

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Rahvusvaheliste suhete instituut

Majandussotsioloogia õppetool

Agnes Ruusmann

**KAUBANDUSTÄNAVATE HÄÄBUMINE PÄRNU
KESKLINNA RÜÜTLI TÄNAVA NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: külalisõppejõud Aleksandr Michelson

Tallinn 2015

Olen koostanud töö iseseisvalt.

Töö koostamisel kasutatud kõikidele teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele on viidatud.

Agnes Ruusmann

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 113156

Üliõpilase e-posti aadress: agnes.ruusmann@gmail.com

Juhendaja külalisõppejõud Aleksandr Michelson:

Töö vastab bakalaureusetööle esitatud nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

ABSTRAKT	4
SISSEJUHATUS	5
1. TEOREETILISED KÄSITLUSED	7
1.1. Kaubandustänav kaasaegses ühiskonnas	7
1.2. Kaubandustänav arengut mõjutavad tegurid.....	9
1.3. Kaubandustänav languse põhjused	11
1.4. Kaubandustänav ja kaubanduskeskuse võrdlus	13
1.5. Meetmed kaubandustänavate taaselustamiseks	15
2. METODOLOOGILISED LÄHTEKOHAD	17
2.1. Pärnu ja selle Rüütli tänav	17
2.2. Kvalitatiivsed uurimismeetodid.....	19
2.3. Intervjueeritavate taust.....	21
3. RÜÜTLI KAUBANDUSTÄNAVA HÄÄBUMINE	23
3.1. Rüütli tänav esitlemine - tekstianalüüs	23
3.2. Rüütli tänav ruumiline kogemine – vaatlus	24
3.3. Rüütli tänav ruumi kasutajad – tänavaküsitlus	26
3.4. Rüütli tänav hääbumise tajumine – intervjuerimine	29
3.4.1. Intervjueeritavate arvamused ettevõtluse koha pealt.....	29
3.4.2. Intervjueeritavate ettepanekud olukorra parandamiseks	31
KOKKUVÕTE	34
SUMMARY	36
VIIDATUD ALLIKAD	38

LISAD	41
Lisa 1. Rütli tänava ehitismälestised.....	41
Lisa 2. Kinnisvara andmed Pärnu linna ja Rütli tänava kohta.....	42
Lisa 3. Tänavaküsitluse blankett.....	43
Lisa 4. Andmed tänavaküsitluse vaatajata kohta.....	44

ABSTRAKT

Töö pealkiri on: Kaubandustänavate hääbumine Pärnu kesklinna Rüütli tänava näitel

Kaubandustänavade olukord on vastastikku tihedalt seotud tarbimisühiskonna majanduslike, sotsiaalsete ja kultuuriliste dimensioonidega. Mõned linnad on head näited elukvaliteedi paremaks muutumisel kaubandustänavail, aga on ka neid, mis on hääbumas. Töö eesmärgiks on välja tuua põhjused, mis on mõjutanud kaubandustänavate saatust ja kuidas oleks võimalik olukorda parandada. Siinkohal on uuritavaks objektiks võetud Rüütli tänav Pärnus.

Rüütli tänavat ei ole võimalik enam nimetada kaubandustänavaks. Kui kunagi olid kõik sealsed äripinnad kaetud erinevate kauplustega, siis tänaseks need puuduvad ja seetõttu liigub seal ka rahvast vähem.

Töös uuritakse lähemalt, mis on saanud Rüütli tänavale saatuseks. Selleks kasutatakse kvalitatiivset metodoloogiat, võttes kasutusele järgmised uurimismeetodid: tekstianalüüs, vaatlus, küsitlust ja intervjuerimine.

Tekstianalüüsi põhjal on jõutud järeldusele, et Rüütli tänav on vähe representeeritud nii erinevates raamatutes kui ka turismiinfokeskusest kogutud voldikutes. Vaatlusel sai kinnitust, et enamik äripindu on tõesti tühjad. Vaadates nende maksumuse statistikat läbi aastate, näeme, et hinnad on tõusnud. Niisamuti tuli välja intervjuudes, et tõusvas joones kallinevad rendihinnad on üheks hääbumist põhjustavaks faktoriks. Lisaks avaldavad mõju karmid reeglid reklaaminduses ja muinsuskaitstes.

Lahenduseks püüab linn edaspidi kontrollida kaubanduskeskuste teket äärelinnadesse ja muuta kesklinna ümbritsevat teedevõrku. Ka ettevõtjate ja omavalitsuse ühine koostöö võiks olukorda leevendada, et tänav saaks täita oma ülesannet.

Võtmesõnad: kaubandustänav, kaubanduskeskus, hääbumine, turism, kesklinn, muinsuskaitse

SISSEJUHATUS

Linnadünaamika ja selle taaselustamine on viimastel aastatel olnud üks aktuaalsemaid teemasid. Taaselustamine on linnaruumi transformatsiooniprotsess, milles väljenduvad sotsiaalsed, kultuurilised ja majanduslikud dimensioonid (Müürsepp 2013, 6). Kiired sotsiaal-majanduslikud muutused on andnud võimaluse uute ja alternatiivsete elamisruumide loomiseks, mille tagajärjel on tekkinud vaeglinnastumine. Selle tagajärjel on mõned kaubandustänavad on kaotanud oma endise funktsiooni ja hakanud hääbuma.

Erinevates maailmapaikades on palju jõudsa majanduskasvuga linnu. Kaubandustänavad töötavad aktiivselt ja on endiselt populaarsed. Samas leidub ka selliseid paiku, kus on olukord vastupidine. Uue tehnoloogia arenguga on suurenenud inimeste vajadus mugavuse järele, mida pakuvad erinevad alternatiivsed variandid ning kaubandustänavad on sellepärast hääbunud või kaotanud oma otstarbe. Bakalaureusetöös püütaksegi välja selgitada, mis on olnud kaubandustänavate hääbumise põhjusteks Pärnu kesklinnas asuva Rüütli tänava näitel.

Õpingute raames tehtud teises uurimistöös sai põgusalt tutvutud Rüütli tänava olukorraga Pärnus. 1990ndatel oli Rüütli tänav Pärnu aktiivne kaubandustänav, kust inimesed tegid enamiku oma vajalikest ostudest. Tänav pakkus paljusid erinevaid teenuseid ega leidunud ühki tühja äripinda. Uuringust selgus, et kaubanduskeskuste tekkega hakkas Rüütli tänav hääbuma. Kuna kaubanduskeskused suutsid kiiremini kohanduda inimeste vajadustega. Uurimistööst tuli välja, et protsessi tähenduse paremaks mõistmiseks tuleks arvestada elanike kogemusi ja ametnike professionaalset arvamust. (Ruusmann 2014)

Bakalaureusetöö põhieesmärgiks on uurida Rüütli tänava kui kaubandustänav hääbumise põhjuseid Pärnus. Mõistmaks, et kaubandustänavat hoiavad üleval inimeste tegevused, on nende arvamused väga olulised. Selleks, et analüüsida kaubandustänav hääbumise põhjuseid, oleks oluline neid uurida erinevatest vaatenurkadest. Kuigi tekstanalüüs mängib olulist rolli, annab inimeste seisukohtae uurimine oluliselt rohkem informatsiooni. Uurides erinevaid allikaid püütakse selgusele jõuda, mis on saanud Rüütli tänavale saatuslikuks ning mida ja mida on tehtud olukorra parandamiseks.

Uurimuse fookuses on Rüütli tänav Pärnu linnas. Empiirilise materjali osadeks on nii tekstanalüüs, endapoolne vaatlus kui ka tänavaküsitlus. Materjali põhiosa moodustavad kolm intervjuud erinevatest valdkondadest pärit inimestega.

Bakalaureusetöö jaguneb kolmeks osaks: teooria, metodoloogia ning empiiriline uurimus Rüütli tänava juhtumi põhjal. Esimeses osas analüüsitakse kaubandustänavate olulisust. Tuuakse välja erinevad tegurid, mis on mõjutanud nende kujunemist. Seejärel tuuakse välja peamised põhjused, mis on viinud kaubandustänavate hääbumiseni ning selleks võrreldakse lähemalt mõningaid asjassepuutuvaid tegureid. Samuti uuritakse esimesi samme, mida on tehtud kaubandustänavate taaselustamiseks lähtudes mitmetest näidetest maailma eri paikades.

Teises peatükis on välja toodud uuritava objekti tutvustavad materjalid ning seejärel uurimuses kasutusele võetud kvalitatiivse lähenemise uurimismeetodid (tekstianalüüs, vaatluse, tänavaküsitlus ja intervjuud erinevatest valdkondadest pärit inimestega). Lähtuvalt sellest tutvustatakse lähemalt intervjuueeritavate tausta. Kolmandas osas esitatakse analüüsitulemused, mis seletavad Rüütli kaubandustänavade hääbumise põhjuseid ning küsitletud ja intervjuueeritud inimeste tajumist, kuidas on võimalik taaselustada endist peamist Pärnu linna aktiivset kaubandustänavat.

1. TEOREETILISED KÄSITLUSED

Käesolevas peatükis selgitatakse šoppamis- (ing.k. *shopping street*) ehk kaubandustäna mõistet. Uuritakse täna osatähtsust tänapäeva ühiskonnas ning millised on peamised probleemid, mis seda ümbritsevad. Tuuakse välja tegurid, mis tagavad šoppamistänavate languse maailmapildis ning kuidas selle vastu võideldakse.

1.1. Kaubandustänav kaasaegses ühiskonnas

Kaubandustänavad on üks osa kultuurist ning neid võib isegi mõnedes paikades nimetada kultuuripärandiks. Eristatakse kahte kultuuripärandi vormi – materiaalselt ja immateriaalselt pärandit (Ahmad 2006, 293-294). Materiaalseks võib lugeda kõike käegakatsutavat: ehitisi, vanu münte, rahvariideid jne. Immateriaalseks saab pidada rahva enda loomingu: luulet, rahvatantsu, rahvajutte, muistendeid. Ka poodlemine on kujunenud omamoodi kultuuriks. See sai alguse juba hiliskeskajal, kui rahvas oli koondunud linnadesse ning tõusis esile vajadus söögi ja esmatarbekaupade järele. Tekkisid turud ning hakati looma esimesi regulatsioone (Davis 2006). Selle protsessi tulemusena on tänapäeva kaubanduse tähendus laienenud. Juba Hofstede on selgitanud, kuidas kultuur pärandub ühelt põlvkonnalt teisele ning seda iga kord väikeste muutustega, kuna järgmine põlvkond lisab midagi enda poolt juurde (Hofstede 1984, 21-23). Niisamuti on see juhtunud ka kaubandustänavatega.

Kaubandustänavaid võib vaadelda kui aglomeratsiooni, kus sarnaste omadustega üksused koonduvad ühte kohta (Teller 2008, 381). Need planeerivad ning nii-öelda valitsevad ümbrust. Üheskoos mõjutatakse sealset atmosfääri. Sellest võib järeldada, et tänavad tõesti mängivad olulist rolli avalikus ruumis ja on üks tähtsamaid sümboleid avalikus valduses (Zadeh, Sulaiman 2010, 433).

Kaubandustänavad on üks osa ühiskonnast, mida tuleks hoida kontrolli all ja disainida. Selleks on oluline teada, mida inimesed seal teha mõtlevad ning kuidas tegutsevad. Kuna tänavad on kujunenud rahva kätetööna, mängib inimene suurt rolli nende edasisel

kujundamisel. Samal ajal mõjutavad tänavad ise ka inimeste suhtumist ning loovad uusi harjumusi. Nad mängivad suurt rolli nii majanduskasvus kui ka ühtsustunde loomises. Teadlased on isegi välja öelnud, et tänav kui selline ei ole ainult rada liikumiseks, vaid pigem sotsialiseerumisaik. Kaubandustänav realiseerib oma funktsiooni kui sellist täites poe eesmärgi (koht, kus saab muretseda esmatarbe- ja söögikaupu) ja muutudes iga aastaga järjest tähtsamaks rahva tõmbekeskuseks. Nüüdseks on sellest saanud koht, kus plaanitakse kokkusaamisi ja külastatakse erinevaid meelelahutusüritusi. (Zadeh, Sulaiman 2010, 433-434)

Iga poed, kohvik, park, monument jne on tähtis antud kogukonnale. Nende jaoks on sellel oma tähendus, mis eristab just neid teistest linnadest ja tänavatest. Siinkohal nõustuks Zukin-iga (2012, 282), kes on öelnud, et kohalikud kaubandustänavad on „linn linnas.“ Selle all mõeldakse, et igal objektil on mingisugune sümbolne tähendus ja unikaalsus, mille tõttu ta moodustab omaette linna, mille tõttuolulise oluline kõiki neid väikseid kohti ja objekte hoida. Kui näiteks mõelda punastele postkastidele või kahekordsetele bussidele, siis neid saab seostada Inglismaaga. Kuuldes härjajooksudest, tuleb kohe meelde Hispaania. Igal esemel, traditsioonil ja kombel on sentimentaalne väärtus, mis teeb selle paiga eriliseks. Niisamuti on ka kaubandustänavad, kus on endiselt säilinud need väikesed poed, mis on püüdnud põlvkonnast põlvkonnale. Hollandis leidub siiani väikeseid tänavaid, kus on säilinud vanaaegsed poed, mis on olnud juba mitukümmend aastat käigus ning kus on tunda vanakooli hõngu. Mingis mõttes on see tähtis kohaliku kogukonna jaoks, aga eelkõige turistidele. Kõik, kes Amsterdamit külastavad, soovivad eelkõige näha rahvuslikku kultuuri, mitte majanduse moderniseerumist (Ibid.). Sama näide kehtib ka Iraani kohta. Mashhad on olnud aastakümneid paljude kultuuriinimeste huviorbiidis. Linnas on säilinud tema täisväärtuslik kultuur ning traditsioonid. Keskpunktiks on peatänav Shirazi, mis on üks esimesi tänavaid nimetatud linnas ja tänapäevani üks populaarsemaid kohti. Seal on suudetud hoida oma kultuuri ja selle omapära. On jäädud oma uskumustele truuks ning tänu sellele on kaubandustänavad säilinud täies jõus ja tugevuses. Turistid üle maailma külastavad seda paika, et tutvuda koha kultuuri ja arhitektuuriga. (Zadeh, Sulaiman 2010, 435)

Väga hea tänav tagab stabiilsema ühiskonna, kus võib tunda end mugavalt ja kindlalt ning on täis mälestusi. Kõige paremad on need tänavad, mis pakuvad inimestele rõõmu, kuhu tahetakse ikka ja jälle tulla ja kus tahetakse elada (Zadeh, Sulaiman 2010, 435). Sama mõte käib ka kaubandustänavate kohta. Whyte on kunagi öelnud, et tänav on linna elujõgi - koht, kuhu kogunetakse ja teerada, mis viib linna südamesse (Zadeh, Sulaiman 2010, 433).

1.2. Kaubandustänava arengut mõjutavad tegurid

Kaubandustänavad võivad rikastada inimühiskonda, kui need toimivad hästi. Kahjuks mitte alati ei pruugi tänav kaasa aidata kogukonna arengule, vaid vastupidiselt, võib põhjustada selle allakäiku. Kaasaaitavaks teguriks võib olla majanduslangus, kui välised (harjumuste muutused, pidev moderniseerimine, ränded) ja sisemised (poodide olukord) tegurid liiguvad eri kiirusega. Olukord, kus ettevõtted ei suuda sammu pidada ühiskonna arenguga, võib lõppeda paljude äride pankrotiga. (Geun-won, Nakamura 2009, 166)

Maailmas on palju erineval arengutasemel kaubandustänavaid. Mõnel neist pulbitseb elu, aga teised hakkavad vaikselt hääbuma ja neid nimetatakse rahvakeeli halbadeks tänavateks. Seal ei taheta elada, äri ajada ega aega viita – puudub igasugune turvatunne ning meelelahutus. Külastatakse ikka neid kohti, kus on aktiivne elu. Seega võib öelda, et kaubandustänavad on üldises mõttes head tänavad. Järgnevas tabelis (tabel 1) tuuakse välja hea ja halva tänava tunnused.

Tabel 1. Halva ja hea tänava tunnused

Halvad tänavad	Head tänavad
- Mustad ja halvasti säilitatud	- Puhtad ja organiseeritud
- Domineeriv liiklus	- Jalakäijate ja ühissõidukite harmoonilisus
- Turvatunde puudumine	- Valgustatud ja turvaline
- Ebaökonoomsus	- Huvitavad vaatamisväärsused ja nendega seotud tegevused
- Räämas või odav väljanägemine	- Atraktiivne väljanägemine
- Halb ligipääsetavus	- Hea ligipääsetavus
- Ebamugav kasutada	- Mugav kasutada
- Inimvaenulik ja ilmetu	- Inimlik ja iseloomulik

Allikas: (Carmona 2014, 10)

Carmona (2014, 9-19) on toonud oma uuringus välja viis peamist tegurit, mis mõjutavad kaubandustänavat:

- 1) füüsiline olek,
- 2) kinnisvara,
- 3) ränne,
- 4) teede olukord (liiklus),
- 5) juhtimine.

Kõik need funktsioonid on omavahel mingil määral seotud, samas on kõigil ka oma head ja vead ning võimalused ja ohud. Kui arvestada antud tegureid, on võimalik analüüsida kaubandustänavate olemust. See on hea viis leidmaks nõrku külgi ning vajaduse korral need kõrvaldada. Üldjuhul sooviksid kõik tänavad lõppkokkuvõttes olla heas nimekirjas, mis võiks olla üks viisidest, kuidas majandust antud piirkonnas arendada.

Kaubandustänavate konflikte tuleb lahendada ja nendest aru saada, kuna ainult selliselt on võimalik tasakaalustada olukorda. Iga funktsioon toob välja kas kõige paremad või siis halvimal küljel tänavalt. Üldmuljele (disain, ehitised) ja sellele, kui atraktiivne ta on, võivad mõjuda väga palju ka kõrval asuvad tänavad. Liikumine mööda tänavat või isegi juhu-külastused võivad muuta sealsed poed atraktiivsemaks. Samas võib tihe liiklus pärssida inimeste tegevust. Ka kinnisvaral on oma roll ja sellel, missuguse majandusliku ja kultuurilise taustaga inimesed seal elavad ja ettevõtteid rajavad. Kõik see võib mõjutada kaubandustänavate edukust ja valed otsused võivad viia nende väljasuremiseni. Järgnevas tabelis (tabel 2) on lühidalt välja toodud viie teguri olemused (head, vead, võimalused ja ohud) ja näidatud iga teguri mõju kaubandustänavatele.

Tabel 2. Tegurite mõjud kaubandustänavatele

Tegurid	Tugevused	Nõrkused	Võimalused	Ohud
Ehituslikud	Omapärased ja ajaloolised ehitised	Halb korrashoid, kehv valgustus, vähene, halb sisustus	Investeeringud tõstaks majandustaset	Halb juhtimine ja halvad investeeringud
Kinnisvara	Investorite mitmekesisus, parem disain loob paremad väljavaated	Kõrged maksud ja rendihinnad, ettevõtete sulgemine	Väikeettevõtete parem nõustamine, mugavuse kasv	Tugev konkurents sööb teised välja
Ränne	Mitmekesine klientuur ja tegevus	Konfliktid (teine maailmavaade)	Uued üritused, tegevused ja ettevõtted	Rassism, e-kaubanduse võidutsemine
Teede olukord	Hästi ühendatud teedevõrgustik ja transport	Parkimiskohtade vähesus, suurenev liiklus, liiklusõnnetused, ruumi puudus	Organiseeritud liiklus, parem ühistranspordi võimalus	Suurenev liiklus, mitte arvestamine jalakäijate vajadustega

Tegurid	Tugevused	Nõrkused	Võimalused	Ohud
Juhtimine	Huvide mitmekesisus	Killustatud valitsemine, ei suudeta näha tervikpilti	Ettevõtjate kaasamine otsustamisse, parem organiseerimine	Suutmatus õppida vigadest

Allikas: (Carmona 2014, 20)

Kaubandustänavade areng sõltub neist tegureist – ühe faktori halvenemine mõjutab ka teisi samas suunas. Kui on olemas soov tänavat turgutada ja suurendada selle potentsiaali, siis tuleb kõiki neid funktsioone antud tänaval põhjalikumalt analüüsida, et leida põhjused, mis mõjuvad negatiivselt, et siis need tasapisi asendada turgutatavate meetoditega.

1.3. Kaubandustänavade languse põhjused

Kaubandustänavate olukord on erinevates riikides ja linnades erinev. Mõnel pool on need siiani tähelepanu keskpunktis ja hoiavad kogu majandust heal järjel. Kahjuks kipub enamikes kohtades tänavate populaarsus hääbuma. Kuna inimeste elutempo pidevalt muutub ja tehnoloogia areneb, siis muutuvad ka inimeste vajadused. Järgnevalt tuuakse välja peamised tegurid, mis on põhjustanud kaubandustänavate kadumist:

1. Juhtimine. Kohalik omavalitsus (KOV) võib oma suure kontrollimisega või hoopis üksikõiksusega raskendada ettevõtjate püsimist kaubandustänavatel. KOV avaldab mõju rendihindadele, seab regulatsioone ehituses ja disainis, korraldab infrastruktuuri ja määrab parkimiskorda. Kui need tingimused mingil hetkel karmistuvad ja aina vähendavad isetegutsemist, siis see põhjustab ettevõtete kolimist. Kui neis kohtades pole enam pooldemisvõimalusi, on raske meelitada sinna ka inimesi. (Teller 2008, 384-385)
2. Keskkonna faktorid: mikro- ja makrokeskkonna faktorid. Makrokeskkonna faktoriteks on ühiskond, tehnoloogia ja poliitika ning mikrokeskkonna faktorid konkurentide ja väikepoodide asukoht (Coca-Stefaniaka et al. 2005, 362-363). Kuna tänapäevases ühiskonnas toimub eeslinnastumine, siis kesklinnad jäävad järjest tühjemaks ning jõukamad inimesed kolivad linnast välja (Ojamäe 2013). Suuremad poed asetsevad kesk- ja kõrgklassi piirkondades (peamiselt ääre-

linnades) ja võtavad ära suurema osa kliente. Samas väiksemad poed, mis asuvad kesklinnas, on ümbritsetud vähejõukamate inimestega. Kirjeldatud nähtus leidis aset Eestis 1990ndatel, millega seoses tekkisid eeslinnadesse ka suuremad poed.

3. Segunevad kultuurid. Läbi üha suureneva migratsiooni on toimunud aina laiaulatuslikum globaliseerumine, millega seoses segunevad eri maade kultuurid. Kaubandustänavatele tekivad erinevatest kultuuridest pärinevad poed ja restoranid. Neil kõigil on oma nägemus disainist ja inimeste vajadustest. On oht, et võib tekkida organiseerimatus ja ebavajalike kaupade müük või vajalike kaupade puudus. Näiteks on mõningates Londoni linnaosades toimunud paljude kultuuride segunemine. Kaubandustänavad on täis erinevat laadi poode, mis muudab kogu tänava väljanägemise kaootiliseks ning ebaturvaliseks. Kohalikud inimesed järjest enam väldivad nendes kohtades käimist. (Carmona 2014)
4. Uus põlvkond ja uued harjumused. Uue põlvkonnaga kaasnevad uued vaated ja harjumused. Vanem põlvkond tunneb suuremat lähedust kaubandustänavatega, kus nad on üles kasvanud ja veetnud suurema osa oma ajast. Kahjuks uuema põlvkonna puhul see puudub. Noored käivad uuendustega kaasas ja eelistavad kaasaegsemat tehnoloogiat koos atraktsioonidega, mida tänavad ei saa pakkuda. Uuemal põlvkonnal on vähem tahtmist minna šoppama kesklinna tänavatele. (Zadeh, Sulaiman 2010, 439). Siinkohal nõustuksin ainult osaliselt artikli autoritega, kuna suuremates linnades, näiteks Londonis ja New Yorkis, on olukord pigem vastupidine. Noored heameelega jalutavad seal ringi ja rahuldavad oma poodelmisvajadusi samal ajal kui vanemad inimesed hoiavad nendest paikadest pigem eemale, kuna koht on ülerahvastatud.
5. Turistide puudus. Turismindus võib tuua palju tuntut ja aidata kaasa majanduse kasvule. Kui turistide arv kahaneb, siis võivad ka tänavad tühjaks jääda. Turiste huvitavad peale ajaloo ja arhitektuuri ka lõbustuskohad. Enam ei ole võimalik ainult tänavakaubanduse ja ajalooliste ehitistega turistide kohale meelitada ega majandust elavdada. (Rabbiosi 2014, 199)
6. Kaubanduskeskuste laienemine. Viimastel aastakümnetel on kaubanduskeskuste arv kasvanud suurel määral. Sellega seoses inimesed eelistavad nende külastamist šoppamistänavatele. Kuna rahvast liigub seal vähe, siis kolivad ka poed ära. Näiteks Brisbane-is, Austraalias, peaaegu kahekordistus kaubanduskeskuste arv

aastatel 1993 – 2008 (1993.a 98 tk ja 2008.a 183 tk), mille tulemusena on traditsiooniline tänavakaubandus väga väike või peaaegu kadunud. (Goodman, Coiacetto 2012)

Kõik need tegurid on väga tihedalt omavahel seotud. Enamjaolt esinevad nad korraga ja kõikjal. Ühe probleemi süvenemine annab tõuke ka teistele. Kui kord juba kaupmehed hakkavad tänavatelt lahkuma, ei leia ka külastajad enam põhjust šoppamistänavatel viibida, mille tulemusena jäävadki tänavad aina tühjemaks ning üha rohkem ettevõtjaid on sunnitud kolima. Sellisel juhul pole see paik enam turistidele atraktiivne ning lõpuks jäävadki järele tühjad tänavad.

Põhjuseid võib olla veelgi, aga ülal väljatoodud kuus on kõige kaalukamad kaubandustänavate arengu seisukohast. Seepärast on oluline teha kindlaks majandust pidurdavad allikad, et teha vajalikke muutusi tänava hüvanguks.

1.4. Kaubandustänav ja kaubanduskeskuse võrdlus

Kaubanduskeskuste laialdane levik on olnud peamiseks põhjuseks, miks väga paljudes paikades kaubandustänavad kui sellised on unustusse jäänud. Kaubanduskeskused on saavutanud oma populaarsuse mugavuse ja uudsemate lahenduste tõttu. See on nüüd koht, kust muretsetakse endale kõik vajalik ühest kohast samal ajal veetes meeldivalt vaba aega.

Järgnevas tabelis (tabel 3) on võrreldud kaubandustänavat ja kaubanduskeskust.

Tabel 3. Kaubandustänav ja kaubanduskeskuse võrdlus

Tegurid	Kaubandustänav	Kaubanduskeskus
Omandiõigus	Pinna rentimine või ostmine	Puudub, ainult rentimise võimalus
Üksuse juhtimine	KOV, kes paneb paika regulatsioonid	Kaubanduskeskuse juhtkond
Asukoht	Kesklinn	Kesklinn, äärelinn
Disain	Puudub organiseeritus ja kindlad nõuded väljanägemisele	Juhtkond määrab ja organiseerib ostukeskuse välimuse
Juurdepääs	Jalgsi, ühistransport	Võimalus kasutada oma transporti
Parkimisvõimalused	Sõltub vabade kohtade olemasolust, tasuline parkimine, ajalimiit	Vastavalt vajadusele piisaval arvul kohti, üldjuhul tasuta parkimine ja ajalimiidita

Tegurid	Kaubandustänav	Kaubanduskeskus
Poodide mitmekesisus	Ei lähtu vajadusest	Juhtkond organiseerib vastavalt klientide vajadusele
Muud teenused (lahtiolekuajad, koristusteenused, tualettruumid)	Määravad kaupluste omanikud	Juhtkond määrab ja vastutab vajalike muude teenuste eest
Meelelahutus, reklaam	Puudub, igäüks muretseb ise	Juhtkond organiseerib nii vajalikud meelelahutusüritused kui ka reklaami

Allikas: (Teller 2008, 387)

Tabeli põhjal (tabel 3) võib järeldada, et müüjatel tuleb odavam ja mugavam, kui nad otsustavad kaubanduskeskuse kasuks. Seal olles ei pea nad muretsema mitte millegi pärast, kuna kõik on täpselt organiseeritud. Samal ajal on ka klientidel mugavam külastada suuri keskuseid, kuna nende vajadused on seal kõik rahuldatud. Poodide tänaval on küll suurem sõltumatus, kuna kaupmehed saavad ise langetada valikuid, aga siiski paljud teenused on nende jaoks piiratud. Paljude kaubandustänavate probleemiks on ruumipuudus – tänavad on kitsad ja puudub piisav ruum jalakäijate jaoks, kes ei tunne end selle tõttu turvaliselt. Samuti pole sellistes kohtades ruumi muudeks mugavusteks nagu näiteks pingikeste olemasoluks. (Zadeh, Sulaiman 2010, 444)

Müüjatel on tihtipeale parem otsustada kaubanduskeskuste kasuks. Peale selle, et seal on mugavam ja odavam, on seal ka parem infrastruktuur. Kuna enamik kaubandustänavaid on tekkinud sajandeid tagasi, siis selle tõttu on tänavad kitsad ja kaubaautodel on raske sinna ligi pääseda. Kaubanduskeskuses hoolitsetakse kõigi mugavuste eest ja aeg-ajalt viiakse läbi ka meelelahutusüritusi, mis toovad veelgi rohkem inimesi kohale.

Ka omavalitsus piirab teatud määral kaubandustänavate elavnemist. Kuna enamik kaubandustänavaid on tekkinud sajandeid tagasi, siis nad on pärand linnale. Seal asuvad majad on tihtipeale vanad ja külmad ning nende igakuised kommunaalkulud suured. Kahjuks paljusid ajaloolisi ehitisi ei ole võimalik ümber ehitada või vajalikke juurdeehitisi teha – kõik on KOV poolt ettemääratud ja muinsuskaitseameti poolt kinnitatud.

Kaubanduskeskused pakuvad palju mugavusi, millega tänavad ei suuda võistelda. Inimesed teevad oma igapäevased ostud just seal ning seetõttu jäävad kesklinna tänavad järjest tühjemaks. Nimetatud arengu tulemusena on viimased poeomanikud sunnitud kohta vahetama. Ka turistidel puudub soov vastavaid tänavaid külastada, kui äripinnad on tühjad ja tänavail valitseb vaikus.

1.5. Meetmed kaubandustänavate taaselustamiseks

Kaubandustänavad on osades paikades nii-öelda väljasuremisohus samal ajal kui teistes paikades on jällegi käidud ajaga kaasas ning tehtud vajalikud muudatused. Nendele tänavatele ei saa läheneda sama põhimõttega kui mõned aastakümned tagasi, kuna inimeste mõttemaailm ja tegutsemisviis on aastatega muutunud. Seetõttu tuleb käia ajaga kaasas ning muuta ka tänavate olemust ja püüda meelitada sinna nii kohalikke kui ka turiste ning taasluua atraktiivseid sotsiaalmajanduslikke tegevusi.

Eelmises alapeatükis välja toodud tegurid, mis on kahandanud tänavate populaarsust, võiksid töötada vastupidiselt. Näiteks Ankara linnas, Türgis, tekitasid kaubanduskeskused suuri probleeme, kui poed koos klientuuriga kolisid tänavatelt ära keskustesse. Kaubanduskeskustes olid tuntumad tootemärgid ja populaarsemad kaubad – kõik mida inimesed endale soovisid. Olukorrale leiti lahendus selliselt, et ka tänavapoed hakkasid ise kaupleva tuntud tootemärgistusega kaupadega ja odavamalt. (Ozuduru et al. 2012, 148) Selle tulemusena käib taas elu kaubandustänavatel ja kogub aastatega enam populaarsust ka turistide seas.

Turistide kohale meelitamine aitab igal pool elavdada keskkonda. Järelikult on vaja rohkem atraktsioone, mis pakuksid inimestele huvi. Ainult ajalugu ja arhitektuur ei suuda lõpmatuseni turiste kohale meelitada. Näiteks Pariis on suutnud ennast tõestada selles vallas, saades aru, et ilma muudatusteta pole võimalik edasi liikuda. Uute võimaluste otsingul on loodud Disneyland, mis tänu on ainulaadsusele Euroopas meelitab ligi palju turiste. Rahvas liigub jälle ning tänavad on taas nii-öelda õitsele puhkenud. (Rabbiosi 2014, 199)

Meelelahutus on üks parimaid viise, kuidas tõsta kaubandustänavate atraktiivsust. Kõige paremaks näiteks on siin London. Aastal 2013 külastas Londonit 16,8 miljonit inimest (Record ...), kuna linn on suutnud ajaga kaasas käia ning muretsenud atraktsioone linna südamesse (London Eye, Sea Life London Aquarium jne). Samal ajal pakutakse tänavatel piisavalt meelelahutusprogramme. Kõndides mööda South Bank tänavat, leidub seal midagi igäihele: tantsijaid, mustkunstnikke kui ka teisi meelelahutajaid. Seetõttu on Londoni südalinna tänavad koos paljude poodide ja restoranidega alati rahvast pungil.

Kõigele lisaks võib kultuuride mitmekesisus positiivset mõju avaldada ja ilmselgelt on London selle võimaluse ära kasutanud. Näiteks kesklinnas on eraldi linnaosa, mida nimetatakse hiina linnaks (inglise keeles China town). Paiga teeb toimivaks ja ainulaadseks

see, et üks kultuur on pandud kindlasse asukohta. Inimesed, keda huvitab rohkem idamaine kultuur võivadki antud kohta minna. (Carmona 2014).

Mõnikord saab ära kasutada linna ajaloolist tausta. Sellist võimalust kasutas näiteks Bourboni tänav, New Orleansis, Ameerikas. Tänav on juba ajalooliselt olnud tuntud kui punaste laternate tänav. Kuigi see ei ole asjaolu, millega olla kõikidel meeles, on see tänavale toonud tuntuse. Tänapäeval on see koht täis poode, kus müüakse seksuaalsusele viitavaid kaupu. Tänu sellele on tänav aktiivne ning elu käib. (Vesey, Dimanche 2010)

Ka valitsus saab enda poolt kaasa aidata tehes leebemaid määruseid või toetades piirkonda finantsiliselt. Näiteks Londoni valitsus on aru saanud, et majanduskasvu tagamiseks on vajalik teha teatud investeeringuid, sest kaubandustänavad on üks osa majandusest. Londonis on umbes 1200 kaubandustänavat ning kõik need pakuvad tööd ja elamispiindu. Just seepärast ongi vaja neid piirkondi aeg-ajalt turgutada ja aidata. Londoni linnavalitsus toetabki neid iga-aastaselt väga suurte summadega – üle 100 miljoni naela. Näiteks Camden Town, mis on kuulus eelkõige oma turu poolest, sai eelmisel aastal üle kahe miljoni naela toetust. (The Mayor ... 2014, 12-14)

Nagu lähtub eespool toodud näidetest, on võimalik kaubandustänavaid turgutada erinevatel viisidel. Tuleb ainult ajaga kaasas käia ja lähtuda inimeste vajadustest. Kui nendel tänavatel elu käib, siis inimesed tunnevad ennast seal turvaliselt. Inimesed liiguvad seal meelsasti ringi, soovivad elada ning äri ajada. Sellest tingituna tuleb ka väljapoolt inimesi juurde. Kõik see rikastab ümbritsevat ning aitab kaasa majandusele. Inimestel on tööd, majad on välja renditud ja tänavate üldmulje on hea ning korras. Kui kaubanduskeskused on siiski mõeldud rohkem poodlemiseks, siis tänavad peaksid pakkuma inimeste kohalemeelitamiseks meelelahutust (Ozuduru et al. 2012, 154).

Kaubandustänavatel on olnud pikk ajalugu ning oma roll ja väärtus minevikus. Tänapäeval on need tänavad säilinud, kuid nende olemus on muutunud. Kuna ühiskond moderniseerub pidevalt, siis tuleb ka kaubandustänavatel ajaga kaasas käia. On linnu, kus tänavad on täis rahvamasse ning majandus õitseb, samal ajal leidub kohti, mis vajavad taaselustamist. Oluline on teada tegureid, mis on viinud sellise olukorrani. Mahajäetud piirkond mõjub alati majandusele halvasti ja seepärast on vaja teha mõningaid muudatusi. Paljud linnad kasutavad selleks erinevaid taktikaid: valitsuse toetused, turismindus, meelelahutus, arhitektuur. Kõik see sõltub riigist ja linnast, nende eelistustest ja koostööst.

2. METODOLOOGILISED LÄHTEKOHAD

Antud peatükis keskendutakse Rüütli tänavale Pärnus. Rüütli tänav on Pärnu süda, mida kunagi sõltumata aastaajast külastasid rahvahulgad. See oli koht, kus tehti suurem osa oma sisseostudest. Nüüdseks on tänav rahvast täis ainult suviti, kui saabuvad turistid. Teistel aastaegadel valitseb seal vaikus, ka poodide uste taga. Seepärast tuuakse järgnevas peatükis välja uurimismeetodid, mille alusel analüüsitakse tänava hääbumise põhjuseid.

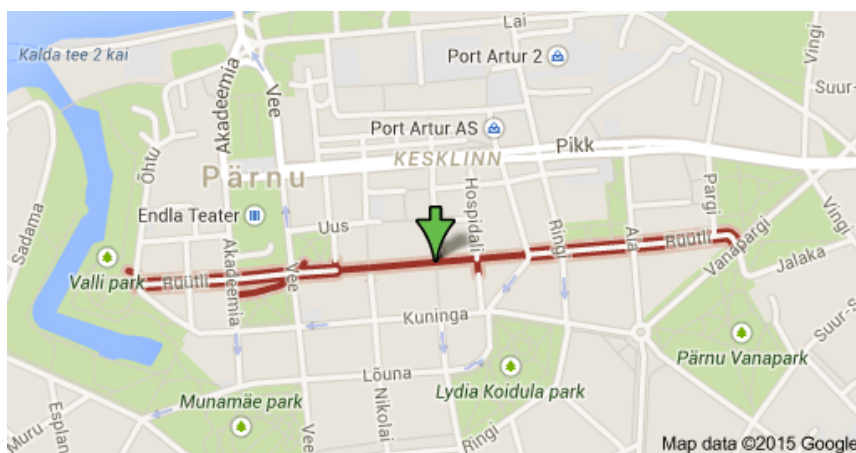
2.1. Pärnu ja selle Rüütli tänav

Pärnut tuntakse eeskätt suvepealinnana, kuid igapäev on linnast oma ettekujutus. Arhitektuuriga seotud inimesed tunnevad Pärnut kui Eesti funktsionalismi pealinna. Ajakirjandust jälgivad inimesed teavad Pärnut kui värvikate poliitiliste skandaalide linna. Kõigil inimestel, kes Pärnuga mingit sidet tunnevad, on tegelikult oma Pärnu. (Välja 2008, 9)

Pärnut teatakse ka kui rikka ajaloo ja atraktiivse olevikuga 177-aasta vanust kuurortlinna. Pärnul on looduslikult soodne asukoht mere ja jõe vahetus läheduses ning lõunasse avanev madalaveeline liivarand. Siinsete inimeste külalislahkus ning mõnus linnakeskkond on kaasa aidanud linna arengule ja tuntusele ning kujundanud Pärnust hansa-, sadama-, kuurort- ja suvepealinna. Pärnu ajalugu algab aastast 1251, kui linna esmakordselt mainiti. 14.-15. sajandil oli Pärnu tähtis hansalinn, 17. sajandil kuulus Rootsi võimu alla ja 19. sajandil algas Pärnu kui kuurortlinna areng. 1996. aastal sai Pärnust Eesti suvepealinn ning 2005. aastal valis Briti ajaleht *The Independent* Pärnu ranna üheks atraktiivsemaks Euroopas. (Pärnu ... 2015)

Kesklinna südameks võib lugeda Rüütli tänavat (joonis 1). Kõndides mööda tänavat, võib märgata kõikjal enda ümber ajalugu. Läbi viimaste sajandite on Rüütli tänav olnud üks linna peatänavaid, millest läbi jalutades saame kireva läbilõike viimaste sajandite arhitektuurist. Kunagi ehitatud ühe- ja pooleteistkordsed puidust hooned asendusid 19. sajandi teisel poolel ja 20. sajandi algul enamasti kahe-, mõningatel juhtudel isegi kolmekorruseliste

kivimajadega (Välja 2008, 22). Neis kõigis leidub mingeid omapäraseid detaile, mis kannavad endas aastate või isegi sajandite pikkusi mälestusi. Rüütli tänava majad ei ole tavalised tänapäeva elamud, vaid kannavad endas erinevate ajastute stiile. Seepärast võib Rüütli tänavalt leida mitmeid arhitektuurimäletusi, mis on muinsuskaitse all (vaata lisa 1).



Joonis 1. Rüütli tänav Pärnus

Allikas: (Rüütli tänav ... 2015)

Rüütli tänav, nagu ka temaga paralleelselt kulgevad Kuninga ja Uus tänav on vanauusajast. Ehkki Pärnu ise tekkis keskajal, kujunes ta kiiresti väikeseks rikkaks kaubalinnaks, mis 14.-15. sajandil ümbritseti linnamüüri ja tornidega. Kahjuks 16. ja 17. sajandil sai linn sõdade käigus palju kannatada. Rootsi võimu ajal (1617-1710) õnneks linna jõukus taastus ning see oligi aeg, mil tekkis Rüütli tänav. (Kann 2011)

Rootsi Kuningriik hakkas kindlustama oma idapoolseid alasid 1670. aastatel ja Pärnut hakati välja kujundama oma aja moodsaimaks merekindluseks. Pikemaks ehitati keskaegsed Vee, Nikolai, Pühavaimu ja Hospitali tänav. Päril uute tänavatena tekkisid Hommiku, Õhtu, Vana-Tallinna, Akadeemia, Lõuna, Uus, Kuninga ja Rüütli. (Ibid.)

Rüütlist kujunes kohe üks linna tähtsaim tänav oma uhkete äri- ja eluhoonetega, kus käis kogu aeg vilgas tegevus. Kõigele sellele aitas kaasa raudtee jõudmine Pärnusse aastal 1896. Raudteejaam kerkis praegusele Rüütli platsile, kus sellal oli säilinud isegi osake vallikraavist, mis toimis tiigi ja talvise uisutamiskohana. (Ibid.)

Rüütli tänav on üks tähtsamaid pärandeid Pärnu ajaloos (vaata jooniseid 2 ja 3). Tänav on läbi elanud nii tõuse kui mõõnasid, aga endiselt püsima jäänud. Kindlasti olid tänava

kuldajaks 80-90ndad aastad, kui Rüütli tänav oli täis sagimist ja tundud kui üks tähtsamaid kaubandustänavaid.



Joonised 2 ja 3. Rüütli tänav 1920-1930ndatel

Allikas: (Postkaart ...) ja (Pärnu Rüütli ... 2014)

Kahjuks need ajad on praeguseks möödunud. Tänapäeval oleme jõudnud sinnapaika, et uute kaubanduskeskuste kerkimine linna serva on vähendanud tänava tähtsust peamise äritänavana ja paljud poepinnad seisavad tühjana oodates uusi omanikke.

2.2. Kvalitatiivsed uurimismeetodid

Teoreetilises pooles toodi välja mitmed põhjused, miks mõned kaubandustänavad on languses ning teised jälle püsivõimelised. Selliseid tänavaid on palju ja neil kõigil on mingi ühine joon. Samas on kaubandustänavad linnale olulised, niisamuti ka Rüütli tänav Pärnus. Järgnevalt selgitatakse välja põhjused, miks Rüütli tänav on sellises seisus. Selleks kasutatakse erinevaid uurimismeetodeid – tekstianalüüsi, vaatlusi, küsitlusi ja intervjuusid. Alljärgnevas tabelis (vaata tabel 4) tuuakse välja, milliseid allikaid kasutatakse ning miks just neid.

Tabel 4. Uurimismeetodid

Meetod	Allikas	Andmete kirjeldus
Tekstianalüüs	Raamatud	<ul style="list-style-type: none"> - „Jalutaja teejuht. Pärnu“ Leele Välja - „Pärnu. Ordulinnast suvepealinnani“ Silvia Sarv - „Pärnumaa 1. osa“ - „Pärnumaa 2. osa“
	Brošüürid	Kogutud Pärnu turismiinfokeskusest
	Turisminduse koduleheküljed	<ul style="list-style-type: none"> - parnu.ee - visitparnu.com - kultuur.parnu.ee - puhkaeestis.ee - eestiturism.ee - visitestonia.com - westestonia.ee
Statistika	Kinnisvaraga seotud leheküljed	<ul style="list-style-type: none"> - city24.ee - kv.ee - stat.ee
Vaatus	Ekskursioon	Giidiga Pärnu linnas 1,5 tundi
	Vaatus	Autori endapoolne jalutuskäik mööda Rüütli tänavat
Küsitlused	Tänavaküsitlus	Küsitlusse kaasati 42 tänavakülastajat
Intervjuud	Intervjuud kolme erineva tausta inimesega	<ul style="list-style-type: none"> - Ettevõtja Hiie Päit - Kultuuritegelane Barbara Lehtna - Pärnu linnaarengu peaspetsialist Katrin Alliku

Tekstianalüüsis keskendutakse enamasti kogutud materjalile, mis on saadud erinevatest raamatutest, brošüüridest ja turismindusega seotud veebilehtedelt. Esiolgu analüüsitakse erinevaid allikaid, et jõuda selgusele, mil määral ning viisil esitatakse Rüütli tänavat. Nende andmete põhjal püütakse teha järeldusi, kas turisminduses mainitakse piisavalt Rüütli tänavat või on vähene informatsioon üks osa selle hääbumise põhjustest ja samuti see kuidas püütakse kirjedada antud tänavat. Töös kasutatud brošüürid on võetud kesklinnas asuvast infopunktist, kus neid leidub nii eesti-, inglise-, soome-, vene- kui ka saksakeelseid. Kirjandusest kasutatakse raamatukogus leitavat materjali.

Statistilise poole pealt analüüsitakse lähemalt kinnisvara kodulehti. Nende andmete põhjal on võimalik teha järeldusi, kui palju renditakse ja/või müüakse pindu Rüütli tänaval ning mis hinnaklassi need jäävad. Eesti Statistikaametist saab ka andmeid eelnevate aastate kinnisvara hindade kohta Pärnus tervikuna ning on võimalik neid omavahel võrrelda.

Järgnev uurimine põhineb kahes osas vaatlustel: ekskursioon giidiga ja autori jalutuskäik linnas. Giidiga ekskursioonil kesklinnas, mis toimus käesoleva aasta maikuus, külastatakse ning räägitakse ka Rüütli tänavast. Selle põhjal saab teha järeldusi, kui palju keskendutakse peatänavale ning mil viisil seda informatsiooni antakse edasi - kas näidatakse seda kui huvitavat ja atraktiivset tänavat või tutvustatakse ainult arhitektuurilisest küljest. Isiklikus vaatluses tuuakse välja omapoolne analüüs, kus koondatakse tähelepanu rohkem üldisele väljanägemisele – tänavakorrashoid, kujundus, teenuste valik, vaateakende kujundus.

Kõige tähtsam osa uuringust põhineb tänavaküsitlusel ja intervjuudel. Tänavaküsitluses osales 42 Rüütli tänava külastajat. Küsimused olid võimalikud kerged ja lühidad, milles taheti teada saada rahva arvamust antud olukorrast – kui tihti käivad inimesed peatänaval, mis eesmärkidel ning millised on nende poolsed soovid olukorra parandamiseks.

Küsitlusest võtsid osa erinevates vanusegruppides inimesed (vaata lisa 4, joonis 1). Suurema osa neist moodustasid üle 46 aasta vanused (40%), kuid leidis ka nooremaid vanusegruppi 15-35 (vanuses 15-25 moodustus 21% ja vanuses 26-35 oli 24%). 36-45 aasta vanuseid oli ainult 14%. Nooremaid kui 15 oli Rüütli tänaval väga vähe. Vastajateks osutusid üldiselt naised, lausa 81% ning ülejäänud 19% olid mehed (vaata lisa 4, tabel 1). Enamik küsitletavatest olid Pärnu linna elanikud.

Lisaks küsitlustele moodustavad põhiosa tööst kolm erinevat intervjuud eri valdkondadest pärit inimestega: ettevõtjaga, kellel on olnud äri Rüütli tänaval; kultuuriinimesega, kes üritab tuua kunsti Rüütli tänavale ja linnavalitsuse esindajaga, kelleks on Pärnu linnaarengu peaspetsialist. Intervjuud toimusid maikuus ja keskmiselt vältasid tund aega. Nende intervjuude põhjal on võimalik analüüsida Rüütli tänavat kolmest erinevast vaatenurgast. Saab teada, kuidas Rüütli tänaval tegutsevad agendid ning tänava olukorda oluliselt määrav avalik sektor teineteist vastastikku mõjutavad ning tajuvad selle kaubandustänavana arengutendentsi ja võimalusi tegutseda Rüütli tänava hääbumise vältimiseks.

2.3. Intervjueeritavate taust

Esimene intervjueeritav oli Hiie Päit, AS Ülejõe Apteek juhatuse liige, kes omab peale selle ka Tervisekauplust Pärnus. Töötades Pärnus sai ta aru vajadusest tervisekaupadega kaupleva poe järele, mida ta praegu nimetab oma hobiks.

Esmakordselt avas ta sellise poe Tervisekauplus nime all Pärnus aadressil Rüütli 51 oktoobris 1996. See pind kuulus Pärnu linnavalitsusele ja sai soetatud oksjoni kaudu, mille Päit võitis. Üldpind oli 41,5 m² ja üür alguses 80 kr/m². Koht asus Pärnu hotelli lähedal, natukene eemal peatänavast ja külastajateks olid peamiselt kohalikud inimesed. Sinna investeeriti palju: WC koos santehnikaga, asendati vana tuulekoda uuega, vahetati välja siseuksed ja välisuks, rajati uus elektrisüsteem ja tehti sanitaarremont. Algne üürileping kehtis viis aastat ja 2001. aasta novembris see uuendati üürimääraga 110 kr/m². Leping lõpetati ennetähtaegselt 01.09.2006.

Järgmise kaupluse asukohaks sai Rüütli 37 eraisiku ruumides, mis asus täpselt peatänavakeskel ja mida hakkasid külastama ka turistid. Leping sõlmiti 15.06.2006, seal oli pinda 81,76 m² ning üüritasu 13 900 krooni kuus, mida uuendati 2011. aastal. Seoses eurole üleminekuga kujunes üüriks 888 eurot kuus, millele lisandus käibemaks ja kommunaalkulud. Ruumis oli külm vesi, vana elektrisüsteem, talviti külm ning lund tuiskas ukse vahelt sisse ja omanik oma varasse ei investeerinud.

Nüüdseks on Hiie Päit kolunud oma Tervisekauplusega Endla teatri majja, mille tingimustega on ta ääretult rahul. Ruumid on korralikud, soojad ning omanik kannab hoolt kõige eest. Lisaks on hind soodsam – 640 eurot kuus 80 m² eest.

Järgnev intervjuu toimus Pärnu linna noore kultuuriinimese ja loomemaja juhiga, Barbara Lehtnaga. Tema valduses on hetkel Rüütli 23 linna omandusse kuuluv maja, mida ta rendib oma kaheaastase projekti teostamiseks. Projekt ühendab erinevaid loomeinimesi: lavastajaid, tantsijaid, koreograafe ja kultuurikorraldajaid. Samuti nagu Hiie Päit, pidi ka Barbara väga palju ise investeerima antud ruumidesse. Koos oma sõpradega on nad võtnud Rüütli tänava oma missiooniks. Olles kursis Rüütli tänava olukorraga, püüavad nad üheskoos erinevate üritustega uut elu tänavale tuua (näitus "Me oleme 90ndate lapsed", tantsumaraton). Oma tegevusega suunatakse publikut ka seal tegutsevasse kohvikutesse ja poodidesse ning tehakse koostööd teiste ettevõtjatega. Barbara üürileping kehtib kuni 2016. aasta veebruarini, aga ta pole veel kindel, missugused on edasised plaanid, kuna ruumid jäävad väikseks ega vasta vajadustele.

Viimaseks intervjuueeritavaks oli Pärnu linnaarengu peaspetsialist Katrin Alliku ja paar kommentaari lisas ka ettevõtluse arengu peaspetsialist Aare Raev. Nende käest sai küsitud arvamust Rüütli tänava ning sealse ettevõtluse kohta. Eesmärgiks oli saada teada linnavalitsuse vaatenurk ja tulevikuplaanid.

3. RÜÜTLI KAUBANDUSTÄNAVA HÄÄBUMINE

Kasutades kvalitatiivseid uurimismeetodeid püütakse mõista, miks Rüütli tänava areng on aeglustunud ja millised on ettepanekud selle turgutamiseks.

3.1. Rüütli tänava esitlemine - tekstianalüüs

Uurides lähemalt erinevaid tekstiallikaid, raamatuid, brošüüre ja kodulehti, on eesmärgiks välja selgitada, mil viisil Rüütli tänavat kirjeldatakse ning kas neis võib leida põhjusi, miks Rüütli tänava populaarsus on langenud.

Üldjuhul leidub kirjandust Rüütli tänava kohta vähe. Avaldatud raamatutest võib leida huvitavaid fakte peatänavast ja selle arhitektuurist, kuid ei tutvustata teda kui tänavat, kus suviti toimuvad erinevad festivalid ja kultuuriüritused.

Järgnevalt sai uuritud erinevaid brošüüre, mis koguti Pärnu linna turismiinfokeskusest kesklinnas. Eesmärgiks oli selgusele jõuda, kuidas kirjeldatakse Rüütli tänavat turistidele. Lehitsedes erinevaid voldikuid võib näha, et ainult ühes neist räägiti kolme lausega peatänavast: näidatakse ära tänava asukoht, pikkus ja seal asuvad ehitised.

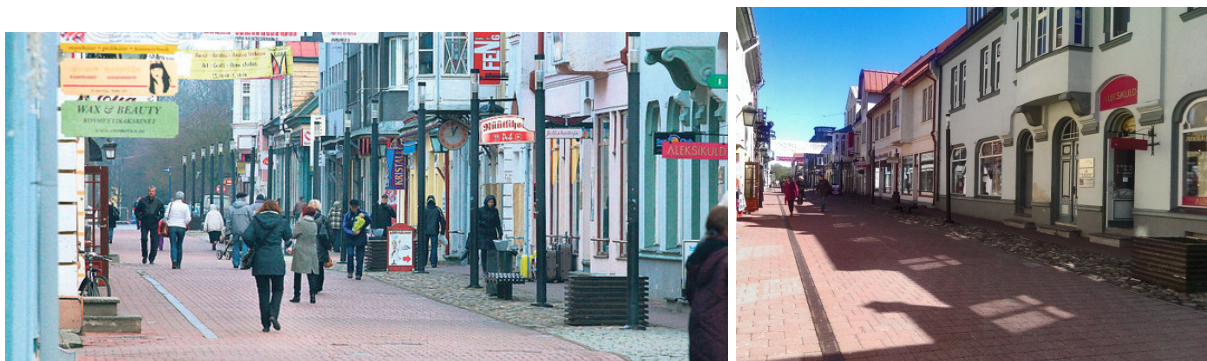
Pärnu on teeninduslinn, mille tõttu on oluline uurida turismi veebilehti ja analüüsida sealset teksti. Selle jaoks sai läbi sirvitud seitse erinevat kodulehekülge (vaata peatükk 2.2, tabel 4). Nendes kõikides on mainitud Pärnut kuurortlinnana ja välja toodud vaatamisväärsused koos piltidega. Peamiselt mainitakse Vallikääru, kirikuid, muuseume ja SPA keskuseid, kuid kahjuks ei ole midagi Rüütli tänavast. Isegi ei tooda välja söögikohti ja kohvikuid, mida võiks külastada.

Kuigi Rüütli tänavat peetakse Pärnu peatänavaks, mainitakse seda erinevates Pärnut tutvustavates kirjutistes ja voldikutes väga vähe või üldsegi mitte. Ka see võib olla üheks põhjuseks tänava väheneva populaarsuse taga. Turistid külastavad eelkõige neid kohti, mida nad on näinud piltidel või reklaamis.

3.2. Rüütli tänava ruumiline kogemine – vaatlus

Vaatlus Rüütli tänaval sai tehtud kahes jaos: ekskursioon giidiga ja isiklik vaatlus. Eesmärgiks oli esimesel juhul avastada midagi uut kesklinna ja Rüütli tänava kohta ning teine pool põhineb isiklikul vaatlusel jalutuskäigul mööda Rüütli tänavat.

Ekskursioone on võimalik võtta eesti-, inglise-, soome- ja venekeelseid, mis on kõikidele tasuta. Jalutuskäik Pärnu kesklinnas koos giidiga kestis 1,5 tundi, mille käigus räägiti linna ajaloo, näidati arhitektuuri nii-öelda pärleid ja toodi välja põnevaid sündmusi linna ajaloo. Retk kulges mööda Uut tänavat (Rüütliga paralleelne tänav), siis põigati korraks Rüütli tänavale ning seejärel mindi edasi mööda Kuninga tänavat (ka Rüütli tänavaga paralleelne) Vallikääruni välja. Kogu ekskursiooni käigus mainiti ainult korraks Rüütli tänavat ning toodi välja mõned ajaloolised faktid, aga seejuures lisati, et tänav on suhteliselt mahajäetud ja tühi ning selle peamiseks põhjuseks on uued kaubanduskeskused.



Joonised 4 ja 5. Rüütli tänav sügisel aastatel 2012 ja 2014

Allikas: (Tammela 2012) ja (autori enda tehtud 2014. aasta oktoobris)

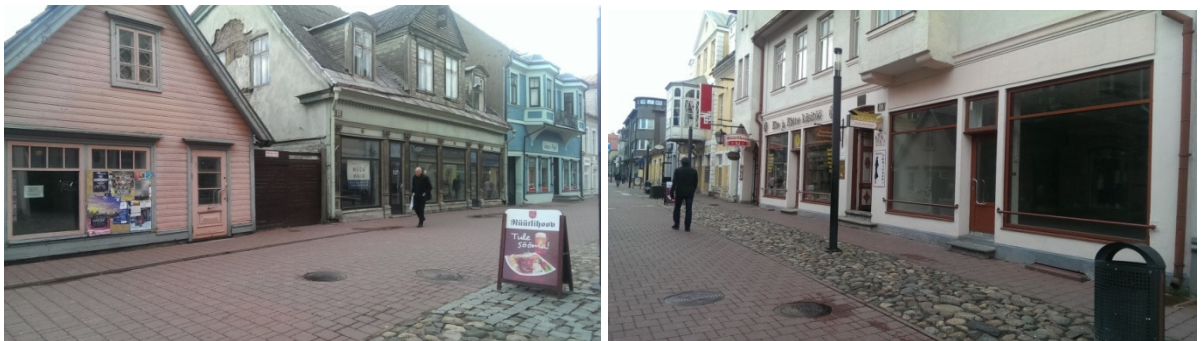
Vaatluse teiseks pooleks sai tehtud jalutuskäike Rüütli tänaval erinevatel aastaegadel, et saada parimat võrdlusmomenti. Külma ajal on Rüütli üks vaikne tänav (vaata jooniseid 4 ja 5) ja silma riivavad halvasti kujundatud odavad vaateaknad. Suviti kohtab tänaval jätkuvalt nii kohalikke elanikke kui ka linnakülalisi, kelle jaoks on see siis populaarne. Tänav üldmulje on sel ajal viisakas ja hästi kujundatud (vaata jooniseid 6 ja 7). Sel ajal on tänav täidetud väikeste lettidega, kus käib vilgas kauplemine. Ringi liigub palju turiste erinevatest maadest, kes hoiavad tänava kireva ja elusana.



Joonised 6 ja 7. Rüütli tänav suveti aastatel 2010 ja 2014

Allikas: (Pikkur 2010) ja (autori enda tehtud 2014. aasta juulis)

Kunagi oli Rüütli tänav tõesti üks tähtsamaid kaubandustänavaid. Igapäevaselt võis näha inimesi kõndimas ühe poe ukse juurest teise juurde, lootuses leida endale midagi meelepärast. Avati uusi kauplusi ja butiike. See oli üks populaarsemaid ja hinnatumaid kohti, kuhu tasus oma äri luua. Suvekuudel oli kogu tänav rahvast pungil ning muudelgi aastaegadel võis kohata rohkelt kohalikke elanikke. Kui nüüd külastada seda tänavat, on vaatepilt vastupidine. Paljude äripindade akende tagant vaatab vastu tühjus ja isegi kõige teisemal äripäeval kohtab suhteliselt vähe vastutulijaid (vaata jooniseid 8 ja 9).

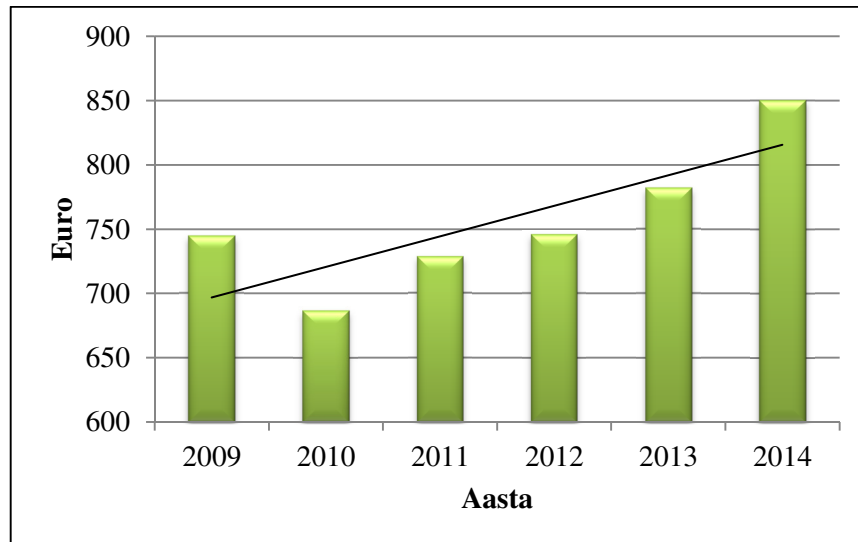


Joonised 8 ja 9. Rüütli tänava tühjad kinnisvara objektid

Allikas: (autori enda tehtud 2015. aasta mais)

Hetkel on Rüütli tänaval väga palju tühjalt seisvaid äripindu. Nüüdseks kuulub enamik hooneid eraomandisse ja omanikud on ise hinnakujundajad. Nagu on näha jooniselt 10 (vaata lisa 2, tabel 2), siis ruutmeetri hinnad on Pärnu linnas tõusnud ning seda ka Rüütli tänaval. Võttes selle joonise kõrvale veel müügis olevad ja üürile andmise pinnad

kinnisvaraportaalidest (City24 ja KV), siis hetkel mõjub olukord rusuvalt. Rüütli tänaval on maikuu seisuga müügis 5 ja üürimiseks 17 äripinda (City24 2015). Müügis olevate äripindade keskmine ruutmeetri hind on 940,87 eurot (vaata lisa 2, tabel 1), seega hinnad endiselt tõusevad.



Joonis 10. Pärnu linna kinnisvara keskmine ruutmeetri hind aastate lõikes

Allikas: (Eesti Statistika 2015)

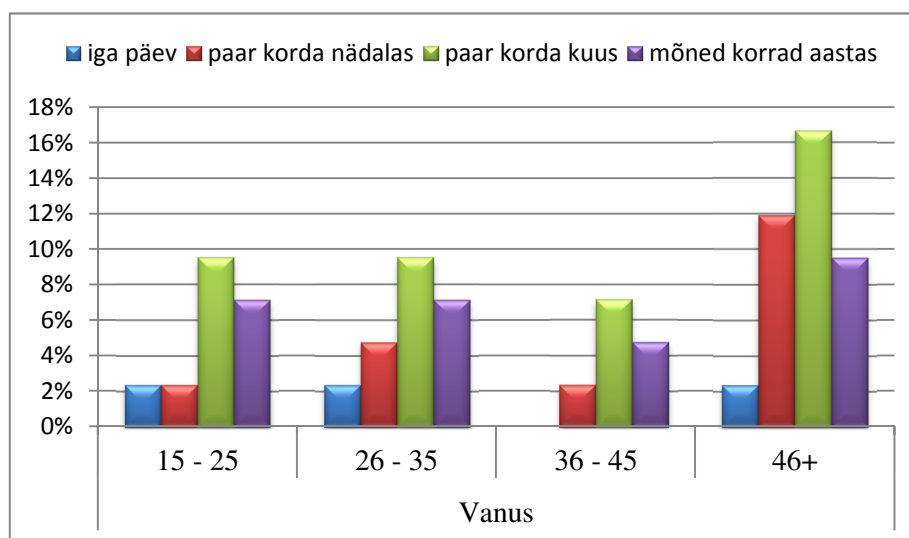
Kasvav hinnatõus võib olla üheks põhjuseks, miks Rüütli tänaval on suhteliselt palju kasutamata hooneid. Ettevõtjatel on vaja kulutada lisaks suuri summasid, sest äripinnad vajavad veel renoveerimist, mis nõuab lisakapitali ega ole taskukohane.

3.3. Rüütli tänava ruumi kasutajad – tänavaküsitlus

Pidades linna elanike arvamust väga oluliseks, kaasati antud uuringusse Rüütli tänava külastajaid. Eesmärgiks mõista ja kirjeldada tänava olukorda külastajate vaatenurgast. Linnarahva arvamus on oluline, kuna nemad mängivad Rüütli tänava eluspüsimisel suurt rolli.

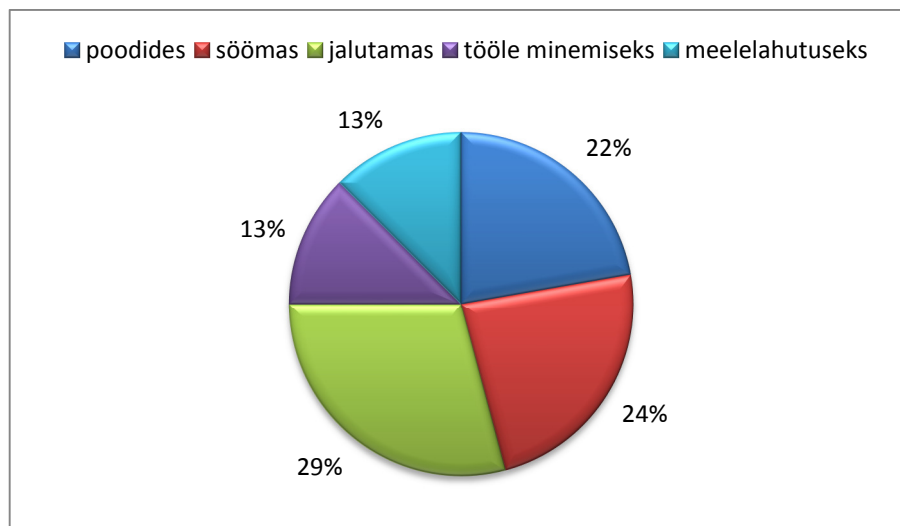
Uurimuse raames vastasid tänavaküsitlusele kokku 42 inimest. Küsimused olid võimalikult lühidat ja lihtsat (vaata lisa 3). Eesmärgiks oli uurida tavainimeste arvamust Rüütli tänavast ning kasutuse sagedust igapäevasteks vajadusteks. Uuringu päevaks sai valitud nädalavahetus.

Uuringu põhjal olid kõik vastajad üksmeelselt nõus sellega, et Rüütli tänaval käiakse kõige rohkem suvel. Sel perioodil toimub Rüütli ja selle lähiümbruses rohkem üritusi, leidub erinevaid käsitööputkaid ning huvitavaid meelelahutajaid. Enamik külastab aastaringselt Rüütli tänavat ainult paar korda kuus (vaata joonist 11) ning seda igas vanusegrupis, 15-35 aastastest 10% ja üle 46 aastastest 17%. 5%-10% külastavad Rüütli tänavat ainult mõned korrad aastas. Väike protsent küsitletavatest astub tänavalt läbi tihedamini, üldjuhul jääb see 5% juurde.



Joonis 11. Rütli tänava külastatavuse sagedus vanusegruppina

Järgmiseks analüüsitakse Rütli tänava külastamise põhjuseid. Aastaid tagasi oli Rütli tänav peamine Pärnu linna kaubandustänav, kus käidi poodlemas ning sooritati enamik oma ostudest. Peale renoveerimist aastal 2006 suleti tänav liikluseks ning seepärast saab seal nüüd rahulikult jalutada, mida teevad 29% küsitletavatest (vaata joonis 12). Vanemad inimesed (üle 46 aastased) külastasid Rütli tänavat peamiselt jalutamiseks, kuna nende jaoks pole kauplusi või teenusied mida kasutada. Vähemal määral kasutatakse tänavat poodlemiseks (22%) ja söömas käimiseks (24%). Tänapäevaks on sinna tekkinud palju uusi söögikohti ja kohvikuid, seega noored (vanuses 15-35) külastasid neid kohti sotsialiseerumiseks või lõunapausiks. Käiakse ka meelelahutuse pärast (13%), kuna seal asuvad klubid ja pubid või rutatakse kiirelt läbi tööle minnes (13%).



Joonis 12. Rütli tänava külastatavuse põhjused

Järgnevalt sai küsitud külastajate isiklikku arvamust Rütli tänavast ja mida oleks vaja seal muuta, et nad väisaksid tänavat tihedamini. Arvamused jagunesid kaheks: oli neid, kellele meeldis Rütli tänav, aga ka neid, kes arvasid, et olukord on nii-öelda allamäge läinud. Positiivse poole peal oli väljanägemine: renoveeritud, puhas, moodne ja samas säilitatud ajalooline väljanägemine. Hetkel on seal vaikne ja suhteliselt rahulik, mis osadele meeldib. Vanematele inimestele tuletab paik meelde lapsepõlve.

Toodi välja ka palju negatiivseid põhjuseid. Kõik küsitletavatest olid üksmeelsel arvamusel, et tänav on väljasurnud ja puuduvad meelepärased poed. Kauplused on enamasti täisejärgulised ja nende üldine väljanägemine odav. Teiseks suureks probleemiks osutus parkimiskohtade puudus, kuna paljud sõidavad ringi autodega. Kolmandaks toodi välja majade räämas olukord Rütli tänaval. Vaateaknad on suhteliselt tühjad ja igavad.

Veel sai uuritud, mida oleks vaja muuta tänaval, et inimesed külastaksid seda rohkem. Üksmeelselt sooviti populaarseid rõivakauplusi, toidupoode ja kohvikuid. Samuti mainiti ära, et kauplused võiksid olla ka nädalavahetusel kauem avatud. Mõeldes turistidele võiks seal olla rohkem meelelahutust, mis tooks tänavale rohkem elu. Hetkel tunni kõige rohkem puudust üritustest ja vabadest parkimiskohtadest.

Üldiselt meeldib Rütli tänav linnarahvale selle olemuse pärast, aga seda ei saa enam arvestada kui kaubandustänavat. Samas oldi üksmeel, et kui panustada rohkem meelelahutusse, siis tooks see rahvast tänavale tagasi. Huvitava faktina võib välja tuua vanemate inimeste üksmeelse arvamuse, et Rütli tänav on oma populaarsust kaotamas.

Nooremad seevastu arvavad, et tänav hakkab taas elama. Nende silmis on tekkinud uusi ja huvitavaid disainkohvikuid, kus on võimalik sotsialiseeruda ning tutvuda käsitöötoodetega.

3.4. Rüütli tänava hääbumise tajumine – intervjuerimine

3.4.1. Intervjueritavate arvamused ettevõtluse koha pealt

Arvestades uurimisküsimusi ja eesmäärke viia läbi põhjalikum analüüs, intervjueriti erinevate positsioonidega inimesi, sihiks näha olukorda teistsugusest vaatenurgast. Intervjuud andsid ettevõtja Hiie Päit, kultuuritegelane Barbara Lehtna ja linnaarengu peaspetsialist Katrin Alliku. Veel lisas ettevõtluse arengu peaspetsialist Aare Raev mõned kommentaarid.

Kümneid aastaid tagasi kuulus Rüütli tänaval enamik pindu linnale, millest nüüdseks on järele jäänud ainult mõned. Ülejäänud äripinnad on eraomanike kätes, mille tulemusena on nemad hinna kujundajad. Üldjuhul rendib linn oma pindu odavamalt. Hiie Päit on rentinud ruume nii linna kui ka eraomaniku käest, mõlemal juhul pidanud palju ise investeerima. Barbara Lehtna kasutab hetkel linna pinda ja on samuti kasutanud oma kapitali renoveeringuteks.

„Linnapind oli kindlasti odavam kui võrrelda teistega, aga sellest hoolimata pidin palju oma kapitali kasutama, et teha vajalikke renoveeringuid. Sama tegin ka järgmises kohas. Kuigi see kuulus eraomandisse, ei investeerinud omanik mitte kordagi majasse, kuigi üürihind oli mitmeid kordi kallim.“ (Hiie)

„See on kaheotsaga asi. Jah toetavad, kuna me ei maksa nagu tavarenti, mida maksab poepind. Poepinna rent alumisel korrusel on 150-1400 eurot kuus. Me maksame siiski kordades vähem. Aga samas meil pole samu tingimusi, mis poodidel. Me pidime ikka väga korraliku remondi tegema. Seega alati võiks linn rohkem toetada.“ (Barbara)

Katrin Alliku nõustus väitega, et ruumid on kohati puudulikud ning nõuavad suuremaid investeringuid ja vajaduse korral nad ikka toetaksid üürnikke. Samuti ta mõõnis, et Barbarat on nad toetanud väga minimaalselt ega osanud seda täpsemalt kommenteerida.

Mõlemad osapooled väitsid, et hea asukoha pärast on nad siiski jäänud kesklinna ning teinud suuri investeringuid. Ettevõtlusele on Rüütli tänava keskne koht Pärnu kesklinnas

siiski soodne. Rüütli tänavat peetakse linna südameks ning inimesed leiavad selle vaevata üles.

„Esimene paik oli isegi võib-olla mõnes mõttes parem, sest sinna sai autoga lihtsalt ligi, aga seda ei külastanud turistid. Teisel paigal oli vastupidine olukord – olid turistid, aga kohalikke inimesi sattus sinna vähem. Kolmas koht on asukoha poolest ideaalne. Ta on Rüütli tänavale piisavalt lähedal, et tuleb nii turiste kui ka Pärnu inimesi. Samas on see äratuntavas piirkonnas. Kõik teavad, kus on Rüütli tänav ja Endla teater.“ (Hiie)

„Meie jaoks oli väga oluline, et asuksime peatänaval kesklinnas. See on ikkagi inimeste jaoks niivõrd leitav. Inimesed ikkagi teavad, kus on Rüütli tänav, vahet ei ole, kas ta on kohalik või mitte. Samas me oleme aru saanud, et turunduskanalid on ikkagi kohati linna tänaval. Siin lähedal on siiski teater, kontserdimaja, kohvikud.“ (Barbara)

Ettevõtluse koha pealt on teiseks ebasoodsaks teguriks peale hindade ka kaubaveo raske ligipääsetavus. Peale Rüütli tänava renoveerimist pääseb autodega sinna ainult teatud kellaaegadel või erilubadega.

„Teine asi oli kauba toomine. Pidevalt sain kaebusi, kui sõitsin seal autoga, et kaupa vedada ning südapäeval oli see üldse välistatud. Seal ei ole korralikult korraldatud kaubavedu. Pole isegi kusagil märke väljas, mis kellaaegadel võib autoga sõita.“ (Hiie)

Mitte kõik pole sellega nõus. Ka linnavalitsus on toonud välja, et see olukord ei ole nii lootusetu kui alguses paistab. Aastal 2006 renoveeriti Rüütli tänavat ja see muudeti jalakäijate teeks, et muuta see võimalikult ohutuks ja luua külastajatele turvatunnet. Sellega seoses ei keelatud kaubasõidukitel sinna sisenemist, vaid täpsustati kellaaegasid.

„See ei ole õige jutt sellepärast, et 11-18 võib iga auto siia sisse sõita. Selleks on ainult linnavalitsuselt luba vaja. Meie veame kogu aeg midagi sisse ja kunagi pole mingit probleemi olnud.“ (Barbara)

„Kõik oleneb kui sagedasti tuleb kaupa vedada. Üldjuhul kõik omanikud peaksid teadma neid kellaaegasid, millal on võimalik kaupa vedada. Eelkõige on see läbirääkimiste küsimus. Meilt on alati võimalik saada erilubasid ning need on tasuta.“ (Katrin)

Järgmiseks on välja toodud muinsuskaitse nõuded, mis agentide arvates on kohati väga ebamäärased. Kusagil otseselt pole täpsustatud, mida tahetakse, aga samas pärsitakse siiski väga palju ettevõtjate tegevust. Kuna Rüütli tänaval on kaitse all olevaid hooneid, siis muinsuskaitse lähtub olemasolevatest seadustest. Muinsuskaitseala eesmärgid, mis on muinsuskaitseala kui ajalooliselt väljakujunenud linnaehistiku koosluse ja muinsuskaitseala

kujundavate ehitiste, plaanistruktuuri, kultuurkihi, maastikuelementide, miljöölise eripära ning muinsuskaitsealale avanevate kaug- ja sisevaadete säilitamine (Pärnu vanalinna ... §6 lg 1). Seega ettevõtjad peavad muutuste jaoks (kujundused, reklaamtahvlid, juurdeehitised) luba küsima ja see on järgmine suurem kulutus. Neil puuduvad vabad käed. Näiteks on nii Hiie kui ka Barbaral olnud probleeme muinsuskaitsega.

„Meilt nõuti, et kooskõlastaksime selle linnaga või reklaamid tuleb koheselt maha võtta. Samas ei antud nende poolt ka mingeid konkreetseid nõudeid. Kui tuli lõpuks suur koosolek, siis sai mulle selgeks, et see kujundus sõltub ametnikust.“ (Hiie)

„Muinsuskaitse on tohutu piiraja. Sa ei tohi sisuliselt Rüütli tänavale mitte midagi panna, kui see ei ripu just õhus. Iga reklaamtahvel, mida sa paned, maksab ja mitte vähe. Sa ei tohi ühtegi seinu värvida ega panna maja peale silti. Isegi kui panin lipu välja, tuli sellest probleem.“ (Barbara)

Ka linnavalitsuse arvates on see raske teema. Väga suurel määral need otsused olenevad inimesest endast, kuna seadused on ebamäärased.

„Muidu vastutab linnakunstnik väljanägemise eest ning tema teeb neid otsuseid tulenevalt reklaamiseadusest. Aga kahjuks meil määrab suurt rolli ka muinsuskaitse, mis lähtub mingis mõttes seadusest, aga eelkõige see oleneb inimesest.“ (Aare)

Intervjuude tulemusel võib järeldada, et ettevõtjate jaoks on peamiseks mureallikaks Rüütli tänaval kallis üüripind, mis vajab lisaks renoveerimist ja vastavalt rahalisi kulutusi. Ka muinsuskaitse mängib siin suurt rolli, kuna karmid määrused ei anna piisavalt vabadust ettevõtjatele või siis nõuavad uusi suuremaid kulutusi. Ettevõtjatel on raske ennast reklaamida, kui neil ei ole võimalik reklaamtahvleid välja panna. Põhjused, nagu raske ligipääsetavus ja parkimine, on üle tähtsustatud. Kaubasõidukitel on ligipääse olemas, aga seda teatud kellaaegadel ning vajaduse korral on võimalik teha läbirääkimisi linnavalitsusega. Niisamuti on ka parkimiskohti, aga inimeste mugavust arvestades sooviksid nad kaupluste ette sõita.

3.4.2. Intervjueeritavate ettepanekud olukorra parandamiseks

Rüütli tänav on hetkel suhteliselt vaikne ja sellel on mitmeid põhjuseid. Näiteks Barbara Lehtna arvates pani kõigele aluse linnavalitsuse kolimine. Kuna linnavalitsus paiknes enne südalinnas, pakkusid sealsed ametnikud aastaringselt poekettidele ning söögikohtadele

tegevust. Linnavalitsuse ametnikud ei ole sellega nõus, kuna nende poolt tühjaks jäänud pinnad said hea kasutuse. Aare Raev arvab, et inimesed ise on muutunud liiga mugavaks ja teevad suurt probleemi, kui ei saa otse ukse ette sõita. Ta ei nõustu ka sellega, et linnas ei ole piisavalt parkimiskohti. Kindlasti mõjutab kaubanduskeskuste tulek Rüütli tänavat ja fakt, et Pärnu linna tarbijaskond on liiga väike.

Nüüd oleme jõudnud punkti, kus tuleks otsida lahendusi Rüütli tänava olukorra parandamiseks. Linnavalitsus on selleks ühe sammu juba astunud. Katrin Alliku tõi intervjuus välja, et vaeglinnastumisega on äärelinnadesse tekkinud palju suuri kauplusi. Edaspidi püüavad nad nende teket piirata. Lisaks sellele on plaanis muuta teedevõrku - teha osa tänavaid ühesuunalisteks, rajada rohkem kergliiklusteid ja luua jalakäijatele sõbralikum keskkond.

„Meie linnaarhitekt, kui hakkas uut üldplaneeringut koostama, rääkis lähivaldadega läbi ja võttis vastu otsuse, et me enam ei algata planeeringut kaubanduskeskustele linna äärealadel. Tema eesmärgiks on kesklinna erinevate teenustega rikastada.“ (Katrin)

On tehtud ettepanekuid, et ettevõtjad võiksid rohkem teha omavahel koostööd. Nii Barbara kui ka Katrin pidasid seda kõige efektiivsemaks edasiviivaks jõuks. Ettevõtjad peaksid ise üksteist toetama ja reklaamima saatmaks rahvast ühest ärist teise. Nad võiksid üritusi sponsoreerida ja saada vastutasuks uusi kliente. Sellist võtet on Barbara mitmel korral ka kasutanud. Ka Katrin pooldas argumenti, et koostöö on oluline. Ta pidas silmas koostööd kinnisvara omanikega, kellel oleks vaja muuta oma arusaama, sest Rüütli tänav kui selline ei saa olla enam kaubandustänav, vaid peab muutma oma funktsiooni. Nad peaksid olema avatud kõikidele pakkumistele, muidu peletavad nad ise potentsiaalsed ostjad ära.

„Minul on õnnestunud teha koostööd erinevate ettevõtetega. Näiteks olid meil kokkulepped erinevate söögikohtadega ürituste ajal, kus nemad pakuvad meile tasuta vett ja pärast meie suuname rahvast sinna sööma. Nemad olid sellest väga huvitatud, kuna klientuur oli garanteeritud.“ (Barbara)

„See võib olla lobitöö tulemus, kus mainitakse ära, et Rüütli tänavale ei ole võimalik saada autoga ukse ette, jättes mulje, et see oleks oluline faktor, kui kõik peaksid pääsema ukse juurde. See mõjub ärile kahjulikult.“ (Katrin)

Võimalikke lahendusi võib olla mitmeid ja eelnevalt mainitud ettepanekud on ainult üks osa sellest. Linnavalitsus on Rüütli tänava olukorraga kursis ning hakanud astuma

vajalikke samme selle päästmiseks. Ettevõtjatel oleks vaja jõuda arusaamiseni, et peaks tegema koostööd, mitte üksteisega konkureerima.

Rüütli tänav ei ole enam sama kaubandustänav, mis kunagi. Hääbumise taga on mitmeid põhjuseid. Tuleb hakata otsima uusi lahendusi, kuna Rüütli tänav on siiski Pärnu südalinn ja ideaalne paik ettevõtluseks. Selle funktsiooni peaks muutma ja tuleb leida uusi lahendusi, mis sobiks paremini kaasajaga. Linnavalitsus ja ürituste korraldajad on hakanud tegema rohkem koostööd. Järgmiseks tuleb linnarahval endal muuta oma arusaamu. Kui vanemad inimesed on väitnud, et Rüütli tänav on muutunud kehvemaks, siis nooremad on teistsugusel arvamusel. Nemad näevad, et Rüütli tänav on arenenud viimasel paaril aastal. Nimelt alates eelmise aasta suvest kuni siiani on tekkinud mitmeid erinevaid kohvikuid ja söögikohti. Mõned ettevõtted on omaks võtnud uue lähenemisstiili ja loonud disainipoode koos kohvikuga, nagu seda on näiteks Kookon Pärnus. Rahvas on selle omaks võtnud ning külastajaid on palju. Seega Rüütli tänaval on näha tulevikku, kui suudekas luua omapäraseid uusi kohti.

KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärgiks oli kirjeldada Pärnus Rüütli tänava olukorda tänapäeval, analüüsida tänava muutumise põhjuseid ning seoses sellega tuua välja lahendusviise olukorra parandamiseks. Töös näidati lähemalt, milline olukord valitseb Rüütli tänaval ning mida selles vallas on ette võetud.

Pärnut tuntakse tänapäeval eelkõige suvepealinnana, mis suvel kubiseb puhkajatest ja turistidest, kus kõrge kvaliteediga ja pikk liivarand on põhiliseks atraktsiooniks. Peale selle on Pärnu ka spade linn, kuhu väga paljud turistid tulevad nautima ravi- ja lõõgastusteenuseid. Kui ollakse juba Pärnus, külastatakse ka Pärnu vanalinna, kus Rüütli tänav võiks olla peatänavana nii poodlemiseks kui ka lihtsalt jalutuskäikudeks meeldiv paik. Rüütli tänav on tuntud ka oma ajaloo poolest, kus võime siiani näha vanu ehitisi ja imetleda nende omapära.

Uurimistöös selgus, et peamiseks põhjuseks, miks väga paljud poed on ümber kolunud, on pindade kallidus ja mugavuste puudumine. Rendihinnad on endiselt kallid, neile lisanduvad kõik muud kulud nagu näiteks kommunaal- ja renoveerimiskulud. Ka omanikud ise ei soovi investeerida oma kinnisvarasse. Mugavuse puudumise all mõeldakse ka seda, et ei ole võimalik uue kauba toomiseks sõita poe ette. Inimestele meelepärased ja vajalikud poed on kolunud sinna, kus nad ei pea muretsema nende probleemide pärast – ehk siis kaubanduskeskustesse. Loomulikult liigub seal ka rahvast rohkem just mugavuse pärast. Kõik on käe-jala juures ja tasuta parkimisplats täiesti olemas. Kuna nüüdseks on pea igal inimesel oma auto, siis parkimine mängib suurt rolli.

Ka muinsuskaitse alased piirangud pole olukorda ettevõtjate jaoks kergendanud. Rüütli tänaval asuvad muinsuskaitse all olevad objektid ning seetõttu sealne tegevus suhteliselt piiratud paljude nõuete tõttu. Kahjuks mitte kõik ei ole alati piiratud ainult seadustega. Ametnikud tõlgendavad muinsuskaitsealaseid määruseid erinevalt, kohati on need ebamäärased. Sellise protsessi käigus tehakse mõnikord ettevõtjatele liiga ning siis ei ole üllatav, et paljud äriettevõtjad on oma idee Rüütli tänavale kolimisest nii-öelda maha matnud.

Tänavale mõjus halvasti ka linnavalitsuse ära kolimine südalinnast, mille tõttu väga paljudel inimestel oli veelgi vähem põhjust tulla Rüütli tänavale. Linnavalitsus koosneb

sadadest ametnikest, kes igapäevaselt aastaringselt külastasid südalinna kauplusi ning kasutasid erinevaid teenuseid. Nüüd suudabki Rüütli tänav olla aktiivne ainult suviti, kus hea ilm meelitab rahvast ligi, aga muudel aastaaegadel on vaikne, kuna inimestel pole sinnakanti tulekuks olulist põhjust.

Kuna teema on üsna aktuaalne Pärnu elanike seas, siis on pakutud välja erinevaid lahendusi ning tehtud mõningaid samme muutumise suunas. Hea näide selles vallas on juba see, et 2006. aastal tehti Rüütli tänav korda.

Rüütli tänava olukorra paremaks muutmisel on väga suurt aktiivsust näidanud mõned kultuuriinimesed, kelle missiooniks on elavdada seda paika. Selleks on tehtud palju koostööd teiste erinevate ettevõtjatega. On jõutud järeldusele, et koostöös peitub edu võti. Kuna kõigi eesmärgiks on soov hoida äri elus, siis tuleb üksteist aidata, mitte konkureerida. Õnneks ei peideta pead jaanalinnu kombel liiva alla, vaid tegeletakse probleemidega. Juba on avanud uksed nii uued ja huvitavad söögiasutused kui ka meelelahutuskohad.

Ka linnavalitsus on näinud Rüütli tänava probleemseid kohti ning hakanud tegutsema selles vallas ning pakkunud välja endapoolseid lahendusi. Linna uut arengukava välja töötades on jõutud selgusele, et edaspidi piiratakse uute kaubanduskeskuste teket äärealadele. Ka nende eesmärgiks on rikastada Pärnu südalinna erinevate teenustega. Kasuks võiks tulla ka teedevõrgu muutmine, et kesklinn teha võimalikult ohutuks liiklejatele ning loota, et ka turvatunde olemasolu kutsuks rahvast tagasi.

Kuigi Rüütli tänava olukord ei ole enam endine ega saa seda enam kutsuda kaubandustänavaks, pole olukord lootusetu. Noored on arvamusel, et Rüütli tänav on paranenud ning näevad selles tulevikku. Tuleb käia ajaga kaasas ning leida sellele uus funktsioon. Suvised üritused suudavad juba hoida Rüütli tänaval piisavalt rahvast, nüüd on vaja panustada ka talvistesse tegevustesse, et tänav ei tunduks mahajäetuna. Viimase aasta jooksul on tekkinud Rüütli tänavale uut laadi kauplusi (disainkohvikuid, käsitööpoode), mis on pakkunud huvi järjest rohkematele inimestele. Võib-olla tuleb võtta seda uue suunana ja jätkata selles stiilis.

SUMMARY

DECLINE OF SHOPPING STREETS: THE CASE OF THE RÜÜTLI STREET IN THE CITY CENTRE OF PÄRNU

Agnes Ruusmann

A street constitutes a significant part of open public space and is the most important symbol of the public realm (Zadeh, Sulaiman 2010, 434). The decline of shopping streets and the rise of shopping malls have been major trends in retailing for decades. This is evident in Pärnu's most important street and I base my thesis upon the decline, reasons and evidence. Throughout my thesis I break it down into three parts.

The first is theoretical, where I explain the whole situation overall to bring up examples from other countries. The purpose of shopping streets to living, the economy and how significant they are to keep the money for the city coming in as a regular stream. In many places, so many streets have declined, and the purpose of my thesis is to analyse the factors of why the streets are failing. Factors like external shopping malls, how the main streets many years ago consisted of only shops and nothing else, how they are not attractive to shoppers and any more to tourists, government not investing enough in the right places and conclude with some ways to make the streets attractive again.

In the second part, I introduce Pärnu and Rüütli Street, how productive the street was 10 years ago to the majority, with there being an abundance of shops everywhere in the main street. In the day-time people were doing things there. In recent times, the last couple of years, it's not been the same, shops closing and being left empty, contributing in a downward spiral to the view of the street; with it not being so attractive, people not going there and shopping elsewhere instead.

With my method, I investigate the street, read what the tourist books talk about Rüütli Street, I visit info points for tourists, see the brochures for the tourist websites and get my

feeling towards what has happened. The second part of my method is viewing and getting an overview of the street, I took myself for walks; what the whole condition is every day, how many apartments really are vacant or full, what is happening now.

The main part and crucial analysis are questionnaires and interviews, I asked forty-two people about the street, why they visit the street, when etc. Basically, I was asking them what are the reasons for its decline, and for what purposes.

I conducted three key types of interview, the first a business woman, who moved her business away from the street; the second a culture person who starts and promotes festivals, making a living on the street and creating culture to improve Rütli; and lastly the government, who is the specialist of urban development. I undertook interviews from three people, different backgrounds, their point of view, what is wrong and how they can have an impact to make it better. The results of the interviews, who reinstate how expensive it is to rent the spaces over there, apartments, offices, shops and public buildings. With prices going up every year, also these places need so much work investing your own money, with many being already sold and remain empty, others in desperate need of attention. Alongside that, there are strict measurements in place which rule the conservation of certain buildings.

The government is trying to make things better, by writing a plan to be stricter not to build more businesses on the edge of the city, which draw people away so they go back to the centre again. In the interview it came up that co-operation is the key because when people co-operate together people can visit them more often.

To summarise, we can't go backwards in time, however in order for Rütli to become a vibrant bustling highway it once was, it will need to change with the times. I can see it has now accommodated many restaurants and cafes to draw people back again. It is obvious it can't compete with large hyper-markets so will have to win in other areas. It is important to change the way we think of the main street in order to get it back. Now during the last year it has changed, and become more of a cafe and restaurant scene including design and handicraft shops, reminiscing on the future and future predictions to what society want.

VIIDATUD ALLIKAD

- Ahmad, Y. (2006). The Scope and Definitions of Heritage: From Tangible to Intangible. – *International Journal of Heritage Studies*. Vol. 12, No. 3, pp. 292 – 300.
<http://sonoma.edu/users/p/purser/Anth590/intang1.pdf> (13.04.2015)
- Carmona, M. (2014). London's local high streets: The problems, potential and complexities of mixed street corridors. – *Progress in Planning*.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305900614000439> (14.04.2015)
- City24 kinnisvara. (2015).
<http://www.city24.ee/nimekiri?fr=0&usp=true> (13.05.2015)
- Coca-Stefaniaka, A., Hallsworthb, A. G., Parkera, C., Bainbridgea, S., Yustec, R. (2005). Decline in the British small shop independent retail sector: exploring European parallels. – *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 12, No. 5, pp. 357 – 371.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698904000943> (07.05.2015)
- Davis, D. (2006). *A History of Shopping*. 3rd ed. London: Routledge.
- Eesti Statistika. (2015). KV05: Korteriomandina ostetud – müüdüd kinnisvara asukoha ja suuruse järgi (kvartalid).
<http://pub.stat.ee/px-web.2001/Dialog/varval.asp?ma=KV05&ti=KORTERIOMANDINA+OSTETUD%2DM%DC%DCDUD+KINNISVARA+ASUKOHA+JA+SUURUSE+J%C4RGI+%28KVARTALID%29&path=../Database/Majandus/09Kinnisvara/04Kinnisvaratehingud/&lang=2> (19.05.2015)
- Geun-won, L., Nakamura, T. (2009). The Revitalization Policy of Shopping Streets in Japan - Issue and Resolution against the Depressed Shopping Areas. – *Korea Research Academy of Distribution and Management Review*. Vol. 12, No. 4, pp. 165 – 189.
http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=2&SID=V2NLjsGaevbeaMNk7aj&page=1&doc=1 (14.04.2015)
- Goodman, R., Coiacetto, E. (2012). Shopping Streets or Malls: Changes in Retail Form in Melbourne and Brisbane. – *Urban Policy and Research*. Vol. 30, No. 3, pp. 251 – 273.
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08111146.2012.667771#abstract> (14.04.2015)
- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*. Sage Publications.

- Kann, T. (2011). Rüütli tänavat mäletatakse veel Kalevi nime all. – *Pärnu Postimees*, 16. august 2011.
<http://www.parnupostimees.ee/500570/ruutli-tanavat-maletatakse-veel-kalevi-nime-all/> (21.04.2015)
- Müürsepp, L. (2013). Industriaalpiirkondade taaselustamisprotsess: elamisruum Tallinna konverteeritud tehasehoonetes. TÜ Rahvusvaheliste ja Sotsiaaluuringute instituut. (Magistritöö)
- Ojamäe, L. (2013). Eeslinnastumine. Valglinnastumine. Sissejuhatus urbanistikasse. Rahvusvaheliste suhete instituut, lk 17.
- Ozuduru, B. H., Varol, C., Ercoskun, O. Y. (2012). Do shopping centers abate the resilience of shopping streets? The co-existence of both shopping venues in Ankara, Turkey. – *Cities*. Vol. 36, pp. 145 – 157.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275112001801> (15.04.2015)
- Pikkur, A. (2010). FotoBlogi Andrus Pikkur „Tardunud Hetked.“
http://pikkur.blogspot.com/2010_07_01_archive.html (11.05.2015)
- Postkaart Pärnu Rüütli tänav. Google Images.
https://cache.osta.ee/iv2/auctions/1_4_20496653.jpg (11.05.2015)
- Pärnu linna mälestised. (2015). Kultuurimälestiste riiklik register.
http://register.muinas.ee/?menuID=monument&showall=64&_nocache=1388458011
 (21.04.2015)
- Pärnu Rüütli tänav. (2014). Osta.ee
<http://www.osta.ee/parnu-ruutli-tanav-44428042.html> (11.05.2015)
- Pärnu suvepealinn. (2015). Pärnu linna veebileht.
<http://www.parnu.ee/index.php?id=4> (17.04.2015)
- Pärnu vanalinna ja kuurordi muinsuskaitseala põhimäärus. Vastu võetud 6. veebruaril 2006.a. RT I, 2006, 9, 49.
<https://www.riigiteataja.ee/akt/991693> (19.05.2015)
- Rabbiosi, C. (2014). Renewing a historical legacy: Tourism, leisure shopping and urban branding in Paris. – *Cities*. Vol. 42, Part B, pp. 195 – 203.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275114001012> (14.04.2015)
- Record – breaking number of tourists in London in 2013. BBC News.
<http://www.bbc.com/news/uk-england-london-27323755> (15.04.2015)
- Ruusmann, A. (2014). Pärnu pärand – Rüütli tänava probleemsete kohtade põhjused ja võimalikud lahendused. TTÜ Rahvusvaheliste suhete instituut. (Uurimistöo II)

- Rüütli tänav Pärnus. (2015). Google Maps.
<https://www.google.ee/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=r%C3%BC%C3%BCtli%20t%C3%A4nav%20p%C3%A4rnu> (29.04.2015)
- Zadeh, F. A., Sulaiman, A. B. (2010). Dynamic street environment. – *Local Environment: The International Journal of Justice and Sustainability*. Vol. 15, No. 5, pp. 433 – 452.
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13549831003735403#abstract>
 (14.04.2015)
- Zukin, S. (2012). The social production of urban cultural heritage: Identity and ecosystem on an Amsterdam shopping street. – *City, Culture and Society*. Vol. 3, No. 4, pp. 281 – 291.
<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877916612000525> (29.04.2015)
- Tammela, A. (2012). Kes suretab Rüütli tänavat? – *Pärnu postimees*, 27. november 2012.
<http://www.parnupostimees.ee/1054656/kes-suretab-ruutli-tanavat> (11.05.2015)
- Teller, C. (2008). Shopping streets versus shopping malls – determinants of agglomeration format attractiveness from the consumers' point of view. – *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. Vol. 18, No. 4, pp. 381 – 403.
<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09593960802299452#abstract>
 (13.04.2015)
- The Mayor of London's Annual Report 2013/14. (2014). Greater London Authority.
https://www.london.gov.uk/sites/default/files/Final%20MAR%20-%2018.6.14_1.pdf
 (07.05.2015)
- Vesey C., Dimanche, F. (2010). From Storyville to Bourbon Street: Vice, Nostalgia and Tourism. – *Journal of Tourism and Cultural Change*. Vol. 1, No. 1, pp. 54 – 70.
<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14766820308668159#abstract>
 (15.04.2015)
- Välja, L. (2008). Jalutaja teejuht. Pärnu. Tallinn: Solnessi Arhitektuurikirjastus.

LISAD

Lisa 1. Rüütli tänava ehitismälestised

Nimi	Aadress	Liik
Koolihoone apteegi ja selle sisutusega	Rüütli tn 40	ehitismälestis
Elamu Pärnus Rüütli t. 41/43	Hommiku tn 17, Rüütli tn 41, Rüütli tn 43	ehitismälestis
Ait Pärnus Rüütli t. 21	Rüütli tn 21, Rüütli tn 23, Rüütli tn 25	ehitismälestis
Elamu Pärnus Rüütli t. 21	Rüütli tn 21, Rüütli tn 23, Rüütli tn 25	ehitismälestis
Välisuks Pärnus Rüütli t. 3	Rüütli tn 3, Õhtu tn 7	ehitismälestis
Elamu Pärnus Rüütli t. 1A	Rüütli tn 1a	ehitismälestis
Välisuks Pärnus Rüütli t. 1	Rüütli tn 1	ehitismälestis

Allikas: (Pärnu linna mälestised 2015)

Lisa 2. Kinnisvara andmed Pärnu linna ja Rüütli tänava kohta

Tabel 1. Rüütli tänaval müügis olevate äripindade ruutmeetrihind, seisuga 13.05.2015

		EUR/m ²
Aadress	Rüütli tn 2	495,10
	Rüütli tn 3	1682,93
	Rüütli tn 20	1086,96
	Rüütli tn 24	900,90
	Rüütli tn 35	538,46
	KESKMINE	940,87

Allikas: (City24 2015)

Tabel 2. Pärnu linna kinnisvara keskmine ruutmetri hind aastate lõikes

Aasta	EUR/m ²
2009	744,57
2010	686,79
2011	728,29
2012	745,70
2013	781,96
2014	850,34

Allikas: (Eesti statistika 2015)

Lisa 3. Tänavaküsitluse blankett

Sugu: M / N Kas olete Pärnu linna elanik? Jah / Ei

Vanus: 0 – 14 15 – 25 26 – 35 36 – 45 46 - ...

Kui tihti Te käite Rüütli tänaval?

- Iga päev.
- Paar korda nädalas.
- Paar korda kuus.
- Mõned korrad aastas.
- Üldse mitte.

Mis põhjusel Te seal käite?

- Poodides.
- Söömas.
- Jalutamas.
- Tööle minekuks.
- Meelelahutuseks.

Kas Teile meeldib Rüütli tänav? Jah / Ei

Miks?

Mis aastaajal külastate tänavat tihemini?

- Kevadel.
- Suvel.
- Sügisel.
- Talvel.

Mis Te arvate, mis suunas on Rüütli tänav muutunud viimastel aastatel?

- Paremaks.
- Halvemaks.
- Olukord on jäänud samaks.

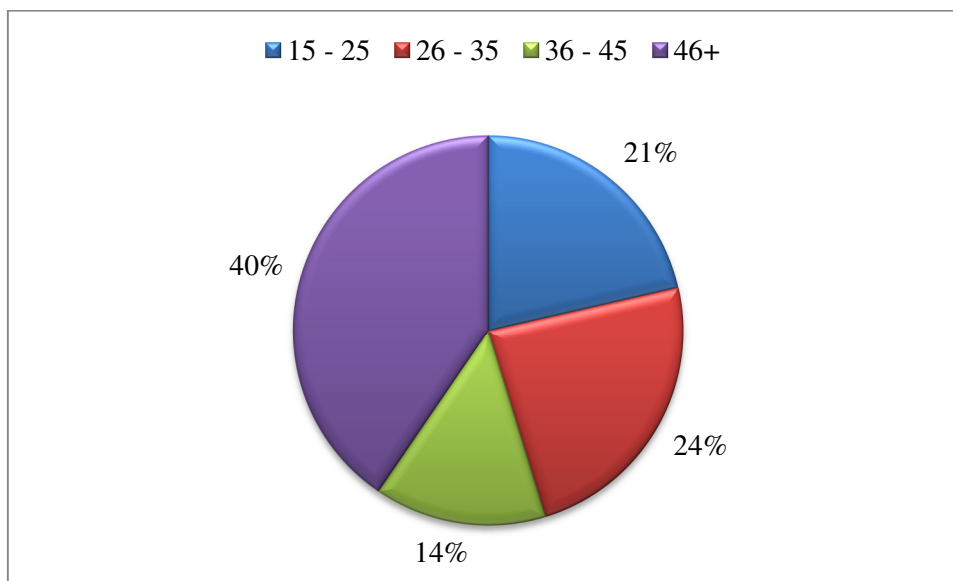
Kas kasutate Rüütli tänava poode igapäevasteks vajadusteks? Jah / Ei

Miks?

Mis see oleks, mis võiks olla Rüütli tänaval teisiti, et Te külastaks seda tihemini?

.....

Lisa 4. Andmed tänavaküsitluse vaatajate kohta



Joonis 1. Vanusegruppide osaluse osakaal tänavaküsitluses

Tabel 1. Sooline erinevus vanusegruppides

		Mehed	Naised
Vanus	15 - 25	2	7
	26 - 35	4	6
	36 - 45	1	5
	46+	1	16
		19%	81%