohtaisesti eri puolilla ja myyjän tarkoitus on saada asiakas ostamaan tuote. Markkinoijan näkökulmasta hän yrittää saada asiakkaan suostuteltua ostamaan tuotteen eli asiakas on markkinoijan objekti, kun suhdemarkkinoinnissa markkinoija tekee työtä asiakkaan puolesta eli asiakkaasta tulee markkinoijan kanssa aktiivinen subjekti. Suhdemarkkinoinnissa asiakkaalle pyritään luomaan arvoa yhdessä. (Grönroos, 2007, pp. 27–29)

Kotler ja Keller (2009) ovat jakaneet tarpeet viiteen osa-alueeseen (suluissa sovellus):

1. Lausutut tarpeet (tarvitsen tilavan asunnon)
2. Todelliset tarpeet (tarvitsen lisää säilytystilaa)
3. Äänen lausumattomat tarpeet (odotan saavani hyvää palvelua)
4. Ilahdutus tarpeet (haluan, että saan kaupan yhteydessä jotain ekstraa)
5. Salaiset tarpeet (haluan viestiä ostoskäyttäytymiselläni jotain)

Arvontuotantoprosessit tulisi nähdä markkinoinnin suunnittelussa keskeisenä kriteerinä (Tikkanen et al. 2007, s. 44). Asuntojen markkinoinnissa ja myynnissä tulisi pystyä tunnistamaan asiakkaiden tarpeita ja auttaa asiakasta ymmärtämään, mitä he haluavat (Kotler & Keller, 2009, p. 13). Isompaa asuntoa etsivä pariskunta saattaa tarvita vain lisää säilytystilaa, jolloin samankokoinen asunto suuremmalla varastolla ajaa hyvin saman asian. Asuntojen markkinoitsijoiden haasteena on tunnistaa myös piileviä tarpeita ja pystyä tyydyttämään niitä. Asiakkaan tarpeisiin ja etenkin haluihin liittyy voimakkaasti psykologisia tekijöitä. Markkinoinnin pulmat eivät usein olekaan kvantitatiivisia, vaan psykologisilla tekijöillä voi olla suuri merkitys (Haverila et al. 2005, s. 221). Ekologisuus on nouseva megatrendi ja todennäköisesti yhä useampi ihminen haluaa viestiä myös asunnollaan olevansa ympäristötietoinen. Asumisen halutaankin olevan ekologista (Kananen & Tyvimaa, 2011), mutta kuluttajien maksuhalukkuus ekologisuudesta asumisen suhteen on toistaiseksi selvittämättä. Markkinoinnin kokonaisuuden ymmärtämiseksi onkin hahmotettava kaikki toimintaprosessit, joilla tuotetaan asiakkaille lisäarvoa sekä yrityksen sisällä, että sen toimintaverkostossa (Tikkanen et al. 2007, s. 65).

Markkinoinnin tehtävänä on selvittää asiakkaiden tarpeita ja haluja, kehittää näihin ratkaisu, hinnoitella ratkaisu, viestiä ratkaisusta asiakkaalle ja saattaa ratkaisu asiakkaan saataville yrityksen näkökulmasta kannattavasti (Haverila et al. 2005, s. 221). Yritykset viestivät asiakkaiden tarpeiden täyttävistä ratkaisuista arvolupauksilla. Arvolupaus sisältää hyödyt, joita asiakas saa valitessaan juuri kyseisen yrityksen tuotteen. Arvolupaus konkretisoituu yrityksen tarjoamassa (*eng offering*). Pitkäaikaisella arvolupauksen täyttämällä on mahdollisuus rakentaa menestyvä

brändi. Esimerkiksi Volvo on onnistunut rakentamaan voimakkaan mielikuvan turvallisuudesta valmistamalla turvallisia autoja vuosien ajan. (Kotler & Keller, 2009)

Yritykset markkinoivat tuotteitaan ja palvelujaan eri medioissa ja tapahtumissa, mutta vaikuttavin markkinointiväylä on kuitenkin suusta suuhun markkinointi. Luotettavalta ihmiseltä saatu suositus on kaikkein tehokkain markkinoinnin väylä. (Bughin et al. 2010.) 80 % suusta suuhun markkinoinnista tapahtuu edelleen kasvotusten, vaikka sosiaaliset mediat, kuten Facebook ja MySpace mahdollistavat aivan uudenlaisen suusta suuhun markkinoinnin. Hyvät ja huonot kokemukset eri tuotteista ja palveluista leviävät suurelle ystäväpiirille reaaliajassa (Kotler & Keller, 2009, p. 546.) Kuluttajat tekevät sitä enemmän vertailua vaihtoehtojen kesken, mitä suuremmasta hankinnasta on kyse (Peter & Olson, 1996, p. 101, Kaitasuo, 2008 s. 10, mukaan). Suusta suuhun markkinointi onkin kaikkein tehokkainta juuri silloin, kun kuluttajat tekevät kalliita hankintoja tai ostavat jotain ensimmäistä kertaa.

Asuntojen markkinoinnissa tulee positiivisten tekijöiden lisäksi huomioida mahdolliset negatiiviset ominaisuudet. Ainakin investointihyödykkeiden kaupassa ostaja ei välttämättä suvaitse negatiivisia tekijöitä lainkaan, vaan tekee ostoalinnan tuotteiden kesken ensin rajaamalla pois vaihtoehdot, jotka sisältävät syystä tai toisesta negatiivisia tekijöitä ja sen jälkeen vertaa hyväksymiään vaihtoehtoja keskenään niiden hyötyjen perusteella. Tätä ostokäyttäytymistä kuvaavaa mallia kutsutaan negaatiovalintamalliksi. (Rinne, 1989.) Jos kuluttajat vaativat tulevalta asunnoltaan yhteiskäyttötiloja, saattaa yhteiskäyttötilat muodostaa tällaisen negaatiotekijän. Yhteiskäyttötilojen perusteella ei siis välttämättä tehdä ratkaisua asunnon ostamisesta, mutta niiden vähyys saattaa aiheuttaa sen, että mahdollinen ostaja hylkää kohteen.

2.4. Asunto ja yhteiskäyttötilat investointina

Periaatteessa yritystoiminta on yksinkertaista, siinä tehdään investointeja, jotka tuottavat enemmän kuin niiden rahoittamisesta aiheutuu kustannuksia (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 15). Investoinnin sitoma pääoma on yleensä suuri ja tulon odotusaika pitkä (Pellinen, 2005, s. 170; Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 100; Suomala et al. 2011, s. 152). Asuntorakentaminen ja siihen liittyvä yhteiskäyttötilojen rakentaminen vaatii yritykseltä aina suurta rahallista panostusta. Ennen investointipäätöstä tehdyt oletukset ja laskelmat ovat avainasemassa yrityksen menestymisen kannalta. Asuntoihin liittyvät yhteiskäyttötilat ovat eräänlainen sivuinvestointi, jonka kannattavuutta rakennuttajan tulee arvioida.

Yritykset joutuvat tekemään investointipäätöksiä epävarmoissa olosuhteissa. Asuntosijoittaminen on erittäin epävarmaa, sillä asuntojen hinnat ovat alltiita markkinoilla tapahtuviin muutoksiin. Samalla asuntosijoittaminen vaatii pitkää aikajännettä, sillä asuinrakennusten elinkaari on vuosikymmeniä. Asuntosijoittaja joutuu sietämään melkoisen epävarmuuden, kun sijoitukseen liittyy riski vuosien päästä tapahtuvasta talouskriisistä. Esimerkiksi 1990-luvun alun laman aikana asuntojen hinnat laskivat Suomessa keskimäärin noin 50 % (SVT: Asuntojen hinnat, 2011).

Asuntojen hintojen lasku ei kuitenkaan tarkoita sijoittajalle tappiota, jos asunto on vuokrattu ja jos myyntihinnan lasku ei suoraan heijastu perittävään vuokraan.

Kasanen et al. (1993) jakavat investoinnit strategisiin ja operationaalisiin. Strategisten investointien tarkoituksena on luoda uutta liiketoimintaa, kun operatiivisen investointien tarkoituksena on varmistaa yrityksen kannattavuus nykyisellä toimintatavalla. Päätös siitä, mitkä investoinnit toteutetaan, tulisi perustua yrityksen omistajien tuottovaatimukseen (Knüpfer & Puttonen, 2009, s. 100). Investoinneilla voi luonnollisesti olla myös muita tavoitteita, kuin suorat tuotot sillä investointeja ei aina voida arvottaa euromääräisesti. Tällaisten investointien tulee aina toteuttaa valittua yrityksen strategiaa. Yritys voi tyytyä myös matalatuottoisiin investointeihin, jos sen tavoitteena on maltillinen kasvu ilman suuria riskejä (Pike & Neale, 2003, p. 171). Koulutusinvestoinnin tuottoja voi olla vaikea arvioida, mutta tietyt koulutukset ovat välttämättömiä henkilöstön osaamisen kannalta. Investointeja tulisikin pystyä mittaamaan myös ei-rahallisesti, sillä pelkästään tuloksen tekemiseen keskittynyt investointien johtaminen voi vaarantaa yrityksen pitkänaikavälin tuloksentekokyvyn (Pellinen, 2005, s. 176).

Aineettomien voimavarojen kuten osaamisen ja asiakassuhteiden laatua on usein hankala mitata pelkästään rahallisesti. Näiden mittaamiseen tulisikin kehittää ei-rahallisia mittareita, jotta voidaan varmistaa yrityksen jatkuva oppiminen ja tuloksentekokyky myös tulevaisuudessa (Pellinen, 2005, s. 176). Kasanen et al. (1993, s. 75) mukaan yrityksen arvoa ei pitäisi maksimoida arvioimalla jokaisen investoinnin nykyarvoa, vaan investointeja tulisi arvioida myös muista näkökulmista. Tutkimus- ja kehitysprojekteista saattaa olla paljon hyötyä, vaikka varsinaista tavoitetta ei saavutettaisikaan ja toisaalta T&K projektin alkaessa varsinainen tavoite ei välttämättä edes ole selvillä. T&K -investointien mittaaminen onkin reaali-investointeja vaikeampaa. Yritykset pyrkivät kuitenkin mittaamaan T&K -investointien vaikuttavuutta sekä saavuttaakseen konkreettisia tuloksia, että motivoidakseen työntekijöitä. (Chiesa et al. 2009.)

3. YHTEISKÄYTTÖILOJEN ARVOSTUS

Yhteiskäyttöilojen käyttöä ja arvostusta selvitettiin kahden kyselyaineiston ja yhden tapaustutkimuksen perusteella. Tässä luvussa on kuvattu tutkimuksen toteutus ja saadut tulokset.

3.1. *Kyselyt ja tapaustutkimus*

Tampereen teknillisen yliopiston Asumisen liiketoiminnan tutkimusryhmä ASLI on tehnyt kaksi asukaskyselyä vuosien 2010 ja 2011 aikana. Tässä tutkimuksessa on käytetty myös näiden ALMA- ja SEVERI-hankkeiden asukaskyselyjen tuloksia. ALMA-kyselyyn vastasi yhteensä 807 henkeä ja SEVERI-kyselyyn 1140 henkeä eri puolilta Suomea.

Tapaustutkimuksen kohteet olivat Asokotien kaksi kerrostalokohdetta Tampereen Kaukajärvellä. Tapauskohteita kutsutaan tässä raportissa niiden osoitteilla Luolakatu 1:ksi ja Luolakatu 4:ksi. Taulukossa 3.1 on esitetty kohteiden ominaisuuksia ja taustatekijöitä tapaustutkimuksen suorittamiseen liittyen.

Taulukko 3.1 Tapauskohteiden esittely

	Luolakatu 1	Luolakatu 4
Valmistumisvuosi	1994	1997
Asuntoja	20	21
Talotoimikunnan PJ	Janne Laine	Paula Saarenmaa
PJ haastateltu	9.11.2011	10.11.2011
Kyselyn ennakkokirje	16.11.2011	16.11.2011
Ovensuukysely	23.11.2011	22.11.2011
Muistutuskirje	Ei lähetetty	5.12.2011
Vastauksia ovelta	4	5
Vastauksia postista	10	7
Yhdistetty vastausprosentti	70 %	57,1 %
Talosauna	Ei	Ei
Kerhuhuone	On	Ei
Kuivaushuone	On	On
Askarteluhuone	On	Ei
Kuntosali	On, väestösuojassa	Ei
Häkkivarasto	On	On
Ylimääräisiä häkkeitä	On, 4 kpl	Ei
Ulkovälinevarasto	On	On, pyörävarastossa
Pyörävarasto	On	On, 2 kpl
Lasten leikkipaikka pihalla	On	On
Jätekatos	On	On
Talovarasto	On	On, häkkivarastojen yhteydessä
Grillikatot	On	On
Keskimääräinen käyttövastike	9,73 €/jm ²	9,94 €/jm ²
Keskimääräinen alkup. asumisoikeusmaksu	149,11 €/jm ²	150,87 €/jm ²

Tutkimuksen aineiston kerääminen aloitettiin tutustumalla kohdetaloyhtiöiden yhteiskäyttötiloihin talotoimikuntien puheenjohtajien kanssa. Puheenjohtajien suostuminen esittelykierrukseen oli tutkimuksen kannalta erittäin tärkeää. Kierrosta voidaan pitää eräänlaisena teemahaastatteluna, jossa oli ainoastaan yksi teema, talon yhteiskäyttötilat. Tilojen tutustumisen yhteydessä talotoimikuntien puheenjohtajille oli mahdollisuus esittää syvällisempiä kysymyksiä.

Asukkaille suoritetun lomakehaastattelun ja -kyselyn tarkoituksena oli saada tietoa, kuinka paljon asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja ja kuinka ne vaikuttavat asumisviihtyisyyteen. Tilojen arvostusta voidaan yrittää mitata kvantitatiivisin mittarein, joista maksuhalukkuus on yksi. Kuitenkin myös kvalitatiiviset ominaisuudet ovat tärkeitä etenkin tilojen markkinoinnin kannalta. Kohteen kotitalouksiin jaettiin ennakoilmoitus haastattelujen toteuttamisesta, jotta vastausprosentti nousisi mahdollisimman hyväksi. Lomakehaastattelut suoritettiin ensin ovelta ovelle kiertämällä ja lomakekysely jakamalla kyselylomakkeet postiluukusta kotitalouksiin, joissa kukaan ei avannut kyselyn tekijälle ovea. Lomakehaastattelussa ja -kyselyssä käytettiin samaa lomaketta.

Luolakatu 1:n vastausprosentiksi muodostui erinomainen 70,0 %. Luolakatu 4:ään postitettiin muistutuskirje, sillä vastausprosentti jäi ensimmäisen kyselyn jälkeen melko pieneksi. Muistutuskirjeen jälkeen Luolakatu 4:n vastausprosentti nousi 57,1 %:iin.

Tässä tutkimuksessa käytettiin sekä lomakehaastattelua, että -kyselyä, sillä pelkän lomakekyselyn yleinen vastausprosentti (n. 30 %) olisi käytetyissä tapauskohteissa liian pieni, sillä kohteissa on vain 20 ja 21 kotitaloutta. Tutkimuksen vastausprosentit olivatkin huomattavasti tyypillistä suurempia.

3.2. Tulokset

ALMA- kyselyssä kysyttiin talossa ja asunnossa viihtymistä. Kysymyksiin ”kuinka hyvin viihdytte nykyisessä talossanne” ja ”kuinka hyvin viihdytte nykyisessä asunnossanne” vastasi yhteensä 510 kerrostalossa (kerrostalo/ pienkerrostalo/ luhtitalo) asunutta vastaajaa. Taulukossa 3.2 vastaukset on kategorisoitu riveille siten, että 1= melko tai erittäin huonosti, 2= melko hyvin ja 3= hyvin. Sarakkeet kuvaavat kerrostaloissa asuvien asukkaiden käytössä olevien yhteiskäyttötilojen määrää. Kyselyssä listattiin yhteensä 15 yhteiskäyttötilaa, joista vastaajat ilmoittivat mitä tiloja heillä oli käytössään nykyisessä talossa tai yhtiössä. Enimmillään yhdellä vastaajalla oli käytössä 13 yhteistilaa. Yhteiskäyttötilojen määrä on kategorisoitu sarakkeisiin siten, että 0–4 tilaa= vähän, 5–9 tilaa= kohtalaisesti ja 10–13 tilaa= paljon.

Yhteiskäyttötiloilla saattaa olla piilevä vaikutus ihmisten viihtymiseen talossa, joka ilmenee pitkänä asumisaikana. Joissain tapauksissa yhteiskäyttötilat voivat mahdollistaa pidempiaikaisen asumisen samassa asunnossa. ALMA-kyselyssä kysyttiin myös kuinka pitkään asukkaat ovat asuneet nykyisessä asunnossa. Taulukossa 3.2 on esitetty myös asumisaika nykyisessä asunnossa ja kategorisoitu yhteiskäyttötilojen määrä kuten aiemmin mainittu.

Taulukko 3.2 Yhteiskäyttötilojen määrän vaikutus talossa ja asunnossa viihtymiseen

Talossa viihtyminen	Kategorisoitu yhteistilojen määrä		
	Vähän	Kohtalaisesti	Paljon
Melko tai erittäin huonosti	18,3 %	74,3 %	7,3 %
Melko hyvin	12,9 %	75,4 %	11,7 %
Erittäin hyvin	13,1 %	77,1 %	9,8 %
Asunnossa viihtyminen			
Melko tai erittäin huonosti	14,6 %	76,8 %	8,5 %
Melko hyvin	12,6 %	75,8 %	11,6 %
Erittäin hyvin	15,2 %	75,0 %	9,8 %
Asumisaika			
Alle neljä vuotta	15,6 %	74,7 %	9,7 %
4-9 vuotta	13,4 %	76,1 %	10,6 %
10 vuotta tai kauemmin	10,9 %	77,3 %	11,8 %

Taulukosta 3.2 nähdään, että yhteiskäyttötilojen kokonaismäärällä ei kyselyn mukaan ole vaikutusta talossa tai asunnossa viihtymiseen eikä asumisaikaan.

ASLI:n SEVERI tutkimushankkeessa lähetettiin lomakekysely 4000 yli 40-vuotiaalle. Kyselyyn vastasi yhteensä 1140 henkeä vastausprosentin ollessa 28,6 %. Kysymykset liittyivät pääosin senioritaloihin, mutta osana kyselyä pyydettiin arvioimaan myös tiettyjä asuintalon ominaisuuksia tärkeyden mukaan. Ominaisuuksia arvioitiin neliportaisella asteikolla, jossa 4= ehdoton, oltava talossani; 3= tärkeä, mutta ei ehdoton; 2= ei tärkeä, merkityksetön; 1= en halua talooni. Taulukossa 3.3 on esitetty 678 kerrostalossa asuvan vastaajien vastausprosentit yhteiskäyttötilojen osalta.

Taulukko 3.3 SEVERI -kyselyyn kerrostaloissa asuvien 678 vastaajan vastausten jakauma yhteiskäyttötiloista (luvut prosentteja vastauksista)

	En halua talooni	Ei tärkeä, merkityksetön	Tärkeä, mutta ei ehdoton	Ehdoton, oltava talossani
Yhteissauna	12,6	29,6	31,3	26,5
Pyykkitupa	6,9	21,9	36,7	34,6
Pyykinkuivaushuone	5,5	18,3	37,4	38,8
Kerhotila	12,6	43,8	36,3	7,3
Vierashuone	17,7	45,1	31,3	5,8
Askartelutila	18,7	51,5	25,9	3,9
Käsityötila	23,5	53,0	20,8	2,7
Autojen huoltopaikka	23,0	44,5	27,3	5,2
Yhteinen piha-alue	4,2	19,7	49,5	26,6
Kuntoilutila	13,9	41,5	37,4	7,2

SEVERI kyselyn mukaan pyykinkuivaushuone ja pyykkitupa olivat suosituimpia yhteiskäyttötiloja. Pyykinkuivaustilaa piti ehdottomana lähes 40 % ja pyykkitupaakin lähes 35 % vastaajista. Myös yhteissaunaa ja yhteistä piha-aluetta pidettiin tärkeinä. Vähiten toivottuja yhteiskäyttötiloja listatuista olivat käsityötila ja autojen huoltopaikka.

Luolakatu 1

Luolakatu 1:n asukkaista yhteensä 14 vastasi kyselyyn, vastausprosentin ollessa erittäin hyvä 70 %. Luolakatu 1:n vastaajat olivat asuneet nykyisessä asunnossaan keskimäärin vain 3,93 vuotta. Vastaajien talouksissa asui keskimäärin 2,21 henkilöä. Lähes puolet eli kuusi vastaajaa asui kahden hengen taloudessa. Kuudessa taloudessa asui alle 18-vuotiaita lapsia. Vastaajien keski-ikä oli 48 vuotta. Seitsemän vastaajaa oli naisia, kuusi miehiä ja yksi ei ilmoittanut sukupuoltaan.

Taulukossa 3.4 on esitetty vastausten otossuureita kysymyksestä: ”Kuinka paljon käytätte seuraavia yhteiskäyttötiloja”, jossa 5= jatkuvasti, 4= usein, 3= joskus, 2=

harvoin ja 1= en koskaan. Luolakatu 1:n asukkaat käyttävät keskimääräisesti useimmin häkkivarastoa, pyörävarastoa ja kuivaushuonetta. Vaikka sanallisten vastausten keskiarvojen laskeminen on hieman kyseenalaista, antavat koodattujen vastausten keskiarvot suuntaa tilojen käytöstä. Muiden tilojen käytön keskiarvo jäi 2,00:aan tai pienemmäksi. Harvemmin käytettyjen tilojen vastausten keskiarvot ovat hajonneet huomattavasti vähemmän, kuin paljon käytettyjen. Harvoin käytettyjen tilojen vastaukset jakaantuivat usein pelkästään asteikon pieneen päähän, kun usein käytettyjen tilojen vastaukset jakaantuivat koko asteikolle.

Taulukko 3.4 Kyselyn vastausten otossuureita Luolakatu 1 asukkaiden yhteiskäyttötilojen käytöstä

	Pyörävarasto	Häkkivarasto	Talovarasto	Kuivaushuone	Leikkipaikka	Grillikatos
Keskiarvo	3,07	4,00	1,79	2,64	1,36	2,00
Keskihajonta	1,141	1,177	1,122	1,550	0,497	1,038
	Kerhohuone	Askarteluhuone	Kuntosali	Vaunuvarasto	Alakerran WC	
Keskiarvo	1,71	1,50	1,43	1,71	1,43	
Keskihajonta	0,726	0,760	0,646	1,204	0,646	

Luolakatu 1:n asukkaat pitivät yhteiskäyttötiloja hyvinä, sillä vastausten keskiarvo väittämään ”taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat” oli 3,36; kun 4= täysin samaa mieltä, 3= osittain samaa mieltä, 2= osittain eri mieltä ja 1= eri mieltä. Taulukossa 3.5 on esitetty vastausten tunnuslukuja kysytyihin väitteisiin. Vaikka tiloja pidettiin hyvinä, ne olivat vaikuttaneet vain harvan asunnon valintapäätökseen. Asukkaat ovat kuitenkin tulleet tietoisemmiksi yhteiskäyttötilojen vaikutuksesta asumiseen, sillä yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintaan jo huomattavasti useammin. Asukkaiden mielestä yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä talossa, sillä vastausten keskiarvoksi muodostui 2,86. Yhteiskäyttötilojen suuri määrä näkyy vastauksissa, sillä vain harva olisi valmis maksamaan lisää vastiketta, jos tilat olisivat monipuolisemmat. Sen sijaan suuri osa vastaajista olisi valmis luopumaan yhteiskäyttötiloista, jos asumiskustannukset vähenisivät. Luolakatu 1:n asukkaat viihtyivät nykyisessä talossa ja asunnossaan pääosin hyvin.

Taulukko 3.5 Luolakatu 1 asukkaiden vastausten otossuureita väittämistä

	Yhteiskäyttötilat vaikuttivat valintapäätökseen, kun valitsin nykyisen asuntoni	Yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintaan, kun harkitsen muuttoa	Taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat	Yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossani	
Keskiarvo	1,57	2,07	3,36	2,86	
Keskihajonta	0,938	0,917	0,633	0,864	
	Olisin valmis maksamaan enemmän käyttövastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat	Olisin valmis luopumaan, joistain yhteiskäyttötiloista, jos vastike vähenisi edes hieman	Olisin valmis vaihtamaan asuntoni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos talossa olisi saunta	Viihdyn nykyisessä talossani hyvin	Viihdyn nykyisesessä asunnossani hyvin
Keskiarvo	1,62	3,29	1,29	3,36	3,29
Keskihajonta	1,121	0,994	0,825	0,842	0,914

Luolakatu 4

Luolakatu 4:n asukkaat olivat passiivisempia vastaamaan postikyselyyn, sillä kohteesta palautui seitsemän vastauskuorta. Ovensuunkyselyn ja postikyselyn yhteiseksi vastausprosentiksi muodostui kuitenkin hyvä 57,1 %. Vastausprosentti jäi Luolakatu 1:stä pienemmäksi, vaikka kohteeseen jaettiin muistutuskirje. Kyselyyn vastanneet Luolakatu 4:n asukkaat olivat asuneet kohteessa keskimäärin 8,42 vuotta. Kaksi vastaajista oli ilmeisesti muuttanut kohteeseen sen valmistuttua 1997, sillä he olivat vastanneet asuinajakseen 14 ja 15 vuotta. Vastaajat asuivat keskimäärin 1,92 hengen talouksissa ja vain kahdessa taloudessa asui lapsia. Vastaajien keski-ikä oli 45,6 vuotta. Yhdeksän 12 vastaajasta oli naisia.

Taulukossa 3.6 on esitetty Luolakatu 4 asukkaiden vastauksia yhteiskäyttötilojen käytöstä. Luolakatu 4:n asukkaat käyttävät häkkivarastoa usein ja kuivaushuonetta ja pyörävarastoa melko usein. Leikkipaikan käyttö oli todella vähäistä ja itse asiassa ovensuukyselyn aikana eräs vastaaja kertoi leikkipaikan olevan ”surkeassa kunnossa”. Grillikatosta käytettiin vaihtelevasti, vain kolme vastaajaa ilmoitti, ettei käytä grillikatosta lainkaan.

Taulukko 3.6 Kyselyn vastausten otossuureita Luolakatu 4 asukkaiden yhteiskäyttötilojen käytöstä

	Pyörävarasto	Häkkivarasto	Talovarasto	Kuivaushuone	Leikkipaikka	Grillikatot
Keskiarvo	3,33	4,17	2,45	3,17	1,25	2,33
Keskihajonta	1,435	1,030	1,293	1,337	0,452	1,155

Vain yksi vastaaja yhdestätoista Luolakatu 4:n asukkaista ilmoitti yhteiskäyttötilojen vaikuttaneen edes hieman nykyisen asunnon valintaan. Kuitenkin useampi vastaaja oli sitä mieltä, että yhteiskäyttötilat tulevat vaikuttamaan seuraavan asunnon valintaan, kun muutto tulee seuraavan kerran ajankohtaiseksi. Taulukossa 3.7 on esitetty

tarkemmin väittämien vastausten tunnuslukuja. Vastaajat olivat pääosin sitä mieltä, että talossa ei ole hyvät yhteiskäyttötilat, eikä niiden nähty lisäävän asumisviihtyvyyttä merkittävästi. Itse asiassa yksikään vastaajista ei ollut täysin samaa mieltä väitteiden ”taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat” tai ”yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyvyyttä nykyisessä talossani” kanssa.

Taulukko 3.7 Luolakatu 4 asukkaiden vastausten otossuureita väittämistä

	Yhteiskäyttötilat vaikuttivat valintapäätökseen, kun valitsin nykyisen asuntoni	Yhteiskäyttötilat vaikuttavat seuraavan asunnon valintaan, kun harkitsen muuttoa	Taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat	Yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyvyyttä nykyisessä talossani	
Keskiarvo	1,57	2,07	3,36	2,86	
Keskihajonta	0,938	0,917	0,633	0,864	
	Olisin valmis maksamaan enemmän käyttövastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat	Olisin valmis luopumaan, joistain yhteiskäyttötiloista, jos vastike vähenisi edes hieman	Olisin valmis vaihtamaan asuntoni saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos talossa olisi saunta	Viihdyn nykyisessä talossani hyvin	Viihdyn nykyisesessä asunnossani hyvin
Keskiarvo	1,62	3,29	1,29	3,36	3,29
Keskihajonta	1,121	0,994	0,825	0,842	0,914

Huolimatta siitä, että Luolakatu 4:ssä yhteiskäyttötilat eivät olleet kovin monipuoliset, vain kolme vastaajaa oli vähintään osittain samaa mieltä, että he voisivat maksaa enemmän käyttövastiketta, jos käytössä olisi monipuolisemmat yhteiskäyttötilat. Toisaalta vain hyvin harva vastaaja olisi valmis luopumaan olemassa olevista yhteiskäyttötiloista vähentääkseen käyttövastikkeen määrää. Luolakatu 4:n asukkaat viihtyvät nykyisessä talossa ja asunnossaan pääosin hyvin. Vastaukset korreloivat voimakkaasti sillä peräti kahdeksan vastaajaa oli antanut täysin saman vastauksen talossa ja asunnossa viihtymiseen.

Tapausten vertailu ja yhdistely

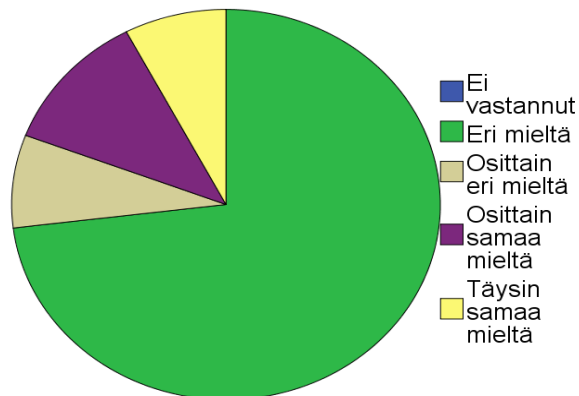
Luolakatu 4:n asukkaat ovat asuneet nykyisessä asunnossaan huomattavasti Luolakatu 1:n asukkaita pidempään. Verrattaessa vastaajien asuinaikoja Luolakatu 4:ssä 8,42 vuotta ja Luolakatu 1:ssä 3,93 vuotta voidaan todeta eron olevan suuri. Ero on myös tilastollisesti merkittävä. Ainakin tapauskohteiden perusteella voidaan väittää, että hyvät yhteiskäyttötilat eivät vaikuta siihen, kuinka pitkään asukkaat asuvat samassa talossa. Tapausten perusteella näyttäisi myös, että vähäiset yhteiskäyttötilat ovat harvoin poismuuton syynä.

Kyselyssä esitettyihin väitteisiin vastaajien eroissa oli tilastollisesti merkittävät erot väitteissä ”taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat”, ”yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyvyyttä nykyisessä talossani” ja ”olisin valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos vastikkeeneni vähenisi edes hieman”. Merkittävin ero on

väitteessä ”taloyhtiössäni on hyvät yhteiskäyttötilat”. Luolakatu 1 yhteiskäyttötilojen rakennuttamista voidaan ainakin tämän tuloksen mukaan pitää onnistuneena, sillä asukkaat aidosti kokevat tilat hyväksi. Luolakatu 1:n yhteiskäyttötilat lisäävät myös asumisviihtyisyyttä ainakin suhteessa Luolakatu 4:ään enemmän, sillä vastausten keskiarvojen ero 2,86 ja 2,25 on tilastollisesti merkittävä.

Yhteiskäyttötilojen rakennuttamisen problematiikka näkyy hyvin kyselyn vastauksissa. Luolakatu 1:n asukkaat pitävät yhteiskäyttötilojaan hyvinä ja kokevat, että ne lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossa, silti valtaosa asukkaista olisi valmis luopumaan joistain yhteiskäyttötiloista, jos vastike vähenisi edes hieman. Ero Luolakatu 4:n on selvä ja myös tilastollisesti merkittävä. Merkillepantavaa on myös, että Luolakatu 4:n asukkaat eivät ole Luolakatu 1:n asukkaita useammin valmiita maksamaan enemmän vastiketta, saadakseen monipuolisemmat yhteiskäyttötilat.

Tapauskohteiden asukkaat eivät keskimäärin ole halukkaita luopumaan omasta saunasta saadakseen lisää asuintilaa huoneistoonsa. Kaikista 26 vastaajasta peräti 19 oli väitteen ”olisin valmis vaihtamaan asuntoani saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos taloyhtiössäni olisi sauna” kanssa eri mieltä. Kuvassa 3.1 on esitetty kaikkien vastausten jakauma.



Kuva 3.1 Vastaukset väittämään ”olisin valmis vaihtamaan asuntoani saunan vaatehuoneeksi tai muuksi tilaksi, jos taloyhtiössäni olisi yhteinen sauna”

Ne harvat vastaajat, jotka olivat valmiita luopumaan asuntokohtaisesta saunasta, olivat myös useammin valmiita maksamaan enemmän vastiketta, jos yhteiskäyttötilat olisivat monipuolisemmat. Väitteiden välinen korrelaatiokerroin oli melko korkea 0,398. Mahdollisesti nämä vastaajat, jotka ovat valmiita luopumaan omasta saunasta, ovat myös valmiita maksamaan taloyhtiön saunan käytöstä. Omasta saunasta oli kuitenkin valmis luopumaan vain erittäin harva vastaaja, joten saunattomien asuntojen myynti voi olla melko vaikeaa. Vuorelan ja Ahtiaisen (2010, s. 29) mukaan suomalaiset haluavat huomattavasti useammin omaan asuntoonsa saunan kuin taloyhtiöön yhteisen saunatilan. Tämä tutkimus tukee Vuorelan ja Ahtiaisen tuloksia (2010). Rakennuttajan päätettäväksi kuitenkin jää, kannattaako kuitenkaan jokaiseen asuntoon rakentaa omaa saunaa, sillä todennäköisesti aivan jokainen suomalainen omistusasuja ei halua maksaa tuhansia euroja mahdollisuudesta käyttää omaa saunaa.

Naisten ja miesten vastauksissa on todella paljon eroja, sillä yli kolmasosa naisvastaajista on asunut kohteessa yli kymmenen vuotta, kun taas miehistä yksikään ei ollut asunut kohteessaan kymmentä vuotta. Naisista 9/16 ilmoitti olevansa täysin samaa mieltä väitteen ”viihdyn nykyisessä asunnossani hyvin” kanssa, kun miehistä samaa mieltä oli vain yksi vastaaja yhdeksästä. Itse asiassa väitteeseen ”viihdyn nykyisessä talossani hyvin” täysin samaa mieltä olevien vastaukset jakoutuivat täysin samoin. Vastausten jakautuminen on erikoista, sillä ALMA- kyselyyn vastanneista 516 naisesta 50,4 % viihtyi nykyisessä asunnossaan erittäin hyvin ja 235 miehestä erittäin hyvin viihtyi 52,8 %. ALMA- kyselyyn vastanneet miehet viihtyivät myös nykyisessä talossaan hieman naisia paremmin. Pelkästään kerrostaloissa asuvista ALMA- kyselyyn vastanneista miehistä omassa talossa erittäin hyvin viihtyi 34,7 % vastaajista, kun naisista erittäin hyvin viihtyi vain 27,5 %. Miehet viihtyvät syystä tai toisesta tapauskohteissa huomattavasti keskimääräistä huonommin.

Yhteiskäyttötilat vaikuttivat vain kolmen vastaajan asunnon valintaan, kun he valitsivat nykyisen asuntonsa. Väitteen ”yhteiskäyttötilat vaikuttivat valintapäätökseen, kun valitsin nykyisen asuntoni” kanssa vain yksi vastaaja 26:sta oli täysin samaa mieltä ja kaksi osittain samaa mieltä. Merkillepantavaa on kuitenkin, että edellinen väite ja väite ”yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä nykyisessä talossani” korreloivat keskenään. Väitteiden välinen korrelaatiokerroin on 0,55. Tämän aineiston perusteella tästä ei voida vetää johtopäätöksiä, mutta jos viihtyisät yhteiskäyttötilat vaikuttavat asunnon valintapäätökseen kanssa, on tämä hankekehittäjien kannalta erittäin merkittävä tieto.

4. JOHTOPÄÄTÖKSET

Kotlerin ja Kellerin (2009) mukaan yritysten kannattaa auttaa asiakkaita ymmärtämään, mikä luo heille arvoa. Yritysten kannattaisikin käyttää yhteiskäyttötiloja voimakkaammin viestinnässä, sillä ainakin tämän tapaustutkimuksen perusteella yhteiskäyttötilat parantavat asunnon käyttöarvoa, eli lisäävät asumisen asiakasarvoa. Yhteiskäyttötilojen muodostama arvo asukkaille on moniulotteinen. Tämän tutkimuksen perusteella vaikuttaa, että yhteiskäyttötilat lisäävät viihtymistä talossa, mutta ne eivät vaikuta ainakaan positiivisesti aikaan, jonka asukkaat kohteessa asuvat. Merkittävä osa tapaustutkimuksen vastaajista halusi myös vähentää joidenkin yhteiskäyttötilojen määrää, jos heidän vastikkeensa vähenisi edes hieman. Voidaan siis väittää, että ainakaan kaikki yhteiskäyttötilat eivät luo asukkaiden asumiseen riittävästi lisäarvoa, jotta niiden rakentaminen olisi kannattavaa. Luolakatu 4:n asukkaat eivät olleet halukkaita luopumaan olemassa olevista tiloista, jotka olivat pääasiassa varastoja. Tapauksen perusteella, vaikuttaakin, että ainakin yhteiset varastotilat ovat asukkaille aidosti arvokkaita ja niistä ollaan valmiita myös maksamaan.

Vaikuttaa, että mahdollisuus tiettyihin toimintoihin voi olla arvokasta, vaikka asukas ei niitä aktiivisesti käyttäisikään. Oma sauna voi olla asukkaalle arvokas, sillä hänellä on mahdollisuus rentoutua saunassa koska tahansa. Itse saunominen ei siis välttämättä ole arvokas, vaan mahdollisuus siihen. Jos pelkästään saunassa käyminen olisi asukkaalla arvokasta, yhteiskäyttöinen ja oma sauna olisivat asukkaille yhtä arvokkaita. Yhteiskäyttötiloja voidaan markkinoida samoin kuin omaa saunaa, eli mahdollisuutena. Kerho- tai verstastila antaa asukkaille mahdollisuuden harrastaa tiloissa jotain itselle mielekästä toimintaa, vaikka he eivät aktiivisesti tiloja käyttäisikään. Osto- tai valintapäätöksen hetkellä tällaiset mielikuvat voivat olla ratkaisevia.

Asukkaat arvostavat yhteiskäyttötiloja, sillä ne lisäävät asumisviihtyisyyttä. Toisaalta yhteiskäyttötilat eivät vaikuta merkittävästi asunnon valintapäätökseen, ja tiloista ollaan usein valmiita luopumaan, jos asuinkustannukset vähenevät edes hieman. Yhteiskäyttötilat eivät näytä vaikuttavan myöskään aikaan, jonka asukkaat asuvat talossa. Tulokset eivät ainakaan indikoi, että yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen olisi automaattisesti hyvä investointi. Päinvastoin vaikuttaa, että yhteiskäyttötilojen rakennuttaminen ei välttämättä maksa edes itseään takaisin, vaan jäänee usein tappiolliseksi. Yhteiskäyttötilat ovatkin investointina eräänlainen markkinointi-investointi, sillä niitä ei voi suoraan myydä tai vuokrata kenellekään, mutta ne silti lisäävät asiakkaiden kokemaa asumisarvoa. Yhteiskäyttötilat voidaankin rinnastaa hyvään asiakaspalveluun.

Markkinoidessaan asuntokohdetta rakennuttaja voi perustellusti väittää, että yhteiskäyttötilat lisäävät asumisviihtyisyyttä kohteessa, joka saattaa edesauttaa

asuntojen myyntiä tai vuokraamista. Yhteiskäyttötiloja ei kuitenkaan kannata rakennuttaa ilman selkeää tavoitetta, kuinka niitä tullaan käyttämään hyväksi markkinoinnissa, koska kuluttajat eivät välttämättä ole halukkaita maksamaan yhteiskäyttötilojen luomasta arvosta asumiseen. Yhteiskäyttötilojen rakennuttamisen haasteena on asukkaiden mielipiteiden kuunteleminen. Markkinoinnin näkökulmasta arvoa pitäisi pystyä luomaan yhdessä, ja myös asuntorakentamisen puolella on havaittavissa merkkejä, että asukkaalla on entistä enemmän vaikutusmahdollisuuksia asunnon rakentamiseen. Yhteiskäyttötilojen yhdessä kehittäminen on vaikeampaa, sillä jo nimensä mukaan tilat ovat kaikkien yhteisiä. Rakennuttaja tuskin pystyy toteuttamaan jokaisen asukkaan toiveita, joten todennäköisesti on turvallisinta, että rakennuttaja päättää mitä yhteiskäyttötiloja rakennuttaa ja toimii näin markkinoinnin näkökulmasta vanhan, arvon jakamisen näkökulman mukaan.

Ympäristöministeriö (2011a) on kiitettävästi nostanut käyttäjälähtöisen rakentamisen tulevaisuuden tavoitteeksi. Nähtäväksi kuitenkin jää tarkoittaako käyttäjälähtöinen rakentaminen rakentamista, jossa rakennuttaja päättää mikä on asukkaalle parhaaksi, vai kuunnellaanko asiakasta aidosti ja kehitetään asumisratkaisuja, jotka ovat parhaita juuri hänelle. Ryhmärakennuttaminen ja erilaiset yhteisöllisen asumisen kohteet ovat ainakin esimerkkejä asiakaslähtöisestä rakentamisesta, kun itse asiakas toimii myös rakennuttajana. Ryhmärakennuttamisen mallia voisi yrittää soveltaa myös perinteiseen asuntorakentamiseen siirtäen grynderin vastuuta enemmän konsultointiin ja urakointiin. Hyvillä toimintamalleilla olisi varmasti mahdollista kehittää ratkaisuja, jotka loisivat asukkaalle oikeasti lisäarvoa asumiseen. Yritysten ratkaistavaksi jää, kuinka tämä mahdollinen luotu lisäarvo muutetaan tuottaviksi kassavirroiksi.

LÄHTEET

A. 10.9.1999/895. Maankäyttö- ja rakennusasetus.

Andresen, M. & Runge, U. 2002. Co-housing for Seniors Experienced as an Occupational Generative Environment. *Scandinavian Journal of Occupational Therapy*. Vol. 9(4). pp. 156–166.

ARA, 2011. Suunnitteluopas. Keskeisiä tavoitteita valtion tukemien asuntojen suunnitteluun. 18 s.

ARA, 2012. Asuntomarkkinakatsaus. [WWW]. [viitattu 4.1.2012] Saatavissa: <http://www.ara.fi/default.asp?node=1636&lan=fi>

BMW. 2011. Build Your Own. [WWW]. [viitattu 17.11.2011] Saatavissa: <http://www.bmwusa.com/standard/content/byo/default.aspx>

Bughin, J., Doogan, J. & Vetvik, O. J. 2010. A New Way to Measure Word-of-Mouth Marketing. *McKinsey Quarterly*. Vol. 3(2). pp. 113–116.

Chiesa, V., Frattini, F., Lazzarotti, V. & Manzini, R. 2009. Performance Measurement in R&D: Exploring the Interplay Between Measurement Objectives, Dimensions of Performance and Contextual Factors. *R&D Management*. Vol. 39(5). pp. 487–519.

Cravens, D. W., Greenley, G., Piercy, N. F. & Slater, S. 1997. Integrating Contemporary Strategic Management Perspectives. *Long Range Planning*. Vol. 30(4). pp. 493–506.

Day, G.S. 1990. *Market Driven Strategy*, Free Press, New York, NY.

Doyle, P. 1989. Building successful brands: the strategic objectives. *Journal of Marketing Management*. Vol. 5(1). pp. 77-95.

Durrett, C. 2009. *The Senior Cohousing Handbook*. 2nd edition. New Society Publishers. 301 p.

Groth, J. C. 1994. The Exclusive Value Principle – A Concept for Marketing. *The Journal of Product and Brand Management*. Vol. 3(3). pp. 8–18.

Grönroos, C. 2007. *Service Management and Marketing*. 3rd edition. Wiley. 483 p.

- Haahtela. 2011. Haahtela-hintaindeksi II/2011. Haahtela-kehitys Oy. 6 s.
- Haverila, M. J., Uusi-Rauva, E., Kouri, I. & Miettinen A. 2005. Teollisuustalous 5. painos. Tampere. Infacs. 510 s.
- Helsingin kaupunginvaltuusto. 2008. Päätökset 4/2008.
- Helsingin kaupungin rakennusvalvontavirasto. 2011. Asuinkerrostalojen ja rivitalojen yhteistilat. Ohje.
- Hirvonen, J., Manninen, R. & Hakaste, H. 2005 Asuntosuunnittelun ja -rakentamisen tila. Ympäristöministeriö. Helsinki. 92 s
- Huber, F., Herrmann, A. & Morgan, R.E. 2001, Gaining Competitive Advantage through Customer Value Oriented Management. The Journal of Consumer Marketing. Vol. 18(1). pp. 41–53.
- Jarvis, H. 2011. Saving Space, Sharing Time: Integrated Infrastructures of Daily Life in Cohousing. Environment and Planning A. Vol. 43(1). pp. 560–577.
- Juntto, A. 2007. Suomalaisten asumistoiveet ja mahdollisuudet. Tulot ja kulutus 2007. Helsinki. Tilastokeskus. 153 s.
- Kaitasuo, T. 2008. Ensiasunnon hankinta ja sen taustalla olevat arvot. Pro gradu tutkielma. Tampereen yliopisto. 84 s.
- Kananen, J. & Tyvimaa, T. 2011. Asuintalojen yhteiskäyttötilat ja kotitalouspalveluiden käyttö - Asumista ja hyvinvointia tukevat alueelliset palvelumallit -hankkeen asukaskyselyn (2011) tuloksia. Tampere. Tampereen teknillinen yliopisto. Rakennustekniikan laitos. 54 s.
- Kasanen, E., Virtanen, K., Laine, J. & Matinpalo, I. 1993. Investointitapahtuma. Helsinki. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja D-185. 214 s.
- Kaufman, J.J. 1998. Value Management: Creating Competitive Advantage, Best Management Practices Series, Crisp Publications, Menlo Park, CA.
- Khalifa, A. S. 2004. Customer Value: a Review of Recent Literature and an Integrative Configuration. Management Decision. Vol. 42(5). pp. 645–666.
- Knüpfer, S. & Puttonen, V. 2009. Moderni rahoitus. Helsinki. WSOYPro. 244 s.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2009. Marketing Management. 13th edition. Pearson One. 662 p.

Kuoppa, J. & Mäntysalo, R. (toim). Kestävä yhdyskuntarakenne ja elinympäristö. Ympäristöklusterin neljännen ohjelmakauden tuloksia. Espoo. Aalto-yliopisto. Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutuskeskuksen julkaisuja. 92

Kuo, F.E., Bacaicoa, M. & Sullivan, W. C. 1998. Transforming Inner-city Landscapes: Trees Sense of Safety, and preference. *Environment and Behavior*. Vol. 30(1). pp. 28–59

Kweon, B-S., Sullivan, W. C & Wiley A. 1998. Green Common Spaces and the Social Integration of Inner-city Older Adults. *Environment and behavior*. Vol. 30(6). pp. 832–858

Kyllönen, E & Kurenniemi, M. 2003. Asunto ja elämänkaari. Katsaus asumisen laatua koskevaan tutkimukseen. Helsinki. Stakes. 71 s.

Kytö, H., Väliniemi-Laurson, J., & Tuotila, H. 2011. Hyvillä palveluilla laadukkaaseen asumiseen. Helsinki. Kuluttajatutkimuskeskus.92 s.

L 23.9.1994/843. Asuntokauppalaki.

L. 22.12.2009/1599 Asunto-osakeyhtiölaki

L. 16.7.1990/650. Laki asumisoikeusasunnoista.

L. 5.2.1999/132. Maankäyttö- ja rakennuslaki.

Lawton M. P. 1970. Planner's Notebook: Planning Environments for Older People. *Journal of the American Planning Association*, Vol. 36(2). pp. 124–129

Lyytikä, A. 1994. Kestävän kehityksen periaatteita asuntosuunnittelussa. Julkaisu 1994/11. Teknillinen korkeakoulu. Otaniemi.

Masnick, G., Will, A. & Baker, K. 2011. Housing Turnover by Older Owners: Implications for Home Improvement Spending as Baby Boomers Age into Retirement. Joint Center for Housing Studies. Harvard University. 30 p.

Motevasel, I. 2006. Senior Housing in Sweden – A Question of Class Differences and Collective Aging: An Interview Study in Rental apartments and Housing Cooperatives. *Journal of Housing for the Elderly*. Vol. 20(3). pp. 77–93.

Myers, D. & Ryu SH. Aging Baby Boomers and the Generational Housing Bubble. *Journal of the American Planning Association*. Vol. 74(1). pp. 17–33

Neuvottelutulos hallitusohjelmasta 17.6.2011. [WWW]. [viitattu 31.8.2011] 89 s. Saatavissa: http://yle.fi/tvuutiset/uutiset/upics/liitetiedostot/hallitusohjelma_2011.pdf

Opinmäki. 2011. Suurpellon sydän. Oppimisen iloa ja yhdessä tekemistä. [WWW]. [viitattu 12.9.2011]. Saatavissa: www.opinmaki.fi

Pellinen, J. 2005. Talusjohtaminen. Helsinki. Talentum. 249 s.

Peltonen, T. 2007. Johtaminen ja organisointi. Teemoja, näkökulmia ja haasteita. KY-Palvelu. 223 s.

Penttilä, P. 1987. Kotiharrastusten tilantarve. Helsinki. Asuntohallitus, tutkimus- ja suunnitteluosasto. 23 s.

Penttilä, P. 1989. Asuntojen yhteiset vapaa-ajan tilat. Helsinki. Asuntohallitus, tutkimus- ja suunnitteluosasto. 30 s.

Peter, J. & Olson, J. 1996. Consumer Behaviour and Marketing Strategy. Chicago. Irwin Book Team.

Pike, R. & Neale B. 2003. Corporate Finance and Investment. Decisions and Strategies. 4th edition. Pearson Education Limited. 883 p.

Pitkänen, J. 2009. Asuinkerrostalojen rakentamisen ohjauksen kustannustarkasteluja. Helsinki. Helsingin kaupungin talous- ja suunnittelukeskus. 46 s.

Pyykkönen, M. 2011. Toimitusjohtajan katsaus s. 7. Teoksessa. Suomen Asumisoikeus Oy. 2011. Vuosikertomus 2010. 19 s.

Päivänen, J., Saarikoski, P. & Virrankoski, L. 2004. Elämänkaarikortteli – Kohti sosiaalisesti kestävästä asumista ja kaupunkielämästä. Ympäristöministeriö. Helsinki. 67 s.

Päivänen, J., Kohl, J., Manninen, R., Sairinen, R. & Kyttä M. 2005 Sosiaalisten vaikutusten arviointi kaavoituksessa. Avauksia sisältöön ja menetelmiin. Ympäristöministeriö. Helsinki. 88 s.

Rainio, R. 2011. Valtion tukemien asuntojen, erityisesti asumisoikeusasuntojen omistajuus, asukkaiden aseman turvaaminen ja heille tarkoitetun tuen ohjautuminen. Ympäristöministeriö. 30 s.

Razmilic, E. B. 2010. Information-Driven Housing. How Information Can Change the Housing Market and drive Sustainability Through Consumer Demand. NeighborWorks America. 22 p.

Reynolds. T. J. & Phillips, C. 2005. In Search of True Brand Equity Metrics: All Market Share Ain't Created Equal. Journal of Advertising Research. Vol. 45(2). pp. 171–186.

Rinne, S. 1989. Negaatiovalintamalli ja sen vaikutus investointihyödykkeen tuotekehitystyöhön. Väitöskirja. Tampere. Tampereen teknillinen korkeakoulu. 95 s.

RT 91–10430. Sauna 1. Perustietoa saunasta. 1990. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 12 s.

RT 93–10923. Asuntosuunnittelu. Yleistä 2008. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 11 s.

RT 93–10945. Asuntosuunnittelu. Säilytys 2009. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 4 s.

RT 93–10957. Asuntosuunnittelu. Yhteistilat. 2009. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 4 s.

RT 93–10961. Asuntosuunnittelu. Yhteiset ulkotilat. 2009. Ohjetiedosto. Helsinki. Rakennustietosäätiö RTS. 16 s.

Ryhmärakennuttamisen portaali. Ryhmärakennuttamisen etuja ajamaan on perustettu yhdistys. [WWW]. [viitattu 31.8.2011]. Saatavissa: http://www.ryhmarakennuttaminen.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=104:ryhmarakennuttamisen-etuja-ajamaan-on-perustettu-yhdistys&catid=463:ajankohtaista&Itemid=10

Ryöti, M. Karjalainen, R. & Aronen, M-A (toim). 2008. Laadukkaan asumisen Helsinki. Maankäytön ja asumisen toteutusohjelma 2008–2017. Helsinki. Helsingin kaupungin talous- ja suunnittelukeskus. 29 s.

Sheth, J. N. & Parvatiyar, A. 1995. The Evolution of Relationship Marketing. The International Business Review. Vol. 4(3). pp. 397–418.

Suomala, P., Manninen, O. & Lyly-Yrjänäinen, J. 2011. Laskentatoimi johtamisen tukena. Helsinki. Edita. 336 s.

Suomen Asumisoikeus Oy. 2011. Vuosikertomus 2010. 19 s.

Suomen rakentamismääräyskokoelma G1 Asuntosuunnittelu. 2005. Ympäristöministeriön asetus.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Ajankäyttötutkimus [verkojulkaisu]. ISSN=1799-5639. Muutokset 1979 - 2009 2009, Liitetaulukko 1. 10–64-vuotiaiden ajankäyttö syksyllä 1979, 1987, 1999 ja 2009, miehet ja naiset yhteensä . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 12.10.2011].
Saantitapa: http://tilastokeskus.fi/til/akay/2009/02/akay_2009_02_2011-02-17_tau_001_fi.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Asuntojen hinnat [verkkojulkaisu]. ISSN=1797-3880. 1. vuosineljännes 2011, Liitetaulukko 6. Vanhojen asunto-osakekauppojen kauppasummat (milj. euro) ja kauppojen lukumäärät 2009-2010 . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 13.9.2011]. Saantitapa: http://tilastokeskus.fi/til/ashi/2011/01/ashi_2011_01_2011-04-28_tau_006_fi.html

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintäteknikan käyttö [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-3504. 2008, Verkkokauppa tuoteryhmittäin keväällä 2008, prosenttia kaikista ostajista, jotka tehneet verkkohankintoja . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 12.9.2011]. Saantitapa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_kuv_002.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintäteknikan käyttö [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-3504. 2010. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 12.9.2011]. Saantitapa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_tie_001_fi.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestöennuste [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-5137. 2009, Väestö ikäryhmittäin koko maa 1900 - 2060 (vuodet 2010-2060: ennuste) . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 13.9.2011]. Saantitapa: http://www.stat.fi/til/vaenn/2009/vaenn_2009_2009-09-30_tau_001_fi.html

Suurpelto. 2011. Palvelueteiset. [WWW]. [viitattu 12.9.2011]. Saatavissa: <http://www.suurpelto.fi/asuminen/palvelueteiset.html>

Säteri, H. 2005. Esipuhe teoksessa: Hirvonen, J., Manninen, R. & Hakaste, H. Asuntosuunnittelun ja -rakentamisen tila. Ympäristöministeriö. Helsinki. 2005. 92 s.
Teisberg, E. O. 1995. pp. 31-46. In: Trigeorgis, L. (edit) 1995. Real Options in Capital Investment. Praeger. 361 p.

Thompson, H. 1998. What Do Your Customers Really Want? Journal of Business Strategy. Vol. 19(4). pp. 17-21.

Tikkanen H., Aspara, J. & Parvinen, P. 2007. Strategisen markkinoinnin perusteet. Helsinki. Talentum. 187 s.

TNS Gallup. 2010. Asunnon osto- ja myyntiprosessitutkimus 2010. [WWW]. [viitattu 2.9.2011]. Saatavissa: http://www.kvkl.fi/files/Asunnon%20osto-%20ja%20myyntiprosessitutkimus%202010_KVKL%20t%e4rkeimm%e4t%20diat.pptx.pdf

TOAS. 2011. [WWW]. [viitattu 26.10.2011]. Saatavissa: www.toas.fi

Tommila, E. 2011. Saunoja seitsemän polvea. Suomen saunaseura ry. [WWW]. [viitattu 2.9.2011]. Saatavissa: <http://www.sauna.fi/142.html>

Tuorila, H. 2011. Ikääntyvien tee se itse hoivapalvelut mahdollisuus vai uhka?. Kuluttajatutkimuskeskus. 41 s.

Tyvimaa, T. & Gibler, K. 2010. Senior Housing Operations in Finland. Senior Housing and Care Journal. Vol. 18(1). pp. 77–90.

Tyvimaa T. 2011. Social and Physical Environments in Senior Communities: the Finnish Experience. International Journal of Housing Markets and Analysis. Vol. 4(3) pp. 197–209.

Tyvimaa, T. & Gibler, K. 2011. Pull Factors Attracting Residents to Finnish Senior Houses. International Real Estate Review. Forthcoming.

Vaattovaara, M. & Kortteinen, M. 2009 ss. 9–38. Teoksessa. Vaattovaara, M., Kortteinen, M. & Ratvio, M. (toim). Miten kehittää lähiötä? – tapaustutkimus Riihimäen Peltosaaresta, metropolin laidalta. Suomen Ympäristö 46/2009 Asumisen rahoitus- ja kehittämiskeskus ARA. Helsinki. 94 s.

Valtiovarainministeriö. 2011a. Arvonlisäverotus. [WWW]. [viitattu 13.10.2011]. Saatavissa: http://www.vm.fi/vm/fi/10_verotus/04_arvonlisaverotus/index.jsp

Vilkas. 2012. Verkkokauppaindeksi. [WWW]. [viitattu 2.1.2012]. Saatavissa: <http://www.vilkas.fi/Verkkokauppaindeksi>

Visanti, M. 2004. Rakentamismääräyksien ja normien vaikutuksia kaupunkisuunnittelussa. RY Rakennettu ympäristö 1/2004. s. 39–41

Vuorela, P & Ahtiainen, K. 2010. Suomen Asumisoikeusyhdistys ry. Kartoitustutkimus 2010. Kokonaistulokset. [WWW]. [viitattu 25.10.2011]. Saatavissa: <http://www.asumisoikeus.fi/attachements/2010-11-29T07-09-0838.pdf>

Woodruff, R. B. 1997. Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage. Journal of the Academy of Marketing Science. Vol. 25(2). pp. 139–153.

Ympäristöministeriö. 2011a. Ympäristöministeriön hallinnonalan keskeiset tavoitteet ja tehtävät vuosina 2012–2015. Helsinki. Ympäristöministeriö. 40 s.

Ympäristöministeriö, 2011b. Osaomistusasuminen. [WWW]. [viitattu 1.12.2011]. Saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=222&lan=fi>

Zeithaml, V. A. 1988. Consumer Perception of Price, quality and Value: a Means-end Model and Synthesis of Evidence. Journal of Marketing. Vol. 52(3). pp. 2–22.



Tampereen teknillinen yliopisto
PL 527
33101 Tampere

Tampere University of Technology
P.O.B. 527
FI-33101 Tampere, Finland