

Vähittäiskaupan sääntely ja sen vaikutukset: Bibliometrinen analyysi vuosilta 1990-2010.

Markkinointi

Maisterin tutkinnon tutkielma

Laura Hakala

2011



Aalto-yliopisto
Kauppakorkeakoulu

VÄHITTÄISKAUPAN SÄÄNTELY JA SEN VAIKUTUKSET

Bibliometrinen analyysi vuosilta 1990–2010

Pro Gradu-tutkielma
Laura Hakala
10.11.2011
Markkinoinnin laitos

Hyväksytty markkinoinnin laitoksella __. __. 2011 arvosanalla

1. tarkastajan nimi

2. tarkastajan nimi

VÄHITTÄISKAUPAN SÄÄNTELY JA SEN VAIKUTUKSET – BIBLIOMETRINEN ANALYYSI VUOSILTA 1990–2010

TUTKIMUKSEN TAVOITTEET

Tämän tutkimuksen tavoitteena on muodostaa kuva vähittäiskaupan sääntelyn muodoista ja vaikutuksista sekä aihealueen tieteellisen tutkimuksen rakenteesta vuosina 1990–2010. Vähittäiskaupan sääntelystä ei ole yhtään kokoavaa, useat eri maat, kilpailutilanteet ja sääntely-ympäristöt huomioon ottavaa tutkimusta, joten sille on olemassa selkeä tarve. Tällaisen tutkimuksen avulla voidaan paremmin ymmärtää sääntelyn moninaisia vaikutuksia talouteen ja kaupan toimialaan. Lisäksi voidaan tunnistaa millaisia eri sääntelyn muotoja maailmalla hyödynnetään ja miten yritykset voivat omalla toiminnallaan vaikuttaa sääntelyyn.

TUTKIMUKSEN TOTEUTUSTAPA, MENETELMÄT JA AINEISTO

Tutkimus toteutetaan bibliometrisenä analyysinä ja empiirinen aineisto kerätään tietokannoista hakusanoilla *retail* ja *regulation*. Tutkimusaineisto koostuu vähittäiskaupan sääntelystä, vuosina 1990–2010 julkaistuista 74 artikkelista, joilla on liiketaloudellinen näkökulma. Aineiston analyysi sisältää sekä kvantitatiivisen sisällön erittelyn, että kvalitatiivisen sisällönanalyysin ja julkaisutietojen analyysin. Lisäksi toteutetaan sitaattianalyysi artikkeleiden lähdeviitteitä käyttäen.

TUTKIMUKSEN KESKEISET TULOKSET

Vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksen voidaan sanoa tutkimusaineiston analyysin perusteella olevan usein jotakin tiettyä sääntelyn muotoa tai sen vaikutusta käsittelevää, empiiristä ja kansallista, toimialatasolla tapahtuvaa tutkimusta. Suurin osa aineiston artikkeleista tutki kilpailun sääntelyä. 74 artikkelin perusteella tunnistetut sääntelyn vaikutukset voidaan jakaa kolmeen suurempaan luokkaan: vaikutukset yrityksiin, vaikutukset sidosryhmiin ja vaikutukset markkinoihin. Vaikutusten voidaan todeta olevan erittäin moninaiset ja kontekstisidonnaiset eikä niiden voida sanoa olevan joko pelkästään negatiivisia tai positiivisia. Yritykset voivat vaikuttaa sääntelyyn osallistumalla poliittiseen toimintaan tai vaihtoehtoisesti pyrkiä sopeutumaan sääntelyyn muuttamalla strategiaansa. Kaksi henkilöä on ollut julkaisemassa yli kymmentä prosenttia aihealueen tutkimuksesta viimeisten kahden vuosikymmenen aikana. Sitaattianalyysin perusteella selvitettiin keiden kirjoittajien ja mihin tutkimuksiin aihealueen tutkijat ovat tutkimuksissaan tukeutuneet. Mitään tiettyä avaintutkimusta, johon kaikki viittaisivat, ei aiheesta ole olemassa.

AVAINSANAT: Vähittäiskauppa, sääntely, sääntelyteoria, bibliometria, sitaattianalyysi

SISÄLLYSLUETTELO

Kuvaluettelo	VI
Taulukkoluetelo	VI
1. JOHDANTO	1
1.1. Tutkimuksen taustaa	1
1.2. Tutkimuksen tavoite, tutkimusongelma ja -metodi	3
1.3. Tutkimuksen rajaukset ja rakenne	5
2. SÄÄNTELYN TEORIA JA YRITYSTEN POLIITTINEN TOIMINTA	8
2.1. Kaupan tutkimus ja sääntely.....	8
2.2. Sääntelyteoria	9
2.2.1. Sääntelyn purkaminen.....	11
2.3. Toimintaympäristön ja yrityksen välinen voimasuhde.....	11
2.4. Yritysten pyrkimys vaikuttaa sääntelyyn poliittisesti.....	14
2.4.1. Miksi yritykset pyrkivät vaikuttamaan sääntelyyn poliittisesti?	14
2.4.2. Miten poliittinen vaikuttaminen näkyy yritysten toiminnassa?	15
2.4.3. Mitkä tekijät vaikuttavat yritysten poliittiseen aktiivisuuteen?.....	15
2.5. Sääntelyn kritiikkiä ja etuja.....	17
3. VÄHITTÄISKAUPAN SÄÄNTELYN MUODOT JA NIIDEN ILMENEMINEN SUOMESSA	18
3.1. Sääntelyn muodot	18
3.1.1. Liiketoiminnan sääntely.....	18
3.1.2. Kilpailun sääntely	20
3.1.3. Hintasääntely	22
3.1.4. Muita sääntelyn muotoja.....	23
3.2. Sääntelyn ilmeneminen Suomen vähittäiskaupassa.....	23
3.3. Sääntelyn ja sen vaikutusten ymmärtäminen bibliometrian avulla	25
3.3.1. Viitekehys: teoriasta empiriaan	26
4. BIBLIOMETRIA TUTKIMUKSEN VÄLINEENÄ	28

4.1.	Bibliometrinen analyysi tutkimusmenetelmänä	28
4.1.1.	Tekstiaineistojen käyttö empiriassa	29
4.1.2.	Laadullisen ja tilastollisen tutkimusmenetelmän yhdistäminen	29
4.2.	Empiirisen aineiston kerääminen ja tiedon tallentaminen	30
4.2.1.	Aineistonkeruumenetelmä ja aineiston rajaus	30
4.2.2.	Tiedon tallentamismenetelmä	31
4.3.	Empiirisen aineiston analysointimenetelmät	32
4.3.1.	Tilastollinen sisällön erittely ja laadullinen sisällönanalyysi	32
4.3.2.	Sitaattianalyysi ja julkaisutietojen analyysi	34
4.4.	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	36
4.4.1.	Reliabiliteetti	36
4.4.2.	Validiteetti	36
4.4.3.	Tutkimuksen rajoitukset	37
5.	BIBLIOMETRINEN ANALYYSI TUTKIMUSAINEISTOSTA	38
5.1.	Tutkimusten luonne, metodi, analyysitaso ja toimiala	38
5.2.	Tutkitut sääntelyn lajit	39
5.3.	Tutkimusten konteksti sekä tutkimuskohteina olevat maat	41
5.4.	Tutkimusten fokus ja sisällön erittely	42
5.4.1.	Yleinen fokus	42
5.4.2.	Spesifi fokus	43
5.5.	Tutkimusten sisällönanalyysi	45
5.5.1.	Sääntelyn vaikutukset yrityksiin	45
5.5.2.	Sääntelyn vaikutukset sidosryhmiin	50
5.5.3.	Sääntelyn vaikutukset markkinoihin	55
5.5.4.	Vähittäiskaupan vaikutukset sääntelyyn	59
5.6.	Vähittäiskaupan sääntelyn tutkimus vuosina 1990–2010	62
5.6.1.	Julkaisutietojen analyysi	62
5.6.2.	Sitaattianalyysi	64
6.	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	72
6.1.	Vähittäiskaupan alalla esiintyvä sääntely	72

6.2.	Sääntelyn vaikutukset kaupan alaan	73
6.2.1.	Vaikutukset yrityksiin	74
6.2.2.	Vaikutukset sidosryhmiin.....	75
6.2.3.	Vaikutukset markkinoihin.....	76
6.3.	Yritysten vastaus sääntelyn tuomiin haasteisiin	77
6.4.	Vähittäiskaupan sääntelyn akateeminen tutkimus vuosina 1990–2010.....	77
6.5.	Suosituksset liikkeenjohtajille	79
6.6.	Aiheita jatkotutkimukseen.....	79
LÄHDELUETTELO:		81
LIITTEET:		92
	Liite 1. Empiirisen tutkimusaineiston artikkelit, 74 kpl.	92
	Liite 2. Empiria-aineiston kvantifointi	97

Kuvaluettelo

Kuva 1.....	13
Kuva 2.....	24
Kuva 3.....	27
Kuva 4.....	39
Kuva 5.....	40
Kuva 6.....	41
Kuva 7.....	42
Kuva 8.....	61

Taulukkoluetelo

Taulukko 1.....	44
Taulukko 2.....	62
Taulukko 3.....	64
Taulukko 4.....	66
Taulukko 5.....	68
Taulukko 6.....	70
Taulukko 7.....	71

1. JOHDANTO

”Sääntely on aina uudelleen tulkittava, ei koskaan kiinteä tai muuttumaton ilmiö, johon yritysten on jatkuvasti pyrittävä sopeutumaan tai vaihtoehtoisesti löydettävä keino kiertää sen negatiiviset vaikutukset toiminnalleen” (Wood et al. 2006).

1.1. Tutkimuksen taustaa

Sääntely-ympäristön toiminnan ja vaikutusten ymmärtäminen on nykyään erittäin tärkeää, koska sääntelyllä on suuri merkitys yritysten ja talouden toiminnalle. Lähes jokainen yritys on jonkinlaisen sääntelyn kohteena (Mahon & Murray Jr. 1981). Perinteisesti paljon säännellyt toimialat, kuten telekommunikaatio-, energia- ja rahoitusala, ovat alttiita valtion väliintulolle sekä monille säännöksiin aiheuttamille riskeille, mutta sääntelyn vaikutukset näkyvät nykyään jo käytännössä kaikilla talouden osa-alueilla (García-Canal & Guillén 2008).

Sääntelyllä tarkoitetaan valtion tai muun julkisen tahon tietoista puuttumista vapaiden markkinoiden ja yritysten toimintaan erilaisten liiketoimintaa ja kilpailua rajoittavien lakien ja säännösten avulla, kuten esimerkiksi hintoihin tai markkinoille tulon liittyvin rajoituksin (Viscusi et al. 2005, 357). Sääntely-sanaa käytetään siis tässä tutkimuksessa viittaamaan nimenomaan talouden sääntelyyn (*economic regulation*), ei sosiaaliseen sääntelyyn (*social regulation*), joka puolestaan käsittää suoraan ihmisiin vaikuttavien toimien sääntelyn, kuten turvallisuuden ja ympäristön sääntelyyn koskevat asiat (Mitnick 1981; Viscusi et al. 2005, 357). Kilpailulla ja sääntelyllä on useimmiten sama lopullinen tavoite: estää markkinavoimien vääränlainen käyttö ja helpottaa resurssien tehokasta allokoitua (Mutebi 2007).

Sääntelyn teoriaa on tutkittu paljon (katso mm. Caudill et al. 1993; Hantke-Domas 2003; Peltzman 1976 & 1989; Posner 1974; Stigler 1971). Sääntely-ympäristön vaikutusta tarkemmin on tutkittu esimerkiksi yritysten poliittisen toiminnan näkökulmasta (katso mm. Holburn & Vanden Bergh 2008). Myös sääntelyn yhteyttä yrityksen strategiaan on tutkittu (katso mm. García-Canal & Guillén

2008; Mahon & Murray Jr. 1981; Ramaswamy et al. 1994). Ramaswamy et al. (1994) ovat tutkineet tarkemmin yrityksen strategian ja suorituskyvyn suhdetta säännellyissä toimintaympäristöissä ja Mahon & Murray Jr. (1981) strategisen suunnittelun merkitystä säännellyillä toimialoilla.

Vähittäiskauppa on erittäin tärkeä osa useimpia talousjärjestelmiä (Higón et al. 2010). Vähittäiskauppa on usein myös hyvin säänneltyä, osin paikallisesta luonteestaan johtuen (Stemquist & Jin 1998) ja sääntelyn eri muotojen ja vaikutusten ymmärtäminen on tärkeää niin kaupan alalla toimiville yrityksille, kuin muillekin toimijoille, kuten esimerkiksi päättäjille, rahoittajille, työntekijöille sekä kuluttajille. Aukioloajat, hinnat, markkinoille tulo, kuten suurmyymälöiden perustaminen, alkoholin, tupakkatuotteiden sekä lääkkeiden myyminen ja ostaminen ovat esimerkkejä säänneltävistä asioista. Eri maissa ja maanosissa on sääntelyn piirissä hieman eri asioita (Kiuru et al. 2004; Pilat 1997; Boylaud & Nicoletti 2001).

Vähittäiskaupan tutkimuksesta on pikkuhiljaa muodostumassa oma tieteenalansa, mutta se on ollut pitkään, ja ainakin vielä 1990-luvulla, osa laajempaa markkinoinnin tieteenalaa (Findlay & Sparks 2002). 2000-luvulla kaupan tieteellinen tutkimus on painottunut enimmäkseen *markkinoinnin* (mm. brändin arvon, asiakkaan elinkaaren arvon sekä palvelun laadun teorit) *mikrotaloustieteen* (mm. peli- ja kysyntäteorit), *kuluttajanvalinnan* (mm. prospektiteoria), *sosiaalisen vaihdon* (esim. konflikti- ja luottamusteorit), *informaation prosessoinnin* (mm. informaation integroinnin ja – haun teorit) sekä *tyytyväisyyden* (mm. työ- ja asiakastyytyväisyyden teorit) teorioihin (Brown & Dant 2009).

Vähittäiskaupan sääntelyä ei ole tutkittu akateemisissa julkaisuissa juurikaan (Brown & Dant 2008), etenkin yleisemmällä, monia eri maita kattavalla tasolla. Tiettyjen maiden sisäisiä tutkimuksia ja raportteja on julkaistu, mutta nekin ovat usein eri intressipiirien teettämiä. Tutkimus mitä on julkaistu, on ollut jatkuvasti jakautunut Yhdysvaltojen ja Iso-Britannian väliseksi, kahdeksi eri tutkimusalueeksi, jotka ovat kehittyneet omiin suuntiinsa erilaisten akateemisten kontekstiensa myötä (Findlay & Sparks 2002). Pellegrini (2005) tosin huomauttaa

sääntelyn liittyvän usein niin kiinteästi kunkin maan sosiaaliseen kontekstiin, että sen vaikutusten vertailusta eri maiden kesken tulee lähes mahdotonta.

Kaupan alalla toimivien yritysten olisi kuitenkin erittäin tärkeää ymmärtää sääntelyä ja sen vaikutuksia liiketoimintaan, kilpailuun, toimialaan ja talouteen yleensä. Koska vähittäiskaupan sääntelystä ei tähän mennessä ole yhtään useat eri maat, kilpailutilanteet ja sääntely-ympäristöt huomioivaa tutkimusta, on kokoavalle tutkimukselle olemassa selkeä tarve. Tällaisen tutkimuksen avulla voitaisiin paremmin ymmärtää sääntelyn moninaisia vaikutuksia talouteen ja kaupan toimialaan.

Tämä tutkimus pyrkii bibliometrisen analyysin avulla kokoamaan yhteen vähittäiskaupan sääntelystä julkaistua tutkimusta 20 viime vuoden ajalta ja tunnistamaan millaisia vaikutuksia sääntelyllä voidaan nähdä olevan koko kaupan alaan. **Bibliometrialla** tarkoitetaan kirjallisuuden tutkimusta kvantitatiivisten ja tilastollisten menetelmien avulla (Pritchard 1969). Tämän tutkimuksen tarkoituksena on siis enemmänkin kartoittaa vähittäiskaupan sääntelyn lukuisia eri vaikutuksia, kuin vertailla keskenään esimerkiksi eri maiden sääntely-ympäristöjen aiheuttamia vähittäiskaupan tuottavuuden ja tehokkuuden eroja. Tutkimus pyrkii osaltaan myös edistämään aihealueen tutkimusta tulevaisuudessa.

1.2. Tutkimuksen tavoite, tutkimusongelma ja -metodi

Tutkimuksen tarkoituksena ja tavoitteena on kuvata ja analysoida vähittäiskaupan alan sääntelystä julkaistua tutkimusta viimeisten 20 vuoden ajalta ja tutkia kerätyn tiedon avulla millainen suhde sääntelyllä voidaan nähdä olevan kaupan toimialaan ja kilpailuun kokonaisuudessaan sekä millaisia yksittäisiä vaikutuksia sääntelystä voi seurata ja mille. Tarkemmin sanottuna tarkoituksena on kartoittaa vähittäiskaupan sääntelyä koskeva, liiketaloudellisissa ja taloustieteellisissä julkaisuissa, vuosina 1990–2010 julkaistu, empiirinen tutkimuskirjallisuus sekä kuvata ja analysoida aihetta koskevan tieteellisen keskustelun ominaisuuksia ja tuloksia bibliometrisen analyysin avulla. Tavoitteena on myös muodostaa kokonaisvaltainen kuva siitä, millaisia asioita vähittäiskaupan sääntelystä on viimeisten 20 vuoden aikana tutkittu ja miten tutkimus on jakautunut tutkijoiden ja julkaisujen suhteen. Analyysi on osin kvantitatiivinen ja osin kvalitatiivinen.

Tutkimusongelma on:

Miten vähittäiskauppaa säännellään, millaisia vaikutuksia sääntelyllä voidaan nähdä olevan ja millaista tutkimusta aiheesta on julkaistu viime vuosikymmenten aikana?

Tutkimusongelmaan haetaan vastausta seuraavien bibliometrian tutkimusmetodien ja alakysymysten avulla:

- 1) Empiria-aineiston tilastollinen sisällön erittely ja laadullinen sisällönanalyysi:
 - Miten vähittäiskaupan sääntelyä on tutkittu vuosina 1990–2010 ja millaisia muotoja ja vaikutuksia sääntelyllä on havaittu olevan?

- 2) Empiria-aineiston julkaisutietojen tilastollinen analyysi sekä lähdetietoihin pohjautuva sitaattianalyysi:
 - Millaista vähittäiskaupan sääntelyn tieteellinen tutkimus on ollut rakenteeltaan vuosina 1990–2010?

Tutkimusongelmaa lähestytään analysoimalla kerätyn aineiston perusteella koko vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksen rakennetta sekä sisältöä. Aineiston pohjalta tehdään sekä artikkelien sisältöjen tilastollinen ja laadullinen analyysi, että julkaisutietojen analyysi sekä sitaattianalyysi. Bibliometrisen analyysin kvantitatiivinen osa pyrkii selvittämään mitä asioita vähittäiskaupan sääntelyyn liittyen on viimeisten 20 vuoden aikana tutkittu eli miten tutkimukset ovat jakautuneet esimerkiksi tutkittujen sääntelyn muotojen kesken. Laadullinen sisällönanalyysi pyrkii kuvailemaan tarkemmin millaisiin tuloksiin empiirisen aineiston tutkimuksissa on päädytty, eli mitä vaikutuksia sääntelyllä on havaittu olevan.

Tämä tutkimus lähtee ratkaisemaan tutkimusongelmaa hyvin pitkälti empiriaan nojautuen, ei niinkään teorialähtöisesti. Tutkimus perustuu aikaisempaan tutkimuskirjallisuuteen sekä aikaisempiin empiirisiin tutkimustuloksiin kaupan sääntelystä. Tutkimus ei kuitenkaan ole luonteeltaan meta-analyysi, jossa vain kerättäisiin yhteen kaikki määrätyt kriteerit täyttävät aiemmat tutkimukset tietystä aihepiiristä, eli koostettaisiin niistä synteesi (Eden 2002).

1.3. Tutkimuksen rajaukset ja rakenne

Tutkimuksen empiirinen materiaali koostuu tieteellisistä artikkeleista vähittäiskaupan sääntelystä, jotka on julkaistu aikavälillä 1990–2010. Tarkempi kuvaus hakuprosessista esitellään metodologialuvussa 4. Aineistoon otetaan mukaan kaikki vähittäiskaupan sääntelyä liiketaloudellisesta näkökulmasta tarkastelevat tutkimukset kaikista maista.

Alexanderin (1937) määritelmän mukaan **vähittäiskauppa** on prosessi, jossa loppukuluttajalle tarjotaan kulutus- ja käyttöhyödykkeitä yhdessä niiden myyntiä edellyttävien palveluiden kanssa. Vuoden 2008 toimialaluokituksen mukaan vähittäiskauppaan luokiteltiin Suomessa kuuluvaksi seuraavat ryhmät:

- vähittäiskauppa erikoistumattomissa myymälöissä
- elintarvikkeiden, juomien ja tupakan vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
- ajoneuvojen polttoaineen vähittäiskauppa
- tieto- ja viestintälaitteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
- muiden kotitaloustavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
- kulttuuri- ja vapaa-ajan tuotteiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
- muiden tavaroiden vähittäiskauppa erikoismyymälöissä
- tori- ja markkinakauppa
- vähittäiskauppa muualla kuin myymälöissä

Lähde: Santasalo & Koskela (2008, 9-10)

Tilastokeskuksen vuoden 2007 tietojen mukaan suurimman osuuden Suomen vähittäiskaupasta muodostivat elintarvikkeet ja juomat ja toiseksi suurimman osuuden tekstiilit, vaatteet sekä jalkineet. Kolmanneksi suurin ryhmä oli elektroniikka ja kodinkoneet.

Tämän tutkimuksen aineiston ulkopuolelle rajataan pankkitoiminnan ja rahoituspalvelujen sääntelyä koskevat tutkimukset sekä verkostoalojen, kuten energia- ja sähköteollisuuden sekä joukkoliikenteen sääntelyä koskevat tutkimukset. Telekommunikaatioalalta otetaan mukaan ne tutkimukset, joiden nähdään palvelevan tutkimuskysymyksen ratkaisua ja joiden katsotaan liittyvän

tarpeeksi läheisesti vähittäiskaupan sääntelyyn. Lisäksi rajataan pois tukku- ja nettikaupan sääntelyä koskevat tutkimukset. Mukaan ei myöskään oteta kuluttajien itsesääntelyyn tai tunteiden sääntelyyn keskittyviä tutkimuksia. Lisäksi pois rajataan kaikki tuotesääntelyyn liittyvät artikkelit, kuten esimerkiksi ruuan laadun, turvallisuuden ja pitoisuuksien sääntelyä koskeva tutkimus.

Yleisesti mukaan otetaan kaikki liiketaloudelliselta kannalta merkittävät vähittäiskaupan sääntelyyn liittyvät tutkimukset. Ne tutkimukset, joilla ei selkeästi ole liiketaloudellista näkökulmaa, ja jotka tutkivat sääntelyn vaikutuksia esimerkiksi kansanterveyden näkökulmasta, kuten sääntelyn vaikutusta alkoholin ja tupakan käytön määrään tai apteekkeja koskevan sääntelyn vaikutusta kansanterveyteen, jätetään aineiston ulkopuolelle.

Tutkimuksen empiirinen aineisto pyritään siis mahdollisimman tarkasti rajaamaan koskemaan nimenomaan vähittäiskaupan, ei tukkukaupan, sääntelyä. Vähittäis- ja tukkukauppa ovat kuitenkin jatkuvasti yhä enemmän sidoksissa toisiinsa ja niiden välistä perinteistä eroa on yhä hankalampaa tehdä (Boylaud & Nicoletti 2001). Tämän vuoksi osa aineistoon mukaan otetuista tutkimuksista saattaa osaltaan käsitellä myös tukkukaupan sääntelyä. Tutkimukset, jotka selkeästi keskittyvät tukkukaupan sääntelyyn, on rajattu pois.

Tutkimus rakentuu seuraavasti. Toinen luku esittelee yleisesti sääntelyn teoriaa ja sen suhdetta talouteen. Lisäksi käydään läpi miten yritykset voivat omalla poliittisella toiminnallaan pyrkiä vaikuttamaan sääntelyyn. Kolmannessa luvussa esitellään tarkemmin vähittäiskaupan sääntelyn eri muotoja. Neljäs luku kertoo tutkimuksen metodina käytettävästä bibliometrisestä analyysistä sekä tarkemmin aineiston keräämiseen ja analysointiin käytettävistä menetelmistä. Viides luku analysoi mitä tuloksia bibliometrisen analyysin ja sitaattianalyysin avulla on saatu tutkimusaineistosta selville. Kuudes luku toimii yhteenvedona saaduista tuloksista ja esittelee tutkimuksen perusteella muodostetut johtopäätökset.

Tämä tutkimus ei pyri asettamaan mielipidettä sääntelyn puolesta eikä vastaan, vaan tarkoitus on kuvailla ja analysoida mahdollisimman objektiivisesti sääntelyn suhdetta koko vähittäiskaupan alaan, kilpailuun sekä yrityksiin ja tunnistaa sen vaikutuksia tieteellisen tutkimuksen pohjalta. Tarkoitus on tuoda esille viimeisen

20 vuoden aikana esitettyjä erilaisia näkökulmia niin sääntelyyn, kuin sen purkamisen vaikutuksista, tarpeellisuudesta, eduista sekä haitoista. Tutkimus liittyy Tekesin rahoittamaan Retail 2.0 – projektiin.

2. SÄÄNTELYN TEORIA JA YRITYSTEN POLIITTINEN TOIMINTA

2.1. Kaupan tutkimus ja sääntely

Kaupan sääntelyä on tutkittu todella vähän suhteessa muuhun kaupan alan tutkimukseen (Brown & Dant 2008 & 2009; Grewal & Levy 2009). 2000-luvulla kaupan alan tutkimuksessa keskeisiksi aiheiksi ovat nousseet etenkin Internetin ja verkkokaupan kasvu, brändien rakentaminen ja asiakasuskollisuus, palvelun menestystarinat sekä käyttäytymisen vaikutukset hinnoitteluun ja asiakkaisiin (Grewal & Levy 2009). Brown & Dant (2008) osoittavat niin ikään 2000-luvun suosituimpien tutkimusaiheiden sisällön keskittyneen kuluttajan käyttäytymiseen, hintoihin, uskollisuuteen, palveluihin, Internetiin, brändeihin, organisaatioihin, mainontaan sekä kanaviin.

Kauppa on toimialana erittäin säännelty (Stemquist & Jin 1998), joten on erikoista miten vähän sääntelyä on tässä kontekstissa tutkittu. Varsinkaan siitä, millaisia vaikutuksia sääntelyllä on koko vähittäiskaupan alaan, ei ole olemassa minkäänlaista kattavaa kokonaiskuvaa. Sääntely on oleellinen osa kaupan alan luonnetta ja alan toimijoiden sekä yritysten olisi hyvä ymmärtää sen vaikutuksia kilpailuun ja markkinoihin, toimialaan, sekä toisaalta myös kuluttajien käyttäytymiseen. Tämä tutkimus pyrkii kokoamaan yhteen vähittäiskaupan sääntelyn tutkimusta ja jäsentämään sitä kautta niitä vaikutuksia, joita sääntelyllä voidaan nähdä olevan koko kaupan alaan.

Tämä luku käy läpi yleisesti sääntelyn teoriaa, sääntelyn merkitystä taloudelle sekä tekijöitä, jotka vaikuttavat yritysten pyrkimyksiin vaikuttaa sääntelyyn. Seuraava luku keskittyy tarkemmin vähittäiskaupan alan sääntelyyn ja sen eri muotoihin sekä esittelee miten sääntelyn eri muodot näkyvät Suomen vähittäiskaupassa tällä hetkellä.

Sääntelyn, kuten kilpailunkin, perimmäisinä tavoitteina voidaan pitää resurssien tehokasta käyttöä sekä kuluttajien suojelua (Adams 1958). Talouden sääntely (economic regulation) puuttuu useimmiten hintoihin, määriin tai yritysten lukumäärään ja harvemmin tuotteiden laatuun, mainontaan sekä investointeihin

(Viscusi et al. 2005, 358). Kaupan alalla sääntely on oleellisessa osassa yritysten jokapäiväistä toimintaa esimerkiksi vähittäiskauppojen aukioloaikojen sääntelyn muodossa. Kaupan aukioloaikojen sääntely onkin ollut viime vuosikymmeninä otsikoissa ja julkisen keskustelun aiheena toistuvasti (Kajalo 1991 & 2002). Muita säänneltäviä asioita ovat hinnat, markkinoille tulo, kuten suurmyymälöiden perustaminen, sekä alkoholin, tupakkatuotteiden ja itsehoitolääkkeiden myyminen.

Sääntelylle ei olisi juurikaan tarvetta, jos maailma toimisi täydellisen kilpailun mallin mukaisesti, mutta valitettavasti markkinoiden todellisuus on usein jotain muuta (Viscusi et al. 2005, 2-3). Sääntelyn tärkeimpinä päämäärinä voidaan Cambinin & Jiangin (2009) mukaan pitää kilpailun edistämistä ja sosiaalisen hyvinvoinnin lisäämistä. Mitnickin (1981) mukaan sääntelyn tehtävänä on markkinainstrumenttien, kuten hintojen, markkinoille tulon sekä kaupankäynnin kontrollointi, ja siitä on usein hyötyä toimialan yrityksille. Yksinkertaistaen voidaan sääntelyn sanoa pyrkivän korjaamaan markkinoiden puutteita (Viscusi et al. 2005, 376).

Huonosti suunnitellusta valtion ohjaamasta sääntelystä voi sen sijaan myös koitua kustannuksia sekä suorasti, että epäsuorasti sen vähentäessä kilpailua. Suoria kustannuksia syntyy, kun sääntely estää yrityksiä toimimasta tehokkaasti. Epäsuoria kustannuksia aiheuttavat sen sijaan esimerkiksi markkinoille tulon esteet. (Pilat 1997)

2.2. Sääntelyteoria

Sääntelystä esitetään usein kaksi eriävää teoriaa: 1) *public interest theory*, jonka mukaan sääntelyn tavoitteena ovat kuluttajien suojeleminen ja heidän etujensa turvaaminen sekä 2) *economic theory of regulation*, toiselta nimeltään *Chicago theory*, jonka mukaan sääntely ei suojele kuluttajien, vaan tiettyjen pienempien ryhmien etuja (Hantke-Domas 2003). Näistä ensimmäinen eli *public interest theory* on saanut osakseen paljon kritiikkiä eivätkä kaikki pidä sitä edes teoriana (katso mm. Hantke-Domas 2003; Posner 1974). Tässä tutkimuksessa keskitytään jälkimmäiseen eli niin kutsuttuun sääntelyteoriaan (*economic theory of regulation*).

Sääntelyteorian klassikkoartikkelina pidetään yleisesti George Stiglerin vuonna 1971 julkaistua artikkelia ”*The theory of Economic Regulation*”. Teorian edeltäjänä pidetään niin sanottua ”*capture*”-teoriaa (”*capture*” theory), jonka mukaan sääntely on vastaus erilaisten keskenään taistelevien intressiryhmien vaatimuksiin, joista kukin pyrkii maksimoimaan omien jäsentensä etuja (Posner 1974). Caudill et al. (1993) ovat tutkimuksessaan testanneet empiirisesti mikä sääntelyn teorioista on toimivin ja todenneet sääntelyteorian olevan parempi kuin *public interest theory* tai *simple capture theory*, jonka mukaan sääntelystä päättävä taho on uskollinen vain yhdelle sidosryhmälle, säännellyille yrityksille.

Stiglerin (1971) sääntelyteorian mukaan sääntelyn syyt löytyvät aina muualta kuin kuluttajien edun palvelemisesta ja kaikki sääntely lähtee pääasiassa sen kysynnästä. Teoriassa korostuu siis sääntelyn kysyntä-näkökulma, jonka mukaan sääntely lähtee aina toimialan vaatimuksesta ja se suunnitellaan, ja sitä käytetään pääasiassa toimialan hyväksi. Stiglerin (1971) mukaan suurimpien yritysten lobbausvoima on niin suuri päättäjiä ja valtiota kohtaan, että sääntelystä on lähes aina hyötyä vain tuottajille, ei kuluttajille.

Peltzman (1976) täydentää Stiglerin teoriaa ottamalla huomioon kattavasti myös sääntelyn tarjonta-näkökulman eli sen, että päättäjät voivat olla motivoituneita sääntelyyn myös muista syistä kuin pelkästään poliittisten motiivien takia, jolloin sääntelystä on hyötyä myös kuluttajille. Toisaalta hyvin järjestäytyneillä ryhmillä on usein suurempi todennäköisyys hyötyä sääntelystä kuin laajoilla ja hajanaisilla ryhmillä. Tämän vuoksi sääntelystä saattavat hyötyä useammin tuottajat kuin kuluttajat. (Peltzman 1989).

Stigler (1971) esittää kaksi vaihtoehtoista näkökulmaa sääntelyyn omansa lisäksi. Ensimmäisen mukaan sääntelyä esiintyy kuluttajien suojelemiseksi ja heidän etujensa turvaamiseksi. Toisen näkökulman mukaan poliittiset prosessit niin sanotusti ylittävät järkevät perustelut, politiikan ollessa sekoitus jatkuvasti muuttuvia, epävarmoja ja ennustamattomia tekijöitä ja voimia, joiden kirjo vaihtelee moraalisesti hyveellisistä teoista laajaan ja räikeään korruptioon.

2.2.1. Sääntelyn purkaminen

Sääntelystä puhuttaessa on otettava huomioon myös sääntelyn purkaminen ja sen vaikutukset. Normaalisti toimialan sääntelyssä on kaksi eri vaihetta: lainsäädäntö, jonka avulla määritetään mitä sääntely koskee, sekä näiden säännösten toimeenpano. Joskus on kuitenkin tarpeen ottaa mukaan kolmaskin vaihe: sääntelyn purkaminen. (Viscusi et al. 2005, 368).

Pilatin (1997) mukaan joissakin tapauksissa, jos sääntelystä aiheutuvat kustannukset selvästi ylittävät sen hyödyt, voi olla perusteltua purkaa kaikki sääntely. Blanchardin ja Giavazzin (2001) mukaan sääntelyn purkamisen tulisi aina lähteä liikkeelle tuotemerkkinoista, jolloin hintojen alennukset vaikuttavat edelleen todelliseen palkkatasoon sekä vähentävät markkinoille tulon esteitä ja tätä kautta myös työttömyyttä. Mitnick (1981) korosti jo pari vuosikymmentä sitten, että yritykset voivat myös käyttää sääntelyn purkamista, kuten sääntelyäkin, hyväkseen strategisesti ja pyrkiä itse vaikuttamaan siihen.

Myöhemmin tämä luku esittää mitkä tekijät saavat yritykset lähtemään mukaan poliittiseen toimintaan, jonka tavoitteena voi olla esimerkiksi sääntelyn vähentäminen tai sen purkaminen. Seuraava alaluku pyrkii kuvailemaan millainen merkitys sääntelyn määrällä on yritysten vapautteen toimia ja tehdä strategisia päätöksiä toimintaympäristöstä riippumatta.

2.3. Toimintaympäristön ja yrityksen välinen voimasuhde

Kaksi eri organisaatio-ympäristö suhteiden tutkimusalueita ovat saaneet paljon huomiota yritysten strategian akateemisessa tutkimuksessa: yrityksen strategian sopivuus sen toimintaympäristöön sekä se, määräävätkö johdon valinnat vai ympäristön ”voimat” yrityksen menestymisen ja henkiinjäämisen (Lawless & Finch 1989). Se, että organisaatioiden on sopeuduttava ympäristöönsä selviytyäkseen, on laajalti tunnustettu ajatus (Mahon & Murray Jr. 1981).

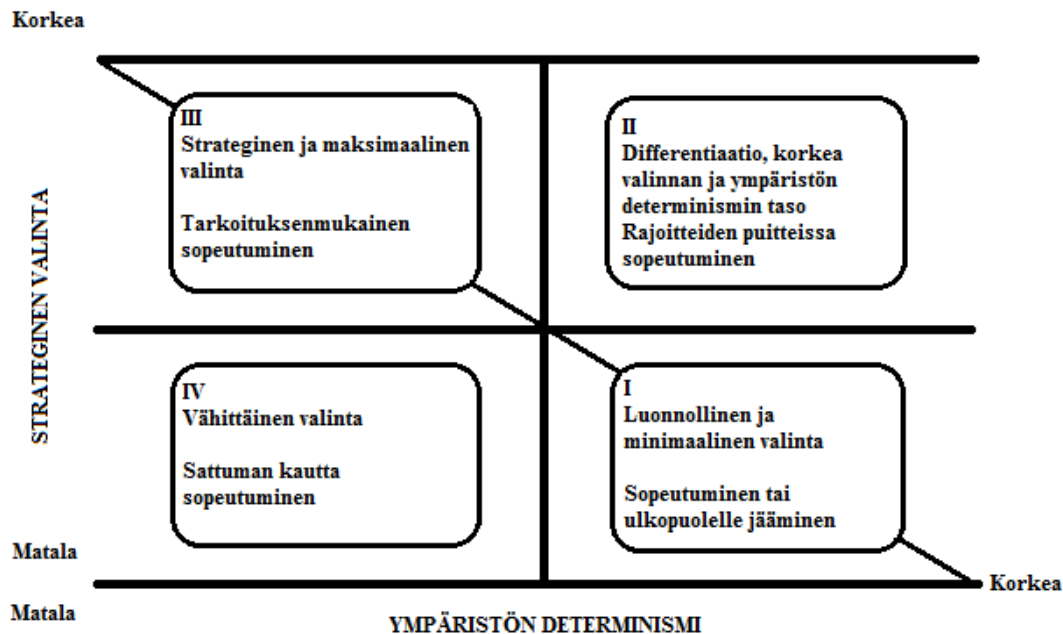
Sääntelyä voidaankin jäsentää ajattelemalla sitä organisaation toimintaympäristön ja organisaation itsensä välisen voimasuhteen avulla. Valtio pyrkii sääntelyllä rajoittamaan yritysten toimintaa, jolloin yritykset joutuvat toimimaan toimintaympäristön sanelemin ehdoin. Yritykset taas pyrkivät kohti vapaampaa

toimintaympäristöä, jolloin ne voisivat toimia ilman valtion sanelema pakotteita. Strategisen suunnittelun perusidea on analysoida sekä yritystä, että sen toimintaympäristöä, jotta voitaisiin löytää sopiva suhde niiden välille (Mahon & Murray Jr. 1981).

Hrebiniak & Joyce (1985) esittävät mallin, joka kuvaa ympäristön determinismin ja yrityksen tekemien strategisten valintojen keskinäistä suhdetta yritysten sopeutumisessa (*strategic choice and environmental determinism*). Heidän mukaansa organisaation sopeutuminen (*organizational adaptation*) on dynaaminen prosessi, joka riippuu ympäristön ja organisaation välisestä keskinäisestä voimasuhteesta ja sen laadusta. Toisin kuin aiemmassa aihetta käsittelevässä kirjallisuudessa, Hrebiniak & Joyce (1985) esittävät ”ympäristön determinismin ja strategisten valintojen olevan toisistaan riippumattomia muuttujia, jotka voidaan asettaa kahdelle erilliselle jatkumolle ja kehittää näin typologia organisaation sopeutumisesta”.

Muuttujien interaktio tuottaa neljä eri vaihtoehtoista tilannetta strategisen valinnan ja ympäristön determinismin suhteen (kuva 1):

- I. Luonnollinen, minimaalinen valinta → sopeutuminen tai ulkopuolelle jääminen
- II. Differentiaatio, korkea valinnan sekä ympäristön determinismin taso → rajoitteiden puitteissa sopeutuminen
- III. Strateginen ja maksimaalinen valinta → tarkoituksenmukainen sopeutuminen
- IV. Vähittäinen valinta → sattuman kautta sopeutuminen



Kuva 1. Strategisten valintojen ja ympäristön determinismin välinen suhde organisaatioiden sopeutumisessa. Mukailen Hrebiniak & Joyce (1985).

Kaupan alalla on sääntelyn vuoksi selviä ympäristön asettamia rajoitteita, jotka ohjaavat yritysten toimintaa ja rajoittavat niiden vapaata päätöksentekoa. Yllä esitetyn kuvan mukaisesti organisaatiolla on korkean ympäristön determinismin vallitessa, eli tässä tapauksessa sen toimiessa säännellyssä toimintaympäristössä, kaksi eri vaihtoehtoa: jonkinlainen rajoitteiden puitteissa sopeutuminen vallitsevaan tilanteeseen tai ulkopuolelle jääminen. Tällöin on luonnollista, että osa yrityksistä pyrkii mieluummin muuttamaan vallitsevaa ympäristön determinismin ja strategisen valinnan välistä keskinäistä suhdetta, eli vaikuttamaan sen toimintaa rajoittaviin ympäristön olosuhteisiin.

Shafferin (1995) mukaan yrityksillä on kaksi vaihtoehtoa miten ne voivat omalla toiminnallaan reagoida sääntelyyn: strateginen sopeutuminen sekä pyrkimykset vaikuttaa asioihin poliittisesti. Kaupan alan yritykset pyrkivätkin usein aktiivisesti pääsemään eroon sääntelystä, eli voidaan sanoa niiden pyrkivän Hrebiniakin & Joycen (1985) kuvion alatasolta ylemmäs ja oikealta vasemmalle kohti korkean strategisen valinnan ja matalan ympäristön determinismin tilaa. Kuten on edellä mainittu, Stigler (1971) korostaa sääntelyteoriassaan juuri tätä sääntelyn poliittista näkökulmaa, jonka mukaan yritykset ja toimialat pyrkivät aina ajamaan omaa

etuaan pyrkimyksissään vaikuttaa päättäjiin. Seuraava alaluku käy läpi miten yritykset voivat yrittää vaikuttaa sääntelyyn omalla poliittisella toiminnallaan ja miten sääntelyn määrä toisaalta vaikuttaa yritysten poliittiseen aktiivisuuteen.

2.4. Yritysten pyrkimys vaikuttaa sääntelyyn poliittisesti

Kuten Stigler (1971) korosti jo 1970-luvulla sääntelyn teoriassaan, sääntelyllä on vahva poliittinen kaiku. Vaikka Stiglerin teoriaa on sittemmin täydennetty niin, että se ottaa huomioon myös muut kuin poliittiset tekijät (mm. Peltzman 1976; Posner 1974), ei niitä voi jättää silti huomiotta.

2.4.1. Miksi yritykset pyrkivät vaikuttamaan sääntelyyn poliittisesti?

Valtiovalta tai hallitus on aina tärkeässä roolissa organisaatioille sekä muille liike-elämän toimijoille, sillä se säätää ne pelisäännöt, joiden mukaan yritysten on toimittava ja sillä on myös valta pakottaa ne noudattamaan näitä sääntöjä (Pearce 2001, 1). Valtio omaa voiman, jota sen maan vaikutusvaltaisimmillakaan yksilöillä tai yrityksillä ei ole: vallan pakottaa (Stigler 1971; Viscusi et al. 2005, 357).

Yritykset ympäri maailman käyttävät hyväkseen poliittisia toimia pyrkiessään muovaamaan valtionhallinnon asettamia rajoitteita itselleen suotuisiksi (Hillman et al. 2004). ”Yritysten poliittisen toiminnan tavoitteena on vaikuttaa vaali-, lainsäädäntö- sekä sääntelyprosesseihin niin, että ne vastaavat paremmin niitä sisäisiä (pääosin taloudellisia) tavoitteita, joihin yritys tai organisaatio toiminnassaan pyrkii” (Baysinger 1984). Kyky vaikuttaa sääntelystä määrääviin tahoihin on yksi keino parantaa yrityksen toimintakykyä (Holburn & Vanden Bergh 2008).

Pearcen (2001) mukaan on olemassa sekä itsenäisten organisaatioiden, ja niissä toimijoiden, toimintaa helpottavia (facilitative) että vaikeuttavia (nonfacilitative) valtionhallintoja (government). Valtio voi vaikeuttaa organisaatioiden toimintaa joko suoraan tarkoituksenmukaisella haitallisella strategialla, kuten esimerkiksi kommunismissa, tai epäsuoremmin kontrolloimalla esimerkiksi yrityksille kriittisiä resursseja (Pearce 2001, 30). Säännellyillä toimialoilla toimivat yritykset

pitävät yleisesti valtionhallintoja, joilla on harkinnanvaraisesti valtaa parempina, koska niihin on tällöin helpompi vaikuttaa (García-Canal & Guillén 2008).

2.4.2. Miten poliittinen vaikuttaminen näkyy yritysten toiminnassa?

Stiglerin (1971) mukaan eri toimialat voivat pyrkiä hyödyntämään valtion valtaa yrittämällä vaikuttaa siihen esimerkiksi vetoamalla kilpailijoiden markkinoille pääsyn estämiseen tai pyrkimällä vaikuttamaan hintapolitiikkaan. Eräs suosittu keino yritysten vaikuttaa poliittisesti, on niin sanottujen poliittisen toiminnan valiokuntien (*political action committee, PAC*) käyttäminen oman asiansa edistämiseksi (Shaffer 1995; Masters & Keim 1985).

Hillman et al. (2004) luokittelevat yritysten poliittiset toimet kahdella eri tavalla: 1) proaktiivisiin tai reaktiivisiin toimiin sekä edelleen 2) proaktiivisia toimia tarkentaen lähestymistavan, osallistumisaktiivisuuden ja strategian mukaan. Holburnin & Vanden Berghin (2008) mukaan yritysten kannattaa mieluummin pyrkiä vaikuttamaan niihin poliittisiin instituutioihin, joilla on valtaa sääntelystä vastaaviin tahoihin (*regulatory agencies*), kuin pyrkiä suoraan vaikuttamaan sääntelystä vastaaviin tahoihin.

2.4.3. Mitkä tekijät vaikuttavat yritysten poliittiseen aktiivisuuteen?

Yritysten poliittisen toiminnan aktiivisuuteen (*corporate political activity, CPA*) vaikuttavia tekijöitä on tutkittu runsaasti viime vuosikymmenten aikana (katso mm. Christensen 1997; Hillman et al. 2004; Holburn & Vanden Bergh 2008; Rehbein & Schuler 1998). Aihetta käsittelevä kirjallisuus keskittyy tutkimaan yrityksen ja valtionhallinnon välistä suhdetta ja erityisesti niiden toimia sääntelyyn liittyvissä prosesseissa (Shaffer 1995).

Yritykset, jotka todennäköisimmin lähtevät mukaan poliittiseen toimintaan ovat niitä, joiden liiketoimintaan valtiovalta vaikuttaa eniten. Halukkuudessa lähteä mukaan poliittiseen toimintaan on otettava huomioon myös poliittisten markkinoiden houkuttavuus. Ne yritykset, jotka näkevät poliittisten markkinoiden olevan itselleen houkuttelevat, lähtevät myös todennäköisemmin mukaan

poliittiseen toimintaan, koska tällöin menestymisen mahdollisuus näissä toimissa on suurempi. (Bonardi et al. 2005)

Hillman et al. (2004) esittävät yritysten poliittisen toiminnan tutkimuksesta nousevat neljä eri taustatekijöiden joukkoa, jotka kukin vaikuttavat siihen lähteekö yritys mukaan poliittiseen toimintaan: *yrityksen taustatekijät* (firm-level antecedents), *toimialan taustatekijät* (industry antecedents), *tapauskohtaiset taustatekijät* (issue-specific antecedents) sekä *institutionaaliset taustatekijät* (institutional antecedents). Esimerkiksi yrityksen taustatekijöitä, jotka kaikki osaltaan vaikuttavat poliittisen toiminnan aktiivisuuteen, ovat yrityksen koko, riippuvuus valtiovallasta, taloudellinen liikkumavara, monialaisuuden taso, ulkomainen omistus, ikä, formalisoidut rakenteet sekä johdon vaikutusvalta. Toimialan taustatekijöistä on poliittiseen aktiivisuuteen tutkittu vaikuttavan muun muassa kilpailijoiden vastaavan toiminnan (CPA) ja tapauskohtaisista taustatekijöistä kyseisen asian tai aiheen merkittävyyden suhteessa yrityksen toimintaan (Hillman et al. 2004).

Pienet yritykset tai kuluttajat organisoituvat harvoin poliittisessa mielessä suurten kustannusten ja pienten hyötyjen vuoksi, toisin kuin suuret yritykset, joilla on resursseja ja jotka näin hyötyvät poliittisesta aktiivisuudestaan (Stigler 1971). Toisin sanoen Stiglerin (1971) mukaan sääntelystä hyöttyy usein verrattain pieni joukko ihmisiä, joilla on vahvat mielipiteet ja jotka ajavat asiaansa aggressiivisesti ja omien etujensa mukaisesti, toimien näin suurempien ihmisjoukkojen (kaikki pienet yritykset ja yksityiset kuluttajat) kustannuksella, joilla taas ei ole niin vankkoja mielipiteitä sääntelyyn eikä myöskään resursseja ajaa asiaansa. Tämä ajatusmalli on alun perin Olsonilainen (katso Olson 1965). Mastersin & Keimin (1985) mukaan niin ikään poliittisten toiminnan valiokuntien (PAC) aktiivisuus on riippuvainen toimialan koosta: mitä laajempi toimiala, sitä vähemmän PAC-toimintaa.

Kun yritysten toimintaa rajoitetaan sääntelyn avulla, niiden on siis joko sopeuduttava siihen tai pyrittävä vaikuttamaan sääntelijöihin poliittisesti. Todennäköisesti jatkossakin yritysten koko, toimialan keskittymisen aste sekä sääntelyn määrä toimivat hyvinä ennusmerkkeinä siihen lähteekö yritys mukaan

poliittiseen toimintaan vai ei (Christensen 1997). Kaupan lisääntyvän globalisoitumisen myötä yritysten poliittinen toiminta jatkaa edelleen laajenemistaan (Hillman et al. 2004).

2.5. Sääntelyn kritiikkiä ja etuja

Eniten sääntelyn vaikutuksia tutkivia artikkeleita on kirjoitettu suurmyymälöiden perustamiseen liittyvän sääntelyn sekä aukioloaikojen sääntelyn vaikutuksista (Pilat 1997). Näiden sääntelyn muotojen voidaankin Pilatin (1997) mukaan nähdä hidastaneen alan rakenteellista kehitystä ja rajoittaneen kuluttajille tarjottavien palveluiden monipuolisuutta. Sääntelyä kritisoidaan usein, varsinkin kaupan toimijoiden taholta. Adams (1958) esitti jo vuosikymmeniä sitten kriittisen kantansa sääntelyyn ja siihen, miten se vahingoittaa kilpailua liikaa säännellyillä toimialoilla. Tänä päivänä vallitsee usein käsitys, jossa sääntelyä pidetään kilpailua rajoittavana ja huonoihin taloudellisiin tuloksiin johtavana mekanismina, kun sen sijaan kilpailun lisäämisen ajatellaan yksiselitteisesti maksimoivan taloudellista hyvinvointia (Mutebi 2007).

Sääntely ei kuitenkaan välttämättä ole vain kehitystä hidastava tekijä, vaan voi ohjata yrityksiä jopa uusiin innovaatioihin, mikäli ne onnistuvat joustavasti kehittämään brändiään sen mukaan, mihin markkinat ovat menossa (Wood et al. 2010). Sääntely tarjoaa yrityksille etuja, kuten vakautta ja suojaa kilpailijoilta vastaan ja siitä voi olla yritykselle paljon hyötyä, mikäli se osaa käyttää sitä strategisesti hyväkseen (Mitnick 1981).

Sääntelyllä on mitä ilmeisimmin suuri vaikutus kaupan alaan, niin päättäjien, yritysten kuin kuluttajienkin kannalta. Yritysten pyrkimykset vaikuttaa sääntelyyn poliittisesti kertovat siitä, kuinka suuri merkitys vallitsevilla säännöksillä on niiden toiminnalle. Jotta voitaisiin muodostaa kokonaiskuva sääntelyn vaikutuksista ja muodoista sekä analysoida vaikutuksia tarkemmin, kartoitetaan bibliometrisen tutkimuksen avulla kaikki vähittäiskaupan sääntelyn tutkimukset viimeisen 20 vuoden ajalta. Seuraava luku esittelee kuitenkin ensin millaisia sääntelyn muotoja lähinnä Euroopassa ja Suomessa on viime vuosikymmeninä ollut käytössä.

3. VÄHITTÄISKAUPAN SÄÄNTELYN MUODOT JA NIIDEN ILMENEMINEN SUOMESSA

3.1. Säätelyn muodot

Vähittäiskauppa on kilpailullisesta luonteestaan huolimatta usein erittäin säännelty toimiala, mutta säätelyn tiukkuus sekä laajuus vaihtelevat välillä huomattavastikin eri maiden välillä. Suurin osa säätelystä koskee kauppojen aukioloaikoja sekä hintojen asetuksen vapautta. (Boylaud & Nicoletti 2001)

Eräs, esimerkiksi Euroopan ruuan vähittäiskaupan haasteista, onkin säätelyn valtava moninaisuus (Poole et al. 2002). Monet lait, kuten ympäristölaki, liikeaikalaki, rakennuslaki, kuluttajansuojaa koskevat lait, terveydenhuoltolaki, alkoholi- ja tupakkalaki, työsopimus- ja liikehuoneistosäädökset sekä kioskiasetus sisältävät kauppaa säänteleviä rajoituksia (Kasso et al. 1998). Tämä alaluku esittelee millaisin eri rajoittein vähittäiskauppaa maailmalla säädellään eli mitä vähittäiskaupan säätelyn eri muotoja on olemassa.

Säätelyn eri muotojen luokittelussa käytetään mukailleen Boylaud & Nicolettin (2001) esittämää, vähittäiskauppaa koskevan säätelyn, jakoa kolmeen eri kategoriaan:

- 1) liiketoiminnan säätelyyn,
- 2) kilpailun säätelyyn sekä
- 3) hintasäätelyyn.

Samaa luokittelua hyödynnetään mukailleen myös tämän tutkimuksen empiriaosassa.

3.1.1. Liiketoiminnan säätely

Liiketoiminnan säätelyyn katsotaan kuuluvaksi aukioloajat sekä kansalliset ja paikalliset monopolit koskien esimerkiksi lääkkeiden, alkoholin ja tupakan myyntiä (Boylaud & Nicoletti 2001).

3.1.1.1. Aukioloaikojen sääntely

Aukioloaikojen sääntely on yksi yleisimmistä vähittäiskaupan sääntelyn muodoista (Boylaud & Nicoletti 2001). Sääntelyn määrä kuitenkin vaihtelee eri maiden kesken: joissakin aukioloajat ovat täysin vapaat, toisissa taas ne ovat tiukasti määritetyt jopa viikkotasolla (Pilat 1997). EU-maiden kesken ei esimerkiksi ole minkäänlaista yhtenäisyyttä aukioloaikoja koskevissa säännöksissä (Kiuru et al. 2004). Moni OECD-maa on vähentänyt aukioloaikojen sääntelyä viime vuosikymmenten aikana. 1990-luvun aikana muun muassa Saksa, Itävalta, Tanska, Kreikka, Hollanti, Japani sekä Iso-Britannia vapauttivat aukioloaikojen sääntelyn ainakin osittain (Pilat 1997). On kuitenkin huomattava, että sääntelyn puuttuminen kokonaan ei välttämättä tarkoita kaikkien vähittäismyymälöiden hyödyntävän mahdollisuutta laajempiin aukioloihin (Boylaud & Nicoletti 2001; Pilat 1997).

Kaupan aukioloaikoja säännellään usein uskonnollisista syistä tai työntekijöiden suojelemiseksi (Boylaud & Nicoletti 2001; Kajalo 1991). Aukioloaikojen sääntely onkin saanut länsimaissa alkunsa nimenomaan uskontoon perustuvista sunnuntai- aukiolon rajoituksista (Kajalo 1991; Pilat 1997). Monissa maissa, kuten Ranskassa, aukioloaikoja säännellään epäsuorasti työaikalainsäädännön avulla (Boylaud & Nicoletti 2001). Tästä huolimatta ammattiliitot ja kauppojen työntekijät vastustavat joskus aukioloaikojen vapauttamista (Pilat 1997). Kuluttajien puolelta nouseva painostus joustavampiin aukioloaikoihin perustuu pääasiassa näkemykseen, jonka mukaan säännellyt aukioloajat ovat ristiriidassa nykyaikana työntekijöiltä vaadittavien joustavien työaikojan kanssa (Pilat 1997).

3.1.1.2. Kansalliset monopolit

OECD:n vuonna 2001 ilmestyneen raportin mukaan suurimmassa osassa OECD-maita oli vuonna 1998 paikallisia monopoleja koskien tiettyjen tuoteryhmien tuotteiden myyntiä. Paikalliset monopolit ovat esteenä kilpailulle ja rajoittavat kuluttajien valintaa. Tiettyjen tuoteryhmien, kuten itsehoitolääkkeiden, alkoholin ja tupakan myynnin sääntelyä perustellaan usein ulkoisilla tekijöillä, kuten yleisellä turvallisuudella ja kansanterveydellä. (Boylaud & Nicoletti 2001)

Lääkkeiden myynti

Yhdeksässä maassa (Itävalta, Belgia, Tanska, Ranska, Italia, Hollanti, Espanja, Ruotsi ja Iso-Britannia) tuotteiden myynnin rajoitukset koskevat lääketuotteita (Boylaud & Nicoletti 2001). Suomen Päivittäistavarakauppa ry:n mukaan itsehoitolääkkeiden myynti on vapautettu Tanskassa vuonna 2001, Norjassa 2003 ja Ruotsissa osin 2009.

Suomessa lääkkeiden myynti on vielä säänneltyä, mutta keskustelua niiden kaupan vapauttamisesta on ollut viime vuosina. Itsehoitolääkkeiden myynnin salliminen päivittäistavarakaupassa parantaisi niiden saatavuutta ja alentaisi hintoja sekä lisäisi kilpailua. (Mankinen & Rantala 2009)

Alkoholin ja tupakan myynti

Vuonna 1998 alkoholin myyntiä rajoitti paikallisella monopolilla kuusi OECD maata: Suomi, Islanti, Norja, Puola, Ruotsi ja Turkki ja tupakan myyntiä viisi: Australia, Ranska, Unkari, Italia ja Espanja. Pohjoismaissa osa näitä tuotteita myyvistä vähittäismyymälöistä on valtion hallinnassa. (Boylaud & Nicoletti 2001)

3.1.2. Kilpailun sääntely

Kilpailun sääntelyyn katsotaan kuuluvaksi kaikki yleisesti markkinoille tuloon tai siellä toimimiseen liittyvät esteet, kuten suurmyymälöiden perustamista koskevat säännökset, maankäyttöön ja kaupunkisuunnitteluun liittyvät säännökset sekä toimijoiden suhteiden sääntely (Boylaud & Nicoletti 2001).

3.1.2.1. *Markkinoille tulon sääntely*

Stiglerin (1971) mukaan yksi yleisimmistä julkisen sääntelyn muodoista on markkinoille tulon sääntely ja että kaikki toimialat, joilla on tarpeeksi poliittista vaikutusvaltaa vaikuttaakseen päättäjiin, pyrkivät sääntelemään sitä. Markkinoillepääsyyn kohdistuvat toimenpiteet ovatkin hintojen sekä aukioloaikojen sääntelyn lisäksi eräs eniten käytetty sääntelyn muoto (Kasso et al. 1998).

Markkinoille tulon pääasialliset rajoitukset liittyvät vähittäiskaupan alalla uusien yritysten ja toimipaikkojen perustamiseen ja avaamiseen. Tällaisia rajoituksia ovat esimerkiksi perustamiseen liittyvät muodollisuudet, kuten rekisteröityminen kaupparekisteriin, liikeyritykseen ja toimipaikan laajentamiseen sekä sijaintiin liittyvät säännökset ja tiettyihin toimintoihin sekä tuotteisiin liittyvät säännökset. Myös paikallisten monopolien olemassaolo joidenkin tuotteiden kohdalla sekä lailliset esteet suurmyymälöiden perustamiseen liittyen ovat tyypillistä markkinoille tuloon liittyvää sääntelyä. (Boylaud & Nicoletti 2001)

Markkinoille tulon hintasääntely

Markkinoille tulon hintasääntelyä (*access price regulation*) esiintyy telekommunikaatioalalla ja sitä käytetään kilpailun, kuten alalla toimivien yritysten määrän, sääntelyyn. Kustannusperusteisessa sääntelyssä (*cost-based regulation*), eräässä markkinoille tulon hintasääntelyn keinoista, sääntelystä vastaava taho määrittää markkinoille tulolle kustannuksen, joka muodostuu markkinoille tulon tarjoamisen rajakustannuksista sekä lisäksi osasta jo alalla toimivan yrityksen investointikustannuksista. Toinen keino on niin sanottu vähittäismyynti-miinus sääntely (*retail-minus regulation*), jossa sääntelystä vastaava taho määrittää vähittäismyynti-hinnan ja markkinoille tulon hinnan välisen eron minimiarvon. Jälkimmäistä sääntelyn muotoa käyttävät muun muassa Iso-Britannia, Tanska, Norja ja Irlanti. (Sarmiento & Brandão 2007)

Maankäyttöön ja kaupunkisuunnitteluun liittyvä sääntely

Useimmat maat rajoittavat vähittäiskaupan myymälöiden sijoittumista erilaisin kaupunkisuunnittelun säännöksin, jotka liittyvät läheisesti maankäytön sääntelyyn ja joiden perusteella erilaisia alueita luokitellaan tiettyihin tarkoituksiin käytettäväksi (Pilat 1997). Suurmyymälöiden perustamisen sääntely liittyy läheisesti kaupunkisuunnitteluun ja sen säännöksiin, koska suurten myymälöiden laajentuminen on usein kaupunkisuunnittelun vastaista (Boylaud & Nicoletti 2001). Asiasta käytävä poliittinen keskustelu pohtiikin usein missä määrin uusia ostosalueita ja –keskuksia tulisi rakentaa kaupungin sisälle ja toisaalta kaupungin laitamille (Pilat 1997).

Suurmyymälöiden perustamisen sääntely

Suurin osa rajoituksista liittyen markkinoille tuloon kaupallisella jakelusektorilla liittyy suurmyymälöiden perustamisen sääntelyyn (Boylaud & Nicoletti 2001). Useilla OECD-mailla, kuten esimerkiksi Japanilla, Ranskalla, Italialla, Belgiassa ja Espanjalla on tiettyjä kansalliseen lainsäädäntöön liittyviä kohtia, jotka rajoittavat suurmyymälöiden perustamista ja osassa näitä maita on käyty aiheesta vilkasta poliittista keskustelua (Pilat 1997). 1990–2000 luvun vaihteessa ainakin Japani ja Italia vähensivät sääntelyn määrää (Boylaud & Nicoletti 2001).

Vähittäiskaupan suuryksiköiden perustamisen sääntelyä on perusteltu useissa maissa niiden kielteisillä vaikutuksilla, kuten kaupunkien keskustojen näivettymisellä, henkilöautoliikenteen ja sen myötä myös paikoitusalueiden lisääntymisellä sekä lähipalveluverkon harvenemisella pienten kauppojen jäädessä isojen jalkoihin (mm. Kasso et al. 1998; Boylaud & Nicoletti 2001). Sääntelyn voidaan Pilatin (1997) mukaan nähdä vaikuttavan ainakin hidastamalla vähittäiskaupan rakenteellista muutosta, suosimalla olemassa olevia suurmyymälöitä rajoittamalla niiden kilpailua, sekä vähentämällä kuluttajien hyvinvoinnin mahdollisia hyötyjä rajoittamalla heidän valinnanvaraansa.

3.1.2.2. Vähittäiskaupan toimijoiden vertikaalisten suhteiden sääntely

Kilpailulainsäädäntöön liittyvät säännökset vähittäiskaupan eri toimijoiden välisistä vertikaalisista suhteista on tarkoitettu lisäämään kilpailua, mutta usein ne on mielletty päinvastoin kilpailua rajoittaviksi. Säännökset liittyvät enimmäkseen tuottajan ja myyjän välisiin suhteisiin ja sopimuksiin, kuten alueellisiin rajoituksiin, yksinoikeutettuun jakeluun, tarjottaviin palveluihin tai tuotevalikoimaan. 1990-luvun aikana suhtautuminen vertikaalisten suhteiden sääntelyyn on hieman muuttunut ja useita säännöksiä pidetäänkin nykyään kilpailua ja tehokkuutta edistävinä. Säännökset voivat esimerkiksi turvata uudelle vähittäismyyjälle taloudellista turvaa. (Pilat 1997)

3.1.3. Hintasääntely

Hintasääntely voi määrittää tietyn hinnan, joka yritysten on veloitettava tai rajoittaa tietyn hintavälin, johon yritysten on asetettava hintansa ja sitä voidaan

käyttää esimerkiksi rajoittamaan tietyn toimialan saamia voittoja (Viscusi et al. 2005, 358). Toimialat, joilla säännellään markkinoille tuloa, pyrkivät lisäksi usein sääntelemään myös hintoja (Stigler 1971). Vähittäiskaupan hintasääntelyä esiintyy suurimmassa osassa OECD-maita, mutta se koskee yleensä vain muutamia tuotteita ja toimialoja, kuten lääkkeitä, tupakkaa ja bensaa (Boylaud & Nicoletti 2001). Varsinkin apteekkituotteiden hintoja säännellään valmistajatasolla useimmissa maissa (Danzon & Chao 2000).

3.1.4. Muita sääntelyn muotoja

Muita sääntelyn muotoja, joita ei suoraan voi luokitella kuuluvaksi edellä mainittuihin kolmeen kategoriaan, ovat esimerkiksi mainonnan, työvoiman ja saatavuuden sääntely sekä kannustinpohjainen sääntely (*incentive regulation*) telekommunikaatioalalla, joista tässä esitellään lyhyesti vain mainonnan sääntely. Edellä mainituille hieman harvinaisemmille sääntelyn muodoille ei anneta tässä tutkimuksessa paljoa painoarvoa, koska suurin osa sääntelystä keskittyy kuitenkin liiketoiminnan, kilpailun sekä hintojen sääntelyyn (Boylaud & Nicoletti 2001).

3.1.4.1. Mainonnan sääntely

Mainonnan sääntely on yleistä, mutta siinä, kuten muissakin sääntelyn muodoissa, esiintyy suuria eroja eri maiden käytäntöjen välillä (Boylaud & Nicoletti 2001; Pilat 1997). OECD-maista esimerkiksi Itävallalla, Kanadalla, Tšekillä, Unkarilla, Sveitsillä ja Iso-Britannialla ei ollut minkäänlaista sääntelyä mainontaan liittyen vuoden 2001 tietojen mukaan, kun taas Saksassa, Belgiassa, Tanskassa ja Suomessa säänneltiin lähes kaikkia mainonnan osa-alueita (Boylaud & Nicoletti 2001). Myös Hollannissa on olemassa tiukat säännökset erilaisiin mainontaan liittyviin toimiin ja Italia sekä Ranska ovat sääntelyineen sallivan ja tiukan linjan välimaastossa (Pilat 1997).

3.2. Sääntelyn ilmeneminen Suomen vähittäiskaupassa

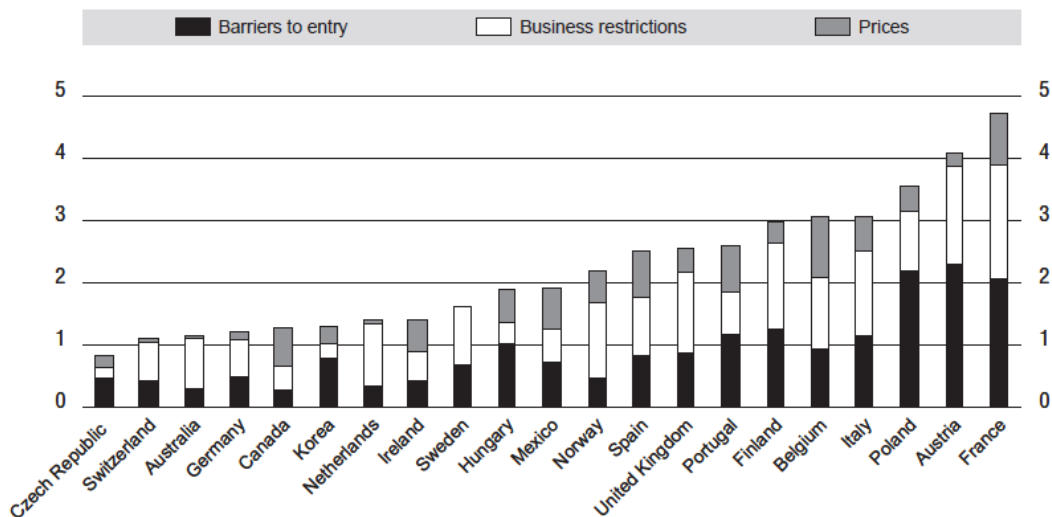
Koska sääntelyn yksityiskohdat muuttuvat jatkuvasti, ei tässä käydä läpi kaikkia tämänhetkisiä säännöksiä. Sen sijaan esitellään lyhyesti mitä asioita Suomen vähittäiskaupassa on säännelty.

”Julkinen valta sääntelee kauppaa elinkeinona kolmella tavalla:

- 1) ohjaamalla suuryksiköiden perustamista maankäytön ohjausjärjestelmän avulla tai elinkeinon harjoittamista koskevan säätelyn kautta
- 2) säätelemällä kauppojen aukioloaikoja liikeaikalain avulla ja
- 3) määräämällä eräiden tuotteiden, esimerkiksi lääkkeiden, alkoholin ja tupakkatuotteiden, myyntioikeuksista tai hinnoista.”

Lähde: Pohjola (2007)

Kuten kuva 2 kertoo, Suomi on kansainvälisesti vertaillessa yksi eniten säännellyimpiä maita. Kuvasta näkyy asteikolla 0-6, vähiten säännellyistä eniten säänneltyyn, mistä kunkin maan sääntely muodostuu ja missä suhteessa. Sääntelyn muotoja ovat jo aiemmin tässä luvussa esitetyt: liiketoiminnan sääntely (kuvassa *business restrictions*), kilpailun sääntely (kuvassa *barriers to entry*) sekä hintasääntely (kuvassa *prices*). (Boylaud & Nicoletti 2001)



Kuva 2. Vertaileva tilanne OECD-maiden sääntelystä. Lähde: Boylaud & Nicoletti (2001)

Suomessa suuryksiköiden perustamista, sijoittamista ja rakentamista ohjaavat maankäyttö- sekä rakennuslain säännökset (Kiuru et al. 2004; Santasalo &

Koskela 2008, 23). Laki kuuluu ympäristöministeriön hallinnonalaan (Kiuru et al. 2004).

Vähittäiskaupan aukioloajat määritellään liikeaikalaisissa, joka ei kuitenkaan koske kioskeja, huoltamoita, markkina- ja torikauppaa, apteekkeja, autokauppaa tai kukkakauppaa (Santasalo & Koskela 2008, 22). Etenkin päivittäistavara-kaupan toimijat ajavat vahvasti aukioloaikoja koskevien säännösten vähentämistä ja sääntelyä onkin vuosien mittaan pikku hiljaa löyhennetty, joka on hyödyttänyt etenkin pienempiä myymälöitä (Kiuru et al. 2004). 1990-luvun loppupuolella aukioloaikojen sääntely purettiin Suomessa osittain, jolloin tulivat mahdollisiksi sekä sunnuntai- että myöhäisillan aukiolot (Kajalo 2002).

Alkoholin myyntiä säännellään alkoholilaisissa. Sääntely tapahtuu käytännössä kansallisen, valtion omistaman monopolin, Alkon avulla. Alkolla on yksinoikeus myydä tilavuusprosentiltaan yli 4,7 olevia alkoholijuomia. Muita alkoholijuomia voidaan myydä vähittäiskaupoissa. (Finlex 10.12.2010)

Nikotiinikorvaushoitolääkkeiden myynti on vapautettu Suomessa vuonna 2006 (Mankinen & Rantala 2009; PTY 2.11.2009). Lääkkeitä saavat Suomessa myydä vain apteekit. Apteekkitoimen harjoittamiseen tarvitaan lupa lääkelaitokselta ja apteekin hoitajan tulee olla joko proviisori tai farmaseutti. Itsehoitolääkkeiden myynnin vapauttamisesta päivittäistavaramyymälöihin on keskusteltu Suomessa jo hyvin pitkään. (Kiuru et al. 2004)

3.3. Sääntelyn ja sen vaikutusten ymmärtäminen bibliometrian avulla

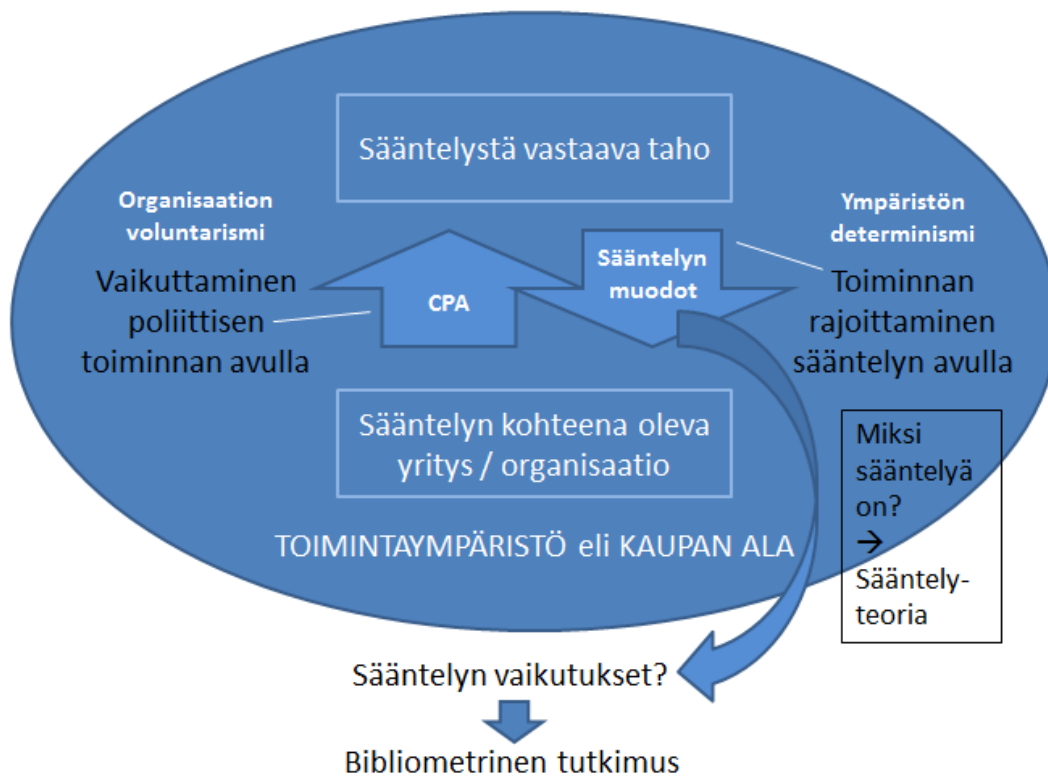
Jotta voitaisiin muodostaa kuva siitä, millä kaikilla tavoin sääntelyä esiintyy ja miten se todella vaikuttaa kaupan alaan, suoritetaan aiheesta bibliometrinen tutkimus. Sen avulla kootaan yhteen kaikki ympäri maailmaa, viimeisen kahden vuosikymmenen aikana ilmestyneet, tieteelliset tutkimukset vähittäiskaupan sääntelystä. Näistä tutkimuksista kerättyjen tietojen avulla voidaan kartoittaa millä kaikilla tavoin vähittäiskauppaa säädellään ja millaisia vaikutuksia sääntelyllä on todettu olevan eri puolilla maailmaa. Tällä hetkellä ei ole olemassa kokonaiskuvaa siitä, mitkä sääntelyn vaikutukset vähittäiskaupan alalla ovat, joten kokoavalle tutkimukselle on selkeä tarve. Seuraava luku esittelee lyhyesti bibliometrian

teoriaa ja historiaa sekä käy läpi mitä bibliometrisen tutkimuksen menetelmiä tämän tutkimuksen toteuttamisessa hyödynnetään.

3.3.1. Viitekehys: teoriasta empiriaan

Alla oleva kuva 3 esittää toisessa luvussa läpi käytyjen teorioiden keskinäisen suhteen sekä sen, mitä tässä tutkimuksessa pyritään empirian kautta pääasiassa saamaan selville, eli millaisia vaikutuksia sääntelyllä on. Sääntelyn syitä ja perusteita on esitetty laajalti luvussa 2 sekä käyty läpi Stiglerin (1971) sääntelyteoriaa. Lisäksi on osoitettu miten yritykset voivat pyrkiä omalla poliittisella toiminnallaan (CPA) vaikuttamaan sääntelystä vastaaviin tahoihin ja tätä kautta siihen, millaista sääntelyä niihin sovelletaan. Näin ne pyrkivät liikkumaan aiemmin esitetyn Hrebiniakin & Joycen (1985) mallissa kohti suuremman organisaation voluntarismia eli suuremman strategisen valinnan tilaa, pois päin ympäristön determinismistä, jossa sääntely rajoittaa voimakkaasti niiden toimintaa. Luku 3 on esitelty millaisia eri sääntelyn muotoja vähittäiskaupan alalla on olemassa.

Vaikka nyt tiedettäisiin miksi sääntelyä on olemassa, millaisia sääntelyn muotoja käytetään sekä miten yritykset voivat teoriassa pyrkiä vaikuttamaan sääntelyyn, ei teoria anna vastauksia siihen, millälaisia vaikutuksia sääntelyllä voidaan nähdä olevan maailmanlaajuisesti vähittäiskaupan alaan tai anna kokonaiskuvaa miten aiheesta on viime vuosikymmenten aikana tutkittu akateemisesti. Näihin kysymyksiin haetaan vastausta bibliometrisellä tutkimuksella. Tutkimusmetodi esitellään luvussa 4, jonka jälkeen luvussa 5 syvennytään empiirisiin tutkimustuloksiin ja niiden analysointiin.



Kuva 3. Viitekehys, teoriasta empiriaan. Sääntelyteorian, yritysten poliittisen toiminnan teorian sekä organisaation strategisen valinnan ja ympäristön determinismin teoria → johdattelu tutkimuksen empiriaosuuteen eli bibliometriseen analyysiin.

4. BIBLIOMETRIA TUTKIMUKSEN VÄLINEENÄ

Tässä luvussa esitellään niitä menetelmiä, joita on tarkoituksenmukaista käyttää tutkimusongelmien ratkaisemisessa bibliometrisen analyysin avulla ja kuinka niihin on päädytty. Luvun ensimmäinen osa esittelee lyhyesti bibliometrian pääpiirteet tutkimusmenetelmänä, perustelut tekstiaineistojen käytölle empiriassa sekä pohdintaa siitä, mitä hyötyjä on kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimusotteen yhdistämisessä ja miksi se palvelee juuri tätä tutkimusta. Luvun toisessa osassa käydään läpi miten empiirinen tutkimusaineisto kerätään ja tallennetaan ennen analysointia. Kolmas osa esittelee tarkemmin mitkä analyysimenetelmät on valittu ja mihin spesifeihin kysymyksiin niiden avulla pyritään tämän tutkimuksen analyysiosiossa vastaamaan.

4.1. Bibliometrinen analyysi tutkimusmenetelmänä

Tutkimuksen toteutustavaksi on valittu bibliometrinen analyysi, sillä se antaa mahdollisuuden kattavan kokonaiskuvan muodostamiseen vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksesta viime vuosikymmeniltä. Tietystä tieteen osa-alueesta julkaistua tutkimusta aletaan tyypillisesti, sen kehityttyä tarpeeksi pitkälle, käsitellä omana tutkimuskohteenaan (Ramos-Rodríguez & Ruíz-Navarro 2004). Bibliometriaa, tieteellisen kirjallisuuden tutkimusta, voidaan kutsua tieteeksi tieteestä ja sillä on pitkä historia aina viime vuosisadan alusta (Andrés, 2009, 1). Bibliometria-termin esitteli ensi kertaa Alan Pritchard (1969), jolloin hän määritteli sen ”matemaattisten ja tilastollisten metodien soveltamiseksi kirjoihin sekä muihin medioihin” ja korvasi näin samalla aiemmin käytetyn, tilastollinen bibliografia -termin. Bibliometriassa hyödynnetään siis sekundaaridataa. Tällä tarkoitetaan ennen omaa tutkimusta jo olemassa olleita tekstejä, kuten esimerkiksi muiden tutkimuksia tai mediatekstejä (Eriksson & Kovalainen 2008, 89).

Käytännössä bibliometrisen analyysin käyttö merkitsee tässä tutkimuksessa sitä, että empiirinen aineisto kerätään kirjaston tietokannoista löytyvistä tieteellisistä artikkeleista. Artikkeliryhmää analysoidaan sen jälkeen sekä joukkona, että yksittäisinä teksteinä erilaisten tilastollisten ja laadullisten menetelmien avulla. Jokaisen artikkelin tiedot kvantifioidaan (eli muunnetaan numeeriseen muotoon)

tietokantaan, jonka jälkeen voidaan laskea ja tulkita tilastollisia faktoja aineistosta sen ollessa numeerisessa muodossa jaoteltuna erilaisiin luokkiin.

4.1.1. Tekstiaineistojen käyttö empiriassa

Tekstiaineistojen hyödyntäminen on järkevää erityisesti tilanteissa, joissa kokonaiskuvan muodostaminen vaatii laajempaa tutkimusta, eli kun kukaan yksittäinen henkilö ei hallitse koko prosessia (Koskinen et al. 2005, 131). Esimerkkinä tällaisesta tilanteesta voidaan pitää juuri jonkin tieteenalan tutkimuksen analysointia. Tekstiaineistojen oletetaan edustavan usein suoraan sitä, mitä tutkitaan eli niitä käsitellään niin sanottuina todellisuuden representaatioina (Eriksson & Kovalainen 2008, 89).

Kirjallisten aineistojen käyttö yhdistetään usein historian tutkimukseen (Koskinen & Kovalainen 2005, 130). Bibliometrinen tutkimus on tavallaan myös historian tutkimusta. Siinä hyödynnetään erilaisia analyysimenetelmiä, joiden avulla tutkitaan tietyn tieteenalan keskustelun ja tutkimuksen sisältöä, rakennetta ja muita piirteitä. Luonteensa vuoksi bibliometriaa voidaan soveltaa millä tahansa tieteenalalla (Andrés, 2009, 1).

4.1.2. Laadullisen ja tilastollisen tutkimusmenetelmän yhdistäminen

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään sekä bibliometrian tilastollisia, että laadullisia tutkimusmenetelmiä. Tilastollisten menetelmien, kuten julkaistutietojen analyysin sekä sitaattianalyysin avulla pyritään muodostamaan kuva siitä, millainen rakenne vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksella on ollut viimeisten 20 vuoden aikana. Sitaattianalyysi pyrkii vastaamaan kysymyksiin kuten: ke(i)tä on siteerattu, mitä tutkimuksia on siteerattu ja missä julkaisuissa on ollut eniten siteerattuja tekstejä. Lisäksi tutkimusaineistosta lasketaan erilaisia tilastollisia prosenttiosuuksia, jotka kuvaavat julkaistujen tutkimusten aiheita eli muun muassa sitä, mitä sääntelyn muotoja on tutkittu ja missä määrin. Laadullisen analyysin avulla pyritään sen sijaan analysoimaan tarkemmin julkaistun tutkimuksen sisältöä, näkökulmia ja saatuja tutkimustuloksia eli millaisia vaikutuksia sääntelyllä on todettu olevan.

Laadullisen tutkimuksen vahvuutena on kriittisten vertailukohtien tarjonta, kun taas heikkoutena voidaan nähdä mahdollinen subjektiivisuus sekä kokonaiskuvan

huono muodostuminen. Määrällisen tutkimuksen vahvuus sen sijaan on säännönmukaisuuksien sekä erilaisten käyttäytymismallien paljastaminen, mutta heikkoutena saattaa olla tulkinnan liiallinen pinnallisuus, jolloin varsinaiset syyt jäävät hämärän peittoon. (Saracevic & Perk 1973)

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään sekä laadullisia että määrällisiä metodeja mahdollisimman kattavan, monipuolisen ja objektiivisen kuvan muodostamiseksi empiirisestä tutkimusaineistosta. Menetelmät esitellään tarkemmin myöhemmin tässä luvussa. Seuraavaksi käydään läpi miten aineisto kerätään ja tallennetaan ennen analyysin aloittamista.

4.2. Empiirisen aineiston kerääminen ja tiedon tallentaminen

Koska tarkoituksena on selvittää ja kuvailla vähittäiskaupan sääntelystä julkaistun tutkimuksen luonnetta maailmanlaajuisesti ja pitkällä aikavälillä, ei esimerkiksi haastattelututkimuksella voitaisi saavuttaa tutkimuksen tarkoitusta palvelevaa tutkimusaineistoa. Aineiston kerääminen suoritetaan määrätyillä hakusanoilla useasta eri tietokannasta, eli pyritään löytämään kattavasti ja objektiivisella tavalla kaikki tutkimukselle relevantit artikkelit vähittäiskaupan sääntelystä. Bibliometrisessä tutkimuksessa aiheen tarkka valinta alussa on äärimmäisen tärkeää, jotta varmistetaan että kerättävä tekstiaineisto edustaa oikeassa suhteessa tutkimuksen kenttää ja että ne kattavat koko tutkimuskentän alueen (Andrés 2009, 9).

4.2.1. Aineistonkeruumenetelmä ja aineiston rajaus

Tutkimuksen bibliometrinen aineisto kerätään käyttäen tieteellisiä artikkelitietokantoja (Ebsco Business Source Complete, ProQuest ABI Inform, ScienceDirect, Scopus, SpringerLink, ISI Web of Knowledge ja Emerald). Hakusanoina käytetään sanoja ”*retail regulation*” sekä erikseen ”*retail*” ja ”*regulation*” Ensimmäisellä hakukierroksella hakusanojen esiintyvyys rajataan artikkeleiden abstrakteihin ja käydään läpi 200 ensimmäistä hakutulosta jokaisesta tietokannasta relevanttius-järjestyksessä. Toisella hakukierroksella käytetään edelleen hakusanoina *retail* ja *regulation*, mutta tällä kertaa esiintyvyys rajataan artikkeleiden otsikoihin. Näin löydetään ne artikkelit, joissa kumpaakin hakusanaa ei esiintynyt abstraktissa, mutta ne esiintyvät otsikossa. Kolmannella

hakukierroksella käytetään vielä hakusanojen katkaistuja versioita *retail** ja *regular** abstrakteista sekä otsikoista, jolloin löydetään vielä ne artikkelit, joissa hakusanat eivät esiinny perusmuodossa, vaan taivutettuina.

Lopulliseen aineistoon otetaan mukaan vain tieteelliset artikkelit, jotka on julkaistu aikavälillä 1990–2010 ja jotka käsittelevät vähittäiskaupan sääntelyä jostakin liiketaloudellisesta näkökulmasta. Sitaattianalyysia varten kerätään lisäksi jokaisesta aineistoon mukaan otetusta artikkelista lähdetiedot tietokantaan. Ne artikkelit, joista lähdetietoja ei ole mahdollista saada kopioitua tai joita ei jostain muusta syystä ole saatavilla, jätetään pois sitaattianalyysista.

4.2.2. Tiedon tallentamismenetelmä

Kun artikkelit on kerätty, niiden sisältämä tieto tallennetaan taulukoimalla tietokantaan. Taulukkoon merkitään tekijä(t), tekijöiden yliopisto/organisaatio, artikkelin nimi ja julkaisuvuosi, lehden nimi jossa artikkeli on julkaistu, tietokanta josta artikkeli löytyi, tutkimusote (empiirinen vai käsitteellinen) ja tutkimusmetodi (kvantitatiivinen vai kvalitatiivinen). Lisäksi merkitään artikkelin sisältöä koskevat tiedot: mitä toimialaa artikkeli käsittelee, yleinen fokus, spesifi fokus, sääntelyn laji jota artikkelissa tutkitaan, analyysitaso, konteksti sekä maakonteksti.

Tietokannan taulukossa käytetään merkintöjä 1 ja 0, joissa 1 merkitsee positiivista vastausta sarakkeen väittämään ja 0 negatiivista. Jokaisen artikkelin kohdalle täydennetään jokaiseen sarakkeeseen joko 1 tai 0, sen mukaan vastaako artikkeli sarakkeen arvoa. Esimerkiksi tutkimusmetodiltaan kvantitatiivisen artikkelin kohdalla merkitään ”kvantitatiivinen”- sarakkeeseen 1 ja ”kvalitatiivinen”- sarakkeeseen 0. Tämä auttaa myöhemmin tilastollisia arvoja laskettaessa. Tätä prosessia kutsutaan aineiston kvantifioinniksi. Jokaisesta artikkelista kerätään lopuksi vielä lähdetiedot, joiden perusteella sitaattianalyysi tehdään.

Yleisellä fokuksella tarkoitetaan tutkiiko artikkeli esimerkiksi sääntelyn vaikutusta kauppaan tai työllisyyteen, kaupan vaikutusta sääntelyyn vai käsitteleekö se sääntely-ympäristöä ulkoisena tekijänä. Spesifillä fokuksella tarkoitetaan artikkelin tutkimusfokusta vielä tarkemmin. Artikkeli voi esimerkiksi tutkia sääntelyn vaikutusta hintatasoon, kilpailuun saatavuuteen, työllisyyteen,

palvelun laatuun tai kaupan tehokkuuteen. Sarakkeita lisätään sitä mukaa kun uusia fokuksia löytyy.

Sääntelyn lajit eli muodot on jaettu alustavasti neljään kategoriaan: *kilpailun sääntely*, johon kuuluvat muun muassa markkinoille tulon esteet ja kaupan yksiköiden sijaintiin liittyvät säädökset, *liiketoiminnan sääntely* eli aukioloajat ja monopolioikeudet (esimerkiksi tupakka ja alkoholi), *hintasääntely* sekä *mainontakiellot ja mainonnan sääntely*. Analyysitaso on jaettu neljään eli kategoriaan: yksilö-, yritys- ja toimialataso tai muu. Artikkelin konteksti sen sijaan luokitellaan joko paikalliseksi (kunnallinen tai maakunnallinen), kansalliseksi (yksi maa), kansainväliseksi tai muuksi. Maakonteksti kertoo tarkemmin mitä maata tutkimus koskee.

4.3. Empiirisen aineiston analysointimenetelmät

Tutkimuskysymykseen pyritään siis löytämään vastaus yhdistämällä laadullisia sekä määrällisiä tutkimusmenetelmiä. Empiirisen aineiston tutkimusten sisältö muutetaan ensin määrälliseen muotoon eli kvantifioidaan. Tämän jälkeen lasketaan koodatusta aineistosta joukko tilastollisia lukuja. Näiden saatujen lukujen sekä tarkemman tekstien analyysin perusteella muodostuu analyysin ensimmäinen osa: sisällön erittely sekä sisällönanalyysi.

4.3.1. Tilastollinen sisällön erittely ja laadullinen sisällönanalyysi

Aineistoon mukaan otettujen artikkeleiden sisältöä analysoidaan tarkemmin tutkimalla niiden tutkimuskohteita ja -tuloksia sekä tutkimusten toteutustapoja. *Sisällön erittelyllä* tarkoitetaan tutkimusten analyysia, jossa kuvataan niiden sisältöä kvantitatiivisesti ja *sisällönanalyysillä* taas tutkimusten sisällön kuvaamista sanallisesti (Tuomi & Sarajärvi 2009, 106). Tässä tutkimuksessa käytetään kumpaakin analyysitapaa, kuten on edellä käynyt ilmi.

Aineistosta lasketaan missä suhteessa artikkelit ovat empiirisesti ja käsitteellisesti toteutettuja, missä prosentuaalisessa suhteessa on käytetty määrällisiä ja laadullisia metodeja, miten tutkimukset jakautuvat toimialoittain, mitä fokuksia (yleinen & spesifi) tutkimuksilla on, mitä sääntelyn lajeja tutkimukset käsittelevät,

millaiset ovat tutkimusten analyysien tasot (yksilö, yritys, toimiala) sekä missä kontekstissa tutkimuksia on toteutettu (paikallinen, kansallinen, kansainvälinen).

Empiirisen tutkimusaineiston tilastollinen sisällön erittely ja laadullinen sisällönanalyysi vastaavat tutkimuksen ensimmäiseen alakysymykseen:

Miten vähittäiskaupan sääntelyä on tutkittu vuosina 1990–2010 ja millaisia muotoja ja vaikutuksia sääntelyllä on havaittu olevan?

Kysymykseen haetaan vastausta laskemalla aineiston pohjalta:

- missä suhteessa artikkelit ovat tutkimusotteeltaan empiirisiä ja käsitteellisiä (prosenttiosuudet)?
- missä suhteessa on käytetty määrällisiä ja laadullisia tutkimusmetodeja (prosenttiosuudet)?
- mitkä ovat tutkimusten analyysien tasot (yksilö, yritys, toimiala)?
- mikä on tutkimusten konteksti (paikallinen, kansallinen, kansainvälinen) ja mitkä maat ovat tutkimusten kohteena?
- miten tutkimukset jakautuvat toimialoittain: ruoka, alkoholi, bensiini, apteekki, tupakka, telekommunikaatio, katukauppa tai vähittäiskauppa kokonaisuudessaan (prosenttiosuudet)?
- mitä sääntelyn lajeja (kilpailun sääntely, liiketoiminnan sääntely, hintasääntely jne.) tutkimukset käsittelevät (prosenttiosuudet)?
- mitä fokuksia (yleinen & spesifi) tutkimuksilla on eli mistä näkökulmasta ne tarkastelevat sääntelyä ja suhteessa mihin?

Lisäksi analysoidaan syvemmin spesifien fokuksien pohjalta millaisia vaikutussuhteita sääntelyllä on missäkin tutkimuksessa havaittu olevan ja pohditaan empiiristä dataa ja sääntelyn teoriaa yhdistelemällä miten sääntely voi laajemmin vaikuttaa koko kaupan alaan ja talouteen. Saatujen tulosten perusteella jatketaan edelleen sisällön laadullista analysointia. Artikkeleiden tutkimusten fokuksia ja tutkimuskohteena olevia sääntelyn lajeja sekä saatuja tutkimustuloksia eritellään tarkemmin. Aineiston perusteella pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin eli muodostamaan käsitys siitä miten vähittäiskauppaa

säännellään, millaisia vaikutuksia sääntelyllä voidaan nähdä olevan ja millaista tutkimusta aiheesta on julkaistu viime vuosikymmenten aikana?

Sisällönanalyysin tuloksia pyritään siis suhteuttamaan aiemmin esiteltyyn sääntelyn teoriaan. Koskisen et al. (2005, 229) mukaan ”kenties pahin virhe, jonka tutkija voi tehdä, on kerätä aineisto ja kuvata se ilman selkeää tulkintaa”. Tavoitteena on siis päätyä joihinkin konkreettisiin päätelmiin sen tiedon perusteella, joka saadaan bibliometrisen analyysin eri menetelmien avulla ja suhteuttaa nämä päätelmät jo olemassa olevaan tietoon.

Vähittäiskaupan sääntelystä ei ole olemassa, ainakaan omien tutkimusteni perusteella, mitään kokoavaa, usean vuoden ajalta ja useat maat huomioivaa tutkimusta siitä mitä ylipäätään on aiheeseen liittyen tutkittu ja saatu selville. Työ pyrkii valittujen analyysimenetelmien avulla luomaan uutta tietoa vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksen nykytilasta ja osaltaan edistämään sen tulevaa tutkimusta. Tarkoitus on myös luoda jonkinlainen kuva siitä, miten sääntely vaikuttaa laajemmin talouteen ja yrityksiin, ei vain yhden maan tai yhden sääntelyn muodon osalta.

4.3.2. Sitaattianalyysi ja julkaisutietojen analyysi

Smithin (1981) mukaan sitaatit ovat eräänlaisia tienviittoja, joita tutkijat jättävät jälkeensä niiden sisältämän tiedon hyödynnettyään, ja rakentavat näin kuvaa käyttäjän toiminnasta ilman, että käyttäjää itseään tarvitsee koskaan kohdata. Lähdeviite tehdään siteeraavan tekstin toimesta ja se edustaa tunnustusta jollekin toiselle dokumentille (Andrés 2009, 55). Sitaatti taas edustaa tunnustusta, jonka siteerattu dokumentti on saanut ja edustaa suhdetta siteeratun ja siteeraavan dokumentin välillä (Smith 1981).

Sitaattianalyysin raaka-aineena voidaan hyödyntää mitä tahansa dokumenttien joukkoa, joista kaikki sisältävät lähdeluettelon. (Smith, 1981). Sen tarkoituksena on analysoida kirjoittajien tai julkaisujen (journals) välisiä keskinäisiä suhteita ja sen avulla voidaan ennen kaikkea osoittaa kuinka merkityksellisiä tietyt kirjoittajat, tutkimukset ja lehdet ovat olleet tieteelliselle keskustelulle (Andrés 2009, 55).

Sitaattianalyysi sekä julkaisutietojen analyysi vastaavat tutkimuksen toiseen alakysymykseen:

Millaista vähittäiskaupan sääntelyn tieteellinen tutkimus on ollut rakenteeltaan vuosina 1990–2010?

Kysymykseen haetaan vastausta laskemalla empiirisen aineiston artikkelien julkaisutietojen pohjalta:

- Ketkä tutkijat ovat julkaisseet eniten tutkimuksia?
- Missä julkaisuissa (academic journals) on julkaistu eniten aihealueen tutkimusta?

sekä laskemalla empiirisen aineiston artikkelien lähdeviitteiden pohjalta:

- Ketä tai keitä kirjoittajia on siteerattu eniten?
- Mitä tutkimuksia on siteerattu eniten?
- Mitä tieteellisiä julkaisuja (academic journals) on siteerattu eniten?

Empiiriseen aineistoon mukaan otettavista tutkimuksista lasketaan siis määrällisesti eniten julkaisseet tutkijat sekä ne julkaisut, joissa aineiston artikkelit ovat useimmin julkaistu. Lisäksi lasketaan lähdeviitteiden avulla useimmin siteeratut artikkelit ja julkaisut sekä useimmin siteeratut kirjoittajat. Tulokset taulukoidaan ymmärrettävästi tulkittaviksi. Sitaattianalyysin perusteella saadaan tietää, minkälaisiin aihepiireihin tutkimus on eniten nojautunut viimeisten 20 vuoden aikana, sekä kuinka monen kirjoittajan kontribuutio näkyy sitaateissa selvimmin. Sitaattianalyysi kertoo onko vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksessa mahdollisesti joitakin tekstejä, joihin lähes aina viitataan. Se antaa kuvan kuinka monitahoista tutkimus on ollut ja antaa osviittaa suosituimmista tutkimusaiheista.

Toteutettava sitaattianalyysi on varsin yksinkertainen verrattuna siihen, millaisia olisi periaatteessa mahdollista toteuttaa (katso esim. Ramos-Rodríguez & Ruíz-Navarro 2004; Uysal 2010). Rajoituksina laajemman sitaattianalyysin ja co-sitaatioanalyysin (*co-citation analysis*) toteuttamiseen ovat sekä ajan, että vaadittavien ohjelmien puute.

4.4. Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Yleisimpiä kritiikin kohteita laadullisessa tutkimuksessa on se, ettei pienestä havaintomäärästä voi tehdä tarpeeksi luotettavia yleistyksiä (Koskinen et al. 2005, 263). Tämän tutkimuksen eräänä vahvuutena ja luotettavuuden parantajana voidaan pitää laadullisen ja määrällisen tutkimusotteen yhdistämistä. Koska tilastollista analyysia varten havaintojen määrä, eli tässä tapauksessa empiirisen tutkimusaineiston artikkeleiden lukumäärä, on suurempi kuin yleensä pelkkää laadullista tutkimusta tehtäessä, voidaan sanoa yleistettävyyden ja luotettavuuden olevan hyvät myös laadullisessa analyysissa.

4.4.1. Reliabiliteetti

Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen ristiriidattomuutta eli sitä, voidaanko sanoa tulkinnan olevan riippumaton siitä kuka sitä tulkitsee (Koskinen et al. 2005, 255). Tämän tutkimuksen aineiston reliabiliteettia laskee hieman se, että aineiston on kerännyt ja kvantifioinut vain tämän tutkimuksen tekijä, ei toinen ulkopuolinen henkilö. Koskinen et al. (2005, 256) mukaan kvantitatiivisen sisällönanalyysin koodaus tulisi tapahtua kahden eri henkilön toimesta, jolloin voidaan indeksin tai korrelaation avulla laskea kuinka lähelle toisiaan henkilöiden tulkinnat eli koodaukset osuvat. Tämän tutkimuksen yksilötyön luonteen, aineiston laajuuden sekä koodauksen resursseja ja aikaa vaativan prosessin vuoksi sisältö on koodattu vain kertaalleen.

4.4.2. Validiteetti

Validiteetilla tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin tietty tulkinta tai tulos ilmaisee kohdetta, johon niiden on tarkoitus viitata (Koskinen et al. 2005, 254). Koska empiirisen aineiston hankkimisvaiheessa käytiin läpi satoja artikkeleita systemaattisten hakujen avulla ja valittiin mukaan lopulta kaikki ne, jotka olivat aiheen kannalta relevantteja, voidaan perustellusti sanoa tutkimusartikkelien lukumäärän olevan riittävä ja tutkimusaineiston olevan validi tämän tutkimuksen tarkoituksiin. Koskinen et al. (2005, 254) mukaan validilla tiedolla tarkoitetaan tyypillisimmin juuri osoitusta havaintojen tyypillisyydestä eli tehdyt havainnot eivät saa olla poikkeuksia, vaan tulosten olisi pyrittävä yleistettävyyteen.

4.4.3. Tutkimuksen rajoitukset

Tutkimuksen rajoituksina voidaan pitää kvantifioinnin ja analyysin mahdollista subjektiivisuutta sekä sitaattianalyysin yksinkertaisuutta. Aineiston subjektiivisuuden vaara on mahdollinen, koska vain yksi ihminen on kerännyt ja kvantifioinut empiirisen tutkimusaineiston eli tutkimuksen reliabiliteettia ei voida pitää parhaana mahdollisena. Lisäksi, kuten aiemmin on tuotu esille, toteutettava sitaattianalyysi ei ole monipuolisin mahdollinen erilaisten tutkimuksen toteutuksessa esiintyvien rajoitusten vuoksi. Näistä edellä mainituista rajoituksista huolimatta tämä tutkimus pystyy luultavasti vastaamaan hyvin asetettuun tutkimuskysymykseen eivätkä tulokset kärsi monipuolisuuden puutteesta.

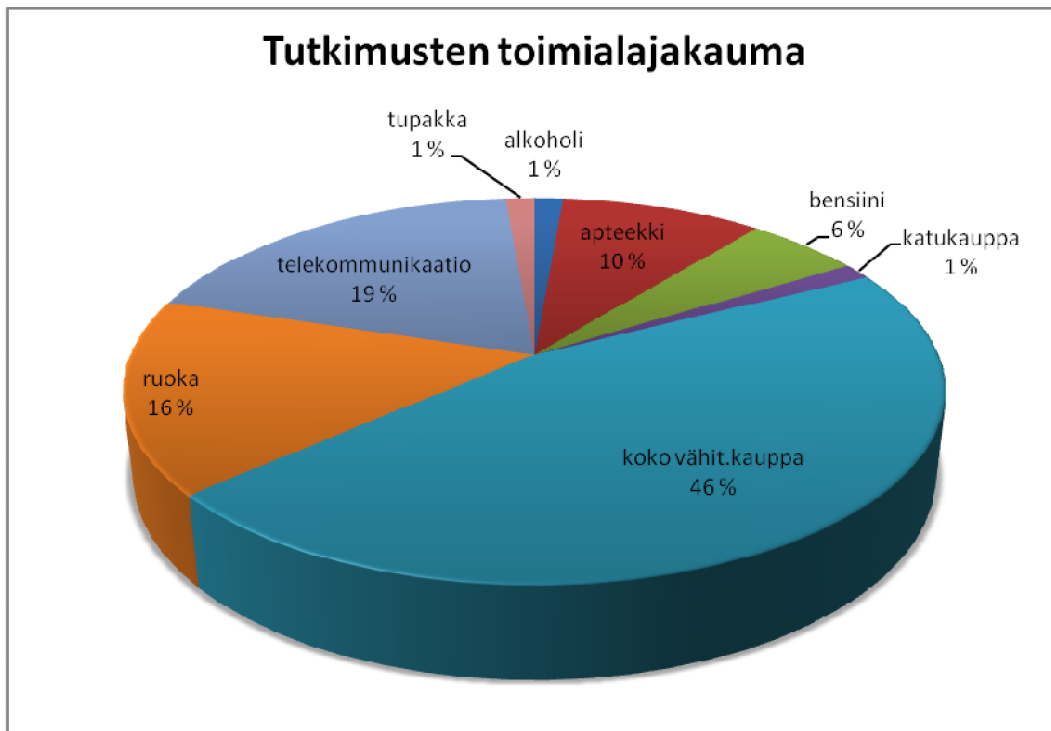
5. BIBLIOMETRINEN ANALYYSI TUTKIMUSAINEISTOSTA

5.1. Tutkimusten luonne, metodi, analyysitaso ja toimiala

Tutkimusaineisto koostuu 74 vähittäiskaupan sääntelyä koskevasta tieteellisestä artikkelista, jotka tarkempaa analyysiä varten luokiteltiin tutkimuksen toteutuksen sekä sisältönsä mukaan erilaisiin luokkiin. Tässä luvussa käydään läpi millaisia tuloksia aineiston perusteella saatiin ja minkälaisia sääntelyn vaikutuksia nousi esille.

Aineistossa mukana olleet tutkimukset jaoteltiin tutkimusotteensa tai luonteensa perusteella *empiirisiin* ja *käsitteellisiin*. Selkeästi suurin osa, 93,2 prosenttia aineistosta edustivat empiiristä tutkimusta ja loput, 6,8 prosenttia, käsitteellistä. Tutkimusmetodin osalta tutkimukset jaoteltiin kolmeen ryhmään: *kvantitatiiviset*, *kvalitatiiviset* ja niiden *yhdistelmä*. Kolmanteen (yhdistelmä) ryhmään sijoitettiin sellaiset tutkimukset, joissa oli selkeästi käytetty laaja-alaisesti kumpaakin tutkimusmenetelmää eikä niitä voitu luokitella vain jompaankumpaan ryhmään kuuluviksi. Hieman yli puolet, 54,1 prosenttia, aineistossa mukana olleista tutkimuksista oli toteutettu pelkästään kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä käyttämällä. Pelkästään kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä oli hyödynnetty noin kolmasosassa, 32,4 prosentissa, tutkimuksia. Kumpaakin metodologia oli käytetty 13,5 prosentissa tutkimuksia.

Aineistossa mukana olleiden tutkimusten analyysitaso oli 100 prosentissa toimialataso. Kaikki artikkelit tutkivat siis jotakin vähittäiskaupan sääntelyyn liittyvää ilmiötä tai ongelmaa omalla toimialallaan eivätkä rajanneet tutkimusta esimerkiksi mihinkään tiettyyn yritykseen. Toimialat luokiteltiin edelleen esille nousseiden perusteella seuraavasti: *ruoka, alkoholi, tupakka, bensiini, apteekki, katukauppa, telekommunikaatio* ja *koko vähittäiskauppa*. Viimeiseksi mainittu siinä tapauksessa, jos tutkimuksessa ei ollut ”retail”-ilmaisua tarkemmin määritelty minkä vähittäiskaupan osa-alueen sääntelyä siinä tutkitaan. Koko vähittäiskauppa – luokan artikkelit ovat suurin osa mitä todennäköisimmin päivittäistavarakaupan sääntelyä koskevia. Tutkimusten jakautuminen toimialoittain on havainnollistettu alla esitettävässä kuvassa 4.



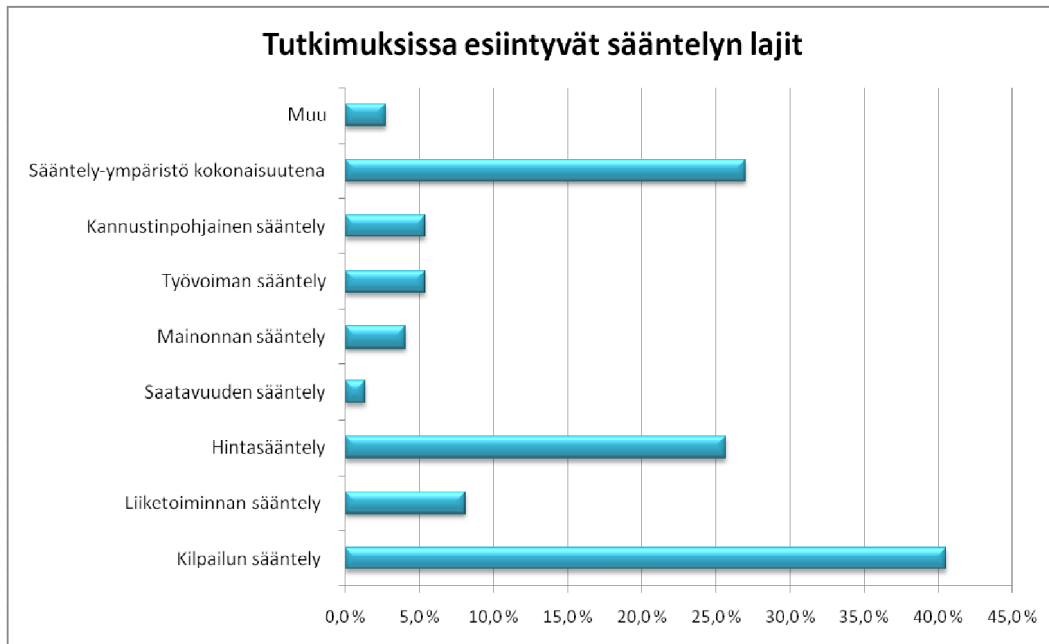
Kuva 4. Tutkimusten toimialajakauma, n=74.

Alkoholin ja tupakan sääntelyä koskevien tutkimusten osuus on suhteessa pieni (kumpaakin noin 1 prosentti), koska aineistosta on karsittu vähittäiskaupan sääntelyä terveyden kannalta tutkivat artikkelit. Luonnollisesti suurin osa alkoholin ja tupakan sääntelyä tutkivista artikkeleista on kirjoitettu juuri esimerkiksi sääntelyn kansanterveyttä edistävästä tai nuorten alkoholin- tai tupakankäyttöä vähentävästä näkökulmasta. Nämä artikkelit on liiketaloudellisen painoarvonsa vähyden takia karsittu tästä tutkimuksesta pois.

5.2. Tutkitut sääntelyn lajit

Sääntelyn lajien luokittelussa käytettiin, toisessa luvussa esiteltyä, Boylaudin & Nicolettin (2001) jakoa kolmeen ryhmään ja täydennettiin sitä lisäluokilla. Tässä käytettävät luokat ovat: *kilpailun sääntely* (sisältäen esimerkiksi markkinoille tuloa, kaupan yksiköiden sijaintia ja perustamista sekä sopimus – ja neuvottelukäytäntöjä koskevan sääntelyn), *liiketoiminnan sääntely* (sisältäen esimerkiksi aukioloaikoja ja monopolioikeuksia koskevan sääntelyn), *hintasääntely*, *saatavuuden sääntely*, *mainonnan sääntely*, *työvoiman sääntely* (labour regulation), *kannustinpohjainen sääntely* (incentive regulation), *sääntely-*

ympäristö kokonaisuutena sekä *muu sääntely*. Kukin aineistossa mukana olleista tutkimuksista saattoi käsitellä samanaikaisesti useampaa sääntelyn lajia, joten useat tutkimukset näkyvät enemmän kuin yhdessä sääntelyn laji -luokassa. Tämän vuoksi prosenttijakauman summa ei ole 100, vaan prosenttiosuudet osoittavat kuinka suuressa osassa 74 tutkimusta kutakin sääntelyn lajia esiintyi, kuten alla oleva kuva 5 osoittaa.



Kuva 5. Tutkimuksissa esiintyneet sääntelyn lajit, n=74.

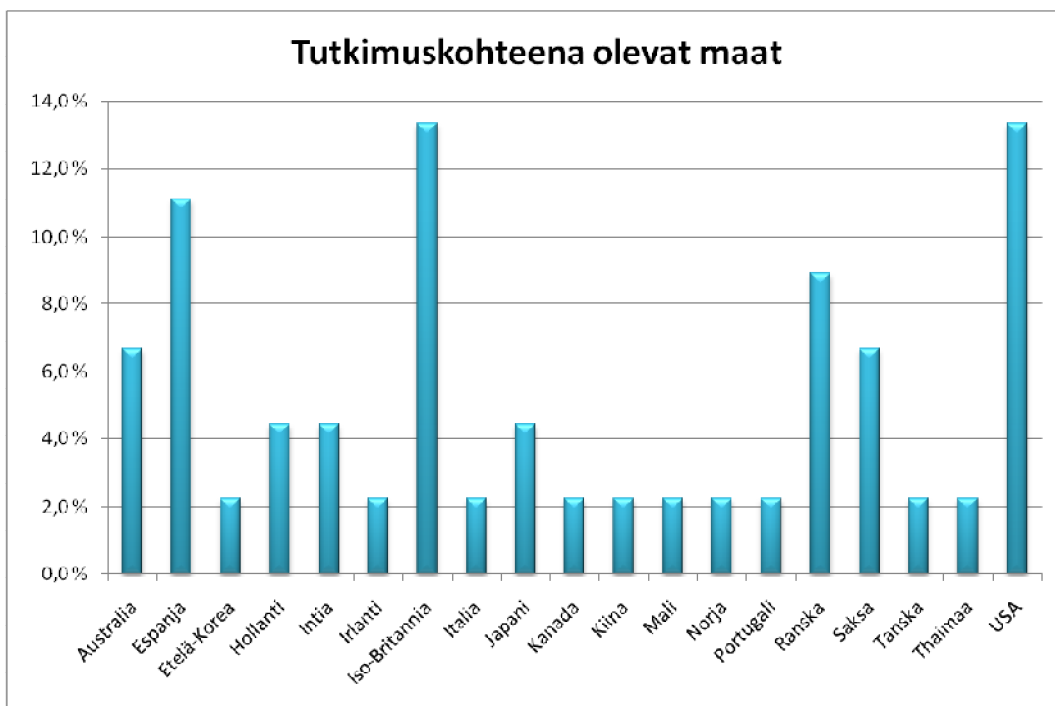
Noin 40 prosentissa tutkimuksia, eli selvästi suurimmassa osassa, oli tutkittu kilpailun sääntelyä. Hintasääntelyä käsitelti noin neljäsosa tutkimuksista ja liiketoiminnan sääntelyä 8,1 prosenttia. Työvoiman ja mainonnan sääntelyä sekä kannustinpohjaista sääntelyä tutki kutakin noin 5 prosenttia tutkimusaineiston artikkeleista ja saatavuuden sääntelyä vain 1 artikkeli eli 1,4 prosenttia aineistosta.

Sääntely-ympäristö kokonaisuutena – luokka käsittää ne artikkelit, joissa selkeästi tutkittiin sääntelyn vaikutuksia kokonaisuudessaan välttämättä määrittelemättä sääntelyn lajia tarkemmin, tai joissa tutkittiin useampaa kuin kolmea sääntelyn lajia. Tähän sarakkeeseen luokitellut artikkelit eivät siis välttämättä näy yksittäisissä sääntelyn lajien luokissa tilastollisesti, vaikka niissä onkin saatettu monia näistä (kuten esimerkiksi kilpailun sääntelyä tai hintasääntelyä) käsitellä.

5.3. Tutkimusten konteksti sekä tutkimuskohteina olevat maat

Empiirisen aineiston tutkimukset jaoteltiin kontekstin mukaan kolmeen eri ryhmään: *paikallinen*, *kansallinen* ja *kansainvälinen*. Noin kolmasosassa tutkimuksista, 31,1 prosentissa, oli kansainvälinen konteksti eli tutkimus kohdistui useampaan kuin yhteen maahan. 8,1 prosenttia tutkimuksista tarkasteli sääntelyä paikallisessa, eli kunnallisessa tai maakunnallisessa kontekstissa. Suurimmassa osassa, 60,8 prosentissa tutkimuksia konteksti oli kansallinen eli tutkimus kohdistui yhteen tiettyyn maahan.

Tämä tutkimustulos korostaa sääntelyn kansainvälisen tutkimuksen tarvetta ja perustelee myös tämän tutkimuksen kysymyksenasettelua sääntelyn laajempien vaikutusten tutkimisessa. Alla oleva kuva 6 kertoo kansallisen kontekstin omaavien tutkimusten kohteina olevat maat ja miten ne jakautuivat procenteissa niiden tutkimusten kesken, joissa oli kansallinen konteksti. Kolme selkeästi suosituinta tutkimusten kohdemaata olivat USA (13,3 prosenttia kansallisen kontekstin omaavista tutkimuksista), Iso-Britannia (13,3 prosenttia) ja Espanja (11,1 prosenttia). Tässä näkyy Findlayn & Sparksin (2002) jo aiemmin esitetty tutkimustulos siitä, että suurin osa vähittäiskaupan sääntelyn akateemisesta tutkimuksesta on jakautunut USA:n ja Iso-Britannian välille.

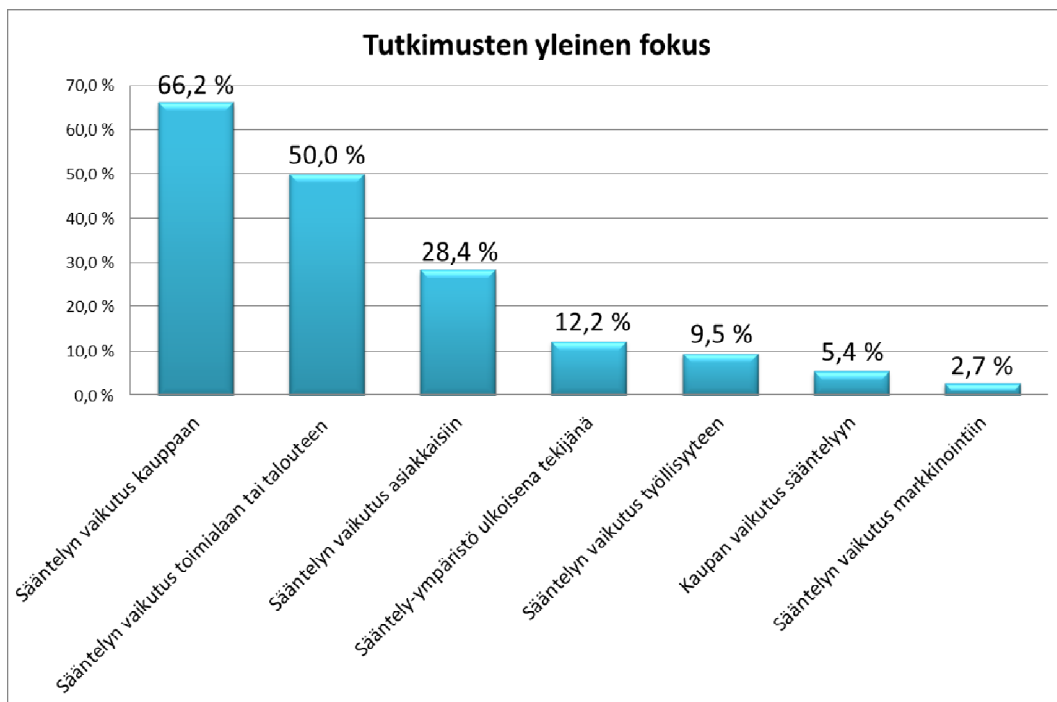


Kuva 6. Tutkimuksissa esiintyneet maat, n=74.

5.4. Tutkimusten fokus ja sisällön erittely

5.4.1. Yleinen fokus

Alla esitettävä kuva 7 osoittaa kuinka suuressa osassa tutkimuksia mikäkin fokus esiintyi. Fokuksia saattoi kussakin tutkimuksessa olla useampi, eli prosenttijakauman summa ei ole yhteensä 100. Puolessa tutkimuksista tutkittiin sääntelyn vaikutuksia toimialaan tai yleisemmin talouteen. Noin kaksi kolmasosaa (66,2 prosenttia) tutkimuksista tutki jollain tavoin sääntelyn vaikutuksia kauppaan. Näissä fokusluokissa olevat artikkelit saattavat siis esiintyä muissakin luokissa. Esimerkkinä eräs artikkeli tarkasteli sääntelyn vaikutuksia kauppaan ja asiakkaisiin, kun taas toinen sekä toimialaan, että työllisyyteen.



Kuva 7. Tutkimusten yleiset fokukset, n=74.

28,4 prosentissa tutkimuksista sääntelyä tutkittiin suhteessa asiakkaisiin eli kuluttajiin. 12,2 prosenttia tarkasteli sääntely-ympäristöä ulkoisena tekijänä ja 9,5 prosenttia sen suhdetta työllisyyteen. 5,4 prosentissa vaikutussuhde oli käännetty toisinpäin, eli tutkittiin miten kauppa vaikuttaa sääntelyyn. Harvinaisin fokus oli sääntelyn suhde markkinointiin. Tällaisia tutkimuksia oli 74 artikkelin joukossa vain 2 eli 5,4 prosentissa tutkimuksista oli markkinointifokus.

5.4.2. Spesifi fokus

Aineiston kustakin artikkelista eroteltiin edelleen spesifit fokukset eli se, millaisia sääntelyn vaikutuksia tai suhteita ne tutkivat ja suhteessa mihin. ”Vaikuttaa” sanaa on tässä käytetty siitä syystä, että myös useissa artikkeleissa käytettiin tätä termiä ja koska suuressa osassa tutkimuksia oli nähtävissä suoria vaikutussuhteita sääntelyn ja jonkin muun asian tai ilmiön välillä. Kukin yllä kuvailtu artikkeleiden yleisen fokuksen luokka sisältää vielä useita erilaisia spesifimpiä vaikutussuhteita. Spesifejä fokuksia löytyi todella paljon ja ne kertovat kuinka monimuotoiset sääntelyn vaikutukset todella ovat. Ne antavat monipuolisen vastauksen tämän työn tutkimusongelmaan eli siihen miten vähittäiskauppaa säännellään ja millaisia vaikutuksia sääntelyllä on kaupan alan toimintaan.

Fokusta ei edusta välttämättä pelkästään se, mitä kunkin artikkelin oli tarkoitus tutkia, vaan myös se, millaisia vaikutussuhteita ne tutkimustensa edetessä löysivät. Kuten yleisenkin fokuksen kohdalla, yhdellä artikkelilla saattoi olla useita eri fokuksia. Prosenttimäärät kertovat kuinka suuressa osassa 74 artikkelista tietty fokus esiintyi. Keskiarvolla laskettuna yhdellä artikkelilla oli yhteensä 3,4 spesifiä fokusta. Oheinen alla esitetty taulukko 1 luettelee kaikki löydetty vaikutukset. Vaikka luokkia on paljon ja usealla artikkelilla lisäksi monta fokusta, on usean fokusluokan sisällä silti vielä erilaisia variaatioita. Tämä jo itsessään antaa kuvan siitä, miten monia eri vaikutuksia sääntelyllä voi yhteiskunnassa ja taloudessa olla.

Spesifi fokus – luokkien lukumäärä kertoo myös siitä, miksi sääntelyn vaikutuksia on kokonaisuudessaan usein hankala hahmottaa. Kuten edellä on mainittu, kukin tutkimusaineiston artikkeli kuuluu useaan taulukon 1 luokkaan. Aineiston perusteella voidaan sanoa joidenkin sääntelyn muotojen vaikuttavan tietyillä tavoilla tiettyihin asioihin, mutta kokonaiskuvan ja sääntelyn vaikutusten ymmärtäminen kaupan alaan vaatii laajempaa tarkastelua.

Tutkimusten spesifi fokus	Prosenttiosuus
Sääntelyn vaikutus alan toimijoihin/yrityksiin	66,2 %
Sääntelyn vaikutus kilpailuun tai markkinoiden keskittymiseen	54,1 %
Sääntelyn vaikutus hintatasoon	31,1 %
Sääntelyn (tai sen puuttumisen) vaikutus kuluttajien hyvinvointiin/etuuun (mm.asiakastyytyväisyys)	23,0 %
Sääntelyn purkamisen (deregulation/liberalisation) tai löyhentämisen (relaxation) vaikutusten/tarpeellisuuden tutkiminen	17,6 %
Sääntelyn tai sen puuttumisen vaikutus vähittäiskaupan rakenteeseen/rakenteelliseen muutokseen	13,5 %
Sääntelyn vaikutus työntekijöihin tai työllisyyteen	12,2 %
Sääntelyn vaikutus (kaupan/yrityksen/toimialan) tehokkuuteen	10,8 %
Sääntelyn vaikutus saatavuuteen	9,5 %
Sääntelyn (tai sen puuttumisen) vaikutus kauppaformaatin kehittämiseen/muuttamiseen/muuntumiseen	9,5 %
Sääntelyn vaikutus teollisuuden ja vähittäiskaupan jakelijoiden suhteisiin tai jakeluteihin	9,5 %
Sääntelyn vaikutus kauppiaiden ylijäämään/tulokseen/myyntiin	6,8 %
Sääntelyn vaikutus innovaatioihin	6,8 %
Sääntelyn (tai sen puuttumisen) vaikutus kaupunkisuunnitteluun tai kauppojen remontointiin/muutoksiin	6,8 %
Sääntelyn tarpeellisuuden (ylipäättään) tutkiminen	6,8 %
Sääntelyn vaikutus organisaation sopeutumiseen, kuten esimerkiksi strategian muuttamiseen	5,4 %
Sääntelyn vaikutus investointeihin	5,4 %
Sääntelyn vaikutus kaupan tuottavuuteen/tuotannon määrään	5,4 %
Sääntelyn (tai sen purkamisen) vaikutus alan yritysten kansainvälistymiseen	5,4 %
Sääntelyn vaikutus palvelun laatuun	4,1 %
Sääntelyn ja kansainvälisten yritysten markkinoille ilmaantumisen suhde/yhteys	4,1 %
Sääntelyn vaikutus kulutukseen (esimerkiksi ostoksiin käytettyyn aikaan/ajankohtaan)	2,7 %
Sääntelyn vaikutus supermarkettien ja perinteisten kauppojen suhteisiin (tai toisinpäin)	2,7 %
Sääntelyn vaikutus yritysten poliittiseen aktiivisuuteen (CPA)	2,7 %
Sääntelyn vaikutus uusille markkinoille lähtemiseen	2,7 %
Sääntelyn vaikutus markkinointiin	2,7 %
Sääntelyn vaikutus teknologian (esimerkiksi informaatioteknologian/tietokoneiden) käyttöasteeseen	2,7 %
Sääntelyn vaikutus aukioloaikoihin	1,4 %
Sääntelyn vaikutus tuote-substituuttien ostoon	1,4 %
Sääntelyn vaikutus tuotteiden nippumyyntiin	1,4 %
Sääntelyn vaikutus kauppiaiden ja asiakkaiden suhteisiin	1,4 %
Sääntelyn vaikutus valtion (state) ja vähittäiskaupan (retail capital) suhteeseen	1,4 %
Sääntelyn vaikutus toimijoiden tehokkuuden/tuottavuuden vertailtavuuteen	1,4 %
Sääntelyn (määrän) ja laillisten instituutioiden toiminnan vaikutus yritysten todennäköisyyteen lähteä mukaan harmaaseen talouteen	1,4 %
Tietyn toimialan sääntelyn edistäminen/puolesta puhuminen	1,4 %

Taulukko 1. Tutkimusten spesifit fokukset, n=74.

5.5. Tutkimusten sisällönanalyysi

Tutkimusten tarkemman sisällönanalyysin perusteella voitiin havaita kolme suurempaa kokonaisuutta, joihin vähittäiskaupan sääntelyllä on selviä vaikutuksia. Edellä esitetyt spesifit fokukset eli vaikutukset on siis jaoteltu kolmen suuremman kokonaisuuden alle. Nämä kokonaisuudet ovat 1) *yrietykset*, 2) *sidosryhmät* ja 3) *markkinat* ja yhdessä ne muodostavat kaupan toimialan kentän. Seuraavaksi käydään läpi millaisia vaikutuksia sääntelyllä voitiin tutkimusten perusteella tunnistaa kuhunkin ryhmään olevan. Lisäksi osa tutkimuksista käsitteli vähittäiskaupan vaikutuksia sääntelyyn eli ikään kuin päinvastaisesta näkökulmasta kuin suurin osa aineiston tutkimuksista. Myös näiden tutkimusten tuloksia esitellään lyhyesti.

5.5.1. Sääntelyn vaikutukset yrityksiin

Yli 60 prosentin aineistossa mukana olleista tutkimuksista voidaan sanoa tutkineen tai sisältäneen tietoa sääntelyn vaikutuksista vähittäiskaupan alan toimijoihin ja yrityksiin. Tämä tarkoittaa, että sääntelyllä nähtiin olevan jonkinlainen vaikutus yritysten toimintaan. Vaikutukset olivat sekä positiivisia, että negatiivisia. Täytyy huomata, että vaikka tietty tutkimusaineiston artikkeli sinänsä saattoi tutkia myös paljon spesifimpää vaikutussuhdetta (joka myös on sisällytetty taulukkoon 1), näkyy suurin osa artikkeleista muiden luokkien lisäksi tässä suurimmassa luokassa. Tämä indikoi sitä, että sääntelyllä voidaan lähes aina nähdä olevan suoraan vaikutusta alalla toimiviin yrityksiin ja on epäilemättä yksi syy siihen, miksi yritykset usein pyrkivät poliittisesti vaikuttamaan sääntelystä määrääviin tai siihen vaikuttaviin tahoihin.

5.5.1.1. Vaikutukset poliittiseen aktiivisuuteen

Sääntelyn vaikutusta yritysten poliittiseen aktiivisuuteen, tai yleisemmin aktiivisuuteen pyrkiä vaikuttamaan sääntelyyn, tutkittiin kahdessa aineiston artikkelissa. Wood et al. (2010) luokittelivat tutkimuksessaan Iso-Britannian ruuan vähittäiskaupan toimijoiden reaktiot näiden pyrkimyksissä vaikuttaa sääntelyyn neljän erilaisen strategian luokkaan: 1) pyrkimykset vaikuttaa suoraan

sääntelystä vastaaviin tahoihin heti markkinoiden sääntöjä muodostettaessa, 2) kaupan laajentaminen vähemmän säännellyille markkinoille, 3) sääntelyyn myöntyminen ja sitä kautta kauppaformaattien ja sijaintien muokkaaminen sääntelyn vaatimusten mukaisiksi sekä 4) sääntelyn tulkitsemistapojen haastaminen. Colla (2006) totesi tutkimuksessaan hintakilpailun rajoittamisen johtaneen Ranskassa sekä vähittäiskauppojen, että tuotteiden valmistajien lisääntyneeseen poliittiseen aktiivisuuteen lobbaamisen muodossa. Näin ollen voidaan sanoa sääntelyn ainakin jossain määrin lisäävän yritysten poliittista aktiivisuutta, kuten esimerkiksi Bonardi et al. (2005) ovat päätelleet.

Nämä edellä mainitut vaikutukset osoittavat miten sääntely voi muuttaa markkinoita ja kaupan alaa nopeasti. Mikäli eri yritykset reagoivat yhdellä tai useammalla Woodin et al. (2010) luokittelemasta neljästä strategiasta, muodostuu edelleen monia eri vaikutuksia kuluttajiin, kilpaileviin yrityksiin ja päättäjiin. Ensimmäinen strategia, eli sääntelystä vastaaviin tahoihin vaikuttaminen, saattaa aiheuttaa poliittista painetta sääntelystä vastaaville tahoille tai johtaa lakkoihin ja jopa mielenosoituksiin, jos yritykset ja kuluttajat vastustavat sääntelyä. Toinen strategia, eli kaupan laajentaminen, taas saattaa luoda kokonaan uusia markkinoita ja mahdollisesti kaupan siirtyessä jopa uusia asuinalueita sekä vilkastuttaa taloutta. Toisaalta tiukemmin säännellyn alueen kilpailu saattaa tyrehtyä. Kolmas strategia, eli kauppaformaattien ja sijaintien muuttaminen, saattaa huonontaa kuluttajien asemaa, jos yritykset esimerkiksi myöntyvät tiukempaan aukioloaikojen sääntelyyn tai huonompien kulkuyhteyksien päässä oleviin kauppapaikkoihin. Neljäs strategia, jossa pyritään tulkitsemaan sääntelyä uudella tavalla, voi johtaa mahdollisten porsaanreikien löydyttyä edelleen tiukempaan sääntelyyn.

5.5.1.2. Vaikutukset strategiaan, sopeutumiseen ja kauppaformaatin muuttamiseen

Tutkimusaineiston perusteella kävi ilmi, että yritykset eivät suinkaan aina pyri vaikuttamaan sääntelyyn poliittisesti, vaan ne pyrkivät usein vain sopeutumaan siihen erilaisin tavoin. 5,4 prosenttia empiirisen aineiston artikkeleista tutki

sääntelyn vaikutuksia organisaation sopeutumiseen ja 9,5 prosenttia sääntelyn vaikutuksia kauppaformaatin muuttamiseen tai kehittämiseen.

Clarkin & Whiten (2009) tutkimus apteekkialan sääntelystä korostaa, kuinka alan yritykset eivät itse pysty usein juuri lainkaan kontrolloimaan vallitsevaa sääntely-ympäristöä ja saattavat joutua yhtäkkiä sääntelyn muuttuessa tilanteeseen, jossa strategiaa ja toimintatapoja pitäisi pystyä mukauttamaan nopeasti ja tehokkaasti. Pioch & Schmidt (2001) toteavatkin kahden asian vaikuttavan merkittävästi apteekkien selviytymiseen ja menestykseen: strategisen ajattelutavan sekä tiiviin yhteistyön verkostonsa muiden toimijoiden kanssa. Se, ettei yritys pyri muuttamaan itse sääntelyä, ei siis kuitenkaan tarkoita ettei se voisi vaikuttaa omaan menestymiseensä säännellyssä toimiympäristössä.

Woodin et al. (2006) artikkeli tutki säännellyn toimialan yritysten organisatorista mukautumista ja uudelleenryhmittäytymistä ennen kaikkea brändin mukauttamisen näkökulmasta. Artikkelin mukaan yritykset kehittivät erilaisia innovatiivisia ratkaisuja tiukentuneeseen sääntelyyn, kuten esimerkiksi hyödynsivät lainsäädännön aukkoja sekä kiersivät sääntelyn vaikutuksia laajentamalla toimintaansa pirstoutuneemmille markkinoille.

Sääntelyllä voi olla joskus yllättävältäkin tuntuvia vaikutuksia yritysten strategiaan ja niitä voi olla erittäin hankala ennustaa. Esimerkiksi Johnstonin & Zhangin (1998) tutkimuksessa Kiinan vähittäiskaupasta todettiin hintasääntelyn lisäävän tuotteiden nippumyyntiä ja sääntelyn purkamisen vastaavasti vähentävän sitä. Myös sääntelyn puuttuminen tai muuten epävarmat ja muuttuvat markkinaympäristön olosuhteet voivat viedä yritysten sopeutumisen suunnan ennalta arvaamattomille ja yllättäville poluille (Wang & Xu 2002).

Nämä edellä mainitut vaikutukset osoittavat hyvin käytännössä, kuinka yritykset voivat, luvussa 2 esitetyn Hrebiniakin & Joycen (1985) kuvion (kuva 1) mukaisesti, pyrkiä sopeutumaan vallitsevaan sääntely-ympäristön tilaan erilaisissa ympäristön determinismin ja organisaation voluntarismin välisen suhteen tilanteissa. Niiden ei siis välttämättä aina tarvitse pyrkiä liikkumaan kuvion (kuva 1) tasoilla, eli esimerkiksi vaikuttamaan sääntelyyn poliittisesti, vaan ne voivat myös jäädä vallitsevaan sääntelyn tilaan ja sopeuttaa omaa toimintaansa niin, että sääntelystä on niille vähemmän haittaa.

5.5.1.3. Vaikutukset tehokkuuteen

Lähes 11 prosentissa tutkimuksista havaittiin sääntelyllä olevan vaikutusta kaupan, tai laajemmin yrityksen tai koko toimialan, tehokkuuteen. Barros (2006) toteaa tutkimuksessaan ensinnäkin koon olevan merkittävä tekijä vähittäiskaupan tehokkuuden muodostumisessa, eli isommat ja kansainväliset ketjut pärjäävät tehokkuudella mitattuna paremmin kuin pienemmät ja kansalliset yritykset, sekä toiseksi sääntelyn vaikuttavan tehokkuuteen aina negatiivisesti. Suárez & de Jorge Moreno (2010) esittävät kuitenkin päinvastaisia tuloksia tutkimuksessaan sääntelyn merkityksestä Espanjan vähittäiskaupan tehokkuuden evoluutioon. Heidän mukaansa tehokkaimmat yritykset kuuluivat siihen luokkaan, jossa sääntelyä esiintyi eniten. Tämä on hyvä esimerkki ilmenevien vaikutusten suhteesta tutkittavan maan tai alueen sääntely-ympäristöön.

Joskus sääntely voi suosia erilaisia yrityksiä ja kauppatyyppejä, kuten Laruen & Bonroy'n (2009) tutkimuksessa suurten vähittäiskauppojen työntekijöiden määrien sääntelystä tiettyinä kellonaikoina. Ajatuksena oli kustannusetujen tasoittaminen, jotta pienemmillä kaupoilla olisi mahdollisuus pärjätä kilpailussa suuria vastaan, mutta tämä ei käytännössä toiminutkaan, kun pienten kauppojen marginaalit pysyivät samoina ja sääntely jopa vähensi kuluttajien hyvinvointia suurten kauppojen hintojen noustessa (Larue & Bonroy 2009). Tämä osoittaa sääntelyn vaikutusten olevan aina laajemmat ja moniulotteisemmat kuin aluksi tulisi ajatelleeksi. Kun yrittää korjata yhtä ongelmaa, reagoivat muutokset välillä odottamattomilla tavoilla ja kaikkia vaikutuksia on vaikeaa ennakoida. Erilaiset sääntely-ympäristöt tekevät myös yritysten tehokkuuden keskinäisen vertailun vaikeaksi (Pellegrini 2005).

5.5.1.4. Vaikutukset innovaatioihin

Sääntelyn on voitu joissakin tutkimuksissa todistaa lisäävän innovaatioiden määrää (katso mm. Bourreau & Dogan 2001; Wood et al. 2010). Wood et al. (2010) osoittavat sääntelyn kannustavan vähittäiskaupan yrityksiä asiakaskeskeiseen innovointiin ja niiden voivan näin muokata oman kasvunsa suuntaa.

Telekommunikaatioala, joka on osaltaan sisällytetty tähän tutkimukseen, on kaikkein dynaamisista niistä aloista, jotka ovat sektorikohtaisen sääntelyn alaisena. Dynaamisille aloille on tyypillistä nopea innovaatiovauhti ja sääntelyn onkin todettu lisäävän innovaatioiden määrää telekommunikaatioalalla. (Bourreau & Dogan 2001)

Toisaalta eri olosuhteissa sääntelyn vaikutukset saattavatkin olla negatiivisia. Bardey et al. (2010) totesivat tutkimuksessaan miten apteekkien lääkkeiden hintasääntely vaikuttaa negatiivisesti innovaatioiden määrään, eli uusien lääkkeiden kehittelyyn ja tämän myötä kansanterveyteen sekä lisää pitkän aikavälin kustannuksia välittömien hyötyjen kustannuksella. Tämä on hyvä esimerkki vaikutusten kontekstisidonnaisuudesta, kuten tässä suhteesta toimialaan. Telekommunikaatioalalla sääntelyn on todettu lisäävän innovaatioita, kun taas hyvin erilaisella apteekki-alalla vaikutus on ollut päinvastainen.

5.5.1.5. Vaikutukset tulokseen, myyntiin ja markkinointiin

Pilat (2005) nostaa esille sääntelyn purkamisen, kuten markkinoille tulon sekä hintojen vapauttamisen, positiivisia vaikutuksia, joista eräs on myynnin volyymin lisääntyminen. Larue & Bonroy (2009) esittävät tutkimuksessaan ruuan vähittäiskaupan sääntelystä hintojen sääntelyn rajoittavan pienten kauppojen ylijäämää. Eräs tutkimusaineistosta esille noussut sääntelyn vaikutus yrityksiin olivatkin vaikutukset tulokseen ja myyntiin. Yhteensä 6,8 prosentissa tutkimuksista voitiin havaita tällaisia vaikutussuhteita.

Carterin (2003) artikkeli Australian tupakan vähittäiskaupasta on esimerkki siitä, kuinka markkinointitoimenpiteiden sääntelyn kiristäminen vaikuttaa merkittävästi tuotteen markkinointiin kuluttajille ja ajaa valmistajat kehittämään uusia keinoja tuotteidensa esille saannissa sekä tekemään yhteistyötä vähittäiskauppojen kanssa. Piochin & Schmidtin (2001) tutkimus apteekkien sääntelystä ja siihen sopeutumisesta toi sen sijaan esille monien apteekkien suhtautuvan markkinointitoimiin kielteisesti, vaikka niiden olisi nimenomaan tärkeää omaksua strateginen ajattelutapa sekä tehdä tiivistä yhteistyötä verkostojensa kanssa pärjätäkseen alalla. Seuraava alaluku kuvailee millaisia vaikutuksia sääntelyllä nähtiin tutkimusten pohjalta olevan erilaisiin sidosryhmiin.

5.5.2. Sääntelyn vaikutukset sidosryhmiin

Kaupan alan yritysten lisäksi sääntelyllä voidaan nähdä olevan vaikutuksia myös muihin sidosryhmiin, kuten työntekijöihin, kuluttajiin, tuotteiden valmistajiin, päättäjiin ja tavarantoimittajiin. Vaikutukset eri sidosryhmiin onkin toinen suurempi esille noussut kokonaisuus, johon sääntelyllä on vaikutusta.

5.5.2.1. *Vaikutukset toimijoiden keskinäisiin suhteisiin*

Sääntelyllä voidaan tutkimusaineiston perusteella todeta olevan vaikutuksia vähittäiskaupan eri toimijoiden keskinäisiin suhteisiin (mm. Carter 2003; Colla & Lapoule 2008; Reardon & Hopkins 2006; Riethmuller 1996; Sørensen 2004). Ranskassa hintasääntelyn on todettu vaikuttavan negatiivisesti tuotteiden valmistajien ja niiden myyjien välisiin suhteisiin ja lisäävän transaktiokustannuksia (Colla & Lapoule 2008).

Myös Japanin ruuan vähittäiskaupan sääntelyssä tapahtuneiden muutosten on todettu vaikuttaneen valmistajien ja kauppiaiden suhteisiin. Muutokset ovat sääntelystä aiheutuneen kaupan rakenteellisen muutoksen myötä vaikuttaneet myös myyjien ja asiakkaiden suhteisiin. Siirtyminen pienistä putiikeista suuriin myymälöihin on kiihdyttänyt henkilökohtaisen palvelukulttuurin. (Riethmuller 1996)

Joskus sääntely on jo itsessään suunniteltu rajoittamaan saman ketjun eri toimijoiden välistä interaktiota, kuten Vita (2000) esittää artikkelissaan bensiniin vähittäiskaupasta. Hastings (2004) käsittelee niin ikään artikkelissaan tätä suhdetta ja nimenomaan toimijoiden välillä olevien vertikaalisten sopimusten vaikutusta kilpailuun ja hintatasoon. Vitan (2000) mukaan toimijoiden välisen vertikaalisen integraation rajoittaminen johtaa taloudellisen tehokkuuden laskuun. Nämä esimerkit kuvastavat hyvin, kuinka sääntely voi vaikuttaa johonkin asiaan, joka edelleen vaikuttaa muihin asioihin ja näin jälleen uusiin sidosryhmiin. Sääntelyn kokonaisvaltaisia vaikutuksia on siis usein hyvin vaikea ennakoida ja hahmottaa.

Sääntely voi vaikuttaa tietyn tuotteen koko elinkaaren, eri vaiheiden toimijoiden suhteiden lisäksi, myös saman vaiheen kahteen erityyppiseen toimijaan, kuten perinteisten kauppojen ja supermarkettien välisiin suhteisiin. Sørensen (2004)

sekä Reardon & Hopkins (2006) käsittelevät tutkimuksissaan tätä nimenomaista jännitettä.

5.5.2.2. Vaikutukset työllisyyteen

Eräs tärkeä sidosryhmä vähittäiskaupan alalla ovat työntekijät. Sääntelyn voidaan todeta tutkimusaineiston analyysin perusteella vaikuttavan selvästi työntekijöihin työllisyyden muutosten kautta. Bertrand & Kramarz (2002) todistivat markkinoille tulon sääntelyn lisäävän Ranskassa vähittäiskaupan keskittymisen astetta sekä hidastavan työllisyyden kasvua.

Pilatin (2005) mukaan sääntelyn purkamisesta seuraisi työllisyyden lisääntyminen. Useassa tämän tutkimuksen aineiston artikkelissa todistettiin tuotemarkkinoiden sääntelyn vaikuttavan työmarkkinoihin jollain tavoin. Bertrand & Kramarz (2002) esittävät tutkimuksessaan ajatuksen markkinoille tulon vapauttamisen positiivisesta vaikutuksesta työllisyyteen ja argumentoivat tuotemarkkinoiden sääntelyn lieventämisen tai purkamisen olevan yleisesti helpompaa ja hyväksyttävämpää, kuin esimerkiksi työmarkkinoiden uudistusten. Skuterud (2005) esitti tutkimuksessaan Kanadan vähittäiskaupasta aukioloaikojen sääntelyn purkamisen nostavan työllisyyttä.

Viviano (2008) osoittaa niin ikään tutkimuksessaan Italian vähittäiskaupasta, markkinoille tulon esteiden lieventämisen johtavan korkeampaan työllisyyteen. Tämä johtuu hänen mukaansa kahdesta ilmiöstä: lievempien säännösten myötä suurmyymälöiden perustaminen helpottuu ja ne työllistävät paljon ihmisiä. Toiseksi suurmyymälöiden lisääntyminen ei vähennä pienien kauppojen työntekijöiden määrää ja vaikka osa perheyriyksinä toimivista kaupoista häviäisi, rohkaisee tämä sekä lievempi sääntely uusien pienten kauppojen perustamista (Viviano 2008). Toisaalta myös työvoiman sääntelyn uudistaminen joustavammaksi edistää työpaikkojen syntymistä ja sen on laskettu Italiassa voivan lisätä tyypillisen vähittäismyymälän työllisyyttä jopa 22 prosentilla (Amin 2009). Joustavaa työllisyyttä on yleisesti suositeltu ratkaisuksi työttömyyteen ja kilpailun vähenemiseen ja varsinkin globalisaation myötä on herännyt keskustelu esimerkiksi työsopimuksista Euroopassa (García-Ramon & Ortiz 2000).

Globalisaation vaikutukset ulottuvat vähittäiskaupassa jo pitkälle ja esimerkiksi Thaimaan ruokakaupan toimialaa on vauhdittanut viimeisten vuosikymmenten aikana modernien ulkomaalaisten vähittäiskaupan yritysten rantautuminen maahan. Tämä on synnyttänyt työpaikkoja, mutta on antanut myös kuluttajille enemmän vaihtoehtoja ostoksilla käyntiin. (Shannon 2009).

5.5.2.3. Vaikutukset kuluttajiin

Sääntelyn voidaan tutkimusaineiston perusteella todeta vaikuttavan kuluttajiin lukuisin eri tavoin. Tämä alakappale esittää, kuinka sääntelyn vaikutukset ovat välillä negatiivisia ja välillä positiivisia kuluttajien näkökulmasta katsottuna. Esimerkiksi telekommunikaatioalalla markkinoille tulon hintasääntelyllä on todettu olevan positiivisia vaikutuksia kuluttajien ylijäämään (Peitz 2005; Sarmiento & Brandão 2007). Konkreettisempia asioita, joihin sääntely kuluttajien näkökulmasta vaikuttaa, ovat tutkimusaineiston sisällönanalyysin perusteella palvelun laatu, saatavuus, hintataso sekä kulutustottumukset.

Palvelun laatu

Sääntely voi vaikuttaa kuluttajiin monin eri tavoin, eikä tutkimusten perusteella voidakaan yksiselitteisesti sanoa sääntelyn olevan negatiivinen tai positiivinen asia vähittäiskaupan asiakkaille. Sääntelyllä voidaan joskus jopa parantaa kuluttajien asemaa. 4,1 prosenttia aineiston tutkimuksista käsitteli sääntelyn vaikutuksia palvelun laatuun. Telekommunikaatioalalla kannustinpohjaisen sääntelyn (*incentive regulation*) on arveltu, ja myös todettu, parantavan asiakaspalvelun laatua (mm. Ai et al. 2004; Ai & Sappington 2005; Banerjee 2003). Maigan & Williams-Jonesin (2010) tutkimuksen perusteella lääkkeiden vähittäiskaupan sääntelyllä oli positiivisia vaikutuksia lääkkeiden saatavuuteen ja hintoihin eli asiakkaat hyötyivät sääntelystä, toisin kuin pelättiin tapahtuvan.

Saatavuus

9,5 prosenttia tutkimusaineiston artikkeleista käsitteli sääntelyn vaikutuksia tuotteiden saatavuuteen. Saatavuus on erittäin tärkeä osa vähittäiskauppaa nimenomaan kuluttajien näkökulmasta. Riethmuller (1996) esittää artikkelissaan miten vähittäiskaupan ja jakelujärjestelmän uudistaminen voi ajaa kuluttajien

asemaa parantamalla saatavuutta. Maïga & Williams-Jones (2010) toteavat artikkelissaan Malin lääkekaupasta sääntelyn parantaneen lääkkeiden saatavuutta ja alentaneen hintoja, toisin kuin maassa ennakoitiin. Tämä on jälleen hyvä esimerkki siitä, kuinka vaikeaa sääntelyn vaikutuksia on ennustaa ja kuinka konteksti- ja tapauskohtaisia ne voivat olla. Toisaalta Pilatin (2005) mukaan sääntelyn osittainen purkaminen parantaisi niin ikään saatavuutta tarjoamalla kuluttajille laajemman kirjon palveluita, etenkin aukioloaikojen vapauttamisen myötä.

Saksassa otettiin 2000-luvulla käyttöön uudenlainen sääntelyn muoto, jonka tarkoituksena oli turvata tavaroiden saatavuus alennusmyynneissä ja estää näin tavaroiden myynti tappiolla asiakkaiden houkuttelemiseksi. Tutkimus aiheesta osoittaa, että markkinoilla, jossa vallitsee kysynnän epävarmuus, tuottajan on valittava tavaran säännöstelyn ja ylituotannon välillä. Tuottaja valitsee säännöstelyn, kun hän näkee suuren kysynnän olevan epävarmaa ja vääristää näin käytöstään ottamatta huomioon mahdollista kuluttajien ylijäämää. Näin ollen sääntely, joka varmistaa tavaroiden saatavuuden, korjaa tuottajan käytöstä oikeaan suuntaan ja sillä on monia hyötyjä kuten tuotannon lisääntyminen. (Strausz 2007)

Hintataso

Jopa noin kolmasosa tutkimusaineiston artikkeleista sivusi jollain tavoin sääntelyn vaikutuksia hintatasoon. Sääntely voi vaikuttaa kuluttajiin negatiivisesti hintojen muodostumisen kautta. Esimerkiksi Davey (2009) esittää tutkimuksessaan Australian bensiinimarkkinoista sääntelyn, joka rajoittaa huonolaatuisen bensiinin käyttöä, nostavan hintoja ja näin vähentävän suoraan kuluttajille jäävää hyötyä. Niin ikään ketjun eri toimijoiden, eli myyjien ja tuottajien, yhteistyötä ohjaavan ja rajoittavan sääntelyn on todettu nostavan bensiinin hintaa (Vita 2000). Joissakin tiukan sääntelyn maissa hintakilpailu voi olla sääntelyn seurauksena niin heikkoa, että valmistajat eivät saa juuri lainkaan kustannussäästöjä, jolloin myös kuluttajahinnat pysyvät korkeina (Danzon & Chao 2000).

Kulutustottumukset

Muutokset sääntely-ympäristössä voivat asiakkaiden haluamatta muuttaa heidän kulutustottumuksiaan. Näin kävi esimerkiksi Japanissa, kun alettiin siirtyä pienistä

perheiden ylläpitämistä ”mom and pop”-kaupoista suurempiin keskuksiin ja supermarketteihin 1900-luvun lopulla. Myyjän ja asiakkaan henkilökohtainen suhde katosi lähes kokonaan ja itsepalvelusta tuli vallitseva käytäntö. (Riethmuller 1996)

5.5.2.4. Sääntelyn purkamisesta aiheutuneet vaikutukset

Sääntelyn purkaminen sen sijaan ajaa usein asiakkaiden etua. Esimerkiksi Japanissa markkinoille tulon sääntelyn lieventäminen näkyi kuluttajien etuna alentuneiden hintojen, laajempien tuotevalikoimien ja ostoksiin käytetyn ajan vähenemisen kautta (Riethmuller 1996). Myös Thaimaassa asiakkaiden hyvinvointi on lisääntynyt, kun kansainvälisten yritysten myötä valikoimat ovat lisääntyneet, tavarat ovat helpommin ja laajemmin saatavilla ja työpaikkoja on enemmän (Shannon 2009). Riethmuller (1996) huomauttaa suurten länsimaisten kauppojen lisääntymisen toisaalta muuttavan perustavanlaatuisesti asiakkaan ja kauppiaan suhdetta pienten kauppojen hävitessä ja henkilökohtaisen palvelun vähetessä.

Telekommunikaatioalalla sääntelyn purkaminen Euroopan unionin alueella on laskenut kuluttajahintoja (Grzybowski 2008). Toisaalta sääntelyn purkaminen ei välttämättä aina johda yritysten käyttäytymisen muuttumiseen, kuten esimerkki Saksan apteekkikaupasta osoittaa: kaksi vuotta hintojen sääntelyn purkamisen jälkeen vain muutama apteekki oli pyrkinyt saamaan kilpailuetua hintojen muutoksilla (Stargardt et al. 2007).

Pilat (2005) esittää neljä hyötyä, jotka hänen mukaansa seuraavat mikäli hinnat ja markkinoille pääsy vapautettaisiin sääntelystä vähittäiskaupan alalla: 1) jakelujärjestelmien tehokkuuden paraneminen, 2) kuluttajille tarjottavien palveluiden kirjojen kasvaminen, ennen kaikkea aukioloaikojen vapauttamisen myötä, 3) työllisyyden ja myynnin volyymin lisääntyminen sekä 4) kuluttajahintoihin kohdistuvien paineiden aleneminen.

Jonkin sääntelyn lajin purkamisella voi kuitenkin olla negatiivisiakin vaikutuksia asiakkaisiin. Inderst & Irmen (2005) totesivat tutkimuksessaan aukioloaikojen sääntelyn purkamisen nostavan hintoja. Toisaalta Skuterud (2005) nostaa esille sääntelyn purkamisen johtaneen Kanadassa selvästi sunnuntaisin auki olevien

kauppojen määrän lisääntymiseen, parantaen näin ollen myös saatavuutta sekä työllisyyttä.

On huomattava, että sääntelyn purkamisen vaikutukset ovat erittäin riippuvaisia siitä, millaiset markkinat ovat kyseessä ja miten kyseisen markkina-alueen vähittäiskauppa on rakentunut. Tämä huomattiin esimerkiksi Venäjällä 1990-luvun alussa, kun hintojen sääntelyn purkaminen ei laskenutkaan hintoja, vaan nosti niitä rajusti. (Gardner & Brooks 1994). Seuraava alaluku perehtyy laajemmin sääntelyn vaikutuksiin markkinoihin.

5.5.3. Sääntelyn vaikutukset markkinoihin

Sääntelyllä voitiin empiirisen tutkimusaineiston analysoinnin perusteella nähdä olevan useita eri vaikutuksia markkinoihin, kuten kilpailuun, kansainvälistymiseen, investointeihin ja kaupan rakenteelliseen muutokseen. Markkinat on kolmas suurempi kokonaisuus, johon sääntely vaikuttaa yritysten ja sidosryhmien lisäksi.

5.5.3.1. Vaikutukset kilpailuun ja markkinoiden keskittymiseen

Yli 54 prosentissa aineiston tutkimuksista voitiin sääntelyllä havaita olevan jonkinlainen vaikutus kilpailuun tai markkinoiden keskittymiseen. On yleistä, että kullakin maalla on omat säännöksensä koskien vähittäiskauppaa ja esimerkiksi Euroopassa yhtenäisen sääntely-ympäristön puuttuminen voi itsessään hidastaa maiden välistä kaupankäyntiä. Tilanne on kuitenkin viime vuosina ollut muuttumassa parempaan suuntaan ja kauppa on nopeasti laajentumassa myös Itä-Eurooppaan. (O'Mahony & Van Ark 2005)

Eri maiden välisen kaupankäynnin lisäksi sääntely voi vaikuttaa maan sisällä olevien markkinoiden keskittymiseen, kuten Wrigley (2002) esittää tutkimuksessaan sääntely-ympäristön muutosten edistäneen osaltaan ruuan vähittäiskaupan yhtenäistymistä USA:ssa 1990-luvulla. Felsin (2009) tutkimus esittää miten tällä hetkellä nopeimmin kehittyvien talousalueiden maat voivat oppia niiltä kehittyneiltä mailta, joissa vähittäiskauppaa on säännelty jo useita vuosikymmeniä.

Ranskassa on pyritty sääntelyn avulla rajoittamaan tuotteiden vähittäismyyntiä tappiolla (below-cost resale). Tappiolla myynnin käytäntöä on usein kritisoitu sen heikkomat kilpailijat eliminoivasta luonteesta, jossa ei rohkaista uusia alalle tulijoita ja vahingoitetaan usein myös valmistajan imagoa ja brändin arvoa. (Colla 2006)

Säännellyille toimialoille, kuten vähittäiskaupan alalle, on tärkeää pystyä houkuttelemaan sijoittajia ja uusia toimijoita, jotka kykenevät kilpailemaan historiallisten monopolien sekä valtaa pitävien yritysten kanssa (Riccardi et al. 2009). Epäsymmetrisen markkinoille tulon hintasääntelyn on todettu lisäävän uusien toimijoiden markkinoille tuloa ja tämän myötä myös kilpailua (Peitz 2005). Joskus sääntely voi siis jopa edistää, ei vain rajoittaa, markkinoille tuloa.

5.5.3.2. Vaikutukset kansainvälistymiseen ja vientiin

Sääntely-ympäristöllä, ja etenkin markkinoille tulon sääntelyllä, on muiden tekijöiden (kuten markkinoiden koko ja kasvu, maan poliittinen ja taloudellinen tilanne, asiakaspohja) ohella vahva vaikutus kaupan alan yritysten päätöksiin lähteä uusille, kansainvälisille markkinoille (Maharajh & Heitmeyer 2005). Eräs sääntelyyn liittyvä syy, miksi monet vähittäiskaupan yritykset pyrkivät kansainvälistymään, on kilpailuviranomaisten toimesta tapahtuva kotimaan markkinaosuuksien sääntely (Poole et al. 2002). Toisaalta joidenkin maiden tiukka sääntely voi estää viennin kyseiseen maahan (Riethmuller 1996).

5.5.3.3. Vaikutukset kaupan rakenteelliseen muutokseen

Clark & White (2009) tutkivat artikkelissaan Australian apteekki-toimialan markkinoille pääsyn esteitä ja ottavat esille kuinka valmistautumattomia ja voimattomia apteekit olisivat supermarkettien tai muiden vastaavien kilpailijoiden tullessa mahdollisesti niiden markkinoille. Tämä on esimerkki siitä, miten nopeasti vähittäiskaupan ala voi rakenteellisesti muuttua todella paljon sääntelyn muuttuessa vain joltain osin, ja kuinka joillain toimialoilla sääntely voi olla yrityksille elintärkeää. Clark & White (2009) korostavat nimenomaan sitä, kuinka säännökset eivät ole usein lainkaan toimialan yritysten hallittavissa ja ne joutuvat silti joissain tapauksissa luottamaan sääntelyyn toimintansa jatkumiseksi.

Sääntelyn radikaali muuttuminen voi pakottaa sen myötä vähittäiskaupan koko rakenteen muuttumaan, kuten Riethmullerin artikkeli (1996) Japanin ruuanjakelujärjestelmän uudistuksesta demonstroi. Sääntely on toki vain yksi muiden tekijöiden joukossa, jotka vaikuttavat vähittäiskaupan rakenteeseen (Sørensen 2004). Muuttuneen sääntely-ympäristön seurauksena yritysten on kuitenkin usein pakko sopeutua, vaikka se tarkoittaisi esimerkiksi kauppamuotojen muuttamista täysin erilaisiksi kuin ennen (Riethmuller 1996).

Kun Sørensenin (2004) tutkimus kertoo kuinka Tanskassa pyrittiin muuttamaan vähittäiskauppaa sääntelyn avulla suosimaan pienempiä ja keskustassa sijaitsevia liikkeitä isojen, kaupunkien laidoilla sijaitsevien kauppakeskusten sijaan, on Riethmullerin (1996) artikkeli taas päinvastainen esimerkki Japanin vähittäiskaupan muutoksesta pienten liikkeiden valtakaudesta suurten liikkeiden suosimiseen sääntelyä muuttamalla. Hastingsin (2004) artikkeli bensinikaupasta sen sijaan osoittaa, miten kaupan rakenteen muuttamiseen voi ratkaisevasti vaikuttaa myös ketjun toimijoiden keskinäisten suhteiden sääntelevä vaikutus.

Poolen et al. (2002) mukaan tulevaisuudessa erityisesti Euroopan vähittäiskaupan alaa kuvaa kiinteä riippuvuus suhteiden, poliittisten ja sosiaalisten tekijöiden kanssa, jolloin olosuhteiden muutokset heijastuvat väistämättä myös vähittäiskaupassa. Olosuhteiden vaikutuksesta antaa esimerkin Wangin & Xun (2002) tutkimus, joka kertoo kuinka sääntely-ympäristön epävarmuus ja epäselvyys, yhdessä muiden tekijöiden (mm. vakiintuneiden vähittäiskauppojen ja ostoskeskusten kehittäjien puuttuminen) kanssa, synnyttivät uudenlaisen, täysin suunnittelemtoman, kaupallisen alueen Kiinaan.

5.5.3.4. Vaikutukset investointeihin

5,4 prosenttia empiirisen aineiston artikkeleista koski sääntelyn vaikutuksia investointeihin. Sääntelyllä on todettu olevan monin eri tavoin vaikutusta investointeihin ja yritysten halukkuuteen lähteä markkinoille etenkin telekommunikaatio-alalla, riippuen sääntelyn lajista ja toimialakohtaisesta markkinatilanteesta (Cambini & Jiang 2009). Markkinoille tulon hintasääntelyn (*access price regulation*) on todettu vähentävän alalla nykyhetkellä jo toimivien yritysten investointihalukkuutta alan tai verkoston infrastruktuuriin, joka voi usein

heijastua edelleen negatiivisesti toimialan kilpailutilanteeseen (Kotakorpi 2006; Sarmiento & Brandão 2007).

Markkinoille tulon hintasääntelyn tavoitteena saattaa olla investointeihin rohkaiseminen ja kilpailun lisääminen, mutta se voikin sen sijaan ajaa mahdolliset toimijat pois markkinoilta juuri silloin, kun ne toisivat kuluttajille eniten hyötyä läsnäolollaan. Riittämättömät investoinnit näkyvät näin hyvinvoinnin menetyksenä. Sääntely vähentää investointeja jonkin verran, niin kauan, kuin palveluiden myyminen suoraan asiakkaille on kannattavampaa kuin markkinoille tulon myyminen. (Kotakorpi 2006)

Sarmiento & Brandão (2007) totesivat tutkimuksessaan markkinoille tulon hintasääntelyn vaihtoehtoista vähittäismyynti-miinus sääntelyn (*retail-minus regulation*) johtavan parempiin tuloksiin investointihalukkuuden ja kuluttajien ylijäämään suhteen, kuin kustannusperusteisen sääntelyn (*cost-based regulation*).

5.5.3.5. Vaikutukset tuottavuuteen ja tuotantoon

Vähittäiskaupan tuottavuus on muodostunut keskeiseksi aiheeksi poliittisessa keskustelussa viime vuosina (Higón et al. 2010). O'Mahony & Van Ark (2005) esittävät tutkimuksessaan Euroopan vähittäiskaupan jääneen selkeästi jälkeen tuottavuudessa verrattuna Yhdysvaltoihin. Heidän mukaansa liiallinen sääntely on esteenä uusien teknologioiden tehokkaalle käyttöönotolle Euroopassa, joka vaikuttaa negatiivisesti vähittäiskaupan tuottavuuteen. Higónin et al. (2010) mukaan säännökset ovat niin ikään esteenä tuottavuudelle muun muassa rajoittamalla uusien myymälöiden perustamista vanhempien, tehottomampien tilalle ja toisaalta sallimalla puoliteholla toimivien myymälöiden perustamisen. Strausz (2007) sen sijaan esittää yhdeksi tuotannon lisäämiskeinoksi nimenomaan sääntelyn, ja tarkemmin sääntelyn, joka varmistaa tuotteiden saatavuuden alennusmyyntien aikaan ja estää tuotteiden tappiolla myymisen.

De Jorge Moreno (2008) huomauttaa vähittäiskaupan tuottavuutta sekä tehokkuutta mitattaessa ja tutkittaessa eri sektoreiden erilaisuuden merkityksen: vähittäiskaupan ala koostuu useista hyvin erilaisista sektoreista, joita olisi analysoitava erikseen. Tämä korostaa jälleen kuinka vaikeaa eri maiden, ja jopa maan sisällä eri vähittäiskaupan sektoreiden, vertailu keskenään on.

5.5.3.6. Negatiiviset vaikutukset

Sääntely voi hidastaa markkinoiden kehittymistä muillakin tavoin. Colla (2006) huomasi tutkimuksessaan, että vähittäiskauppojen hintojen asettamisen ankaralla sääntelyllä voi olla erittäin negatiivisia vaikutuksia niin kaupoille, kuin tuotteiden valmistajillekin ja että tietyt lait voivat todella vahingoittaa markkinoiden toimintaa. Aukioloaikojen sekä maankäytön sääntelyn on todettu rajoittavan Euroopassa vähittäiskaupan informaatioteknologiasta saamia hyötyjä ja näin myös hidastavan kehitystä suhteessa muihin markkina-alueisiin ja vähentävän kaupan tuottavuutta (O'Mahony & van Ark 2005). Tiukentuneiden työvoiman sääntelyä koskevien muutosten, kuten palkkojen nousun, on taas todettu nostavan tietokoneiden käyttöastetta Intian vähittäiskaupassa eli informaatioteknologialla on korvattu työntekijöitä ja työllisyys on laskenut (Amin 2009). Apteekkilalla tiukkojen sääntelysystemien on huomattu heikentäneen hintakilpailua, joka heijastuu valmistajien hinnoittelussa ja mahdollisesti tätä kautta laajemmin markkinoilla (Danzon & Chao 2000).

Nämä esimerkit osoittavat miten pienelläkin sääntely-ympäristöön tehtävällä muutoksella voi olla lukuisia eri vaikutuksia ja toisaalla syntyvä etu on toisaalla taas haitta. Sääntelyn voidaan sanoa olevan lähes mahdotonta tyydyttää kaikkia osapuolia ja sidosryhmiä samanaikaisesti. Vaikutusten tutkiminen ja ymmärtäminen voi kuitenkin auttaa sääntelyn suunnittelussa.

5.5.4. Vähittäiskaupan vaikutukset sääntelyyn

Edellä käytiin läpi miten sääntelyllä on vaikutuksia kolmeen eri kokonaisuuteen kaupan alalla: yrityksiin, sidosryhmiin ja markkinoihin. Osa tutkimusaineiston artikkeleista tarkasteli kuitenkin sääntelyä vastakkaisesta näkökulmasta: miten kauppa vaikuttaa sääntelyyn.

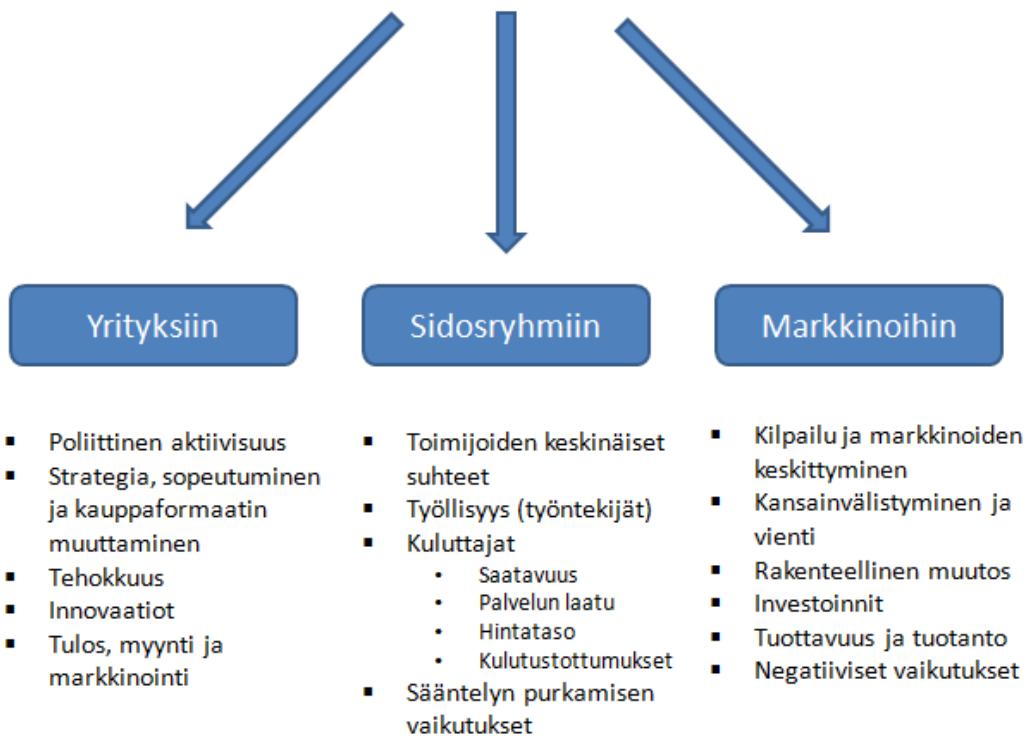
Mutebi (2007) esittää artikkelissaan Kaakkois-Aasian vähittäiskaupasta miten alueen eri maiden hallitukset ovat reagoineet kansainvälisten suuryritysten tunkeutumiseen markkinoilleen ja miten sääntelyn muuttaminen on ollut hyvin reaktiivista eikä niinkään proaktiivista olosuhteiden nopeiden muutosten johdosta. Briglauer et al. (2010) esittävät telekommunikaatioalan artikkelissaan kilpailuympäristön merkkien sitä vaatiessa, sääntelyn purkamisen olevan

perusteltua. Onhan vain ja ainoastaan järkevää, että muuttuviin tilanteisiin ja olosuhteisiin reagoidaan muuttamalla myös sääntelyä. Ongelmaksi saattaa kuitenkin muodostua hitaus, jos muutoksia tarvittaisiin nopeasti ja lakien ja säännösten muutosprosessit vievät aikaa.

Eri toimijoiden väliset jännitteet ovat hyvä esimerkki siitä, miten vähittäiskaupan piirissä syntynyttä ongelmaa pyritään ratkaisemaan sääntelyn avulla ja näin ollen se vaikuttaa sääntelyn suunnitteluun ja määrään. Supermarkettien ja perinteisempien kauppojen sekä supermarket-ketjujen ja niiden tavarantoimittajien väliset jännitteet ovat kasvaneet rajusti viime vuosina, kun supermarketit ovat laajalti levinneet kehittyviin maihin. Jännitteiden ratkaisemiseen käytettävistä keinoista on käyty kiivasta keskustelua ja eri osapuolet ovat esittäneet omia kantojaan siitä, millaisten säännösten avulla konfliktit saataisiin ratkeamaan ja tarjottua kilpailijoille mahdollisimman tasavertaiset mahdollisuudet toimia kaupan alalla. (Reardon & Hopkins 2006)

Alla esitettävä kuva 8 kokoaa yhteen edellä esiteltyt sääntelyn vaikutukset kolmeen suurempaan kokonaisuuteen eli yrityksiin, sidosryhmiin ja markkinoihin sekä esittää näiden kokonaisuuksien sisältämät spesifimmät vaikutukset. Seuraavaksi käydään läpi millaisia tuloksia julkaisutietojen analyysi antaa vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksen rakenteesta sekä sitaattianalyysin tulokset siitä, mihin tutkijat ovat töissään viime vuosikymmeninä tukeutuneet.

SÄÄNTELYN VAIKUTUKSET KAUPAN ALAAN



Kuva 8. Sääntelyn vaikutukset kaupan alaan jaoteltuna kolmeen suurempaan kokonaisuuteen.

5.6. Vähittäiskaupan sääntelyn tutkimus vuosina 1990–2010

5.6.1. Julkaisutietojen analyysi

Vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksen rakenteen selvittämiseksi 74 empiirisen aineiston artikkelista laskettiin eniten julkaisseet kirjoittajat sekä ne tieteelliset julkaisut, joissa oli julkaistu eniten aiheeseen liittyviä artikkeleita kahden viime vuosikymmenen aikana (taulukot 2 ja 3). Eniten aihealueen tutkimuksia julkaisseet kirjoittajat olivat Justo de Jorge Moreno sekä Neil Wrigley, kumpikin neljällä artikkelilla. Seuraavaksi eniten artikkeleita, eli kaksi kukin, olivat julkaisseet Chunrong Ai, Mohammad Amin, Enrico Colla, Michelle Lowe, Martin Peitz, David Sappington sekä Steve Wood. Toisin kuin myöhemmin esiteltävässä sitaattianalyysissä, tässä eniten julkaisseiden kirjoittajien taulukoinnissa on otettu huomioon myös toiset ja kolmannet, ja niin edelleen, kirjoittajat, eli toisin sanoen kaikki artikkelin kirjoittamiseen osallistuneet henkilöt, riippumatta mainitsemisjärjestyksestä.

Eniten julkaisseet kirjoittajat	Tekstien lkm
de Jorge Moreno, Justo	4
Wrigley, Neil	4
Ai, Chunrong	2
Amin, Mohammad	2
Colla, Enrico	2
Lowe, Michelle	2
Peitz, Martin	2
Sappington, David	2
Wood, Steve	2

Taulukko 2. Eniten julkaisseet kirjoittajat empiirisen aineiston sisällä ja tekstien lukumäärä.

Koska 74 tutkimusaineiston artikkelia on tarkalla seulonnalla etsitty ja otettu mukaan analyysiin, antavat ne kattavan kuvan vuosina 1990–2010 julkaistusta vähittäiskaupan sääntelyn akateemisesta tutkimuksesta. Näin ollen voidaan todeta Justo de Jorge Morenon sekä Neil Wrigleyn olleen selvästi aktiivisimmat aihealueen tutkijat kahtena viime vuosikymmenenä yhteensä 10,8 prosentin osuudella kaikista vähittäiskaupan sääntelyn akateemisissa julkaisuissa

esiintyneistä tutkimuksista. De Jorge Moreno on keskittynyt tutkimaan Espanjan vähittäiskauppaa ja sen sääntelyä, kun taas Wrigley on tutkimuksissaan keskittynyt Iso-Britannian vähittäiskauppaan ja sen sääntelyyn. Aihealueen tutkimuksen voidaan sanoa keskittyneen taulukossa 2 esiintyvien yhdeksän tutkijan harteille. He ovat olleet mukana lähes 30 prosentissa 74 tutkimuksesta. Kaikki loput kirjoittajat olivat kukin julkaisseet vain yhden, aineiston rajausten perusteella relevantin, tutkimuksen 20 vuoden ajanjaksolla.

Tieteellisissä julkaisuissa (academic journals) havaittiin empiirisen tutkimusaineiston sisällä enemmän keskittyneisyyttä kuin kirjoittajissa. Alla oleva taulukko 3 esittelee 10 eniten vähittäiskaupan sääntelyn tutkimusta sisältänyttä julkaisua. Eniten tutkimuksia (6 kpl) oli 74 artikkelin perusteella julkaistu lehdessä *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. Toiseksi eniten, eli viisi tutkimusta, oli julkaistu lehdissä *International Journal of Retail & Distribution Management* sekä *Telecommunications Policy*. Edellä mainituista kaksi ensimmäistä ovat vähittäiskaupan tutkimusta kansainvälisestä näkökulmasta käsitteleviä julkaisuja ja jälkimmäinen keskittyy telekommunikaatioalaan. 21,6 prosenttia vähittäiskaupan sääntelyn vuosina 1990–2010 julkaistusta tutkimuksesta on näiden tulosten perusteella julkaistu kolmessa edellä mainitussa lehdessä. Loppujen seitsemän joukosta löytyy lisäksi esimerkiksi yleiseen sääntelyyn tutkimukseen, vähittäiskaupan tutkimukseen, Euroopan ja Aasian talouksien tutkimukseen sekä terveydenhoitoalan sääntelyn tutkimukseen keskittyneitä julkaisuja.

Eniten vähittäiskaupan sääntelyn tutkimusta sisältäneet julkaisut	Tekstien lkm
International Review of Retail, Distribution and Consumer Research	6
International Journal of Retail & Distribution Management	5
Telecommunications Policy	5
European Economic Review	3
Journal of Regulatory Economics	3
Asia Pacific Business Review	2
Health Policy	2
Journal of Comparative Economics	2
Journal of Retailing and Consumer Services	2
Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie	2

Taulukko 3. Eniten vähittäiskaupan sääntelyn tutkimusta sisältäneet julkaisut sekä niissä julkaistujen aihealueen tekstien lukumäärä.

Nämä taulukossa 3 esitetyt 10 julkaisua, joissa on julkaistu 43,3 prosenttia 74 tutkimuksesta, antavat melko hyvän kuvan siitä, kuinka monimuotoista ja monialaista vähittäiskaupan sääntelyyn liittyvä tutkimus on. Sen voidaan, tähän mennessä tehdyn analyysin perusteella, todeta olevan hyvin kontekstisidonnaista ja tutkimuksen aiheita olevan lukemattomia.

5.6.2. Sitaattianalyysi

Empiirisen tutkimusaineiston 74 artikkelista 72:stä oli saatavilla sitaattianalyysia varten tarkoituksenmukaisessa muodossa olevat lähdetiedot. Sitaattianalyysi tehtiin näiden 72 artikkelin lähdetietojen perusteella. Kolme pääasiallista tutkittavaa asiaa olivat: mitä julkaisuja, keitä kirjoittajia (ensimmäisenä mainittuja) sekä mitä tutkimuksia on siteerattu eniten. Tarkoituksena oli siis selvittää mihin kirjallisuuteen vähittäiskaupan sääntelyn tutkijat ovat tukeutuneet tutkimuksissaan viimeisten vuosikymmenten aikana.

Lähdetietoja eli sitaatteja oli yhteensä 2439 kappaletta 72 artikkelissa. Näistä hieman alle puolet (46,6 prosenttia) olivat peräisin akateemisista julkaisuista (academic journal). Suuri osa loppuista lähdetiedoista oli erilaisista työpapereista, julkaisemattomista tutkimuksista, alan kirjoista sekä erilaisten organisaatioiden ja ministeriöiden julkaisuista. Kuusi eniten siteerattua akateemista julkaisua olivat: *Environment and Planning A*, *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, *Journal of Regulatory Economics*, *RAND Journal of*

Economics, American Economic Review sekä *International Journal of Retail and Distribution Management*.

Näiden kuuden siteeratuimman joukossa on niin kaupunki- ja aluesuunnitteluun keskittyvä julkaisu (*Environment and Planning A*) kuin myös yleinen taloustieteen julkaisu (*American Economic Review*). Kaksi julkaisua keskittyy vähittäiskaupan alan tutkimukseen. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* on vähittäiskaupan alaa ja sen eri osa-alueita kansainvälisestä näkökulmasta tutkiva julkaisu ja *International Journal of Retail & Distribution Management* korostaa niin ikään vähittäiskaupan ja jakelualan strategista merkittävyyttä maailmanlaajuisesti. Lisäksi kuudesta siteeratuimmasta julkaisusta kaksi keskittyy sääntelyn tutkimukseen. Näistä *Journal of Regulatory Economics* keskittyy sääntelyn teoriaan ja sen eri instituutioihin ja ilmiöihin, kuten esimerkiksi luonnollisiin monopoleihin, sääntelyn purkamiseen sekä ympäristön, turvallisuuden, talouden ja kuluttajatuotteiden sääntelyyn. *RAND Journal of Economics* – julkaisun tarkoituksena on säänneltyjen alojen käyttäytymisen tutkiminen, organisaatioiden taloudellinen analysointi sekä mikrotaloustieteen soveltaminen.

Siteeratuimmat julkaisut	Frekvenssi
Environment and Planning A	46
International Review of Retail, Distribution and Consumer Research	34
Journal of Regulatory Economics	34
Rand Journal of Economics	33
American Economic Review	31
International Journal of Retail and Distribution Management	31
Journal of Retailing	30
Quarterly Journal of Economics	24
Telecommunications Policy	23
The Journal of Industrial Economics	23
European Retail Digest	20
International Journal of Industrial Organization	17
European Economic Review	15
Journal of Law and Economics	15
Review of Industrial Organization	15
Urban Studies	15
Econometrica	14
European Journal of Marketing	14
Journal of Marketing	14
Management Science	14
Information Economics and Policy	13
Journal of Retailing and Consumer Services	13
Review of Economics and Statistics	11
Journal of Political Economy	11
Journal of Econometrics	10
Marketing Science	10
Energy Economics	9
OECD Economic Studies	9
Applied Economics	8
European Journal of Operational Research	8

Taulukko 4. Siteeratuimmat julkaisut, otos 2439 lähdeviitettä 72 artikkelista.

Nämä kuusi siteeratuinta julkaisua antavat melko hyvän kuvan siitä, minkä alojen tutkimuksista vähittäiskaupan sääntelyn akateeminen ja tieteellinen keskustelu koostuu. Riippuen siitä minkä spesifin alan sääntelyä tutkitaan, löytyy sitaattien joukosta julkaisuja niin apteekki-, telekommunikaatio- kuin energia-alaltakin. Lisäksi sääntelyn tutkimusta sivutaan julkaisuissa, jotka koskevat esimerkiksi kaupunkisuunnittelua, taloustiedettä ja kansantaloutta, markkinointia, vähittäiskauppaa yleisesti, sääntelyteoriaa, politiikkaa tai lakia. Suurimman osan vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksesta voidaan kuitenkin tämän tutkimuksen

tulosten perusteella osoittaa siteeraavan kaupunki- ja aluesuunnittelun, taloustieteen, sääntelyteorian ja vähittäiskaupan julkaisuja. Yllä oleva taulukko 4 esittää yhteensä 30 siteerainta akateemista julkaisua ja kuinka monta sitaattia mikäkin niistä sai osakseen tämän tutkimuksen aineiston sisällä.

Tätä sitaattianalyysia varten tutkittiin tutkimusmenetelmästä johtuen vain kunkin lähdetiedon ensimmäiseksi mainittu kirjoittaja ja järjestettiin esiintyvyyjärjestys näiden tietojen mukaisesti. 2439 sitaatista 7,4 prosenttia viittasi kymmeneen eniten siteerattuun 1. kirjoittajaan. Mahdollisia toisia, kolmansia kirjoittajia ja niin edelleen ei siis ole huomioitu. Neil Wrigley oli tutkimusaineiston artikkeleiden eniten siteeraama kirjoittaja 47 siteerauksella. 36 siteerainta 1. kirjoittajaa saivat osakseen yhteensä noin 15 prosenttia kaikista siteerauksista. Näiden 36 kirjoittajan tutkimuksiin on siis eniten tukeuduttu aihealueen tutkimuksia kirjoitettaessa vuosina 1990–2010. Oheinen taulukko 5 esittää yhteensä 22 eniten siteerattua 1. kirjoittajaa sekä siteerausten frekvenssit aineiston sisällä.

Siteeratuimmat 1. kirjoittajat	Frekvenssi
Wrigley, Neil	47
Guy, Clifford M.	25
Laffont, Jean-Jacques	20
Armstrong, Mark	17
Burt, Steve L.	15
De Bijl, Paul W. J.	12
Hausman, Jerry A.	12
Danzon, Patricia M.	12
Colla, Enrico	11
Dawson, John A.	10
Marsden, Terry	10
Boylaud, Olivier	9
Charnes, A.	9
Weisman, Dennis L.	9
Ai, Chunrong	8
Cave Majumdar	8
Sappington, David E.M.	8
Steiner, Robert L.	8
Betancourt, Roger R.	7
Porter, Michael E.	7
Rey, Patrick	7
Spierings, Bas	7

Taulukko 5. Siteeratuimmat 1. kirjoittajat, otos 2439 lähdeviitettä 72 artikkelista.

Alla esitettävistä taulukoista 6 ja 7 käy selville 16 eniten siteerattua tekstiä, ensin kirjoittajien tiedoilla ja sitten työn nimillä. Taulukot sisältävät ne työt, joihin oli viitattu yhteensä enemmän kuin neljä kertaa koko aineiston (72 artikkelin 2439 lähdeviitettä) sisällä. Eniten siteerauksia (7 kpl) saanut työ, Mark Armstrongin vuonna 2002 julkaistu ”*The Theory of Access Pricing and Interconnection*” käsittelee markkinoille tulon sääntelyä telekommunikaatioalalla. Niin ikään toiseksi eniten siteerauksia (6 kpl) saaneet tutkimukset ”*Competition in Telecommunications*” ja ”*The Impact of State Incentive Regulation on the US Telecommunications Industry*” käsittelevät kilpailua ja sääntelyä telekommunikaatioalalla.

Kolmanneksi eniten siteerauksia (5 kpl) saaneissa töissä, joita oli viisi, käsiteltiin vähittäiskaupan tehokkuuden ja tuottavuuden arvioimista, sääntelyn vaikutuksia kauppiaiden ja asiakkaiden suhteeseen, vähittäiskaupan myymälöiden kehitystä

viimeisten 30 vuoden aikana, vähittäiskaupan ja sääntely-ympäristön kehitystä OECD-maissa sekä tiukentuneiden maankäytön sääntelyn ja kaupungin ulkopuolella sijaitsevien isojen kauppakeskusten vaikutuksia. Neljänneksi eniten siteerauksia (4 kpl) keränneitä töitä oli yhteensä kahdeksan kappaletta. Useasti käsiteltyjä aiheita olivat vähittäiskaupan tuottavuus sekä vähittäiskauppa Isossa Britanniassa eri näkökulmista.

Kun eniten siteerattua tekstiä on 72 artikkelissa käytetty vain seitsemän kertaa, kertoo se jotain vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksen hajanaisuudesta ja mahdollisten tutkimusaiheiden määrästä. Hajonta sitaateissa oli erittäin suurta eikä esille noussut suoranaisesti mitään töitä tai tutkimuksen osa-alueita, joihin kaikki viittaisivat. Ei siis voida sanoa vähittäiskaupan sääntelystä olevan olemassa mitään avaintutkimusta. Tämä selittyy osin sillä, että sääntelyn piirissä on hyvin monia eri asioita ja säännellyt asiat vaihtelevat suuresti maittain, kuten tässä tutkimuksessa on aiemmin käynyt ilmi. Tutkittavia aiheita on paljon ja tämä näkyy niin aineiston 72 artikkelin aihepiirien monipuolisuutena kuin sitaattienkin hajautumisena. Kun tutkitaan monia eri asioita, on luonnollista, että myös viitataan moniin eri tutkimuksiin ja aihepiireihin.

Siteeratuimpien kirjoittajien kesken esiintyi enemmän keskittyvyyttä, kuten aiemmin esitetystä taulukosta 5 voitiin havaita. Kun eniten siteeratun kirjoittajan (Neil Wrigley) tekstejä on siteeratuimpien töiden joukossa vain kaksi, ja nekin frekvensseillä neljä ja viisi, voidaan päätellä kirjoittajan tekstejä olevan näiden kahden lisäksi hyvin monia eri nimikkeillä 2439 sitaatin joukossa. Tämä kertoo kirjoittajan julkaisseen lukuisia eri töitä ja mitä luultavimmin monista eri aiheista ja näkökulmista vähittäiskauppaan ja sen sääntelyyn liittyen. Niin ikään toiseksi ja kolmanneksi eniten siteerattujen kirjoittajien (Clifford M. Guy ja Jean-Jacques Laffont) töistä vain yhdet ovat 16 eniten siteeratun tekstin joukossa. Yhteenvetona voidaan kärjistetysti päätellä vähittäiskaupan sääntelyn keskeisimmän tutkimuksen siteerausten keskittyneen viimeisten 20 vuoden aikana suurilta osin noin 20 kirjoittajan töihin.

Siteeratuimmat työt (tutkimusten/kirjojen nimet)	Frekvenssi
The theory of access pricing and interconnection (2002)	7
Competition in telecommunications (2000)	6
The impact of state incentive regulation on the US telecommunications industry (1998)	6
A process for evaluating retail store efficiency: a restricted DEA approach (1998)	5
Controlling New Retail Spaces: the Impress of Planning Policies in Western Europe (1998)	5
Regulatory reform in retail distribution (2001)	5
Retail productivity assessment using data envelopment analysis (1998)	5
Understanding Store Development Programmes in Post-property-crisis UK Food Retailing (1998)	5
After the Store Wars: Towards a New Era of Competition in UK Food Retailing (1994)	4
Creating competitive space: exploring the social and political maintenance of retail power (1998)	4
Distribution in Great Britain and North America (1961)	4
Has the productivity of retail food stores really declined? (2003)	4
Institutions, Institutional change and Economic Performance (1990)	4
Power and competition in the UK grocery market (2003)	4
Retail productivity and scale economics at the firm level: a DEA approach (2003)	4
The effect of incentive regulation on infrastructure modernization: local exchange companies' deployment of digital technology (1995)	4

Taulukko 6. Siteeratuimmat tekstit nimen mukaan, otos 2439 lähdeviitettä 72 artikkelista.

Siteeratuimmat työt (kirjoittajien nimet)	Frekvenssi
Armstrong, Mark (2002)	7
Laffont Jean-Jacques & Tirole, Jean (2000)	6
Ai, Chunrong & Sappington, David E.M. (1998)	6
Thomas, Rhonda R. & Barr, Richard S. & Cron, William L. & Slocum, John W. Jr. (1998)	5
Guy, Clifford M. (1998)	5
Boylaud, Olivier & Nicoletti, Giuseppe (2001)	5
Donthu, Naveen & Yoo, Boonghee (1998)	5
Wrigley, Neil (1998)	5
Wrigley, Neil (1994)	4
Marsden, Terry & Harrison, Michelle & Flynn, Andrew (1998)	4
Hall, Margaret & Knapp, John & Winsten, Christopher (1961)	4
Ratchford, Brian T. (2003)	4
North, Douglass (1990)	4
Burt, Steve L. & Sparks, Leigh (2003)	4
Keh, Hean Tat & Chu, Singfat (2003)	4
Greenstein, Shane & McMaster, Susan & Spiller, Pablo T. (1995)	4

Taulukko 7. Siteeratuimmat tekstit kirjoittajien nimen mukaan, otos 2439 lähdeviitettä 72 artikkelista.

6. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli bibliometrisen tutkimusmenetelmän avulla tunnistaa miten vähittäiskauppaa säännellään, millaisia vaikutuksia sääntelyllä on vähittäiskaupan alaan sekä miten aihetta on viimeisten 20 vuoden aikana tutkittu akateemisesti ja millaista tutkimus on ollut rakenteeltaan. Bibliometrisen analyysin avulla selvitettiin miten kaupan alaa säännellään ja millaisia vaikutuksia sääntelyllä on. Julkaisutietojen analyysin avulla selvitettiin millaista alan akateeminen tutkimus on viime vuosikymmeninä rakenteeltaan ollut. Sitaattianalyysin avulla taas selvitettiin minkälaisiin tutkimuksiin ja julkaisuihin vähittäiskaupan sääntelyn tutkimus on viimeisten 20 vuoden kuluessa tukeutunut.

6.1. Vähittäiskaupan alalla esiintyvä sääntely

Empiiriseen tutkimusaineistoon löydetty 74 vähittäiskaupan sääntelyä tutkivaa artikkelia analysoitiin tilastollisin (sisällön erittely kvantitatiivisesti) sekä laadullisin (kvalitatiivinen sisällönanalyysi) keinoin. Tutkimukset luokiteltiin tutkimusotteensa mukaan empiirisiin (93,2 prosenttia) ja käsitteellisiin (6,8 prosenttia) ja metodinsa mukaan kvalitatiivisiin (32,4 prosenttia), kvantitatiivisiin (54,1 prosenttia) sekä kumpaakin metodologiaa hyödyntäviin (13,5 prosenttia) tutkimuksiin.

Edelleen artikkelit luokiteltiin sen mukaan, mitä seuraavista sääntelyn muodoista tai lajeista ne tutkivat: kilpailun, liiketoiminnan, saatavuuden, mainonnan, työvoiman ja hintojen sääntely, kannustinpohjainen sääntely sekä sääntelyympäristö kokonaisuutena. Luokittelun pohjana käytettiin luvussa 3 esitettyä Boylaudinin & Nicolettin (2001) vähittäiskaupan sääntelyn jakoa. Suurin osa, noin 40 prosenttia, tutkimuksista käsitteli kilpailun sääntelyä, eli markkinoille tulon sekä myymälöiden sijoittamiseen tai toimijoiden välisiin suhteisiin liittyviä rajoituksia. Noin 26 prosentissa käsiteltiin hintasääntelyä. Ehkä hieman yllättäen vain noin 8 prosenttia tutkimuksista käsitteli liiketoiminnan sääntelyä, eli aukioloukoja ja kansallisia monopoleja.

Analyysitason todettiin kaikissa tutkimusaineiston artikkeleissa olevan toimialataso. Kontekstin mukaan artikkelit jaoteltiin vielä paikallisiin (8,1 prosenttia), kansallisiin (60,8 prosenttia) ja kansainvälisiin (31,1 prosenttia) tutkimuksiin. Kansallisen kontekstin omaavista artikkeleista tutkimusten kohdemaina olivat useimmin joko Yhdysvallat tai Iso-Britannia.

Näiden tulosten perusteella voidaan sanoa sääntelyn tutkimuksen olevan usein jotakin tiettyä sääntelyn muotoa tai sen vaikutuksia käsittelevää, empiiristä ja kansallista, toimialatasolla tapahtuvaa tutkimusta. Saadut tulokset korostavat tarvetta kansainväliselle, sääntelyn vaikutuksia laajemmin analysoivalle ja vertailevalle tutkimukselle.

6.2. Sääntelyn vaikutukset kaupan alaan

Sääntelyn vaikutukset ovat erittäin moninaiset eivätkä koskaan neutraalit ja ne näkyvät usein tiettyjen tahojen etuina toisten kustannuksella (Wood et al. 2010). Tämä lause kuvaa tässäkin tutkimuksessa tunnistettuja sääntelyn vaikutuksia erittäin hyvin. Vaikka yksittäisiä vaikutuksia pystytään tunnistamaan paljon, on otettava aina huomioon myös kokonaistilanne ja toimintaympäristö. Vaikutusten kokonaisvaltainen kuvailu on vaikeaa, koska kullakin maalla on uniikki sääntely-ympäristönsä ja vähittäiskaupan rakenteensa. Moninaisissa vaikutuksissa korostuu ennen kaikkea niiden kontekstisidonnaisuus ja usein myös tulosten ristiriitaisuus eri tutkimusten kesken, riippuen esimerkiksi siitä, minkä maan sääntelyä tutkimus koskee.

Tämän tutkimuksen tuloksena löydetty vaikutukset korostavat kuitenkin hyvin kuinka moneen, ehkä yllättäväänkin asiaan, sääntelyllä on todella vaikutusta. Lisäksi tutkimustuloksista käy ilmi spesifejä tilanteita, miten tiettyjen asioiden sääntely vaikuttaa tiettyihin asioihin, eikä vaikutusten voida koskaan sanoa olevan yksiselitteisesti positiivisia tai negatiivisia. Riippuu kenen näkökulmasta vaikutuksia katsoo. Tunnistettujen vaikutusten kirjo kuvaa myös erittäin kattavasti sitä, mitä vähittäiskaupan akateeminen tutkimus on tuonut esille viimeisten vuosikymmenten aikana.

Empiirisen tutkimusaineiston perusteella tunnistettiin erittäin paljon sääntelyn erilaisia spesifejä vaikutuksia ja pystyttiin luokittelemaan ne kolmeen

pääluokkaan: 1) vaikutukset yrityksiin, 2) vaikutukset sidosryhmiin ja 3) vaikutukset markkinoihin. Seuraavaksi käydään pääpiirteissään läpi kunkin kokonaisuuden sisältämät vaikutukset.

6.2.1. Vaikutukset yrityksiin

Vaikutukset yrityksiin jaoteltiin edelleen vaikutuksiin poliittiseen toimintaan, strategiaan, sopeutumiseen ja kauppaformaatin muuttamiseen, tehokkuuteen, innovaatioihin sekä tulokseen, myyntiin ja markkinointiin. Christensenin (1997) mukaan yritysten koko, toimialan keskittymisen aste sekä sääntelyn määrä toimivat hyvinä ennusmerkkeinä siihen, lähteekö yritys mukaan poliittiseen toimintaan vai ei. Artikkeleiden sisällönanalyysin perusteella voitiin sääntelyn todeta, Bonardin et al. (2005) päätelmän mukaisesti, jossain määrin lisäävän yritysten poliittista aktiivisuutta (mm. Colla 2006). Yritykset siis todennäköisesti pyrkivät omalla aktiivisella toiminnallaan vaikuttamaan ulkopuolelta asetettuihin toiminnan rajoituksiin, mikäli näkevät sen itselleen edulliseksi vaihtoehdoksi. Vaikka vähittäiskaupan alan yritysten rakenteelliset uudistukset ovat usein riippuvaisia säännöksistä ja lainsäädännöstä, voivat yritykset kuitenkin aktiivisella toiminnallaan saada muutoksia aikaan sääntely- ja kilpailuympäristössä (Wood et al. 2010). Niiden voidaan siis sanoa liikkuvan Hrebiniakin & Joycen (1985) esittämän organisaation strategisen valinnan ja ympäristön determinismin välisen suhteen eri tilanteissa (katso kuva 1).

Sisällönanalyysin perusteella kävi myös ilmi, että sääntelyllä on niin ikään vaikutusta yritysten sopeutumiseen ja strategian muuttamiseen (mm. Wood et al. 2006). Yritysten ei siis välttämättä aina tarvitse pyrkiä liikkumaan Hrebiniakin & Joycen esittämän kuvion (kuva 1) tasoilla, eli esimerkiksi vaikuttamaan sääntelyyn poliittisesti, vaan ne voivat myös jäädä vallitsevaan sääntelyn tilaan ja sopeuttaa omaa toimintaansa niin, että sääntelystä on niille vähemmän haittaa.

Sisällönanalyysin perusteella sääntelyllä on myös vaikutusta yritysten ja laajemmin vähittäiskaupan tehokkuuteen, mutta tutkijoiden tulokset olivat ristiriitaisia. Osa esitti sääntelyn vähentävän tehokkuutta (mm. Barros 2006) ja osa taas sen lisäävän tehokkuutta (mm. Suárez & de Jorge Moreno 2010). Tulosten ristiriitaisuus korostaa sääntelyn vaikutusten kontekstisidonnaisuutta sekä niiden laajuutta. On vaikeaa ennakoida etukäteen mihin kaikkeen sääntelyllä

onkaan vaikutusta ja onko vaikutus positiivinen vai negatiivinen ja kenen näkökulmasta. Pellegrini (2005) huomauttaa myös sääntely-ympäristöjen erilaisuuden tekevän yritysten tehokkuuden keskinäisen vertailun vaikeaksi.

Niin ikään sääntelyn vaikutuksissa innovaatioihin havaittiin pientä ristiriitaisuutta. Telekommunikaatioalalla sääntelyn on todettu lisäävän innovaatioiden määrää (Bourreau & Dogan 2001), kun taas apteekki-alalla vaikuttavan siihen negatiivisesti (Bardey et al. 2010). Tulokset korostavat jälleen sääntelyn vaikutusten kontekstisidonnaisuutta. Eri kaupan toimialoilla sääntelyn vaikutukset voivat olla hyvinkin erilaiset.

6.2.2. Vaikutukset sidosryhmiin

Vaikutukset sidosryhmiin jaoteltiin vaikutuksiin toimijoiden keskinäisiin suhteisiin, työllisyyteen, kuluttajiin sekä sääntelyn purkamisesta sidosryhmille aiheutuneisiin vaikutuksiin. Toimijoiden keskinäisistä suhteista sääntelyllä todettiin olevan vaikutusta esimerkiksi valmistajien ja myyjien suhteisiin (Colla & Lapoule 2008) sekä toisaalta myös kauppiaiden ja asiakkaiden suhteisiin (Riethmuller 1996). Kummassakin tapauksessa sääntelyn nähtiin vaikuttavan jollain tavalla negatiivisesti sidosryhmien välisiin suhteisiin.

Useassa tutkimusaineiston artikkelissa todettiin sääntelyn purkamisen johtavan työllisyyden paranemiseen ja näin koko yhteiskuntaan (mm. Bertrand & Kramarz 2002, Pilat 2005, Viviano 2008). Lisäksi sääntelyllä todettiin olevan vaikutusta kuluttajiin usealla eri tavalla. Vaikutukset saatavuuteen, palvelun laatuun, hintatasoon ja kulutustottumuksiin ovat kukin osaltaan yhteydessä kuluttajiin ja edelleen esimerkiksi heidän saamaansa hyötyyn (palvelun laadun ja hintatason kautta) sekä ostokokemukseen (saatavuuden ja kulutustottumusten kautta).

Sääntelyn purkamisesta aiheutuvien vaikutusten nähtiin olevan kuluttajien näkökulmasta useimmin positiiviset työllisyyden kasvun, hintojen alenemisen, saatavuuden parantumisen tai aukiolojen laajentumisen myötä (mm. Pilat 2005, Shannon 2009, Skuterud 2005). Sääntelyn purkamisen vaikutukset ovat kuitenkin erittäin riippuvaisia siitä, millaiset markkinat ja sääntely-ympäristö ovat kyseessä ja miten kyseisen maan vähittäiskauppa on rakentunut. Tämä kävi selvästi ilmi joissakin tutkimuksissa, kun vaikutukset olivatkin olleet negatiivisia tai

päinvastaisia kuin oli ennakoitu (Inderst & Irmen 2005). Näin korostuu jälleen sääntely-ympäristön merkitys vaikutusten ilmenemisessä.

6.2.3. Vaikutukset markkinoihin

Vaikutukset markkinoihin jaoteltiin edelleen vaikutuksiin kilpailuun ja markkinoiden keskittymiseen, kansainvälistymiseen ja vientiin, rakenteelliseen muutokseen, investointeihin, tuottavuuteen ja tuotantoon sekä markkinoille aiheutuviin negatiivisiin vaikutuksiin. Sääntelyn nähtiin tutkimusten mukaan vaikuttavan niin yksittäisen maan kaupan keskittymisen asteeseen, kuin yritysten haluun ja mahdollisuuksiin laajentua ulkomaillekin. Sisällönanalyysin perusteella sääntely lisää yritysten halua lähteä kansainvälisille markkinoille (Maharajh & Heitmeyer 2005, Poole et. al. 2002). Parhaassa tapauksessa sääntelyn todettiin lisäävän uusien toimijoiden markkinoille tuloa ja tämän myötä myös kilpailua (Peitz 2005). Joidenkin maiden tiukemmat sääntely-ympäristöt voivat kuitenkin myös estää viennin kyseiseen maahan (Riethmuller 1996). Aineiston tutkimusten perusteella voidaan sääntelyllä todeta olevan vaikutusta investointeihin ja halukkuuteen lähteä markkinoille etenkin telekommunikaatioalalla (Cambini & Jiang 2009).

Tulevaisuudessa olosuhteiden muutokset heijastuvat entistä voimakkaammin kaupan alan rakenteelliseen kehitykseen (Poole et al. 2002). Sääntelyn voitiinkin tutkimusten perusteella todeta vaikuttavan koko vähittäiskaupan rakenteen muuttumiseen tietyissä tilanteissa (Riethmuller 1996) ja usein myös ennakoimattomalla tavalla (Wang & Xu 2002).

Sääntelyn nähtiin vaikuttavan yritysten ja alan tuottavuuteen negatiivisesti (Higón et al. 2010, O'Mahony & Van Ark 2005). Tosin eri maiden vähittäiskauppojen tuottavuutta vertailtaessa on muistettava sääntely-ympäristöjen erilaisuus ja vertailtavuuden heikkous (de Jorge Moreno 2008). Muita havaittuja sääntelyn negatiivisia vaikutuksia olivat esimerkiksi hintakilpailun heikentyminen (Danzon & Chao 2000). Ei kuitenkaan voida sanoa sääntelyn vaikuttavan markkinoihin yksiselitteisesti vain negatiivisesti. Edelleenkin riippuu täysin kenen näkökulmasta vaikutuksia tarkastelee sekä siitä, millaiset markkinat ovat kyseessä.

6.3. Yritysten vastaus sääntelyn tuomiin haasteisiin

Tutkimuksen perusteella voidaan yrityksillä todeta olevan lukuisia keinoja vastata sääntelyn tuomiin haasteisiin. Ne voivat, resurssiensa ja mahdollisuuksiensa mukaan, pyrkiä vaikuttamaan sääntelyyn poliittisesti. Jos poliittinen toiminta ei ole mahdollista tai tavoitteisiin ei sen avulla päästä, on mahdollista sopeuttaa strategiaa sääntely-ympäristön luomiin haasteisiin paremmin sopivaksi. Sisällönanalyysissa kävi ilmi, että sääntelyllä on myös vaikutusta yritysten strategian muuttamiseen ja sopeutumiseen. Niiden ei siis välttämättä tarvitse lainkaan pyrkiä vaikuttamaan sääntelystä päättäviin tahoihin, mikäli ne onnistuvat karsimaan sääntelystä aiheutuneita negatiivisia vaikutuksia muuttamalla toimintatapojaan.

On kuitenkin huomattava, ettei sääntely suinkaan ole aina huono asia yrityksille, vaan sen voitiin todeta sisällönanalyysin perusteella joissain tapauksissa esimerkiksi lisäävän innovaatioiden määrää tai yritysten tehokkuutta. Koska sääntelyn vaikutusten on todettu olevan erittäin moninaiset ja säänneltävät asiat vaihtelevat maittain, on mahdotonta todeta sen olevan pelkästään joko negatiivinen tai positiivinen asia yrityksille ja tulisiko niiden pyrkiä vaikuttamaan siihen vai sopeutua annettuun tilanteeseen.

6.4. Vähittäiskaupan sääntelyn akateeminen tutkimus vuosina 1990–2010

Empiirisen tutkimusaineiston artikkeleiden perusteella laskettiin ketkä tutkijat ovat julkaisseet kahden viime vuosikymmenen aikana eniten tekstejä ja missä julkaisuissa tekstit ovat useimmin esiintyneet. Justo de Jorge Moreno ja Neil Wrigley ovat olleet aktiivisimmat tutkijat vähittäiskaupan sääntelyn alalla (yhteensä 10,8 prosenttia tutkimuksista) ja eniten aihealueen tutkimusta ovat julkaisseet *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, *International Journal of Retail & Distribution Management* sekä *Telecommunications Policy* (yhteensä 21,6 prosenttia tutkimuksista).

Tutkimusaineiston artikkelien lähdetietojen perusteella tehty sitaattianalyysi nosti sen sijaan esille siteeratuimmat kirjoittajat sekä tutkimukset ja julkaisut, ja sen perusteella voitiin näin luoda kuva siitä, mihin kaikkeen vähittäiskaupan

sääntelyn tutkijat ovat viimeisten 20 vuoden aikana tutkimuksissaan tukeutuneet. Tutkimusaineiston 74 artikkelista sitaattianalyysiin otettiin mukaan ne 72 artikkelia, joiden lähdetiedot oli saatavilla siinä muodossa, kun ne sitaattianalyysin toteutusta varten vaadittiin. Lähdetietoja eli sitaatteja oli yhteensä 2439 kappaletta. Vaikka näin suppean sitaattianalyysin perusteella ei voida tehdä kovin laajoja johtopäätöksiä aihealueen tutkimuksen rakenteesta, antaa se kuitenkin jonkinlaisen kuvan siitä mitä on tutkittu ja minkä tyyppiset tutkimukset ja julkaisut ovat olleet keskeisessä osassa tutkijoiden taustatyötä.

Suurin osa vähittäiskaupan sääntelyn artikkeleissa siteeratusta tutkimuksesta oli sitaattianalyysin perusteella julkaistu kaupunki- ja aluesuunnittelun, taloustieteen, sääntelyteorian sekä vähittäiskaupan julkaisuissa (katso taulukko 4). Yli 20 sitaattia saaneita julkaisuja oli yhteensä jopa kymmenen kappaletta. Eniten siteerattu, 46 kappaleella, oli kaupunki- ja aluesuunnitteluun keskittyvä julkaisu *Environment and Planning A*. Toiseksi ja kolmanneksi eniten siteeratut julkaisut olivat vähittäiskauppaa kansainvälisestä näkökulmasta tarkasteleva *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* sekä sääntelyn tutkimukseen painottuva *Journal of Regulatory Economics*.

Sitaattianalyysia varten tutkittiin tutkimusmenetelmästä johtuen vain kunkin lähdetiedon ensimmäiseksi mainittu kirjoittaja. 2439 sitaatista 7,4 prosenttia viittasi yhteensä kymmeneen kirjoittajaan. Neil Wrigley oli tutkimusaineiston artikkeleiden eniten siteeraama kirjoittaja 47 siteerauksella. Sitaattien jakautumisen kirjoittajien välillä (22 siteerainta, katso taulukko 5) perusteella voidaan päätellä vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksen keskittyneen viimeisten 20 vuoden aikana enimmäkseen noin 40 kirjoittajan harteille.

Eniten siteeratuissa artikkeleissa (taulukot 6 ja 7) oli selkeästi enemmän hajontaa, eikä eniten siteerattu tutkimuskaan (Armstrong 2002: ”The Theory of Access Pricing and Interconnection”) ollut saanut kuin seitsemän siteerausta. 16 siteeratuimman tutkimuksen aiheet olivat erittäin moninaiset, joskin kolme eniten siteerauksia saanutta tekstiä käsitelivät telekommunikaatioalan sääntelyä. Tämän perusteella voidaan päätellä, ettei vähittäiskaupan sääntelystä ole olemassa mitään tiettyä avaintutkimusta, johon kaikki aihetta tutkivat viittaisivat. Se, mitä siteerataan, riippuu ilmeisen paljon tutkimuksen aiheesta ja siteeraukset ovat

todennäköisesti melko spesifisti sidoksissa tutkittavaan aiheeseen. Tämä selittyy tutkittavien aiheiden loputtomalla määrällä vähittäiskaupan sääntelyn aihealueen laajuuden ja monipuolisuuden takia, sekä osin myös eri maiden sääntely-ympäristöjen erilaisuudella. Monia eri asioita tutkittaessa on luonnollista, että myös viitataan moniin eri tutkimuksiin ja aihepiireihin.

6.5. Suositukset liikkeenjohtajille

Vähittäiskaupan alalla toimivien yritysten on erittäin tärkeää ymmärtää niiden maiden sääntely-ympäristön toimintaa, joissa se toimii. Kuten tämän tutkimuksen avulla on käynyt ilmi, sääntelyn vaikutukset yrityksen ja koko alan toiminnalle ovat erittäin monimuotoiset ja kontekstisidonnaiset. Vaikutuksia on erittäin vaikea ennakoida ilman sääntelyn muotojen ja periaatteen tuntemusta. Yritysten, joiden toimintaan sääntelyllä on suuri vaikutus, kannattaisikin käyttää resurssejaan ymmärtääkseen sen merkityksen liiketoiminnalle ja vaikutuksia omaan alaansa. Yritysten on myös tärkeää ymmärtää, että sääntelyyn on mahdollista pyrkiä vaikuttamaan osallistumalla poliittiseen toimintaan ja että yrityksen omaa strategiaa tai toimintatapoja muuttamalla sääntelyn vaikutuksiakin voidaan saada muutettua itselle suosiollisempaan suuntaan.

6.6. Aiheita jatkotutkimukseen

Kuten on aiemmin tuotu ilmi, on vähittäiskaupan sääntelyn tutkimuksessa selkeä tarve tämäläiselle, aihetta laajemmasta näkökulmasta tarkastelevalle, tutkimukselle. Tämä tutkimus on pyrkinyt tunnistamaan ja kokoamaan yhteen sääntelyn muotoja ja vaikutuksia sekä luomaan kuvaa aihealueen akateemisesta tutkimuksesta. Tutkimusta voisi laajentaa ja jatkaa ottamalla näkökulmaksi esimerkiksi eri maiden sääntelyn toimivuuden vertailun, vaikka se olisi varmasti haastavaa toteuttaa objektiivisesti erilaisten toimintaympäristöjen takia. Lisäksi voisi tutkia miten tietyt sääntelyn muodot vaikuttavat mahdollisesti tiettyihin asioihin tietynlaisissa toimintaympäristöissä.

Laajemman bibliometrisen analyysin toteuttaminen olisi mielenkiintoinen jatkotutkimuksen aihe ja siitä voisi selvittää paremmin miten vähittäiskaupan sääntelyn tutkimus on tietyinä ajanjaksona kehittynyt sekä millaisia teorioita tutkimuksissa on hyödynnetty ja missä määrin. Sitaattianalyysia voisi jatkaa

ottamalla huomioon myös toiset ja kolmannet kirjoittajat, jolloin analyysin luotettavuus kasvaisi.

LÄHDELUETTELO:

Kirjallisuuslähteet:

Adams, Walter. 1958. A Critical Evaluation of Public Regulation by Independent Commissions: The Role of Competition in the Regulated Industries. *The American Economic Review*, Vol. 48, No. 2, 537-543.

Ai, Chunrong & Martinez, Salvador & Sappington, David. 2004. Incentive Regulation and Telecommunications Service Quality. *Journal of Regulatory Economics*, Vol. 26, No. 3, 263-285.

Ai, Chunrong & Sappington, David E.M. 2005. Reviewing the Impact of Incentive Regulation on U.S. Telephone Service Quality. *Utilities Policy*, Vol. 13, No. 3, 201-210.

Alexander, R. S. 1937. The Census, the Codes, the Commission, the Committee and Marketing Terminology. *The Journal of Marketing*, Vol. 2, No. 1, 21-37.

Amin, Mohammad. 2009. Are Labor Regulations Driving Computer Usage in India's Retail Stores? *Economics Letters*, Vol. 102, No. 1, 45-48.

Amin, Mohammad. 2009. Labor Regulation and Employment in India's Retail Stores. *Journal of Comparative Economics*, Vol. 37, No. 1, 47-61.

Andrés, Ana. 2009. *Measuring Academic Research: How to Undertake a Bibliometric Study*. Chandos Publishing.

Banerjee, Aniruddha. 2003. Does Incentive Regulation "Cause" Degradation of Retail Telephone Service Quality? *Information Economics and Policy*, Vol. 15, No. 2, 243-269.

Bardey, David & Bommier, Antoine & Jullien, Bruno 2010. Retail Price Regulation and Innovation: Reference Pricing in the Pharmaceutical Industry. *Journal of Health Economics*, Vol. 29, No. 2, 303-316.

- Barros, Carlos Pestana. 2006. Efficiency Measurement Among Hypermarkets and Supermarkets and the Identification of the Efficiency Drivers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 34, No. 2, 135-154.
- Baysinger, Barry D. 1984. Domain Maintenance as an Objective of Business Political Activity: An Expanded Typology. *Academy of Management Review*, Vol. 9, No. 2, 248-258.
- Bertrand, Marianne & Kramarz, Francis. 2002. Does Entry Regulation Hinder Job Creation? Evidence from the French Retail Industry. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 117, No. 4, 1369-1413.
- Blanchard, Olivier & Giavazzi, Francesco. 2001. Macroeconomic Effects of Regulation and Deregulation in Goods and Labor Markets. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 118, No. 3, 879-907.
- Bonardi, Jean-Philippe & Hillman, Amy J. & Keim, Gerald D. 2005. The Attractiveness of Political Markets: Implications for Firm Strategy. *Academy of Management Review*, Vol. 30, No. 2, 397-413.
- Boylaud, Olivier & Nicoletti, Giuseppe. 2001. Regulatory Reform in Retail Distribution. *OECD Economic Studies*, No. 32, 2001/1.
- Bourreau, Marc & Dogan, Pinar. 2001. Regulation and Innovation in the Telecommunications Industry. *Telecommunications Policy*, Vol. 25, No. 3, 167-184.
- Briglauer, Wolfgang & Götz, Georg & Schwarz, Anton. 2010. Can a Margin Squeeze Indicate the Need for Deregulation? The Case of Fixed Network Voice Telephony Markets. *Telecommunications Policy*, Vol. 34, No. 10, 551-561.
- Brown, James R. & Dant, Rajiv P. 2008. Scientific Method and Retailing Research: A Retrospective. *Journal of Retailing*, Vol. 84, No. 1, 1-13.
- Brown, James R. & Dant, Rajiv P. 2009. The Theoretical Domains of Retailing Research: A Retrospective. *Journal of Retailing*, Vol. 85, No. 2, 113-128.

- Cambini, Carlo & Jiang, Yanyan 2009. Broadband investment and regulation: A literature review. *Telecommunications Policy*, Vol. 33, No. 10-11, 559-574.
- Carter, Stacy M. 2003. New Frontier, New Power: the Retail Environment in Australia's Dark Market. *Tobacco Control*, Vol. 12, No. 3, 95-101.
- Caudill, Steven B. & Im, Bae-Geun & Kaserman, David L. 1993. Modeling Regulatory Behavior: The Economic Theory of Regulation Versus Alternative Theories and Simple Rules of Thumb. *Journal of Regulatory Economics*, Vol. 5, No. 3, 251-262.
- Christensen, Sandra L. 1997. The New Federalism: Implications for the Legitimacy of Corporate Political Activity. *Business Ethics Quarterly*, Vol. 7, No. 3, 81-91.
- Clark, Christopher & White, Lesley. 2009. Entry Barriers in a Retail Pharmacy: A Novel Model. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, Vol. 3, No. 3, 279-293.
- Colla, Enrico. 2006. Distorted Competition: Below-cost Legislation, 'Marges Arrière' and Prices in French Retailing. *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, Vol. 16, No. 3, 353-373.
- Colla, Enrico & Lapoule, Paul. 2008. Banning Below-cost Resale in France: the Impact on Pricing Decisions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 36, No. 10, 746-758.
- Danzon, Patricia M. & Chao, Li-Wei. 2000. Does Regulation Drive Out Competition in Pharmaceutical Markets? *Journal of Law and Economics*, Vol. 43, No. 2, 311-358.
- Davey, Alistair. 2009. The Impact of Clean Fuel Specifications on Adelaide Retail Petrol Prices. *Australian Economic Papers*, Vol. 48, No. 1, 1-18.
- de Jorge Moreno, Justo. 2008. Productivity Growth, Technical Progress and Efficiency Change in Spanish Retail Trade (1995-2004): A Disaggregated Sectoral Analysis. *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*, Vol. 18, No. 1, 87-103.

- Eden, Dov. 2002. Replication, Meta-Analysis, Scientific Progress, and AMJ's Publication Policy. *Academy of Management Research*, Vol. 45, No. 5, 841-846.
- Eriksson, Päivi & Kovalainen, Anne. 2008. *Qualitative Methods in Business Research*. Lontoo: SAGE Publications Ltd.
- Fels, Allan. 2009. The Regulation of Retailing - Lessons for Developing Countries. *Asia Pacific Business Review*, Vol. 15, No. 1, 13-27.
- Findlay, Anne & Sparks, Leigh. 2002. European Retail Journals: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 30, No. 8, 373-382.
- García-Canal, Esteban & Guillén, Mauro, F. 2008. Risk and The Strategy of Foreign Location Choice in Regulated Industries. *Strategic Management Journal*, Vol. 29, No. 10, 1097-1115.
- García-Ramon, Maria-Dolors & Ortiz, Anna. 2000. The Fixed-term Contract, the Spanish Route to Flexibility? Women in the Retail Sector in the Barcelona Region. *Economic and Industrial Democracy*, Vol. 21, No. 3, 311-333.
- Gardner Bruce L. & Brooks Karen M. 1994. Food-prices and Market Integration in Russia - 1992-93. *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 76, No. 3, 641-646.
- Grewal, Dhruv & Levy, Michael. 2009. Emerging Issues in Retailing Research. *Journal of Retailing*, Vol. 85, No. 4, 522-526.
- Grzybowski, Lukasz. 2008. The Impact of Regulation on the Retail Prices in Fixed-line Telephony across the European Union. *Telecommunications Policy*, Vol. 32, No. 2, 131-144.
- Hantke-Domas, Michael. 2003. The Public Interest Theory of Regulation: Non-Existence or Misinterpretation? *European Journal of Law and Economics*. Vol. 15, No. 2, 165-194.

Hastings, Justine S. 2004. Vertical Relationships and Competition in Retail Gasoline Markets: Empirical Evidence from Contract Changes in Southern California. *American Economic Review*, Vol. 94, No. 1, 317-328.

Higón, Dolores Añón & Bozkurt, Ödül & Clegg, Jeremy & Grugulis, Irena & Salis, Sergio & Vasilakos, Nicholas & Williams, Allan M. 2010. The Determinants of Retail Productivity: A Critical Review of the Evidence. *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12, No. 2, 201-217.

Hillman, Amy J. & Keim, Gerald D. & Schuler, Douglas. 2004. Corporate Political Activity: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, Vol. 30, No. 6, 837-857.

Holburn, Guy L. F. & Vanden Bergh, Richard, G. 2008. Making Friends in Hostile Environments: Political Strategy in Regulated Industries. *Academy of Management Review*, Vol. 33, No. 2, 521-540.

Hrebiniak, Lawrence G. & Joyce, William, F. 1985. Organizational Adaptation: Strategic Choice and Environmental Determinism. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 30, No. 3, 336-349.

Inderst, Roman & Irmen, Andreas. 2005. Shopping Hours and Price Competition. *European Economic Review*, Vol. 49, No. 5, 1105-1124.

Johnston, Richard S. & Zhang, Zhengkun. 1998. A Contribution to the Theory of Price Regulations and Commodity Bundling with an Application to the Case of China. *Journal of Comparative Economics*, Vol. 26, No. 1, 142-149.

Kajalo, Sami. 1991. *Vähittäiskaupan Aukioloaikakysymys*. Helsinki: Helsingin Kauppakorkeakoulun julkaisuja.

Kajalo, Sami. 2002. *Deregulation of Retail Hours in Finland: Historical and Empirical Perspectives*. Helsinki: HeSE Print.

Kasso, Tapani & Kasanko, Marjo & Pulkkinen, Matti. 1998. *Suurmyymäläsääntelyn Vaikutukset Kilpailuun ja Kuluttajiin*. Helsinki: HeSE Print.

Kiuru, Pertti & Mankinen, Reijo & Niilola, Kari & Pulkkinen, Matti & Riipinen, Toni. 2004. *Vähittäiskaupan Kansainvälistyminen ja Tehokkuus – Case Päivittäistavarakauppa*. Helsinki: HeSE Print.

Koskinen, Ippo & Alasuutari, Pertti & Peltonen, Tuomo. 2005. *Laadulliset Menetelmät Kauppatieteissä*. Tampere: Vastapaino.

Kotakorpi, Kaisa. 2006. Access price regulation, investment and entry in telecommunications. *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 24, No. 5, 1013-1020.

Larue, Bruno & Bonroy, Olivier. 2009. Seemingly Competitive Food Retail Regulations: Who Do They Really Help? *Canadian Journal of Agricultural Economics*, Vol. 57, No. 3, 305-324.

Lawless, Michael W. & Finch, Linda K. 1989. Choice and Determinism: A Test of Hrebiniak and Joyce's Framework on Strategy-Environment Fit. *Strategic Management Journal*, Vol. 10, 351-365.

Maharajh, Lisa & Heitmeyer, Jeanne. 2005. Factors that Impact United States Retailers' Expansion into the International Marketplace. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 9, No. 2, 144-155.

Mahon, John F. & Murray, Edwin A. Jr. 1981. Strategic Planning for Regulated Companies. *Strategic Management Journal*, Vol. 2, No. 3, 251-262.

Maïga, Diadié & Williams-Jones, Bryn. 2010. Assessment of the impact of market regulation in Mali on the price of essential medicines provided through the private sector. *Health Policy*, Vol. 97, No. 2, 130–135.

Mankinen, Reijo & Rantala, Olavi. 2009. *Itsehoitolääkkeiden Kaupan Vapauttamisen Merkitys Kuluttajille ja Kaupalle*. ETLA.

Masters, Marick F. & Keim, Gerald D. 1985. Determinants of PAC Participation among Large Corporations. *Journal of Politics*, Vol. 47, No. 4, 1158-1173.

- Mitnick, Barry, M. The Strategic Uses of Regulation and Deregulation. 1981. *Business Horizons*, Vol. 24, No. 2, 71-83.
- Mutebi, Alex M. 2007. Regulatory Responses to Large-format Transnational Retail in South-east Asian Cities. *Urban Studies*, Vol. 44, No. 2, 357-379.
- Olson, Mancur 1971 (1965). *The Logic of Collective Action: Public Goods and the Theory of Groups*. Harvard University Press.
- O'Mahony, Mary & Van Ark, Bart. 2005. Assessing the Productivity of the UK Retail Sector: The role of ICT. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 15, No. 3, 297-303.
- Pearce, Jone L. 2001. *Organization and Management in the Embrace of Government*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Peitz, Martin. 2005. Asymmetric Access Price Regulation in Telecommunications Markets. *European Economic Review*, Vol. 49, No. 2, 341-358.
- Pellegrini, Luca. 2005. Social Fabric, Regulations and the Efficiency of Retail Systems. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 15, No. 3, 329-335.
- Peltzman, Sam. 1976. Toward a More General Theory of Regulation. *Journal of Law and Economics*, Vol. 19, No. 2, 211-240.
- Peltzman, Sam. 1989. The Economic Theory of Regulation after a Decade of Deregulation. *Brookings Papers on Economic Activity. Microeconomics*, Vol. 1989.
- Pilat, Dirk. 1997. Regulation and Performance in the Distribution Sector. *OECD Economics Department Working Papers*, No. 180, OECD, Paris.
- Pilat, Dirk. 2005. Assessing the Productivity of the UK Retail Sector: Some Further Reflections. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 15, No. 3, 291-296.

- Pioch, Elke A. & Schmidt, Ruth A. 2001. German Retail Pharmacies - Regulation, Professional Identity and Commercial Differentiation. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 19, No. 5, 330–340.
- Pohjola, Matti. 2007. Kauppa Tuottavuuden ja Talouskasvun Lähteenä, *Kansantaloudellinen aikakauskirja* 103/2007.
- Poole, Rachel & Clarke, Graham P. & Clarke, David B. 2002. Growth, Concentration and Regulation in European Food Retailing. *European Urban and Regional Studies*, Vol. 9, No. 2, 167-186.
- Posner, Richard, A. 1974. Theories of Economic Regulation. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, Vol. 5, No. 2, 335-358.
- Pritchard, Alan 1969. Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, Vol. 25, No. 4, 348-349.
- Ramaswamy, Kannan & Thomas, Anisya S. & Litschert, Robert, J. 1994. Organizational Performance in Regulated Environment: the Role of Strategic Orientation. *Strategic Management Journal*, Vol. 15, No. 1, 63-74.
- Ramos-Rodríguez, Antonio-Rafael & Ruíz-Navarro, José. 2004. Changes in the Intellectual Structure of Strategic Management Research: A Bibliometric Study of the Strategic Management Journal, 1980-2000. *Strategic Management Journal*, Vol. 25, No. 10, 981-1004.
- Reardon, Thomas & Hopkins, Rose. 2006. The Supermarket Revolution in Developing Countries: Policies to Address Emerging Tensions Among Supermarkets, Suppliers and Traditional Retailers. *European Journal of Development Research*, Vol. 18, No. 4, 522-545.
- Rehbein, Kathleen A. & Schuler, Douglas A. 1998. The Behavioral Theory of Corporate Political Action: Applying a Structural Model to the Political Activities of U.S. Manufacturers. *Academy of Management Proceedings & Membership Directory*, pB1-B9.

- Riccardi, Delphine & Ciriani, Stéphane & Quélin, Bertrand. 2009. Does regulation impact the entry in a mature regulated industry? An econometric analysis of MVNOs. *Telecommunication Markets*, 283-305.
- Riethmuller, Paul. 1996. Reform of the Japanese Food Distribution System: Implications for Consumers. *Journal of Consumer Policy*, Vol. 19, No. 1, 69–82.
- Santasalo, Tuomas & Koskela, Katja. 2008. *Vähittäiskauppa Suomessa 2008*. Helsinki: Tuomas Santasalo Ky.
- Saracevic, Tefko & Perk, Lawrence J. 1973. Ascertaining Activities in a Subject Area Through Bibliometric Analysis. *Journal of the American Society for Information Science*, Vol. 24, No. 2, 120-134.
- Sarmiento, Paula & Brandão, António. 2007. Access Pricing: A Comparison Between Full Deregulation and Two Alternative Instruments of Access Price Regulation, Cost-based and Retail-minus. *Telecommunications Policy*, Vol. 31, No. 5, 236-250.
- Shaffer, Brian. 1995. Firm-level Responses to Government Regulation: Theoretical and Research Approaches. *Journal of Management*, Vol. 21, No. 3, 495-514.
- Shannon, Randall. 2009. The Transformation of Food Retailing in Thailand 1997-2007. *Asia Pacific Business Review*, Vol. 15, No. 1, 79-92.
- Skuterud, Mikal. 2005. The Impact of Sunday Shopping on Employment and Hours of Work in the Retail Industry: Evidence from Canada. *European Economic Review*, Vol. 49, No. 8, 1953-1978.
- Smith, Linda C. 1981. Citation Analysis. *Library Trends*, Vol. 30, No. 1, 83-106.
- Sørensen, Michael Tophøj. 2004. Retail Development and Planning Policy Change in Denmark. *Planning, Practice & Research*, Vol. 19, No. 2, 219-231.

Stargardt, Tom & Schreyögg, Jonas & Busse, Reinhard. 2007. Pricing Behaviour of Pharmacies after Market Deregulation for OTC Drugs: The Case of Germany. *Health Policy*, Vol. 84, No. 1, 30-38.

Stemquist, Brenda & Jin, Byoungho. 1998. South Korean Retail Industry: Government's Role in Retail Liberalization. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 26, No. 9, 345-353.

Stigler, George J. 1971. The Theory of Economic Regulation. *Bell Journal of Economics & Management Science*, Vol. 2, No. 1, 3-21.

Strausz, Roland. 2007. Regulating Availability with Demand Uncertainty. *German Economic Review*, Vol. 8, No. 1, 107-121.

Suárez, Cristina & de Jorge Moreno, Justo. 2010. Efficiency Convergence Process and Effects of Regulation in the Non-specialized Retail Sector in Spain. *Annals of Regional Science*, Vol. 15, No. 6, 500-508.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen Tutkimus ja Sisällönanalyysi*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Uysal, Özgür Özmen. 2010. Business Ethics Research with an Accounting Focus: A Bibliometric Analysis from 1988 to 2007. *Journal of Business Ethics*, Vol. 93, No. 1, 137-160.

Viscusi, W. Kip & Harrington, Joseph E. Jr. & Vernon, John M. 2005. *Economics of Regulation and Antitrust*. The MIT Press.

Vita, Michael G. 2000. Regulatory Restrictions on Vertical Integration and Control: The Competitive Impact of Gasoline Divorcement Policies. *Journal of Regulatory Economics*, Vol. 18, No. 3, 217-233.

Viviano, Eliana. 2008. Entry Regulations and Labour Market Outcomes: Evidence from the Italian Retail Trade Sector. *Labour Economics*, Vol. 15, No. 6, 1200-1222.

Wang, James Jixian & Xu, Jiang. 2002. An Unplanned Commercial District in a Fast Growing City: a Case Study of Shenzhen, China. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 9, No. 6, 317-326.

Wood, Steve & Lowe, Michelle & Wrigley, Neil. 2006. Life after PPG6 - Recent UK Planning Regulation Tightening. *International review Of Retail, Distribution and Consumer Research*, Vol. 16, No. 1, 23-41.

Wood, Steve & Lowe, Michelle & Wrigley, Neil. 2010. Conceptualising Innovative Customer-Facing Responses to Planning Regulation: The UK Food Retailers. *The Service Industries Journal*, Vol. 30, No. 12, 1967-1990.

Wrigley Neil. 2002. Transforming the Corporate Landscape of US Food Retailing: Market power, Financial Re-engineering and Regulation. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 93, No. 1, 62-82.

Internet-sivustot:

Alkoholilaki, luettu 10.12.2010:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/1994114>

PTY:n tiedote itsehoitolääkkeiden myynnin vapauttamisesta, luettu 10.12.2010:

<http://www.pty.fi/818.html>

Tilastokeskuksen määrävuosiselvitys vuodelta 2007, luettu 1.6.2011:

<http://stat.fi/til/vkm/index.html>

LIITTEET:

Liite 1. Empiirisen tutkimusaineiston artikkelit, 74 kpl.

1. Ai, Chunrong & Martinez, Salvador & Sappington, David. (2004) Incentive Regulation and Telecommunications Service Quality. *Journal of Regulatory Economics*.
2. Ai, Chunrong & Sappington, David E.M. (2005) Reviewing the Impact of Incentive Regulation on U.S. Telephone Service Quality. *Utilities Policy*.
3. Amin, Mohammad. (2009) Are Labor Regulations Driving Computer Usage in India's Retail Stores? *Economics Letters*.
4. Amin, Mohammad. (2009) Labor Regulation and Employment in India's Retail Stores. *Journal of Comparative Economics*.
5. Banerjee, Aniruddha. (2003) Does Incentive Regulation "Cause" Degradation of Retail Telephone Service Quality? *Information Economics and Policy*.
6. Bardey, David & Bommier, Antoine & Jullien, Bruno. (2010) Retail Price Regulation and Innovation: Reference Pricing in the Pharmaceutical Industry. *Journal of Health Economics*.
7. Barros, Carlos Pestana. (2006) Efficiency Measurement among Hypermarkets and Supermarkets and the Identification of the Efficiency Drivers. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
8. Bertrand, Marianne & Kramarz, Francis. (2002) Does Entry Regulation Hinder Job Creation? Evidence from the French Retail Industry. *The Quarterly Journal of Economics*.
9. Bourreau, Marc & Dogan, Pinar. (2001) Regulation and Innovation in the Telecommunications Industry. *Telecommunications Policy*.
10. Briglauer, Wolfgang & Götz, Georg & Schwarz, Anton. (2010) Can a Margin Squeeze Indicate the Need for Deregulation? The Case of Fixed Network Voice Telephony Markets. *Telecommunications Policy*.
11. Camacho, Fernando T. & Menezes, Flavio M. (2009) Retail Price Regulation and the Option to Delay. *Annals of Public & Cooperative Economics*.
12. Cambini, Carlo & Jiang, Yanyan. (2009) Broadband Investment and Regulation: A Literature Review. *Telecommunications Policy*.
13. Carter, Stacy M. (2003) New Frontier, New Power: the Retail Environment in Australia's Dark Market. *Tobacco Control*.
14. Cliquet, Gérard. (2000) Large Format Retailers: a French Tradition despite Reactions. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

15. Colla, Enrico. (2006) Distorted Competition: Below-cost Legislation, 'Marges Arrière' and Prices in French Retailing. *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*.
16. Colla, Enrico & Lapoule, Paul. (2008) Banning below-cost resale in France: the impact on pricing decisions. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
17. Contin-Pilart I. & Correlje AF & Palacios MB. (2009) Competition, Regulation, and Pricing Behaviour in the Spanish Retail Gasoline Market. *Energy Policy*.
18. Dalen, Dag Morten & Strøm, Steinar & Haabeth, Tonje. (2006) Price Regulation and Generic Competition in the Pharmaceutical Market. *The European Journal of Health Economics*.
19. Danzon, Patricia M. & Chao, Li-Wei. (2000) Does Regulation Drive out Competition in Pharmaceutical Markets? *Journal of Law and Economics*.
20. Davey, Alistair. (2009) The Impact of Clean Fuel Specifications on Adelaide Retail Petrol Prices. *Australian Economic Papers*.
21. de Bijl, Paul W. J. & Peitz, Martin. (2009) Access Regulation and the Adoption of VoIP. *Journal of Regulatory Economics*.
22. de Jorge Moreno, Justo. (2006) Regional Regulation Analysis of Performance in Spanish Retailing. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
23. de Jorge Moreno, Justo. (2008) Efficiency and Regulation in Spanish Hypermarket Retail Trade. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
24. de Jorge Moreno, Justo. (2008) Productivity Growth, Technical Progress and Efficiency Change in Spanish Retail Trade (1995-2004): A Disaggregated Sectoral Analysis. *International Review of Retail, Distribution & Consumer Research*.
25. Dever, Elizabeth & Sertysesilisik, Begum & Rostron, Jack. (2009) The Refurbishment of Small-scale Retail Premises in Relation to the Disability Discrimination Act 1995. *Journal of Retail & Leisure Property*.
26. Di Pillo, Francesca & Cricelli, Livio & Gastaldi, Massimo & Levialdi, Nathan. (2010) Asymmetry in Mobile Access Charges: Is It an Affective Regulatory Measure? *Netnomics*.
27. Fels, Allan. (2009) The Regulation of Retailing - Lessons for Developing Countries. *Asia Pacific Business Review*.
28. Frye, Timothy & Zhuravskaya, Ekaterina. (2000) Rackets, regulation, and the rule of law. *Journal of Law Economics & Organization*.
29. García-Ramon, Maria-Dolors & Ortiz, Anna. (2000) The Fixed-term Contract, the Spanish Route to Flexibility? Women in the Retail Sector in the Barcelona Region. *Economic and Industrial Democracy*.

30. Gardner Bruce L. & Brooks Karen M. (1994) Food-prices and Market Integration in Russia - 1992-93. *American Journal of Agricultural Economics*.
31. Gorecki, Paul K. (2009) A Code of Practice for Grocery Goods Undertakings and an Ombudsman: How to Do a Lot of Harm by Trying to Do a Little Good. *The Economic and Social Review*.
32. Grier, Jean Heilman. (2001) Japan's Regulation of Large Retail Stores: Political Demands versus Economic Interests. *University of Pennsylvania Journal of International Economic Law*.
33. Grzybowski, Lukasz. (2008) The Impact of Regulation on the Retail Prices in Fixed-line Telephony across the European Union. *Telecommunications Policy*.
34. Hastings, Justine S. (2004) Vertical Relationships and Competition in Retail Gasoline Markets: Empirical Evidence from Contract Changes in Southern California. *American Economic Review*.
35. Higón, Dolores Añón & Bozkurt, Ödül & Clegg, Jeremy & Grugulis, Irena & Salis, Sergio & Vasilakos, Nicholas & Williams, Allan M. (2010) The Determinants of Retail Productivity: A Critical Review of the Evidence. *International Journal of Management Reviews*.
36. Inderst, Roman & Irmen, Andreas. (2005) Shopping Hours and Price Competition. *European Economic Review*.
37. Johnston, Richard S & Zhan, Zhengkun. (1998) A Contribution to the Theory of Price Regulations and Commodity Bundling with an Application to the Case of China. *Journal of Comparative Economics*.
38. Jones, Peter & Comfort, Daphne & Hillier, David. (2003) Managing the Geography of Street Trading in the U.K.: A Case Study of Local Authority Regulation. *Management Research News*.
39. Julian L. Simon & David M. Simon. (1996) The Effects of Regulations on State Liquor Prices. *Empirica*.
40. Kotakorpi, Kaisa. (2006) Access Price Regulation, Investment and Entry in Telecommunications. *International Journal of Industrial Organization*.
41. Kolesar, Mark; Weisman, Dennis L. (2003) Accommodative Competitive Entry Policies and Telecommunications Regulation. *Info*.
42. Larue, Bruno & Bonroy Olivier. (2009) Seemingly Competitive Food Retail Regulations: Who Do They Really Help? *Canadian Journal of Agricultural Economics*.
43. Maconachie, Glenda & Sappey, Richard B. (2004) Retail trading hours in Queensland: The rise of consumption in industrial relations. *International Journal of Employment studies*.
44. Maharajh, Lisa & Heitmeyer, Jeanne. (2005) Factors that Impact United States Retailers' Expansion into the International Marketplace. *Journal of Fashion Marketing and Management*.

45. Maïga, Diadié; Williams-Jones, Bryn. (2010) Assessment of the Impact of Market Regulation in Mali on the Price of Essential Medicines Provided through the Private Sector. *Health Policy*.
46. Mutebi, Alex M. (2007) Regulatory Responses to Large-format Transnational Retail in South-east Asian Cities. *Urban Studies*.
47. O'Mahony, Mary & Van Ark, Bart. (2005) Assessing the Productivity of the UK Retail Sector: The role of ICT. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*.
48. Pellegrini, Luca. (2005) Social Fabric, Regulations and the Efficiency of Retail Systems. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*.
49. Pilat, Dirk. (2005) Assessing the Productivity of the UK Retail Sector: Some Further Reflections. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*.
50. Peitz, Martin. (2005) Asymmetric Access Price Regulation in Telecommunications Markets. *European Economic Review*.
51. Pioch, Elke A. & Schmidt, Ruth A. (2001) German Retail Pharmacies - Regulation, Professional Identity and Commercial Differentiation. *Marketing Intelligence and Planning*.
52. Poole, Rachel & Clarke, Graham P. & Clarke, David B. (2002) Growth, Concentration and Regulation in European Food Retailing. *European Urban and Regional Studies*.
53. Reardon, Thomas & Hopkins, Rose. (2006) The Supermarket Revolution in Developing Countries: Policies to Address Emerging Tensions among Supermarkets, Suppliers and Traditional Retailers. *European Journal of Development Research*.
54. Riccardi, Delphine & Ciriani, Stéphane & Quélin, Bertrand. (2009) Does Regulation Impact the Entry in a Mature Regulated Industry? An Econometric Analysis of MVNOs. *Telecommunication Markets*.
55. Riethmuller, Paul. (1996) Reform of the Japanese Food Distribution System: Implications for Consumers. *Journal of Consumer Policy*.
56. Sarmiento, Paula & Brandão, António. (2007) Access Pricing: A Comparison between Full Deregulation and Two Alternative Instruments of Access Price Regulation, Cost-based and Retail-minus. *Telecommunications Policy*.
57. Shannon, Randall. (2009) The Transformation of Food Retailing in Thailand 1997-2007. *Asia Pacific Business Review*.
58. Shaw, Gareth & Alexander, Andrew & Benson, John & Hodson, Deborah (2000) The Evolving Culture of Retailer Regulation and the Failure of the 'Balfour Bill' in Interwar Britain. *Environment and Planning A*.

59. Skuterud, Mikal. (2005) The Impact of Sunday Shopping on Employment and Hours of Work in the Retail Industry: Evidence from Canada. *European Economic Review*.
60. Sørensen, Michael Tophøj. (2004) Retail Development and Planning Policy Change in Denmark. *Planning, Practice & Research*.
61. Spierings, Bas. (2006) The Return of Regulation in the Shopping Landscape? Reflecting on the Persistent Power of City Centre Preservation within Shifting Retail Planning Ideologies. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*.
62. Stargardt, Tom & Schreyögg, Jonas & Busse, Reinhard. (2007) Pricing Behaviour of Pharmacies after Market Deregulation for OTC Drugs: The Case of Germany. *Health Policy*.
63. Stemguist, Brenda & Jin, Byoung-ho. (1998) South Korean retail industry: government's role in retail liberalization. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
64. Strausz, Roland. (2007) Regulating Availability with Demand Uncertainty. *German Economic Review*.
65. Suárez, Cristina & de Jorge Moreno, Justo. (2010) Efficiency Convergence Process and Effects of Regulation in the Non-specialized Retail Sector in Spain. *Annals of Regional Science*.
66. van der Krabben, Erwin. (2009) Retail Development in The Netherlands: Evaluating the Effects of Radical Changes in Planning Policy. *European Planning Studies*.
67. Vita, Michael G. (2000) Regulatory Restrictions on Vertical Integration and Control: The Competitive Impact of Gasoline Divorcement Policies. *Journal of Regulatory Economics*.
68. Viviano, Eliana. (2008) Entry Regulations and Labour Market Outcomes: Evidence from the Italian Retail Trade Sector. *Labour Economics*.
69. Wang, James Jixian & Xu, Jiang. (2002) An Unplanned Commercial District in a Fast Growing City: a Case Study of Shenzhen, China. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
70. White, Lesley & Clark, Christopher. (2009) Entry Barriers in a Retail Pharmacy: A Novel Model. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*.
71. Wood, Steve & Lowe, Michelle & Wrigley, Neil. (2006) Life after PPG6 - Recent UK Planning Regulation Tightening. *International review Of Retail, Distribution and Consumer Research*.
72. Wood, Steve & Lowe, Michelle & Wrigley, Neil. (2010) Conceptualising Innovative Customer-facing Responses to Planning Regulation: The UK Food Retailers. *Service Industries Journal*.

73. Wrigley, Neil. (1998) PPG6 and the Contemporary UK Food Store Development Dynamic. *British Food Journal*.
74. Wrigley Neil. (2002) Transforming the Corporate Landscape of US Food Retailing: Market Power, Financial Re-engineering and Regulation. *Tijdschrift Voor Economische en Sociale Geografie*.

Liite 2. Empiria-aineiston kvantifiointi

No.	Tekijä(t)	Tekijän yliopisto / organisaatio	Artikkelin nimi	Lähdetiedot
1	Kotakorpi, Kaisa	University of Tampere and	Access price regulation, investment and entry in	x
2	Sarmiento, Paula; Brandão, António	University of Porto,	Access pricing: A comparison between full deregula	x
3	de Bijl, Paul W. J.; Peitz, Martin	Tilburg University,	Access regulation and the adoption of VoIP	x
4	Gorecki, Paul K.	Economic and Social	A Code of Practice for Grocery Goods Undertakings	x
5	Kolesar, Mark; Weisman, Dennis L.	TELUS Communications;	Accommodative competitive entry policies and telec	x
6	Johnston Richard S.; Zhan, Zhengkun	Oregon State University	A Contribution to the Theory of Price Regulations an	x
7	Wang, James Jixian; Xu, Jiang	The University of Hong	An unplanned commercial district in a fast growing c	x
8	Mohammad Amin	World Bank, Washington	Are labor regulations driving computer usage in India	x
9	Pilat, Dirk	OECD, Paris, France	Assessing the Productivity of the UK Retail Sector:	x
10	O'Mahony, Mary; Van Ark, Bart	University of Birmingham	Assessing the Productivity of the UK Retail Sector:	x
11	Maiga, Diadié; Williams-Jones, Bryn	University of Montreal,	Assessment of the impact of market regulation in M	x
12	Peitz, Martin	University of Mannheim,	Asymmetric access price regulation in telecommuni	x
13	Di Pillo, Francesca; Cricelli, Livo; Gastaldi,	University of Rome;	Asymmetry in mobile access charges: is it an effect	x
14	Colla, Enrico; Lapoule, Paul	Centre de Recherche sur	Banning below-cost resale in France: the impact on	x
15	Cambini, Carlo; Jiang, Yanyan	Politecnico di Torino;	Broadband investment and regulation: A literature re	x
16	Briglauer, Wolfgang; Götz, Georg; Schwarz	Vienna University of	Can a margin squeeze indicate the need for deregul	x
17	Contin-Pilart I, Correlje AF, Palacios MB	Universidad Pública	Competition, regulation, and pricing behaviour in the	x
18	Wood, Steve; Lowe, Michelle; Wrigley, Neil	University of Surrey, UK;	Conceptualising innovative customer-facing respons	x
19	Colla, Enrico	NEGOCIA, Paris, France	Distorted competition: Below-cost legislation, ' marg	x
20	Bertrand, M.; Kramarz, F.	University of Chicago	Does entry regulation hinder job creation? Evidence	x
21	Banerjee, A.	Cambridge	Does incentive regulation "cause" degradation of	x
22	Danzon, Patricia M.; Chao, Li-Wei	University of	Does regulation drive out competition in	x
23	Riccardi, Delphine; Ciriani, Stéphane; Quéli	HEC, Paris	Does regulation impact the entry in a mature	x
24	Moreno, Justo de Jorge	University of Alcalá,	Efficiency and regulation in Spanish hypermarket	x
25	Suárez, Cristina; Justo de Jorge	University of Alcalá,	Efficiency convergence process and effects of	x
26	Barros, Carlos Pestana	Technical University of	Efficiency measurement among hypermarkets and	x
27	Clark, Christopher; White, Lesley	Macquarie University	Entry barriers in a retail pharmacy: A Novel Model	x
28	Viviano, E.	Bank of Italy, Economic	Entry regulations and labour market outcomes:	x
29	Maharajh, Lisa; Heitmeyer, Jeanne	Florida State University	Factors that impact United States retailers'	x
30	Gardner BL.; Brooks KM.	University of Maryland;	FOOD-PRICES AND MARKET INTEGRATION IN RI	x
31	Pioch, Elke A.; Schmidt, Ruth A.	Manchester Metropolitan	German retail pharmacies - regulation, professional	x
32	Poole R.; Clarke GP.; Clarke DB.	University of Leeds, UK	Growth, concentration and regulation in European fo	x
33	Al, Chunrong; Martinez, Salvador; Sappingt	University of Florida;	Incentive Regulation and Telecommunications Servic	x
34	Grier, J.H.	University of Washington	Japan's regulation of large retail stores: Political demands ver	x
35	Amin, Mohammad	World Bank, Washington	Labor regulation and employment in India's retail	x
36	Cliquet, Gérard	Universite de Rennes,	Large format retailers: a French tradition despite	x
37	Wood, Steve; Lowe, Michelle; Wrigley,	School of Management,	Life after PPG6 - Recent UK planning regulation	x
38	Jones, P.; Comfort, D.; Hillier, D.	University of	Managing the geography of street trading in the UK	x
39	Carter SM.	University of Sydney	New frontier, new power: the retail environment in Au	x
40	Wrigley, Neil	University of	PPG6 and the contemporary UK food store	x
41	Dag Morten Dalen; Steinar Strøm; Tonje H	Norwegian School of	Price regulation and generic competition in the	x
42	Stargardt, Tom; Schreyögg, Jonas; Busse	Berlin University of	Pricing behaviour of pharmacies after market	x
43	Moreno, Justo de Jorge	University of Alcalá,	Productivity growth, technical progress and efficienc	x
44	Frye, T.; Zhuravskaya, E.	Ohio State University;	Rackets, regulation, and the rule of law	x
45	Riethmuller, Paul	The University of	Reform of the Japanese food distribution system: Im	x
46	Moreno, Justo de Jorge	University of Alcalá,	Regional regulation analysis of performance in Span	x
47	Strausz, Roland	Free University of Berlin	Regulating Availability with Demand Uncertainty	x
48	Bourreau, Marc; Dogan, Pinar	France Télécom;	Regulation and innovation in the telecommunications	x
49	Mutebi, Alex M.	National University of	Regulatory responses to large-format transnational r	x
50	Vita, Michael G.	United States Federal	Regulatory Restrictions on Vertical Integration and C	x
51	Sorensen, Michael Tophoj	Aalborg University,	Retail development and planning policy change in D	x
52	van der Krabben, Erwin	University of Nijmegen,	Retail Development in The Netherlands: Evaluating t	x
53	Bardey, D.; Bommier, A.; Jullien, B.	University of Rosario	Retail price regulation and innovation: Reference	x
54	Camacho, Fernando T.; Menezes, Flavio M	University of Queensland,	RETAIL PRICE REGULATION AND THE OPTION TO	x
55	Maconachie, Glenda; Sappey, Richard B.	Queensland University of	Retail trading hours in Queensland: The rise of cons	x
56	Ai, Chunrong; Sappington, David E.M.	University of Florida	Reviewing the impact of incentive regulation on U.S.	x
57	Larue, Bruno; Bonroy Olivier	Laval University, Canada	Seemingly Competitive Food Retail Regulations: Wh	x
58	Inderst Roman; Imen, Andreas	London School of	Shopping hours and price competition	x
59	Pellegrini, Luca	Universita' IULM, Milano,	Social Fabric, Regulations and the Efficiency of Ret	x
60	Stemquist, Brenda; Jin, Byoung	Michigan State University	South Korean retail industry: government's role in re	x
61	Higón, Dolores Añón; Bozkurt, Ödül; Clegg	Universidad de Valencia,	The Determinants of Retail Productivity: A Critical R	x
62	Simon, Julian L.; Simon, David M.	University of Maryland;	The effects of regulations on state liquor prices	x
63	Shaw, G.; Alexander, A.; Benson, J.; Hods	University of Exeter;	The evolving culture of retailer regulation and the fail	x
64	Garcia-Ramon MD.; Ortiz A.	Autonomous University of	The fixed-term contract, the Spanish route to flexibil	x
65	Davey, A.	ACIL Tasman	THE IMPACT OF CLEAN FUEL SPECIFICATIONS I	x
66	Grzybowski, Lukasz	University of Alicante,	The impact of regulation on the retail prices in fixed-	x
67	Skuterud, Mikal	Family and labour studies	The impact of Sunday shopping on employment and	x
68	Dever, Elizabeth; Sertysesilisik, Begum; R	Yildiz Technical	The refurbishment of small-scale retail premises in r	x
69	Fels, Allan	Australia and New	The regulation of retailing - lessons for developing cc	x
70	Spierings, Bas	University of Nijmegen,	The return of regulation in the shopping landscape?	x
71	Reardon, Thomas; Hopkins, Rose	Michigan State University	The Supermarket Revolution in Developing Countries	x
72	Shannon, Randall	Mahidol University,	The transformation of food retailing in Thailand 1997-	x
73	Wrigley N.	University of	Transforming the corporate landscape of US food retailing: M	x
74	Hastings, Justine S.	Yale University	Vertical Relationships and Competition in Retail Gas	x

No.	Julkaisuvuosi	Lehden nimi	Tietokanta, josta artikkeli löytyi	Empiirinen	Käsitteellinen	Toimiala
1	2006	International Journal of Industrial Organization	ScienceDirect	0	1	telekommunikaatio
2	2007	Telecommunications Policy	Ebsco	0	1	telekommunikaatio
3	2009	Journal of Regulatory Economics	Ebsco	1	0	telekommunikaatio
4	2009	The Economic and Social Review	ProQuest	1	0	ruoka
5	2003	Info	Emerald	1	0	telekommunikaatio
6	1998	Journal of Comparative Economics	ScienceDirect	1	0	koko vähit.kauppa
7	2002	Journal of Retailing and Consumer Services	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
8	2009	Economics Letters	ScienceDirect	1	0	koko vähit.kauppa
9	2005	The International Review of Retail, Distribution and	ProQuest	1	0	koko vähit.kauppa
10	2005	International Review of Retail, Distribution and Co	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
11	2010	Health Policy	Ebsco	1	0	apteekki
12	2005	European Economic Review	ScienceDirect	0	1	telekommunikaatio
13	2010	NETNOMICS	SpringerLink	1	0	telekommunikaatio
14	2008	International Journal of Retail & Distribution Man	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
15	2009	Telecommunications Policy	Ebsco	1	0	telekommunikaatio
16	2010	Telecommunications Policy	Ebsco	1	0	telekommunikaatio
17	2009	ENERGY POLICY	Ebsco	1	0	benssiini
18	2010	Service Industries Journal	Ebsco	1	0	ruoka
19	2006	International Review of Retail, Distribution & Cons	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
20	2002	The Quarterly Journal of Economics	ProQuest	1	0	koko vähit.kauppa
21	2003	Information Economics and Policy	ScienceDirect	1	0	telekommunikaatio
22	2000	Journal of Law and Economics	ProQuest	1	0	apteekki
23	2009	Telecommunications Markets	Scopus	1	0	telekommunikaatio
24	2008	International Journal of Retail & Distribution	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
25	2010	Annals of Regional Science	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
26	2006	International Journal of Retail & Distribution	Ebsco	1	0	ruoka
27	2009	International Journal of Pharmaceutical and Health	Emerald	1	0	apteekki
28	2008	Labour Economics	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
29	2005	Journal of Fashion Marketing and Management	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
30	1994	AMERICAN JOURNAL OF AGRICULTURAL	ISI Web of	1	0	ruoka
31	2001	Marketing Intelligence and Planning	ProQuest	1	0	apteekki
32	2002	EUROPEAN URBAN AND REGIONAL STUDIES	ISI Web of	1	0	ruoka
33	2004	Journal of Regulatory Economics	Ebsco	1	0	telekommunikaatio
34	2001	UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA JOURNAL OF IN	Scopus	1	0	koko vähit.kauppa
35	2009	Journal of Comparative Economics	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
36	2000	Journal of Retailing and Consumer Services	ScienceDirect	1	0	koko vähit.kauppa
37	2006	International rev. Of Retail, Distribution and	Ebsco	1	0	ruoka
38	2003	Management Research News	ProQuest	1	0	katukauppa
39	2003	TOBACCO CONTROL	ISI Web of	1	0	tupakka
40	1998	British Food Journal	ProQuest	1	0	ruoka
41	2006	The European Journal of Health Economics	SpringerLink	1	0	apteekki
42	2007	Health Policy	ScienceDirect	1	0	apteekki
43	2008	International Review of Retail, Distribution & Con	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
44	2000	Journal of Law Economics & Organization	ProQuest	1	0	koko vähit.kauppa
45	1996	Journal of Consumer Policy	ProQuest	1	0	ruoka
46	2006	International Journal of Retail & Distribution Mana	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
47	2007	German Economic Review	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
48	2001	Telecommunications Policy	Ebsco	1	0	telekommunikaatio
49	2006	Urban Studies	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
50	2000	Journal of Regulatory Economics	SpringerLink	1	0	benssiini
51	2004	Planning, Practice & Research	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
52	2009	European Planning Studies	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
53	2010	Journal of Health Economics	Ebsco	1	0	apteekki
54	2009	Annals of Public & Cooperative Economics	Ebsco	0	1	koko vähit.kauppa
55	2004	International Journal of Employment studies	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
56	2005	Utilities Policy	ScienceDirect	1	0	telekommunikaatio
57	2009	Canadian Journal of Agricultural Economics	ProQuest	1	0	ruoka
58	2005	European Economic Review	ScienceDirect	1	0	koko vähit.kauppa
59	2005	International Review of Retail, Distribution and	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
60	1998	International Journal of Retail & Distribution	ProQuest	1	0	koko vähit.kauppa
61	2010	International Journal of Management Reviews	Ebsco	0	1	koko vähit.kauppa
62	1996	Empirica	SpringerLink	1	0	alkoholi
63	2000	Environment and Planning A	Scopus	1	0	koko vähit.kauppa
64	2000	ECONOMIC AND INDUSTRIAL DEMOCRACY	ISI Web of	1	0	koko vähit.kauppa
65	2009	AUSTRALIAN ECONOMIC PAPERS	ISI Web of	1	0	benssiini
66	2008	Telecommunications Policy	ScienceDirect	1	0	telekommunikaatio
67	2005	European Economic Review	ScienceDirect	1	0	koko vähit.kauppa
68	2009	Journal of Retail & Leisure Property	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
69	2009	Asia Pacific Business Review	Ebsco	1	0	ruoka
70	2006	TJDSCHRIFT VOOR ECONOMISCHE EN	ISI Web of	1	0	koko vähit.kauppa
71	2006	European Journal of Development Research	Ebsco	1	0	koko vähit.kauppa
72	2009	Asia Pacific Business Review	Ebsco	1	0	ruoka
73	2002	TJDSCHRIFT VOOR ECONOMISCHE EN SOCIA	ISI Web of	1	0	ruoka
74	2004	American Economic Review	Ebsco	1	0	benssiini
yhteensä, kpl				69	5	
Prosenttiosuudet				93,2 %	6,8 %	0,0 %

No.	Kvalitatiivinen	Kvantitatiivinen	Molemmat	Säätelyn vaikutus kauppaan	Kauppan vaikutus säätelyyn	Säätely-ympäristö ulkoisena tekijänä	Säätelyn vaikutus työllisyyteen	Säätelyn vaikutus asiakkaisiin	Säätelyn vaikutus markkinoitiin	Säätelyn vaikutus toimialaan tai talouteen
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1
3	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
4	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
5	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
6	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
7	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
8	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
9	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0
10	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
11	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
12	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
13	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
14	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
15	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0
17	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
18	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
19	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
20	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
21	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
22	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
23	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
24	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
25	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
26	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
27	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
28	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
29	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
30	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
31	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
32	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0
33	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
34	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
35	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
36	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
37	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
38	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
39	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
40	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
41	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
42	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
43	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
44	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
45	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
46	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
47	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
48	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
49	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
50	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
51	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
52	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
53	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
54	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
55	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
56	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
57	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
58	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
59	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
60	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
61	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
62	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
63	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
64	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
65	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
66	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
67	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
68	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
69	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
70	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
71	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
72	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0
73	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
74	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
	24	40	10	49	4	9	7	21	2	37
	32,4 %	54,1 %	13,5 %	66,2	5,4	12,2	9,5	28,4	2,7	50,0

No.	Säätelyn vaikutus hintatasoon	Säätelyn vaikutus kilpailuun / markkinoiden keskittymiseen	Säätelyn vaikutus saatavuuteen	Säätelyn vaikutus työntekijöihin / työllisyyteen	Säätelyn vaikutus palvelun laatuun	Säätelyn vaikutus aukioloaikaan	Säätelyn vaikutus (kaupan/yrityksen/toimialan) tehokkuuteen	Säätelyn (tai sen puuttumisen) vaikutus kuluttajien hyvinvointiin/etuun (mm.asiakastyytyväisyys)	Säätelyn vaikutus tuote-substituuttien ostoon
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0
2	0	1	0	0	0	0	0	0	1
3	1	1	0	0	0	0	0	0	1
4	1	1	0	0	0	0	0	1	1
5	0	1	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	1	0	1	1	0	0	1	1	0
10	0	1	0	0	0	0	0	0	0
11	1	0	1	0	0	0	0	0	0
12	0	1	0	0	0	0	0	0	1
13	0	1	0	0	0	0	0	0	0
14	1	1	0	0	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	1	1	0	0	0	0	0	0	0
17	1	0	0	0	0	0	0	0	0
18	0	1	0	0	0	0	0	0	1
19	1	1	0	0	0	0	0	0	0
20	0	0	0	1	0	0	0	0	0
21	0	0	0	0	0	1	0	0	1
22	1	1	0	0	0	0	0	0	0
23	0	1	0	0	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	0	0	0	1	0
25	0	0	0	0	0	0	0	1	0
26	0	0	0	0	0	0	0	1	0
27	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	0	0	0	1	0	0	0	0	0
29	0	1	0	0	0	0	0	0	0
30	1	1	0	0	0	0	0	0	0
31	0	1	0	0	0	0	0	0	0
32	0	1	0	0	0	0	0	0	0
33	0	0	0	0	0	1	0	0	1
34	0	1	0	0	0	0	0	0	0
35	0	0	0	1	0	0	0	0	0
36	0	1	0	0	0	0	0	0	0
37	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	0	1	0	0	0	0	0	0	0
39	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40	0	1	1	0	0	0	0	0	0
41	1	1	0	0	0	0	0	0	1
42	1	1	0	0	0	0	0	0	0
43	0	0	0	0	0	0	0	1	0
44	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	1	1	1	0	0	0	0	0	1
46	0	0	0	0	0	0	0	1	0
47	0	0	1	0	0	0	0	0	1
48	1	1	0	0	0	0	0	1	1
49	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50	1	1	0	0	0	0	0	0	1
51	0	1	0	0	0	0	0	0	0
52	0	1	0	0	0	0	0	0	0
53	0	1	0	0	0	0	0	0	1
54	1	0	0	0	0	0	0	0	0
55	0	0	0	1	0	0	0	0	0
56	0	0	0	0	0	1	0	0	1
57	0	0	0	0	0	0	0	0	1
58	1	0	0	0	0	0	0	0	0
59	0	1	0	0	0	0	0	0	0
60	1	1	0	0	0	0	0	0	0
61	0	1	0	0	0	0	0	0	0
62	1	0	0	0	0	0	0	0	0
63	0	1	0	0	0	0	0	0	0
64	0	0	0	0	1	0	0	0	0
65	1	0	0	0	0	0	0	0	0
66	1	1	0	0	0	0	0	0	1
67	0	0	1	1	0	1	0	0	0
68	0	0	0	0	0	0	0	0	0
69	1	1	1	1	0	0	0	0	0
70	0	1	0	0	0	0	0	0	0
71	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	0	1	0	1	0	0	0	0	1
73	0	1	0	0	0	0	0	0	0
74	1	1	0	0	0	0	0	0	0
	23	40	7	9	3	1	8	17	1
	31,1 %	54,1 %	9,5 %	12,2 %	4,1 %	1,4 %	10,8 %	23,0 %	1,4 %

No.	Säätelyn vaikutus kulutukseen (esim. ostoksiin aikaan/ajankohtaan)	Säätelyn vaikutus tuotteiden "yhdessämyyntiin"	Säätelyn vaikutus alan toimijoihin/yrityksiin	Säätelyn vaikutus organisaation sopeutumiseen, strategian muuttamiseen jne.	Säätelyn vaikutus kauppiaiden ylijäämään/tulokseen/myyntiin	Säätelyn vaikutus investointeihin	Säätelyn tai sen puuttumisen vaikutus kauppamaailman kehittämiseen/muuttamiseen	Säätelyn tai sen puuttumisen vaikutus vähit.kaupan rakenteeseen /rakenteelliseen muutokseen	Säätelyn purkamisen (deregulation/liberalisation) TAI löyhentämisen (relaxation) vaikutusten/tarpeellisuuden tutkiminen
1	0	0	1	0	0	1	0	0	
2	0	0	0	0	0	1	0	1	
3	0	0	0	0	1	0	0	0	
4	0	0	1	0	0	0	0	0	
5	0	0	0	0	0	0	0	0	
6	0	1	0	0	0	0	0	0	
7	0	0	1	0	0	0	1	1	
8	0	0	0	0	0	0	0	0	
9	0	0	1	0	1	0	0	1	
10	0	0	1	0	0	0	0	0	
11	0	0	0	0	0	0	0	0	
12	0	0	1	0	1	0	0	0	
13	0	0	1	0	0	0	0	0	
14	0	0	1	0	0	0	0	0	
15	0	0	1	0	0	1	0	0	
16	0	0	1	0	0	0	0	1	
17	0	0	0	0	0	0	0	0	
18	0	0	1	0	0	0	1	0	
19	0	0	0	0	0	0	0	0	
20	0	0	0	0	0	0	0	0	
21	0	0	0	0	0	0	0	0	
22	0	0	1	0	0	0	0	0	
23	0	0	1	0	0	0	0	0	
24	0	0	1	0	0	0	0	0	
25	0	0	1	0	0	0	0	0	
26	0	0	1	0	0	0	0	0	
27	0	0	1	1	0	0	0	1	
28	0	0	0	0	0	0	0	0	
29	0	0	1	0	0	0	0	1	
30	0	0	1	0	0	0	0	1	
31	0	0	1	1	0	0	0	0	
32	0	0	1	0	0	0	1	0	
33	0	0	0	0	0	0	0	0	
34	0	0	1	0	0	0	0	1	
35	0	0	1	0	0	0	0	1	
36	0	0	1	0	0	0	0	0	
37	0	0	1	1	0	0	0	0	
38	0	0	1	0	0	0	0	0	
39	0	0	1	0	0	0	0	0	
40	0	0	1	0	0	0	1	1	
41	0	0	1	0	0	0	0	0	
42	0	0	0	0	0	0	0	1	
43	0	0	0	0	0	0	0	1	
44	0	0	0	0	0	0	0	0	
45	1	0	1	0	1	0	1	1	
46	0	0	1	0	0	0	0	0	
47	0	0	1	0	0	0	0	0	
48	0	0	1	0	0	0	0	0	
49	0	0	0	0	0	0	0	0	
50	0	0	1	0	0	0	0	0	
51	0	0	1	0	0	0	1	1	
52	0	0	1	0	0	0	0	0	
53	0	0	1	0	0	0	0	0	
54	0	0	1	0	0	1	0	0	
55	1	0	0	0	0	0	0	0	
56	0	0	0	0	0	0	0	0	
57	0	0	1	0	1	0	0	0	
58	0	0	0	0	0	0	0	1	
59	0	0	0	0	0	0	0	0	
60	0	0	1	0	0	0	0	1	
61	0	0	0	0	0	0	0	0	
62	0	0	0	0	0	0	0	1	
63	0	0	1	0	0	0	0	1	
64	0	0	1	0	0	0	0	0	
65	0	0	0	0	0	0	0	0	
66	0	0	0	0	0	0	0	1	
67	0	0	1	1	0	0	0	1	
68	0	0	1	0	0	0	0	0	
69	0	0	1	0	0	0	0	0	
70	0	0	0	0	0	0	0	0	
71	0	0	1	0	0	0	0	0	
72	0	0	1	0	0	0	0	1	
73	0	0	1	0	0	0	0	1	
74	0	0	1	0	0	0	1	1	
	2	1	49	4	5	4	7	10	13
	2,7 %	1,4 %	66,2 %	5,4 %	6,8 %	5,4 %	9,5 %	13,5 %	17,6 %

No.	Säätelyn vaikutus teollisuuden ja vähittäiskaupan jakelijoiden suhteisiin/jakelut eihin	Säätelyn vaikutus kauppioiden ja asiakkaiden suhteisiin	Säätelyn vaikutus supermarkettien ja perinteisten kauppojen suhteisiin (tai toisinpäin)	Säätelyn vaikutus valtion (state) ja väh.kaupan (retail capital) suhteeseen	Säätelyn vaikutus kaupan tuottavuuteen tai tuotannon määrään	Säätelyn vaikutus toimijoiden tehokkuuden/tuottavuuden vertailtavuuteen	Säätelyn vaikutus yritysten poliittiseen aktiivisuuteen (CPA)	Säätelyn/sen purkamisen vaikutus alan yritysten kansainvälistymiseen	Säätelyn vaikutus uusille markkinoille lähtemiseen
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	1	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	1	0	0	0	0
11	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14	1	0	0	0	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0	1	0	1
19	0	0	0	0	0	0	1	0	0
20	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22	0	0	0	0	0	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
26	0	0	0	0	0	0	0	0	0
27	0	0	0	0	0	0	0	0	0
28	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	0	0	0	0	0	0	0	1	1
30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31	0	0	0	0	0	0	0	0	0
32	0	0	0	0	0	0	0	1	0
33	0	0	0	0	0	0	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0	0	0	0
35	0	0	0	0	0	0	0	0	0
36	0	0	0	0	0	0	0	0	0
37	0	0	0	0	0	0	0	0	0
38	0	0	0	1	0	0	0	0	0
39	1	0	0	0	0	0	0	0	0
40	0	0	0	0	0	0	0	0	0
41	0	0	0	0	0	0	0	0	0
42	0	0	0	0	0	0	0	0	0
43	0	0	0	0	0	1	0	0	0
44	0	0	0	0	0	0	0	0	0
45	1	1	0	0	0	0	0	1	0
46	0	0	0	0	0	0	0	0	0
47	0	0	0	0	0	1	0	0	0
48	0	0	0	0	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50	1	0	0	0	0	0	0	0	0
51	0	0	1	0	0	0	0	0	0
52	0	0	0	0	0	0	0	0	0
53	0	0	0	0	0	0	0	0	0
54	0	0	0	0	0	0	0	0	0
55	0	0	0	0	0	0	0	0	0
56	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58	0	0	0	0	0	0	0	0	0
59	0	0	0	0	0	1	0	0	0
60	0	0	0	0	0	0	0	1	0
61	0	0	0	0	1	0	0	0	0
62	0	0	0	0	0	0	0	0	0
63	0	0	0	0	0	0	0	0	0
64	0	0	0	0	0	0	0	0	0
65	0	0	0	0	0	0	0	0	0
66	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68	0	0	0	0	0	0	0	0	0
69	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71	1	0	1	0	0	0	0	0	0
72	0	0	0	0	0	0	0	0	0
73	0	0	0	0	0	0	0	0	0
74	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	7	1	2	1	4	1	2	4	2
	9,5 %	1,4 %	2,7 %	1,4 %	5,4 %	1,4 %	2,7 %	5,4 %	2,7 %

No.	Säätelyn vaikutus innovaatioihin	Säätelyn vaikutus markkinointiin	Säätelyn vaikutus kaupunkisuunnitteluun/säilyttämiseen remontointiin/muutoksiin	Säätelyn (määrän) ja laillisten instituutioiden toiminnan vaikutus yritysten tod. Näköisyyteen lähteä mukaan	Tietyn toimialan säätelyn edistäminen/puolesta puhuminen	Isojen kansainvälisten yritysten markkinoille ilmaantumisen vaik. Säät. TAI toisin päin (säät. Vaik.	Säätelyn vaikutus teknologian (esim. informaatioteknologian/tietokoneiden) käyttöasteeseen	Säätelyn tarpeellisuuden (ylipäättään) tutkiminen
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0
3	1	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	1
5	0	0	0	0	0	0	0	1
6	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	1	0	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0	0	1	0
9	0	0	0	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	1	0
11	0	0	0	0	0	0	0	0
12	0	0	0	0	0	0	0	0
13	0	0	0	0	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0	0	0	0
16	0	0	0	0	0	0	0	1
17	0	0	0	0	0	0	0	0
18	1	0	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0	0	0	0
21	0	0	0	0	0	0	0	0
22	0	0	0	0	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0	0	1	0
24	0	0	0	0	0	0	0	0
25	0	0	0	0	0	0	0	0
26	0	0	0	0	0	0	0	0
27	0	0	0	0	0	0	0	0
28	0	0	0	0	0	0	0	0
29	0	0	0	0	0	1	0	0
30	0	0	0	0	0	0	0	0
31	0	1	0	0	0	0	0	0
32	0	0	0	0	0	0	0	0
33	0	0	0	0	0	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0	0	0
35	0	0	0	0	0	0	0	0
36	0	0	0	0	0	0	0	0
37	1	0	0	0	0	0	0	0
38	0	0	0	0	1	0	0	0
39	0	1	0	0	0	0	0	0
40	0	0	1	0	0	0	0	0
41	0	0	0	0	0	0	0	0
42	0	0	0	0	0	0	0	0
43	0	0	0	0	0	0	0	0
44	0	0	0	1	0	0	0	0
45	0	0	0	0	0	0	0	0
46	0	0	0	0	0	0	0	0
47	0	0	0	0	0	0	0	0
48	1	0	0	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0	1	0	0
50	0	0	0	0	0	0	0	0
51	0	0	1	0	0	0	0	0
52	0	0	0	0	0	0	0	0
53	1	0	0	0	0	0	0	0
54	0	0	0	0	0	0	0	0
55	0	0	0	0	0	0	0	0
56	0	0	0	0	0	0	0	0
57	0	0	0	0	0	0	0	0
58	0	0	0	0	0	0	0	0
59	0	0	0	0	0	0	0	1
60	0	0	0	0	0	0	0	0
61	0	0	0	0	0	0	0	0
62	0	0	0	0	0	0	0	0
63	0	0	0	0	0	0	0	0
64	0	0	0	0	0	0	0	0
65	0	0	0	0	0	0	0	0
66	0	0	0	0	0	0	0	0
67	0	0	0	0	0	0	0	0
68	0	0	1	0	0	0	0	0
69	0	0	0	0	0	0	0	1
70	0	0	1	0	0	0	0	0
71	0	0	0	0	0	0	0	0
72	0	0	0	0	0	0	0	0
73	0	0	0	0	0	0	0	0
74	0	0	0	0	0	0	0	0
	5	2	5	1	1	3	2	5
	6,8 %	2,7 %	6,8 %	1,4 %	1,4 %	4,1 %	2,7 %	6,8 %

No.	Säätelyn vaikutus innovaatioihin	Säätelyn vaikutus markkinointiin	Säätelyn vaikutus kaupunkisuunnitteluun/säilyttämiseen/remontointiin/muutoksiin	Säätelyn (määrän) ja laillisten instituutioiden toiminnan vaikutus yritysten tod. Näköisyyteen lähteä mukaan	Tietyn toimialan säätelyn edistäminen/puolesta puhuminen	Isojen kansainvälisten yritysten markkinoille ilmaantumisen vaik. Säant. TAI toisin päin (säant. Vaik.	Säätelyn vaikutus teknologian (esim. informaatioteknologian/tietokoneiden) käyttöasteeseen	Säätelyn tarpeellisuuden (ylipäättään) tutkiminen
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0
3	1	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0	1
5	0	0	0	0	0	0	0	1
6	0	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	1	0	0	0	0
8	0	0	0	0	0	0	0	1
9	0	0	0	0	0	0	0	0
10	0	0	0	0	0	0	0	1
11	0	0	0	0	0	0	0	0
12	0	0	0	0	0	0	0	0
13	0	0	0	0	0	0	0	0
14	0	0	0	0	0	0	0	0
15	0	0	0	0	0	0	0	0
16	0	0	0	0	0	0	0	1
17	0	0	0	0	0	0	0	0
18	1	0	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0	0	0	0
21	0	0	0	0	0	0	0	0
22	0	0	0	0	0	0	0	0
23	0	0	0	0	0	0	1	0
24	0	0	0	0	0	0	0	0
25	0	0	0	0	0	0	0	0
26	0	0	0	0	0	0	0	0
27	0	0	0	0	0	0	0	0
28	0	0	0	0	0	0	0	0
29	0	0	0	0	0	0	1	0
30	0	0	0	0	0	0	0	0
31	0	1	0	0	0	0	0	0
32	0	0	0	0	0	0	0	0
33	0	0	0	0	0	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0	0	0
35	0	0	0	0	0	0	0	0
36	0	0	0	0	0	0	0	0
37	1	0	0	0	0	0	0	0
38	0	0	0	0	0	1	0	0
39	0	1	0	0	0	0	0	0
40	0	0	0	1	0	0	0	0
41	0	0	0	0	0	0	0	0
42	0	0	0	0	0	0	0	0
43	0	0	0	0	0	0	0	0
44	0	0	0	0	1	0	0	0
45	0	0	0	0	0	0	0	0
46	0	0	0	0	0	0	0	0
47	0	0	0	0	0	0	0	0
48	1	0	0	0	0	0	0	0
49	0	0	0	0	0	0	1	0
50	0	0	0	0	0	0	0	0
51	0	0	0	1	0	0	0	0
52	0	0	0	0	0	0	0	0
53	1	0	0	0	0	0	0	0
54	0	0	0	0	0	0	0	0
55	0	0	0	0	0	0	0	0
56	0	0	0	0	0	0	0	0
57	0	0	0	0	0	0	0	0
58	0	0	0	0	0	0	0	0
59	0	0	0	0	0	0	0	1
60	0	0	0	0	0	0	0	0
61	0	0	0	0	0	0	0	0
62	0	0	0	0	0	0	0	0
63	0	0	0	0	0	0	0	0
64	0	0	0	0	0	0	0	0
65	0	0	0	0	0	0	0	0
66	0	0	0	0	0	0	0	0
67	0	0	0	0	0	0	0	0
68	0	0	0	1	0	0	0	0
69	0	0	0	0	0	0	0	1
70	0	0	0	1	0	0	0	0
71	0	0	0	0	0	0	0	0
72	0	0	0	0	0	0	0	0
73	0	0	0	0	0	0	0	0
74	0	0	0	0	0	0	0	0
	5	2	5	1	1	3	2	5
	6,8 %	2,7 %	6,8 %	1,4 %	1,4 %	4,1 %	2,7 %	6,8 %

No.	Yksilötaso	Yritystaso	Toimialataso	Paikallinen (kunnallinen, maakunnallinen)	Kansallinen (yksi maa)	Kansainvälin en	Muu	Mikä maa empiirisen tutkimuksen kohteena?
1	0	0	1	1	0	0	0	
2	0	0	1	0	0	1	0	
3	0	0	1	0	0	1	0	
4	0	0	1	0	1	0	0	Intia
5	0	0	1	0	0	1	0	
6	0	0	1	0	1	0	0	Kiina
7	0	0	1	1	0	0	0	
8	0	0	1	0	1	0	0	Intia
9	0	0	1	0	0	1	0	
10	0	0	1	0	0	1	0	
11	0	0	1	0	1	0	0	Mali
12	0	0	1	0	0	1	0	
13	0	0	1	0	0	1	0	
14	0	0	1	0	1	0	0	Ranska
15	0	0	1	0	0	1	0	
16	0	0	1	0	0	1	0	
17	0	0	1	0	1	0	0	Espanja
18	0	0	1	0	1	0	0	Iso-Britannia
19	0	0	1	0	1	0	0	Ranska
20	0	0	1	0	1	0	0	Ranska
21	0	0	1	0	1	0	0	USA
22	0	0	1	0	0	1	0	
23	0	0	1	0	0	1	0	
24	0	0	1	0	1	0	0	Espanja
25	0	0	1	0	1	0	0	Espanja
26	0	0	1	0	1	0	0	Portugali
27	0	0	1	0	1	0	0	Australia
28	0	0	1	0	1	0	0	Italia
29	0	0	1	0	0	1	0	
30	0	0	1	0	1	0	0	Venäjä
31	0	0	1	0	1	0	0	Saksa
32	0	0	1	0	0	1	0	
33	0	0	1	0	1	0	0	USA
34	0	0	1	0	1	0	0	Japani
35	0	0	1	0	1	0	0	Intia
36	0	0	1	0	1	0	0	Ranska
37	0	0	1	0	1	0	0	Iso-Britannia
38	0	0	1	0	1	0	0	Iso-Britannia
39	0	0	1	0	1	0	0	Australia
40	0	0	1	0	1	0	0	Iso-Britannia
41	0	0	1	0	1	0	0	Norja
42	0	0	1	0	1	0	0	Saksa
43	0	0	1	0	1	0	0	Espanja
44	0	0	1	0	1	0	0	Venäjä
45	0	0	1	0	1	0	0	Japani
46	0	0	1	0	1	0	0	Espanja
47	0	0	1	0	1	0	0	Saksa
48	0	0	1	0	0	1	0	
49	0	0	1	0	0	1	0	
50	0	0	1	0	1	0	0	USA
51	0	0	1	0	1	0	0	Tanska
52	0	0	1	0	1	0	0	Hollanti
53	0	0	1	0	0	1	0	
54	0	0	1	0	0	1	0	
55	0	0	1	0	1	0	0	Australia
56	0	0	1	0	1	0	0	USA
57	0	0	1	1	0	0	0	
58	0	0	1	0	0	1	0	
59	0	0	1	0	0	1	0	
60	0	0	1	0	1	0	0	Etelä-Korea
61	0	0	1	0	0	1	0	
62	0	0	1	0	1	0	0	USA
63	0	0	1	0	1	0	0	Iso-Britannia
64	0	0	1	1	0	0	0	
65	0	0	1	1	0	0	0	
66	0	0	1	0	0	1	0	
67	0	0	1	0	1	0	0	Kanada
68	0	0	1	0	1	0	0	Iso-Britannia
69	0	0	1	0	0	1	0	
70	0	0	1	0	1	0	0	Hollanti
71	0	0	1	0	0	1	0	
72	0	0	1	0	1	0	0	Thaimaa
73	0	0	1	0	1	0	0	USA
74	0	0	1	1	0	0	0	
0	0	0	74	6	45	23	0	
	0,0 %	0,0 %	100,0 %	8,1 %	60,8 %	31,1 %	0,0 %	