

Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa

Tulkinnan ongelmia

Katja Koskela
Tuomas Santasalo



Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa

Tulkinnan ongelmia

**Katja Koskela
Tuomas Santasalo**

Helsinki 2008

YMPÄRISTÖMINISTERIÖ



YMPÄRISTÖMINISTERIÖ
MILJÖMINISTERIET
MINISTRY OF THE ENVIRONMENT

YMPÄRISTÖMINISTERIÖN RAPORTTEJA 16 | 2008

Ympäristöministeriö
Alueidenkäytön osasto

Taitto: Ainoliisa Miettinen
Kansikuva: Tuomas Santasalo

Julkaisu on saatavana vain internetistä:
www.ymparisto.fi > Ympäristöministeriö
> Julkaisut > Ympäristöministeriön raportteja -sarja

Helsinki 2008

ISBN 978-952-11-3102-8 (PDF)
ISSN 1796-170X (verkkoj.)

ESIPUHE

Maankäyttö- ja rakennuslain vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevia säännöksiä ei sovelleta paljon tilaa vaativaan erikoistavarakauppaan, minkä johdosta rajanveto tilaa vaativaan kaupan ja muun vähittäiskaupan välillä on kaupan sijainnin ohjauksen kannalta olennaista.

Laki ei määrittele paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan käsitettä. Tulkintaa on ohjannut lain perusteluissa esitetty määritelmä sekä sitä tarkentava ympäristöministeriön suositus vuodelta 2000. Viime aikoina on kuitenkin tullut esiin, ettei ympäristöministeriön suositus vastaa kaikkiin kysymyksiin, joita kaavoituksessa ja rakennusvalvonnassa kohdataan.

Taustalla on erikoiskaupan kehitys, jonka johdosta on aikaisempaa vaikeampaa arvioida, onko yksittäinen myymälä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa vai maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittama vähittäiskaupan suuryksikkö. Monet paljon tilaa vaativan erikoistavaran myymälät ovat laajentaneet valikoimiaan uusiin tuoteryhmiin. Esimerkiksi huonekalu- ja rautakaupat ovat ottaneet valikoimiinsa aikaisempaa enemmän pientä sisustustavaraa.

Tämän selvityksen tavoitteena on tuottaa taustatietoa ympäristöministeriön suosituksen ajanmukaistamiseen. Sitä varten selvitettiin paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan viimeaikaista kehitystä, myymälätyyppien muutoksia sekä keskustojen ulkopuolisten kaupan alueiden rakennetta. Asiantuntijoita kuulemalla hankittiin tietoa paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan tulkinnasta kunnissa ja siihen liittyvistä ongelmista

Selvitys osoitti, että paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan tulkinnassa on horjuntaa ja kuntakohtaisia eroja. Samaan ketjuun kuuluvaa myymälää saatetaan käsitellä yhdessä kunnassa paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppana ja toisessa vähittäiskaupan suuryksikkönä. Selvityksen perusteella vaikuttaa siltä, että ympäristöministeriön suosituksessa esitetty paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan toimialaluettelo on pääpiirteissään edelleen ajanmukainen. Suositusta on tarpeen tarkistaa ennen muuta oheistuotteiden määrittelyn osalta.

Selvityksen ovat tehneet KTM Tuomas Santasalo ja KTM Katja Koskela Tuomas Santasalo Ky:stä. Työtä ovat ohjanneet hallitusneuvos Helena Korhonen, ympäristöneuvos Harri Pitkäranta ja yliarkkitehti Katri Tulkki ympäristöministeriöstä, ylitar kastaja Brita Dahlqvist-Solin Uudenmaan ympäristökeskuksesta ja rakennusvalvontajohtaja Reijo Sandberg Vantaa kaupungilta. Katri Tulkki on toiminut työryhmän puheenjohtajana.

Yliarkkitehti Katri Tulkki

SISÄLLYS

Esipuhe	3
1 Johdanto	7
2 Paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan kehitys	9
2.1 Vähittäiskaupan toimipaikkojen kehitys	9
2.2 Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys	11
3 Myymäläkonseptien piirteitä	17
3.1 Huonekalukauppa.....	17
3.2 Sisustuskauppa	18
3.3 Rauta- ja rakennustarvikekauppa	19
3.4 Kodinkonetekniikka	20
3.5 Puutarhakauppa	20
3.6 Urheilukauppa	21
3.7 Laajan tavaravalikoiman kauppa	22
4 Kaupan alueita keskustojen ulkopuolella	24
4.1 Kaupan alueita pääkaupunkiseudulla ja Tampereen kaupunkiseudulla	24
4.2 Kaupan alueet Kouvolassa ja Kuusankoskella	31
4.3 Kaupan alueet Lohjalla.....	37
5 Kokemukset tilaa vaativan kaupan tulkinnasta	43
5.1 Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinta kunnissa	43
5.2 Suosituksen soveltamisen ongelmat	44
5.3 Huomioita tulkinnan selkeyttämiseen sekä toiveita opaskirjan päivitykseen	46
5.4 Asiantuntijatapaamisen antia.....	48
6 Yhteenveto ja johtopäätökset	50
Liitteet:	
Liite 1. Kouvolan keskustan kaupallinen rakenne 2004.....	53
Liite 2. Lohjan keskustan kaupallinen rakenne	54
Liite 3. Virkkalan kaupallinen rakenne 2006.....	55
Liite 4. Lohjan aseman kaupallinen rakenne 2006.....	56
Liite 5. Haastattelut.....	57
Liite 6. Kyselylomake ja saatekirje.....	58
Kuvailulehti	62
Presentationsblad.....	63

1 Johdanto

Maankäyttö- ja rakennuslaissa vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan yli 2000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää. Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa ei kuitenkaan pidetä suuryksikkönä. (MRL 114 §.)

Maankäyttö- ja rakennuslaissa ei ole määritelty paljon tilaa vaativaa erikoistavaran kauppaa. Lain perustelujen mukaan (HE 101/1998 vp) paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupalla tarkoitetaan kauppaa, jolle on ominaista suuret, paljon tilaa vaativat tuotteet, kuten esimerkiksi autot, huonekalut ja rakennustarvikkeet, ja joka edellyttää hyviä liikenneyhteyksiä.

Ympäristöministeriö täsmensi tulkintaa vuonna 2000 julkaistussa suosituksessa (Suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta, Maankäyttö- ja rakennuslaki 2000 -julkaisusarjan opas 2). Suosituksen mukaan paljon tilaa vaativana erikoistavaran kauppana pidetään moottoriajoneuvojen kauppaa sekä niiden varaosien ja tarvikkeiden kauppaa, rengaskauppaa, vene- ja veneilytarvikkeiden kauppaa, matkailuvaunujen kauppaa, huonekalukauppaa, rauta-, rakennustarvike- ja sisustustarvikekauppaa, maatalous- ja puutarha-alan kauppaa sekä kodintekniikkakauppaa. Suosituksessa määritellään lisäksi paljon tilaa vaativan erikoistavaran myymälässä sallittu oheistuotteiden osuus. Ohjauksen piiriin kuuluvat muut vähittäiskaupan toimialat kuten mm. sisustuskaupat (asumiseen liittyvä sisustus) ja urheilukaupat sekä laajan tavaravalikoiman kaupat (kuva 1).

Paljon tilaa vaativa erikoiskauppa on 2000-luvulla kasvanut voimakkaasti. Myös myymäläkonseptit ovat kehittyneet. Monissa myymälöissä myydään yhä enemmän muuta kuin paljon tilaa vaativaa erikoistavaraa ja tuotevalikoima lähestyy perinteisen keskustahakuisen erikois kauppojen tuotevalikoimaa.

Nykyään onkin aikaisempaa hankalampaa arvioida, onko kysymyksessä paljon tilaa vaativan erikoistavaran myymälä vai maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittama vähittäiskaupan suuryksikkö. Ympäristöministeriön suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta ei anna riittävän selkeitä vastauksia kysymyksiin, joita kaavoituksessa ja rakennusvalvonnassa kohdataan.

Tämän selvityksen tarkoituksena on arvioida suosituksen ajanmukaisuutta. Tätä varten on selvitetty paljon tilaa vaativan erikoistavara-kaupan viimeaikaista kehitystä, myymälätyyppien muutoksia sekä keskustojen ulkopuolisten kaupan alueiden rakennetta. Asiantuntijoita haastatteleamalla ja kyselyllä on selvitetty, miten paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa on kunnissa tulkittu ja millaisia ongelmia tulkintaan on liittynyt.

Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan piiriin kuuluvat myymälät	Vähittäiskaupan suuryksiköiden ohjauksen piiriin kuuluvat myymälät
Toimiala	
1. Moottoriajoneuvojen kauppa Moottoriajoneuvojen varaosien ja tarvikkeiden kauppa Rengaskauppa Venekauppa Veneilytarvikkeiden kauppa Matkailuvaunujen kauppa	
2. Huonekalukauppa	Sisustuskauppa (asumiseen liittyvä sisustus)
3. Sisustustarvikekauppa (rakenteellinen sisustus) Rautakauppa Rakennustarvikekauppa	
4. Maatalouskauppa Puutarhakauppa	
5. Kodintekniikkakauppa	Urheilukauppa Muu vähittäiskauppa
Oheistuotteiden osuus	
Toimialaan liittyvien oheistuotteiden osuus myymälän myyntipinta-alasta saa olla enintään 20 %, kuitenkin enintään 400 neliometriä. Tästä myyntipinta-alasta enintään 100 neliömetrin alalla voidaan myydä elintarvikkeita ja oheistuotteita, jotka eivät liity toimialaan.	

Kuva 1. Nykyinen suositus maankäyttö- ja rakennuslain 114 § 2 momentissa tarkoitetun paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnaiksi. Lähde: Suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnaista, Maankäyttö- ja rakennuslaki 2000 -julkaisusarjan opas 2.

Raportti koostuu johdannosta, neljästä pääluvusta sekä yhteenvedosta ja johtopäätöksistä. Luvussa 2 kuvataan paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan kehitystä toimipaikkojen ja myynnin pohjalta. Tilaa vaativan kaupan voimakas kasvu johtaa siihen, että toimiala tarvitsee lisää liiketilaa markkinoilla.

Luvussa 3 kuvataan tilaa vaativan kaupan myymäläkonsepteja. Kuvauksen painopiste on tilaa vaativan erikoistavarakaupan myymälöiden tuotevalikoimassa ja sen laajentumisessa oheistoimialoihin. Lisäksi kuvataan sisustuskaupan, urheilukaupan ja laajan tavaravalikoiman kaupan myymäläkonsepteja, koska niiden tulkinnaissa on esiintynyt epäselvyyttä.

Luvussa 4 tarkastellaan keskustan ulkopuolisten kaupallisten keskittymien rakennetta ja mitä kaupan toimialoja alueille on sijoittunut. Näitä alueita verrataan myös keskustojen kaupalliseen tarjontaan.

Luvussa 5 selvitetään haastattelujen ja kyselyn pohjalta, miten kunnissa on tulkittu tilaa vaativaa erikoistavarakauppaa ja mitä ongelmia suosituksen soveltamisessa on ollut. Lisäksi selvitetään, mitä toiveita kunnissa on suosituksen päivytykseen.

Luvun 6 johtopäätöksiin on koottu yhteenvedo tilaa vaativan erikoistavarakaupan tulkintaan liittyvistä keskeisistä ongelmista. Lopuksi esitetään suosituksen ajanmukaistamista koskevia ehdotuksia sekä eräitä jatkotoimenpiteitä.

Tässä selvityksessä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa kutsutaan myös tilaa vaativaksi kaupaksi tai aivan lyhyesti TIVA-kaupaksi.

2 Paljon tilaa vaativan erikoistavara-kaupan kehitys

Tilaa vaativa kauppa on kehittynyt Suomessa varsin voimakkaasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Toimialan kehityslukuja tarkastellaan tässä sekä toimipaikkojen että liikevaihdon osalta. Tilastoista ei ole saatavilla liikkeiden pinta-ala- eikä sijaintitietoja, joten kehitysluvut kuvaavat kaikkia toimialan liikkeitä sekä pieniä että suuria ja sekä keskustojen että keskustojen ulkopuolella sijaitsevia. Tarkasteluun on otettu mukaan kaikki ne tilastokeskuksen toimialat, jotka ympäristöministeriön suosituksen mukaan kuuluvat tilaa vaativaan kauppaan (kuva 2). Maatalouskauppa ei ole mukana luvuissa, sillä se tilastoidaan tukkukauppaan.

AUTO- JA VARAOSAKAUPPA	
50102	Moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
50103	Matkailuvaunujen vähittäiskauppa
50302	Varaosien vähittäiskauppa
50304	Renkaiden vähittäiskauppa
50402	Moottoripyörien vähittäiskauppa
52441	HUONEKALUKAUPPA
52451	KODINTEKNIKKAKAUPPA
RAUTAKAUPPA	
52461	Rauta- ja rakennustarvikekauppa
52462	Maalikauppa
52463	Keittiökalustemyymälät
52464	Lukkoseppä- ja avainliikkeet
52469	Muu rautakauppa
52498	Tapettikauppa
52483	PUUTARHAKAUPPA
52491	VENEKAUPPA
SISUSTUSKAUPPA	
52442	Muu sisustuskauppa
52443	Sähkö- ja valaisinkauppa
52444	Kumi- ja muovikauppa
52445	Taloustarvikkeiden kauppa
52489	Mattojen vähittäiskauppa
LAAJAN TAVARAVALIKOIMAN MYYMÄLÄT	
52129	Muut erikoistumattomat laajan tavaravalikoiman myymälät
52488	URHEILUKAUPPA

Kuva 2. Tarkastellut toimialaluokat ja niiden ryhmittely. Lähde: Tilastokeskus, TOL 2002.

Tilaa vaativan kaupan kehitystä verrataan yleiseen vähittäiskaupan kehitykseen. Lisäksi on tarkasteltu eräitä tulkinnan kannalta kriittisiä toimialojen kuten sisustuskaupan, urheilukaupan ja laajan tavaravalikoiman kaupan kehitystä. Korjaus- ja huoltotoimintaa ei ole koko vähittäiskaupan kehitystä koskevissa luvuissa mukana.

Lähteenä on käytetty Tilastokeskuksen yritysrekisteriä. Uusimmat tilastotiedot ovat vuodelta 2005. Liikevaihdon kehitystä tarkastellaan Tilastokeskuksen kaupan liikevaihtokuvaajan pohjalta. Liikevaihdon kehitystä tarkastellaan indeksien pohjalta vuodesta 2000 lähtien. Uusimmat käytetyt tilastot ovat kesäkuulta 2007.

2.1

Vähittäiskaupan toimipaikkojen kehitys

Vuonna 2005 tilaa vaativan kaupan toimipaikkoja oli yhteensä 6956. Toimipaikkamäärältään suurin toimiala oli auto- ja varaosakauppa, jossa oli yli 3400 myymälää. Toiseksi suurin oli rautakauppa 1700 myymälällään. Puutarhakaupan ja venekaupan toimialalla oli molemmissa alle 200 myymälää.

Tilaa vaativan kaupan toimipaikkamäärä on ollut kasvussa viimeisten kymmenen vuoden aikana. Mitään räjähdysmäistä kasvua ei toimipaikkamäärässä kuitenkaan ole tapahtunut, vaikka uusia myymälöitä alalla onkin vauhdikkaasti avattu. Osa näistä uusista onkin korvannut vanhoja myymälöitä.

Vuosina 1995–2005 toimipaikkojen lukumäärä kasvoi 745 myymälällä eli 12 prosentilla. Samalla ajanjaksolla vähittäis- ja autokaupan myymälöiden kokonaismäärä kasvoi vain kahdella prosentilla, joten tähän verrattuna kasvu on ollut merkittävä. Tilaa vaativan kaupan osuus vähittäis- ja autokaupasta on 22 % (taulukko 1, kuva 3).

Tilaa vaativan kaupan toimialoista on tarkastelujaksolla suhteellisesti nopeimmin kasvanut venekauppa, jossa myymälöiden määrä kasvoi 25 %. Määrällisesti eniten on kasvanut auto- ja varaosakauppa, jonka myymälöiden määrä kasvoi 540 myymälällä. Kaikkein toimialojen toimipaikkamäärä ei ole kasvanut tarkastelujaksolla. Kodintekniikkakaupassa oli vuonna 2005 yhteensä 120 toimipaikkaa eli 13 prosenttia vähemmän myymälöitä kuin vuonna 1995. Huonekalukauppojen määrä laski 1990-luvun lopussa, mutta määrä on kääntynyt hitaaseen kasvuun 2000-luvulla.

Sekä urheilu- että sisustuskaupan toimipaikkamäärä on kasvanut aika lailla samaa tahtia TIVA-kaupan toimipaikkamäärän kanssa eli nopeammin kuin vähittäiskauppa keskimäärin. Tosin sisustuskauppojen määrä kasvoi voimakkaasti 1990-luvun lopussa ja tämän jälkeen jopa väheni parina vuonna. Laajan tavaravalikoiman kauppa on kasvanut voimakkaasti. Vuonna 2004 tavaratalokaupan tilastoinnissa tapahtui muutos. Merkittävä joukko tavarataloluokkaan kuuluvia myymälöitä siirrettiin muun laajan tavaravalikoiman ryhmään, mikä selittää kauppojen määrän voimakkaan kasvun vuodesta 2003 vuoteen 2004.

2.2

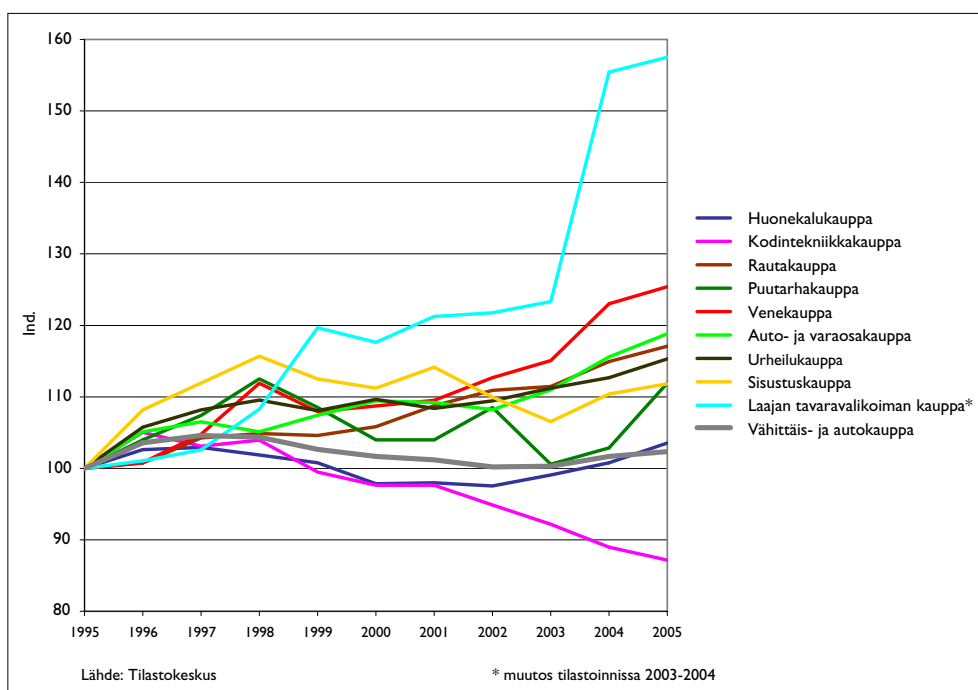
Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys

Tilaa vaativan kaupan liikevaihto on kasvanut voimakkaammin kuin toimipaikkamäärä. Vuonna 2005 liikevaihto oli Tilastokeskuksen yritystilaston mukaan 13,7 miljoonaa euroa. Auto- ja varaosakauppa on liikevaihdoltaan selvästi suurin, toiseksi suurin on rautakauppa. Puutarha- ja venekauppa ovat liikevaihdoltaan hyvin pieniä toimialaryhmiä.

Taulukko 1. Tilaa vaativan kaupan, urheilu- ja sisustuskaupan sekä laajan tavaravalikoiman kaupan toimipaikat vuosina 1995–2005.

				Muutos 1995–2005		Vuosi- muutos
	1995	2000	2005	kpl	%	
Huonekalukauppa	647	633	670	23	4 %	0,3 %
Kodintekniikkakauppa	934	912	814	-120	-13 %	-1,4 %
Rautakauppa	1 459	1 544	1 708	249	17 %	1,6 %
Puutarhakauppa	176	183	197	21	12 %	1,1 %
Venekauppa	126	137	158	32	25 %	2,3 %
Auto- ja varaosakauppa	2 869	3 140	3 409	540	19 %	1,7 %
TIVA-kauppa yhteensä	6 211	6 549	6 956	745	12 %	1,1 %
Urheilukauppa	953	1 045	1 099	146	15 %	1,4 %
Sisustuskauppa	855	951	956	101	12 %	1,1 %
Laajan tavaravalikoiman kauppa*	193	227	304
Vähittäis- ja autokauppa	30 385	30 894	31 093	708	2 %	0,2 %
Tivan osuus vähittäis- ja autokaupasta	20 %	21 %	22 %			

* muutos tilastoinnissa 2003–2004, joten muutosluvut eivät vertailukelpoisia.
Lähde: Tilastokeskus.



Kuva 3. Vähittäiskaupan eri toimialojen toimipaikkojen kehitys 1995–2005. Indeksi 1995 = 100.

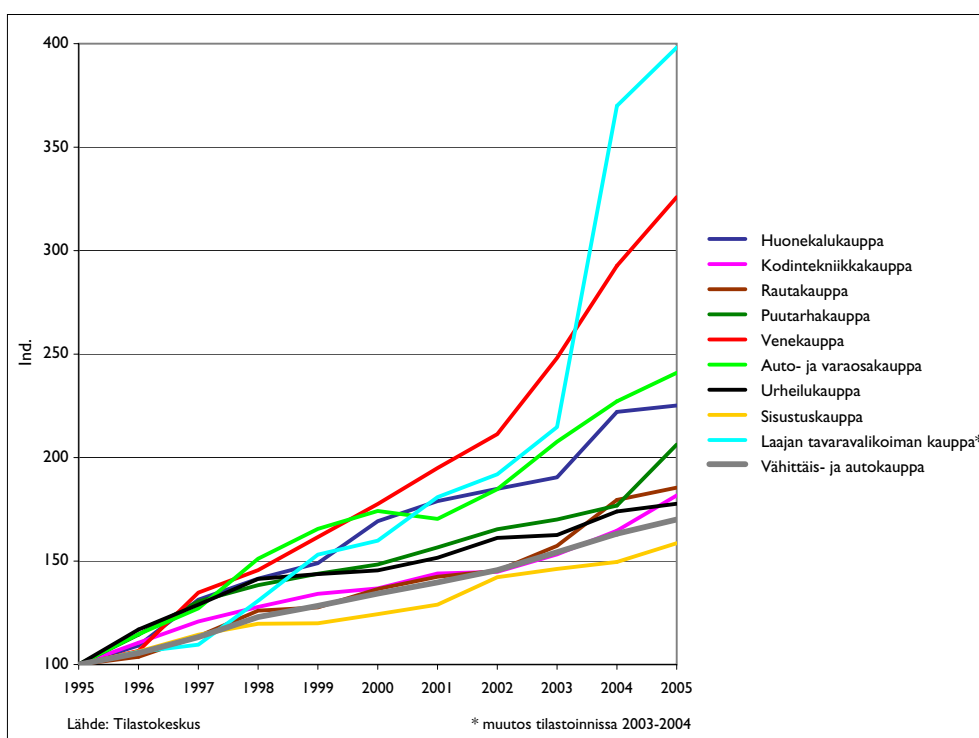
Tilaa vaativan kaupan liikevaihto on yli kaksinkertaistunut tarkastelujaksolla. Toimialan keskimääräinen vuosikasvu on ollut 8,4 prosenttia. Nopeimmin liikevaihto on kasvanut auto- ja varaosakaupassa, venekaupassa sekä huonekalukaupassa. Auto-kaupan myynnin kasvuun ovat vaikuttaneet suuresti veromuutokset. TIVA-kaupan toimialan liikevaihto on kasvanut nopeammin kuin koko vähittäis- ja autokaupan liikevaihto.

Tilaa vaativan kaupan merkitys koko kaupasta onkin tarkastelujaksolla merkittävästi kasvanut. Tilaa vaativan kaupan osuus vähittäis- ja autokaupasta on nyt 39 prosenttia, kun se vuonna 1995 oli 30 prosenttia.

Taulukko 2. Tilaa vaativan kaupan, urheilu- ja sisustuskaupan sekä laajan tavaravalikoiman kaupan liikevaihto vuosina 1995–2005.

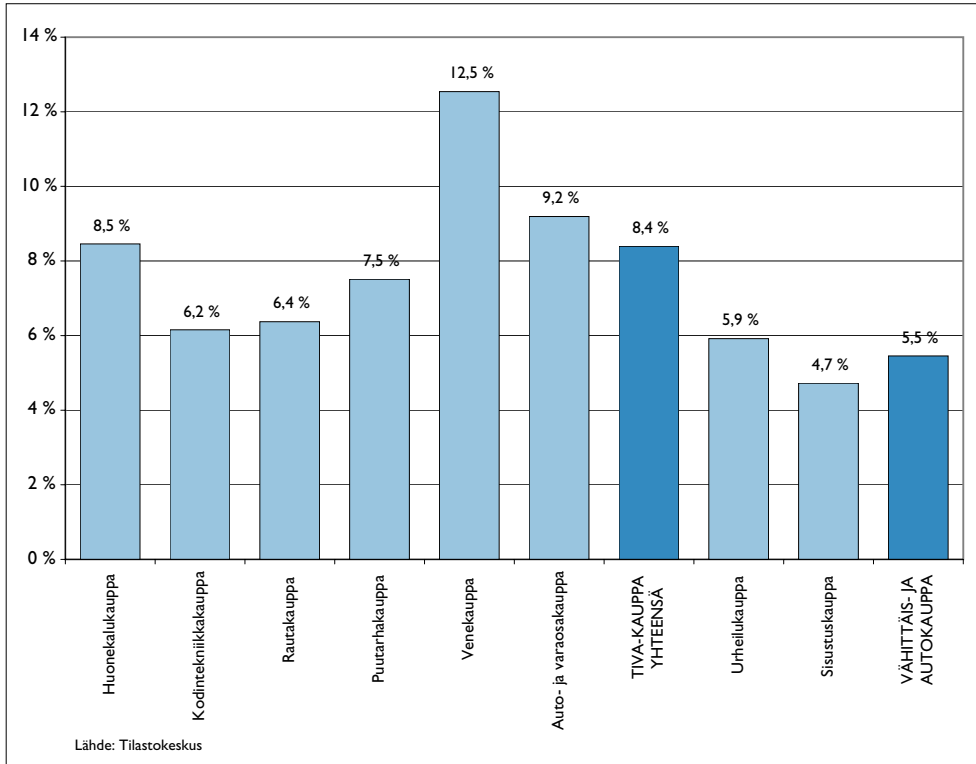
milj. euroa	1995	2000	2005	Muutos 1995–2005		Vuosi- muutos
				milj. €	%	
Huonekalukauppa	400	678	901	501	125 %	8,5 %
Kodintekniikkakauppa	550	752	999	449	82 %	6,2 %
Rautakauppa	1 235	1 685	2 290	1 055	85 %	6,4 %
Puutarhakauppa	36	53	74	38	106 %	7,5 %
Venekauppa	49	87	159	110	226 %	12,5 %
Auto- ja varaosakauppa	3 844	6 697	9 263	5 419	141 %	9,2 %
TIVA-kauppa yhteensä	6 114	9 952	13 686	7 572	124 %	8,4 %
Urheilukauppa	319	463	566	247	78 %	5,9 %
Sisustuskauppa	176	218	279	103	59 %	4,7 %
Laajan tavaravalikoiman kauppa*	209	335	834
Vähittäis- ja autokauppa	20 523	27 565	34 906	14 383	70 %	5,5 %
Tivan osuus vähittäis- ja autokaupasta	30 %	36 %	39 %			

* muutos tilastoinnissa 2003–2004, joten muutosluvut eivät vertailukelpoisia.
Lähde: Tilastokeskus.

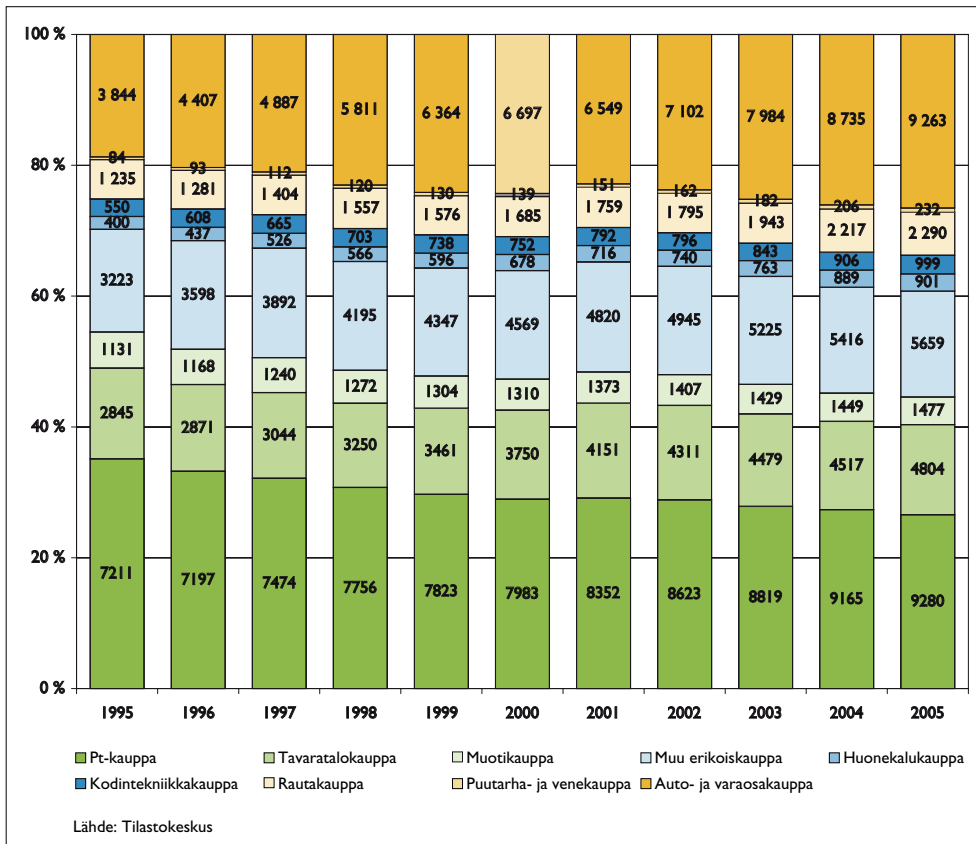


Kuva 4. Vähittäiskaupan eri toimialojen liikevaihdon kehitys 1995–2005. Indeksi 1995 = 100.

Urheilu- ja sisustuskaupan liikevaihto on kasvanut lähes samaa tahtia koko vähittäiskaupan kanssa. Urheilukauppa on kasvanut hieman nopeammin, mutta sisustuskauppa hitaammin kuin koko vähittäiskauppa. Sisustus on kuitenkin ollut kasvussa. Sisustustavaroita myydään yhä enemmän huonekalukaupoissa ja rautakaupoissa sekä myös tavarataloissa, hypermarketeissa ja muissa laajan tavaravalikoiman kaupoissa. Näiden myynnin kasvu on ollut sisustuskauppaa nopeampaa. Laajan tavaravalikoiman jyrkkää kasvua vuodesta 2003 vuoteen 2004 selittää osin muutos tilastoinnissa (taulukko 2, kuvat 4, 5 ja 6).



Kuva 5. Vähittäiskaupan eri toimialojen liikevaihdon keskimääräinen vuosikasvu vuosina 1995–2005.



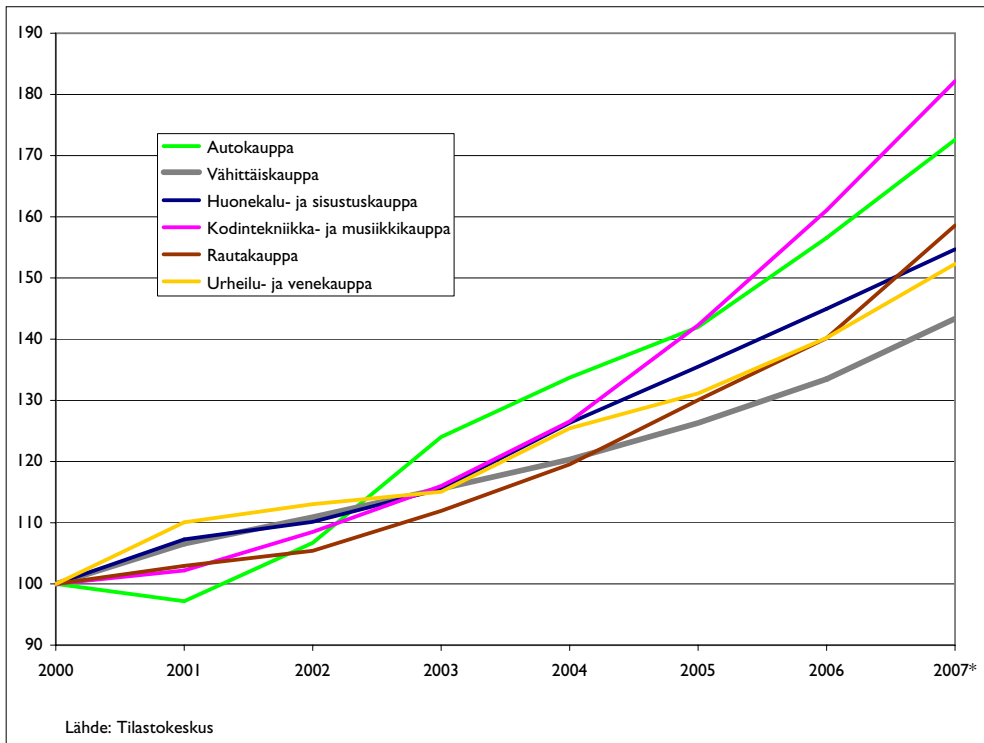
Kuva 6. Vähittäiskaupan liikevaihdon rakenne ja liikevaihto (milj. €) vuosina 1995–2005.

Yritysrekisterin ohella Tilastokeskus julkaisee kaupan liikevaihtokuvaaja -tilastoa. Tilasto julkaistaan kuukausittain parin kuukauden viiveellä. Kaupan liikevaihtoindeksi kuvaa kaupan yritysten liikevaihdon kehitystä. Liikevaihto ei sisällä arvonlisäveroa. Liikevaihdon kuvaajasta saadaan myös tietoa myynnin määrän kehityksestä. Määräindeksit saadaan puhdistamalla liikevaihtoista hintojen vaikutukset. Vuoden 2007 indeksit on arvioitu alkuvuoden myynnin kasvun pohjalta. Liikevaihtokuvaajassa toimialat ryhmitellään hieman toisin kuin toimipaikkamäärän ja liikevaihdon kehitystä tarkasteltaessa. Kodintekniikkakauppaan liitetään mukaan musiikkikauppa. Huonekalu- ja sisustuskauppa liitetään yhteen ja samoin urheilu- ja venekauppa.

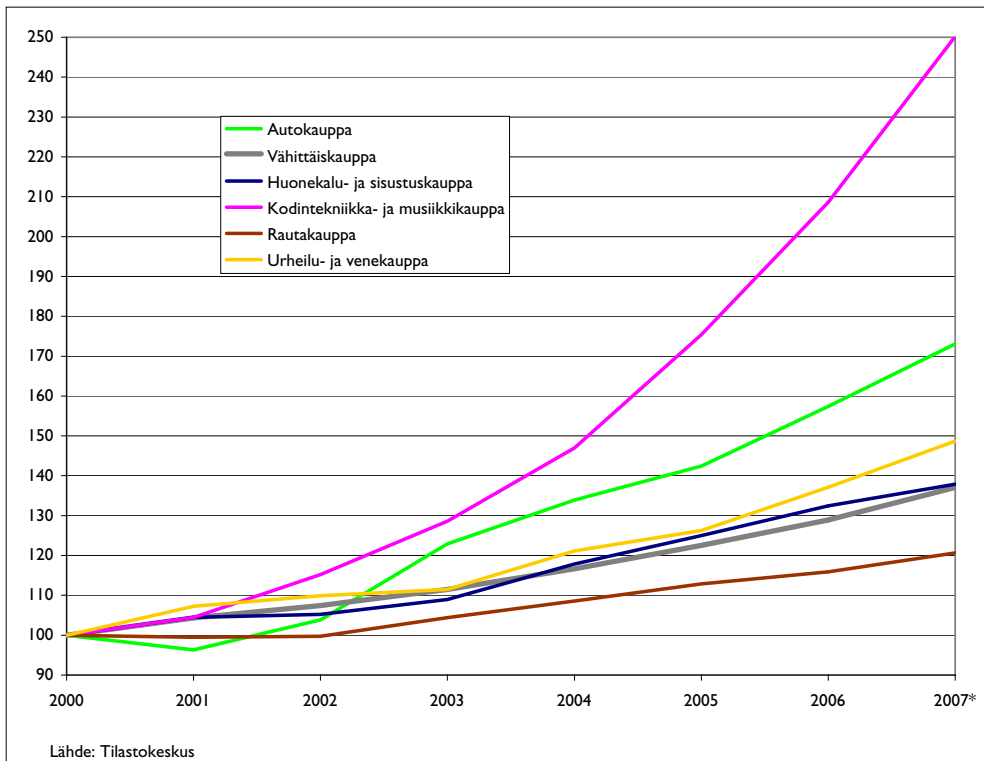
Myös liikevaihdon kuvaajan mukaan tilaa vaativan kaupan toimialat ovat kehittyneet nopeammin kuin vähittäiskauppa kokonaisuudessaan (ei sis. autokauppaa). Liikevaihto on koko vähittäiskaupassa kasvanut kuuden viimeisen vuoden aikana 33 prosenttia vuoteen 2006 saakka. Kodintekniikka- ja musiikkikauppa on samaan aikaan kasvanut yli 60 prosenttia, autokauppa yli 50 prosenttia ja rautakauppa noin 40 prosenttia. Kasvu näyttää jatkuvan vuonna 2007 samalla tasolla kuin edellisvuonakin (kuva 7).

Määräindeksin kehitys kertoo myynnin kehityksestä, kun inflaation vaikutus kuvaajasta on puhdistettu. Myynnin määrä toimialalla on myös ollut kasvussa. Nopeinta kasvu on ollut kodintekniikkakaupassa, jossa myynnin määrä on kasvanut arvoa nopeammin johtuen toimialan deflaatiosta. Huonekalu- ja sisustuskaupan myynnin määrä on kasvanut samaa tahtia kuin koko vähittäiskauppa. Rautakaupassa myynnin määrä on kasvanut kohtalaisen hitaasti ja hitaammin kuin koko vähittäiskaupassa. Toimialalla onkin ollut voimakasta hintojen nousua viimeisten vuosien aikana (kuva 8).

Voimakkaan kasvun takia paljon tilaa vaativa kauppa tulee tarvitsemaan myös tulevaisuudessa uutta liiketilaa. Osa kysynnästä kohdistuu keskusta-alueille ja kauppakeskuksiin ja osa keskustojen ulkopuolelle liikkeen konseptista ja liiketilatarjonnasta riippuen. Toimitilan suuri kysyntä on haaste yhdyskuntasuunnittelulle ja kaavoitukselle.



Kuva 7. Vähittäiskaupan toimialojen liikevaihdon arvoindeksin kehitys 1995–2006. Indeksi 2000 = 100.



Kuva 8. Vähittäiskaupan toimialojen myynnin määräindeksin kehitys 1995–2006. Indeksi 2000 = 100.



Kuva 9. Uusia tilaa vaativan kaupan myymälöitä rakennetaan jatkuvasti.

Tilaa vaativan kaupan kehitys on viimeisen kymmenen vuoden aikana ollut nopeaa. Toimipaikkojen määrä on kasvanut, mutta mitään räjähdysmäistä kasvua ei kauppojen määrässä kuitenkaan ole tapahtunut.

Tilaa vaativan kaupan liikevaihto on vastaavasti kasvanut erittäin nopeasti, se on tarkastelujakson aikana yli kaksinkertaistunut. Tilaa vaativan kaupan osuus koko vähittäiskaupan markkinoista on kasvanut selvästi.

Sekä tilaa vaativan kaupan että muun erikoiskaupan kasvu jatkuu. Tämän vuoksi liiketilakysyntä tulee olemaan jatkossakin suurta.

3 Myymäläkonseptien piirteitä

Myymäläkonseptit kehittyvät jatkuvasti. Uusia tuotteita ja tuoteryhmiä tulee markkinoille ja vanhoja poistuu tai niiden merkitys pienenee. Myyntiin halutaan omaan toimialaan liittyviä oheistuotteita tai läheisesti alaan liittyviä tuotteita, kuten huonekalukaupassa sisustustuotteita tai puutarhakaupassa lahjatavaroita. Myös erilaiset liitännäispalvelut ovat yleisiä. Huonekalukaupasta voi saada esimerkiksi sisustusneuvontaa ja kodintekniikkakaupasta asennuspalvelua.

3.1

Huonekalukauppa

Huonekalukauppa on ympäristöministeriön suosituksen mukaan tilaa vaativaa kauppaa. Suomessa on paljon ”puhtaita” huonekalukauppoja, mutta yhä useammin huonekalukaupoissa myydään huonekalujen ohella sisustustuotteita. Kotia on helpompi muuttaa muuttamalla sisustusta kuin vaihtamalla huonekaluja. Sisustustuotteet ovat halvempia ja näin niiden ostokynnys on alhaisempi kuin huonekalujen. Sisustustuotteita myös ostetaan useammin. Huonekalujen ohella myytäviä sisustustuotteita ovat mm. peitteet, tyynyt, matot, taulut, peilit, valaisimet, vuodevaatteet, koriste-esineet sekä taloustavarat, astiat ja muut kattaustuotteet.

Koska sisustuskauppa kuuluu suosituksen mukaan ohjauksen piiriin, huonekalukaupan liukuminen sisustuskaupan suuntaan on muodostunut ongelmaksi kaavoituksen ja rakennusvalvonnan kannalta.

Tällä hetkellä Suomessa toimivia huonekalukaupan ketjuja ovat Masku, Sotka, Ikea, Asko, Isku, Vepsäläinen, Stemma, Suomi-Soffa, Jysk ja Kodin Ykkönen. Masku, Sotka ja Suomi-Soffa myyvät pääosin vain huonekaluja. Sisustustuotteiden osuus myymälöissä on hyvin pieni. Vepsäläisellä ja Iskulla on myynnissä sisustustuotteita, mutta niiden osuus ei ole merkittävä. Askolla sisustustuotteita on selvästi enemmän (taulukko 3).

Jysk myy hyvin paljon sisustustuotteita huonekalujen ohella. Arvion mukaan Jyskin myynnistä noin 40 % tulee sisustustuotteista.¹ Jysk sijoittuu sekä keskustoihin, kauppakeskuksiin että keskustan ulkopuolisille alueille. Myös Ikealla sisustustuotteet ovat merkittävä osa myymälän tuotevalikoimaa. Ikean myynnistä noin 40 % tulee sisustustuotteista.

Kodin Ykkönen on suuri huonekalujen myyjä, mutta se myy huonekalujen ohella myös paljon muuta. Kodin Ykkönen mainostaakin itseään laajana ja monipuolisena kodin ja sisustamisen erikoistavaratalona. Kodin Ykkösestä saa perinteisten sisus-

¹ Ympäristöministeriön suosituksen mukaan oheistuotteiden osuus lasketaan myymälän myyntipinta-alasta. Tätä selvitystä tehtäessä tietoja huonekalujen ja sisustuksen osuudesta on ollut käytettävissä vain myynnin osalta muutaman ketjun myymälöistä.

Taulukko 3. Huonekalu- ja sisustuskaupan ketjuja.

	Liikkeitä	Myynti milj. €			
		Koko myynti	Huonekalu-myynti	Sisustus- ja muu myynti	Sisustuksen ym. osuus
Kodin Ykkönen	8	172	34	138	80 %
Ikea	2	166	100	66	40 %
Jysk	50	66	38	28	42 %
Masku	48	120
Sotka	53	114
Asko	31	93
Isku	32	90
Vepsäläinen, Koti-Idea, Toivematto	25	88
Stemma	45	58
Suomi-Soffa	21	55
Ketjut yhteensä	315	1 022

Luvut osittain arvioita
 .. tietoa ei saavutilla
 Lähde: Kehittyvä kauppa ja Suomen huonekalukaupan liitto.

tustuotteiden lisäksi myös mm. kodinelektroniikkaa, tietotekniikkatuotteita, DVD-elokuvia, CD-levyjä, digitaalikameroita, kodin pienkoneita ja leluja. Kodin Ykkösen myynnistä vain 20 % tulee huonekalujen myynnistä.

Ketjujen ohella huonekalukaupassa on lukuisia yksityisiä huonekaluliikkeitä. Nämä ovat pääosin pieniä myymälöitä, joiden myynti painottuu huonekalukauppaan. Joillakin liikkeillä saattaa olla tietyn huonekaluketjun edustus, mutta liikkeet eivät kuulu kuitenkaan ko. ketjuun.

3.2

Sisustuskauppa

Kuten jo edellisessä luvussa todettiin sisustuskauppa on ympäristöministeriön suosituksen mukaan ohjauksen piiriin kuuluvaa kauppa. Sisustuskauppoja ovat mm. Marimekko, Pentik, Iittala Shop, Hemtex, Indiq Living ja Indiska. Sisustuskaupoissa myydään yleensä pieniä tuotteita, mutta joissakin voi olla myynnissä sisustustuotteiden ohella mm. yksittäisiä huonekaluja. Sisustuskauppoja ovat myös mm. valaisinliikkeet, kehysliikkeet ja sisustustekstiilikaupat.

Sisustuskaupat ylittävät kooltaan harvoin vähittäiskaupan suuryksikön kokorajaa 2000 kerrosneliometriä. Sisustuskaupat hakeutuvat yleensä keskustaan tai kaupakeskuksiin. Sisustuskaupan outletit tai tehtaanmyymälät hakeutuvat kuitenkin usein keskustojen ulkopuolelle esimerkiksi liikenneasemien yhteyteen tai kauppa-keskittymiin.

Rauta- ja rakennustarvikekauppa

Rauta- ja rakennustarvikekauppa on ympäristöministeriön suosituksen mukaan tilaa vaativaa kauppaa. Rauta- ja rakennustarvikekauppojen tuotevalikoima on usein hyvin laaja. Rautakaupoissa myydään varsinaisen rauta- ja rakennustavaran lisäksi usein mm. keittiö- ja kylpyhuonekalusteita, säilytysjärjestelmiä sekä lvi-tuotteita. Rautakaupan tuotteista osa on suuria tilaa vaativia, mutta osa hyvin pieniä kuten ruuvit, mutterit, pienet työkalut jne. Pienet tuotteet kuuluvat kuitenkin olennaisesti rautakaupan tuotevalikoimaan.

Rautakauppojen tuotevalikoimaan kuuluu tyypillisesti myös rakenteellinen sisustus eli rakentamiseen ja remontoimiseen suoraan liittyvät sisustustuotteet kuten mm. tapetit, laatat, parketit ja maalit. Huonekalukaupan tavoin usea rautakaupan ketju on laajentanut tuotevalikoimiaan myös asumiseen liittyvään sisustukseen kuten valaisimiin, tauluihin, verhoihin ja muihin kotitaloustavaroihin.

Rautakaupassa toimii useita ketjuja mm. K-rauta, Starkki, Rautia, S-rauta, Rautanet, Terra, Puukeskus, Puumerkki, Värisilmä, Teesi, RTV, IKH (Isojoen konehalli) ja Bauhaus. Lisäksi monet maatalouskaupat kuten Agrimarket ja K-maatalous toimivat osittain myös rautakaupan toimialalla.



Kuva 10. Terra on uusi tulokas rautakauppamarkkinoilla.

Starkki, Rautia, S-rauta ja Rautanet ovat tuotevalikoimaltaan lähimpänä perinteisiä rautakauppoja. Puukeskus ja Puumerkki painottuvat puutavarakauppaan, mutta myynnissä konsepteilla on myös perinteistä rautakauppatavaraa. Värisilmä ja RTV painottuvat laatta-, kaakeli-, maali- ja tapettikauppaan eli ns. rakenteelliseen sisustuskauppaan. Myynnissä on myös jonkin verran pienrautat tuotteita. Teesin tuotevalikoimaan kuuluu myös rakenteellinen sisustus, mutta tämän lisäksi myös säilytysjärjestelmät, grillit, pihakalusteet, työkalut ja pienrautat tuotteet. IKH:n tuotevalikoimaan kuuluvat työkalut, varaosat, autotarvikkeet ym. rautatarvikkeet.

Monipuolisimpia rautakauppoja ovat Bauhaus, Terra sekä uudet K-rautat. Näiden tuotevalikoimiin kuuluvat rauta- ja rakennustavaroiden lisäksi puutarhatuotteet, rakenteellinen sisustus sekä muita sisustustuotteita, esim valaisimia ja verhoja. Lisäksi tuotevalikoimissa on vaihtelevasti esimerkiksi kirjoja, leluja, taloustavaroita, koristeita (joulu) ja muita pientuotteita, joita tyypillisesti myydään erikoiskaupoissa,

tavarataloissa tai hypermarketeissa. Näiden pientuotteiden osuus pinta-alasta on yleensä pieni. Mainonnassa näiden pientuotteiden osuus saattaa kuitenkin ajoittain olla hallitseva.

3.4

Kodintekniikkakauppa

Kodintekniikkakauppa on ympäristöministeriön suosituksen mukaan tilaa vaativaa kauppaa. Kodintekniikkakaupan tuotevalikoima on laaja. Tuotevalikoimiin kuuluvat suurikokoiset valkoisen linjan tuotteet kuten jääkaapit, liedet ja pesukoneet sekä ruskean linjan televisiot, dvd-laitteet, digiboxit, kotiteatterijärjestelmät ja stereot. Muita tuotteita ovat pienet kodinkoneet, matkapuhelimet, kamerat sekä tietokoneet ja niiden oheislaitteet. Kodintekniikkakaupat ovat pääosin keskittyneet teknisiin laitteisiin. Varsinaisia oheistuotteita on ketjumyymälöissä hyvin vähän tai ei lainkaan, mutta ne ovat todennäköisesti yleistymään päin. Tyypillisimpiä oheistuotteita ovat tietokonepelit, dvd-elokuvat ja äänikirjat. Uutena tuoteryhmänä kodintekniikkakauppaan ovat tulleet keittiövälineet kuten kattilat, paistinpannut, lasit, astiastot ja ruokailuvälineet.

Osa kodintekniikkakaupoista hakeutuu keskuksiin ja kauppakeskuksiin. Suurimmat liikkeet hakeutuvat keskustojen ulkopuolelle, market-alueille tai tilaa vaativan kaupan alueille. Kodintekniikkakaupan ketjuja ovat Gigantti, Expert, Hirvox, Markantalo, Musta Pörssi, Tekniset, Veikon Kone, OnOff ja uusi tulokas Euronics. Suuria myymälöitä on lähinnä Gigantilla, Markantalolla, Mustalla Pörssillä ja Euronicsilla.

3.5

Puutarhakauppa

Puutarhakauppa kuuluu ympäristöministeriön suosituksen mukaan tilaa vaativaan kauppaan. Puutarhakaupan tuotevalikoimiin kuuluu sekä suuria tuotteita kuten puuntaimia, multasäkkejä ja lannoitesäkkejä sekä pientuotteita kuten siemeniä, kukkia, ruukkuja ja puutarhavälineitä. Lisäksi joidenkin puutarhakauppojen tuotevalikoii-



Kuva II. Puutarhatuotteita myydään paljon myymälöiden pihalla.

miin kuuluvat pihakalusteet, grillit ja ruohonleikkurit. Osa puutahrakaupoista toimii varsinaisen puutarhan yhteydessä ja osa erillisissä myymälöissään. Myymälät ovat usein ulkoilmamyymälöitä. Suuri osa erillisistä myymälöistä on kiinni talvella.

Suurin osa toimialan myymälöistä on yksityisiä. Suurimpia ketjuja ovat Plantagen, Muhevainen, Multasormi ja Viherrinki. Toimialan tuotteita myydään myös muiden toimialojen liikkeissä, kuten rautakaupan ja maatalouskaupan yhteydessä. Lisäksi toimialan tuotteita myydään hypermarkettien yhteydessä kuten Prismassa, K-City Marketissa, Euromarketissa ja erikoistavarataloissa kuten Kodin Ykkösessä, Hong Kongissa ja Tarjoustalo Super Centerissä.

Puutarhakauppojen tuotevalikoima on yleensä varsin perinteinen. Plantagen ja ketjujen ulkopuolinen Viherlandia myyvät puutarha- ja pihatuotteiden lisäksi mm. sisustustavaroita kuten koriste-esineitä, patsaita, joulukoristeita, kynttilöitä ja tyynyjä. Lisäksi tuotevalikoimiin kuuluu satunnaisesti esimerkiksi saappaita ja leluja.

3.6

Urheilukauppa

Urheilukauppa ei kuulu ympäristöministeriön suosituksen mukaan tilaa vaativaan kauppaan, vaan se on ohjauksen piiriin kuuluvaa kauppa. Kerrosaltaan yli 2000 neliömetrin suuruinen urheilukauppa on maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittama vähittäiskaupan suuryksikkö. Urheilukauppa sijoittuu pääosin keskustoihin ja kaupakeskuksiin. Urheilukaupat myyvät urheiluvälineitä ja merkittävästi myös urheilu- ja vapaa-ajan vaatteita sekä urheilujalkineita. Urheilukaupan tuotteista valtaosa on pieniä, mutta osa urheilu- ja vapaa-ajan välineistä on myös suuria paljon tilaa vaativia kuten polkupyörät.

Urheilukaupan ketjuja ovat mm. Intersport, Sportia, Top Sport, Kesport, Stadium ja Budget Sport. Monella ketjuliikkeellä on sekä pieniä myymälöitä keskustoissa tai kaupakeskuksissa että suuria myymälöitä joko kaupakeskuksissa tai keskustojen ulkopuolisissa kaupakeskitymissä.

Keskustoihin hakeutuviissa urheilukaupoissa tuotevalikoima painottuu vaatteisiin ja pieniin urheiluvälineisiin, joita pääosa urheiluvälineistä on. Urheilukauppojen



Kuva 12. Suuret urheilukaupat hakeutuvat usein keskustojen ulkopuolelle.

tuotevalikoima on kuitenkin laajentunut ja osa myymälöistä haluaa palvella mahdollisimman laajalla tuotevalikoimalla. Tällöin myymälä yleensä haluaa paljon tilaa ja hakeutuu todennäköisimmin keskustan ulkopuolelle. Suuressa myymälässä voi olla esillä enemmänkin suuria tuotteita esim teltoja, trampoliineja, moottorikelkkoja ja mopoja.

Perinteisten urheilukauppojen lisäksi urheilukauppaan kuuluvat retkeily- ja eräkaupat kuten Partioaitta ja Erätukku sekä polkupyörämyymälät kuten Suomen Polkupyörätukku ja Bikeplanet.

3.7

Laajan tavaravalikoiman kauppa

Laajan tavaravalikoiman kauppa on ympäristöministeriön suosituksen mukaan ohjauksen piiriin kuuluvaa kauppaa. Kerrosalaltaan yli 2000 neliömetrin suuruinen myymälä on maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittama vähittäiskaupan suuryksikkö. Laajan tavaravalikoiman kaupaksi kutsutaan tässä myymälöitä, joilla on myynnissä usean eri toimialan tuotteita. Usein nämä ovat ns. alennustavarataloja, jotka kilpailevat laajan tavaravalikoiman ohella hinnoilla. Laajan tavaravalikoiman kauppooja kutsutaan myös erikoistavaratalokaupoiksi, sillä ne pääosin myyvät erikoistavaroita. Hypermarketteja ja perinteisiä keskustatavarataloja ei tässä käsitellä.

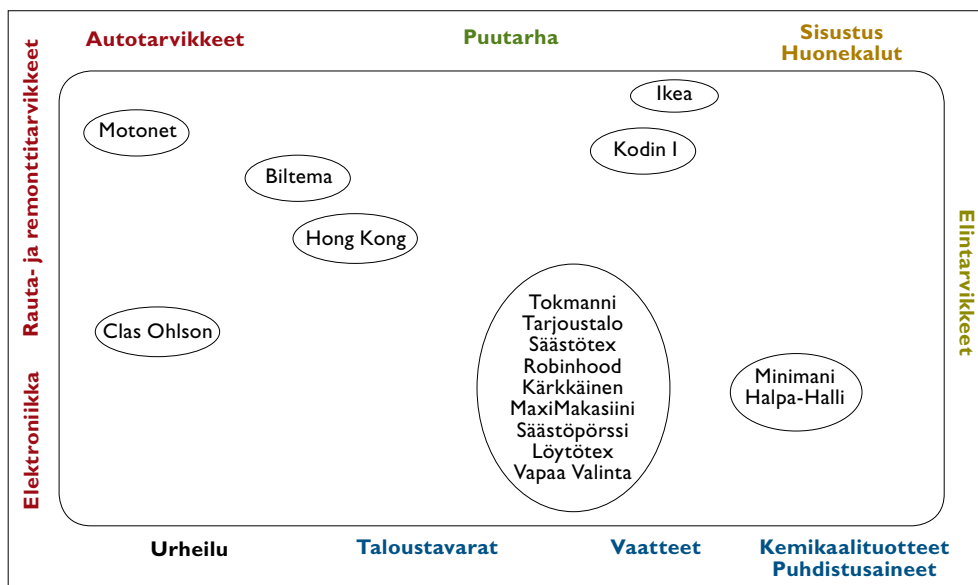
Laajan tavaravalikoiman kaupan tuotevalikoima on nimensä mukaisesti laaja. Tämän vuoksi kaupat tarvitsevat usein paljon tilaa. Tuotteet eivät kuitenkaan useimmiten ole suuria. Tuotevalikoimaan kuuluvat mm. vaatteet ja kengät, teknokemian tuotteet eli puhdistusaineet ja kemikaalituotteet, kotitaloustavarat, sisustustavarat, urheiluvaatteet ja -välineet, lelut, rautatarvikkeet, autotarvikkeet ja puutarhatuotteet. Yleensä myös kuivaelintarvikkeet, kuten makeiset, keksit ja erilaiset muut naposteltavat, kuuluvat toimialan liikkeiden tuotevalikoimaan. Joillakin liikkeillä on valikoimissaan myös tuore-elintarvikkeita (kuva 13).

Laajan tavaravalikoiman kaupat hakeutuvat pääosin keskustojen ulkopuolelle, jossa on paljon tilaa ja hyvä saavutettavuus. Lisäksi keskustojen ulkopuolella on yleensä alhaisempi vuokrataso tai alhaisemmat kiinteistökustannukset. Laajan tavaravalikoiman myymälöitä on paljon myös keskustoissa ja kauppakeskuksissa. Kooltaan ne tällöin ovat yleensä pienempiä ja niiden tuotevalikoima painottuu vaatteisiin, taloustavariin sekä puhdistusaineisiin ja kemikaalituotteisiin.

Laajan tavaravalikoiman myymälöitä ovat mm. Säästöporssi, Löytötex, Vapaa Valinta, Tarjoustalo, Tokmanni, Säästötex, Maxi-Makasiini, Saiturin Pörssi, Säästötalo Robinhood, Kärkkäinen, Hong Kong, Minimani ja Halpa-Halli. Minimani ja Halpahalli muistuttavat tuotevalikoimiltaan hypermarketteja, sillä päivittäistavarat ovat merkittävä tuoteryhmä. Lisäksi näiden tuotevalikoimaan kuuluvat mm. vaatteet, kengät, kotitaloustavarat ja teknokemiatuotteet kuten hypermarketeillakin. Minimaniassa on myös vapaa-aikaan ja remontointiin liittyviä tuotteita.

Säästöporssi, Löytötex, Vapaa Valinta, Tarjoustalo, Tokmanni, Säästötex, Maxi-Makasiini, Saiturin Pörssi, Säästötalo Robinhood, ja Kärkkäinen ovat Minimania ja Halpahallia enemmän erikoiskaupan tavarataloja. Myynnissä on kuivaelintarvikkeita ja vain yksittäisissä myymälöissä tuore-elintarvikkeita. Erikoiskaupan tuotevalikoimaltaan nämä muistuttavat Halpahallia ja Minimania.

Hong Kong -ketjun tavaravalikoima painottuu erikoistavariin. Päätuoteryhmät ovat rauta- ja remonttitarvikkeet, autotarvikkeet, puutarha- ja elektroniikkatuotteet. Tyypillisistä alennustavarataloista poiketen vaatteiden ja teknokemian osuus on pieni.



Kuva 13. Laajan tavaravalikoiman myymälät. Lähde: Tuomas Santasalo Ky 2007.

Muita laajan tavaravalikoiman liikkeitä ovat mm Clas Ohlson, Biltema sekä Motonet, joita ei tyypillisesti lueta alennustavarataloihin. Tuotteet ovat teknisiä ja painotuvat rautakaupan ja autotarvikekaupan tuotteisiin. Myynnissä on kuitenkin myös paljon muuta. Clas Ohlson on keskustoihin ja kauppakeskuksiin hakeutuva erikoistavaratalo, joiden tuotevalikoima painottuu teknisistä tuotteista harrastus-, rauta- ja kotitaloustarvikkeisiin.

Bilteman tuotteet ovat alunperin painottuneet autotarvikekauppaan ja muuhun tekniseen kauppaan. Tuotevalikoima on ajan myötä laajentunut enemmän pehmeään suuntaan. Ja nykyään voidaan hyvin puhua erikoistavaratalosta enemmän kuin autotarvikekaupasta. Tuoteryhmiä ovat autotarvikkeiden ja teknisen kaupan lisäksi mm. polkupyörät ja -tarvikkeet, kotitaloustarvikkeet ja muut sisustustuotteet, lelut sekä retkeilyvälineet. Biltemassa tilaa vaatii pikemminkin laaja tavaravalikoima kuin varsinaiset suuret, tilaa vaativat tavarat. Biltema on Suomessa sijoittunut keskustojen ulkopuolelle.

Motonet on Bilteman tavoin hyvin "miehinen" erikoistavaratalo. Motonetin tuotevalikoima painottuu autotarvikkeisiin sekä rautakauppatavaroihin ja muihin teknisiin tuotteisiin. Motonetissa on näiden tuoteryhmien ohella myös urheiluvälineitä, leluja, teknokemian tuotteita, kuivaelintarvikkeita sekä sisustustavaroita. Näiden ns. pientuotteiden osuus pinta-alasta on kuitenkin hyvin pieni. Motonettia voidaan mahdollisesti pitää tuotevalikoimaltaan enemmän tilaa vaativana kauppana kuin ohjauksen piiriin kuuluvana kauppana. Motonet sijoittuu tyypillisesti keskustojen ulkopuolelle.

Toimialat muuttuvat ja tuotevalikoimat laajenevat. Osa liikkeistä keskittyy täysin vain päätoimialan tuotteisiin, mutta liikkeissä saattaa myös olla sekä tilaa vaativan kaupan toimialojen että ohjauksen piiriin kuuluvien toimialojen tuotteita. Varsinkin sisustustuotteita tuodaan herkästi tuotevalikoimiin niin huonekalu-, rauta- kuin puutarha-kaupassakin.

Laajan tavaravalikoiman myymälät ovat hyvin erityyppisiä. Joidenkin myymälöiden tuotevalikoima painottuu tilaa vaativaan kauppaan ja joidenkin keskustahakuiseen erikoiskauppaan. Jotkut myymälät taas muistuttavat hypermarketteja.

4 Kaupan alueita keskustojen ulkopuolella

Keskustojen ulkopuolisten kaupallisten keskittymien tarjonta poikkeaa keskustojen tarjonnasta. Keskustojen ulkopuolelle hakeutuvat tyypillisesti markettien ohella tilaa vaativan kaupan myymälät. Keskustojen ulkopuolelle hakeutuu myös osa laajan tavaravalikoiman myymälöistä (erikoistavaratalot, halpahallit), koska ne vaativat laajan tavaravalikoimansa takia suuret myymälätilat.

Keskustojen ulkopuolelle on yhä enemmän sijoittumassa liikkeitä sellaisilta toimialoilta, jotka ovat perinteisesti sijoittuneet keskustoihin tai kauppakeskuksiin. Tällöin myymäläkonseptille on ominaista erittäin laaja tuotevalikoima, minkä vuoksi tarvitaan suuri myymälä. Lisäksi kilpailukeinona voi olla näkyvästi edullinen hintataso, jolloin liiketila ei saa kustannuksiltaan olla kovin kallis.

Seuraavassa tarkastellaan muutaman esimerkin pohjalta, millainen toimialarakenne keskustojen ulkopuolisille alueille tyypillisesti muodostuu ja miten se eroaa keskustojen kaupallisesta tarjonnasta. Keskustojen ulkopuolisia kaupan alueita on tarkasteltu Tampereella, Pirkkalassa, Espoossa, Vantaalla, Lohjalla ja Kouvolassa. Kahdessa viimeksi mainitussa on myös kartoitettu kaupungin keskustan kaupalliset palvelut.

4.1

Kaupan alueita pääkaupunkiseudulla ja Tampereen kaupunkiseudulla

Pääkaupunkiseutu

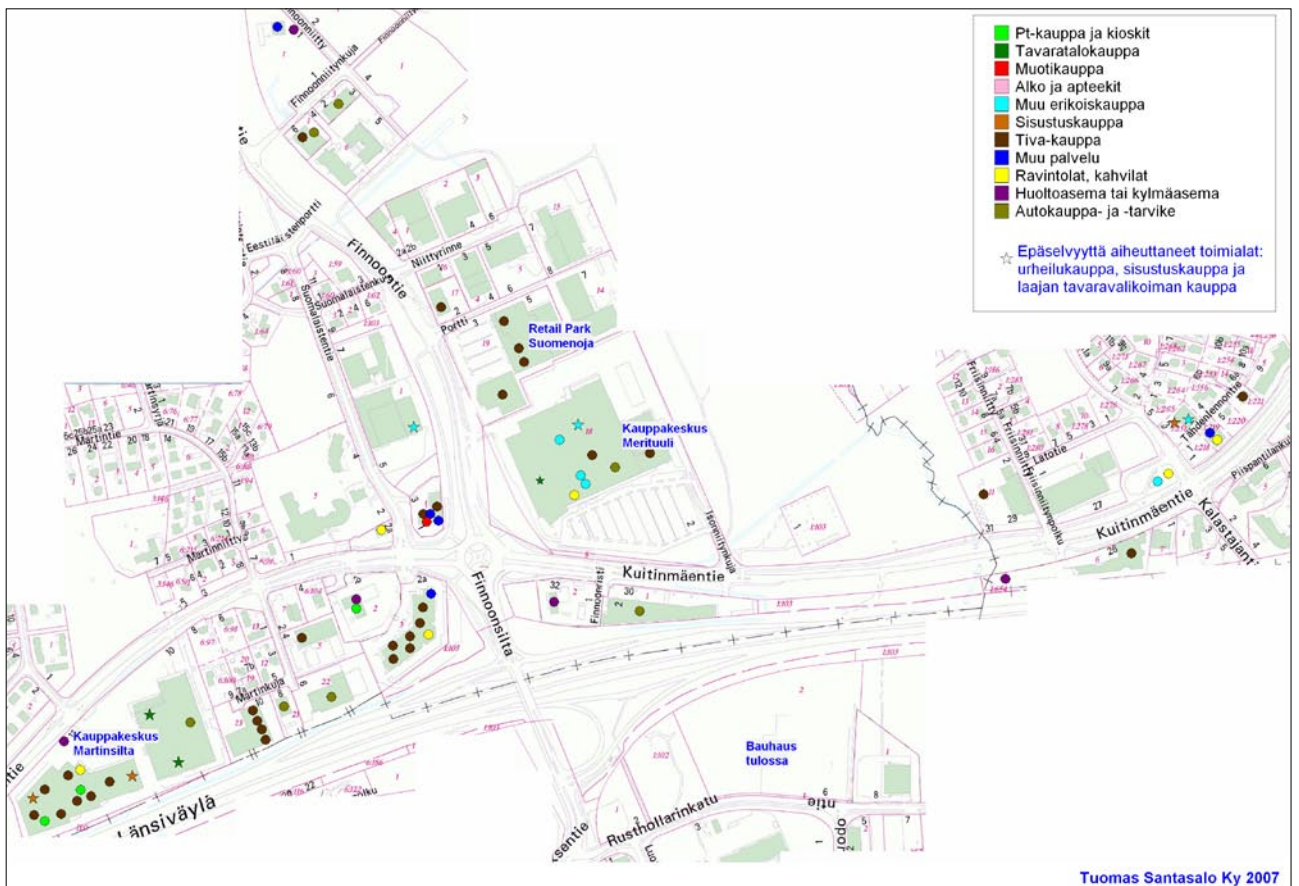
Pääkaupunkiseudulla kartoitettiin Espoon Suomenoja sekä Vantaan Tammisto kesälä 2007. Suomenoja sijaitsee Etelä-Espoossa Länsiväylän varrella. Lähin aluekeskus on Matinkylä/Olari. Tammisto on Tuusulanväylän varrella Keski-Vantaalla muutaman kilometrin päässä sekä lentoasemasta että Tikkurilan keskustasta (kuva 14).

Suomenojalla kaupalliset palvelut ovat keskittyneet pääosin Kuitinmäentien ja sen jatkeen Martinsillantien varrelle. Lisäksi kaupallisia palveluita on levinnyt Finnoon tien varrelle. Suomenojalla on useita liikekiinteistöjä. Suurimpia ovat Kodin Ykkösen, K-raudan, Musta Pörssin ja Volkswagen centerin muodostama Kauppakeskus Merituuli, Kauppakeskus Martinsilta, jonne on sijoittunut mm. Biltema, Tarjoustalo, Vepsäläinen, Jysk, Veikon Kone, Koti-Idea, Maskun kalustetalo ja Lidl sekä Askon, Sotkan ja Gigantin muodostama Retail Park Suomenoja.

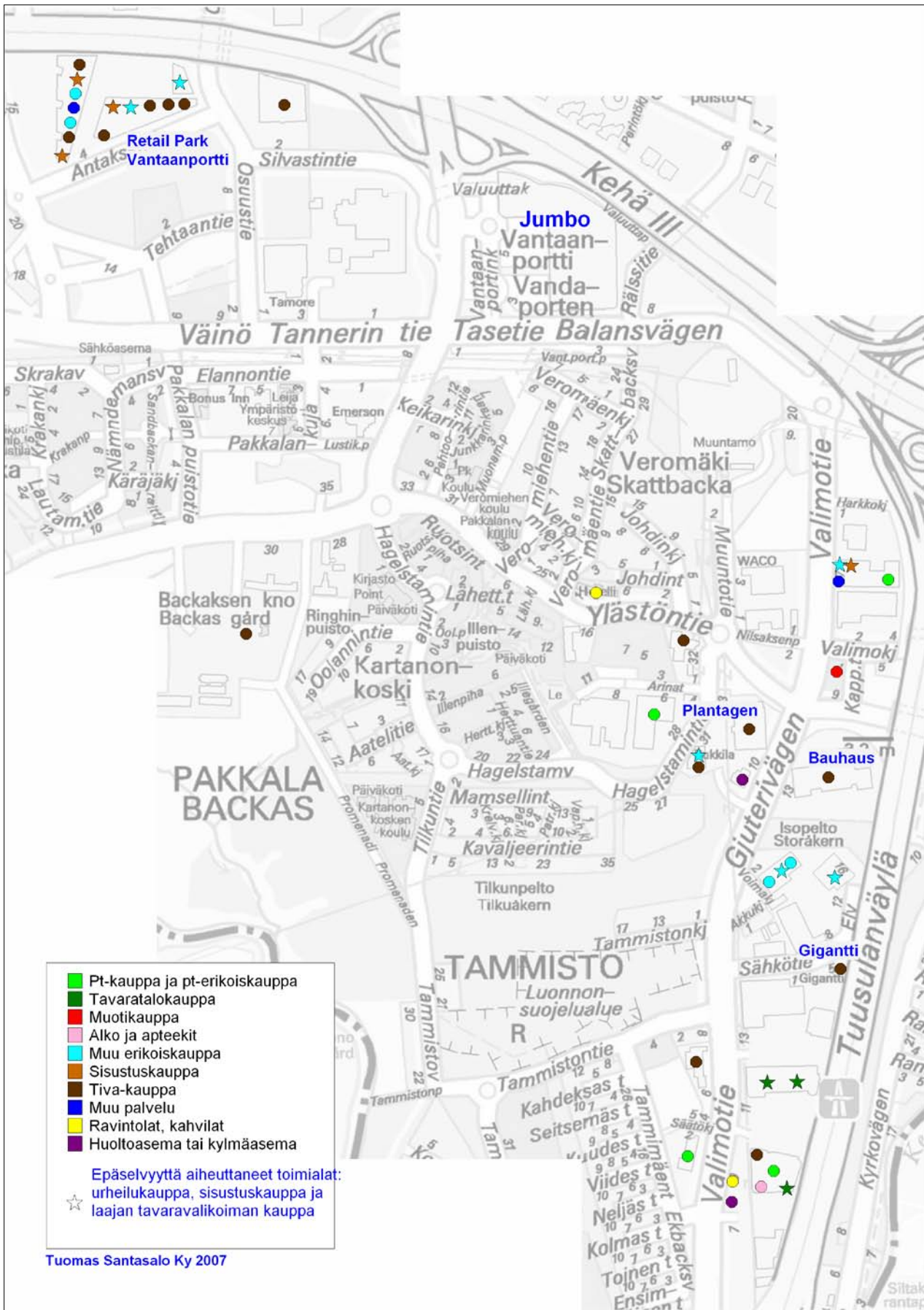
Kolmen suuren kauppakiinteistön lisäksi alueella on yksittäisiä liikekiinteistöjä, joihin on sijoittunut kaupallisia palveluita. Sisustustalossa Finnoonsillan ja Martinsillantien risteyksessä on mm. Markantalo, RTV ja Unikulma. Suomenojalle Länsiväylän eteläpuolelle on avattu Bauhaus ja sen viereen Plantagen, jotka vielä kartoitushetkellä olivat rakenteilla (kuva 15).



Kuva 14. Tutkitut alueet pääkaupunkiseudulla. Pohjakartta © Affecto Finland Oy, Lupa N0335.



Kuva 15. Suomenojan kaupallinen rakenne Espoossa kesällä 2007. Pohjakartta © Espoon kaupunki, Kaupunkimittausyksikkö.



Kuva 16. Tammiston kaupallinen rakenne Vantaalla kesällä 2007. Pohjakartta © Vantaan kaupunki.

Vantaalla kartoitettiin Tammiston lisäksi Retail Park Vantaanportti. Sen sijaan Kaupakeskus Jumboa ei otettu tarkasteluun mukaan. Tammistossa kaupalliset palvelut ovat rakentuneet nauhamaisesti Valimontien varteen. Alueen eteläosissa on päivittäistavarakauppaa Lidl ja K-Supermarket Jättijako ja tämän yhteydessä Tarjoustalo sekä Musta Pörssi. K-jättijaon vieressä on Hobby Hall sekä Stockmann Outlet. Alueen eteläisten päivittäistavarakauppojen lisäksi alueella toimii Halvan tehtaanmyymälä ja Vaasan&Vaasan leipomomyymälä, jotka molemmat luokitellaan päivittäistavara-kaupan erikoiskaupaksi.

Tammiston alueella on kodintekniikkakauppaa: Hirvox alueen eteläosissa, Gigantti alueen keskellä ja Markantalo alueen pohjoisosassa. Tammiston veturiyrityksiä ovat mm. Bauhaus ja Plantagen. Bauhausin naapurissa on Budget Sport sekä liikerakennus, jonne on sijoittunut mm. Toys'r'us ja Sportia. Tammistoon ovat useat ketjuliik-keet tuoneet ensimmäisen suurmyymälänsä Suomessa.

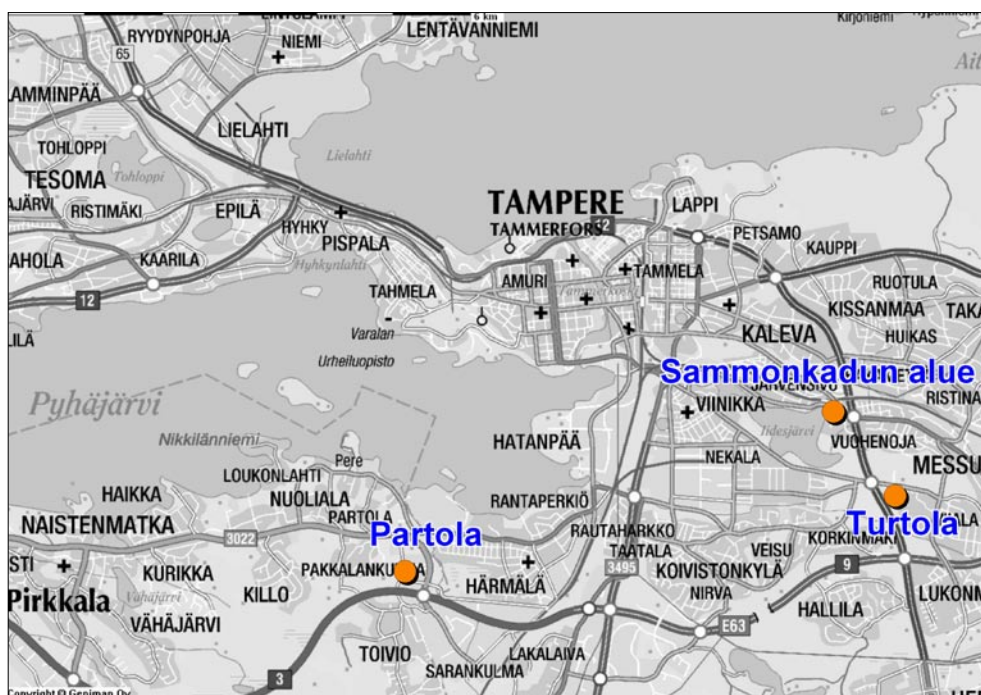
Tammiston alueeseen liittyy myös Pakkalassa sijaitseva Retail Park Vantaanportti jossa on mm. urheilukauppaa: Sprotia ja Stadium, huonekalu- ja sisustuskauppaa: Askon ja Sotkan Outlet, Vepsäläinen, Hemtex ja Jysk, keittiökälisteliike Kvik sekä kodintekniikkakauppaa: Veikonkone ja OnOff. Vantaanportin vieressä on K-rauta ja kartoituksen jälkeen avattu Länsiauton myymälä, Magneetti.

Tampereen kaupunkiseutu

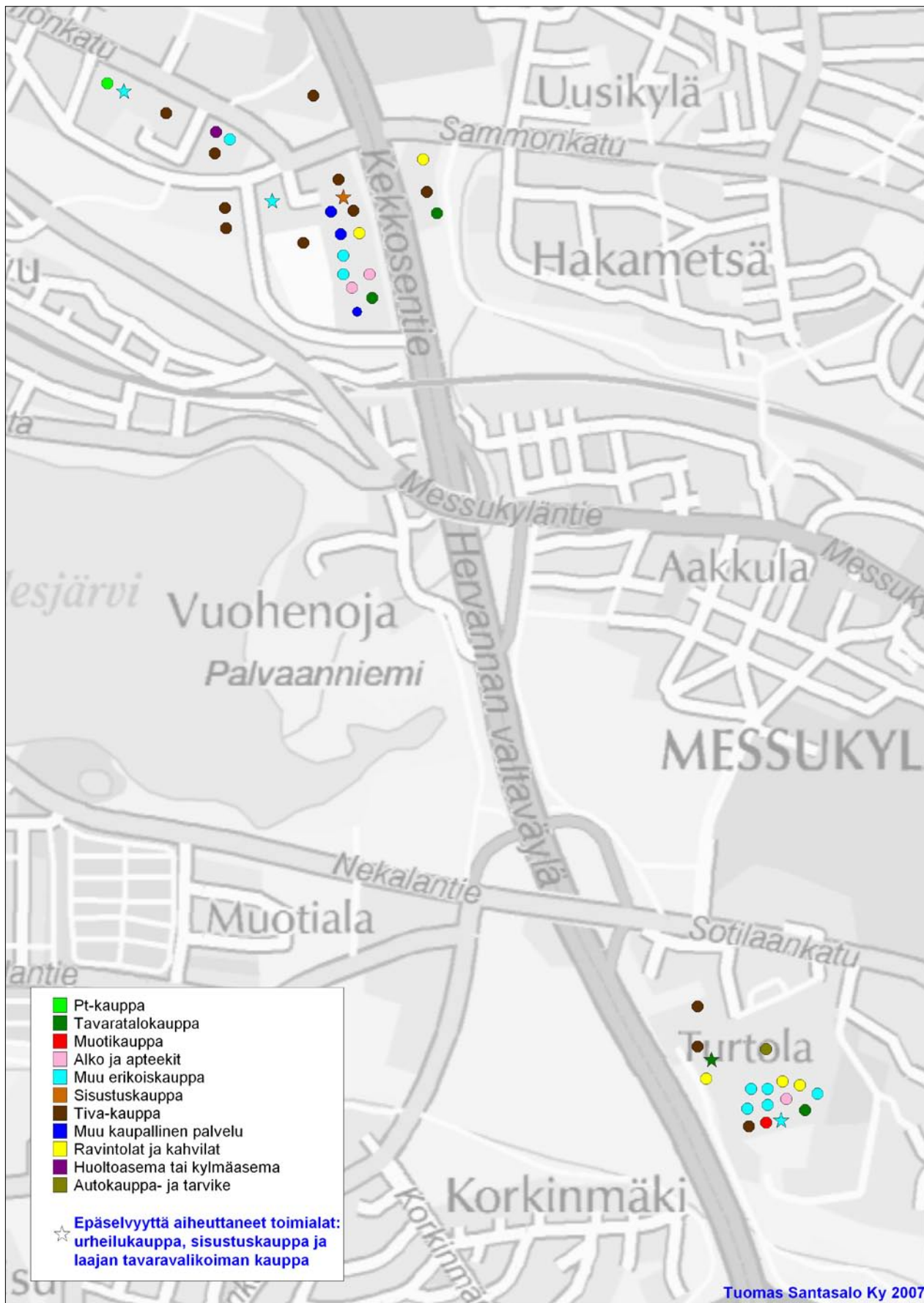
Tampereen seudulla kartoitettiin kesällä 2007 Turtolan ja Sammonkadun alue Tamperereella sekä Partolan alue Pirkkalassa. Turtola ja Sammonkatu sijaitsevat kilometrin päässä toisistaan Tampereen kaakkoispuolella. Partola sijaitsee Tampereen kehätien varressa muutaman kilometrin päässä Pirkkalan keskustasta (kuva 17).

Turtolassa kaikki kaupalliset toiminnot ovat yhdessä kiinteässä keskittymässä, jossa on mm. Kodin Ykkönen, Musta Pörssi, puutarhakauppaa sekä Citymarket. Citymarketin yhteydessä oli myös pieniä erikoisliikkeitä (kuva 18).

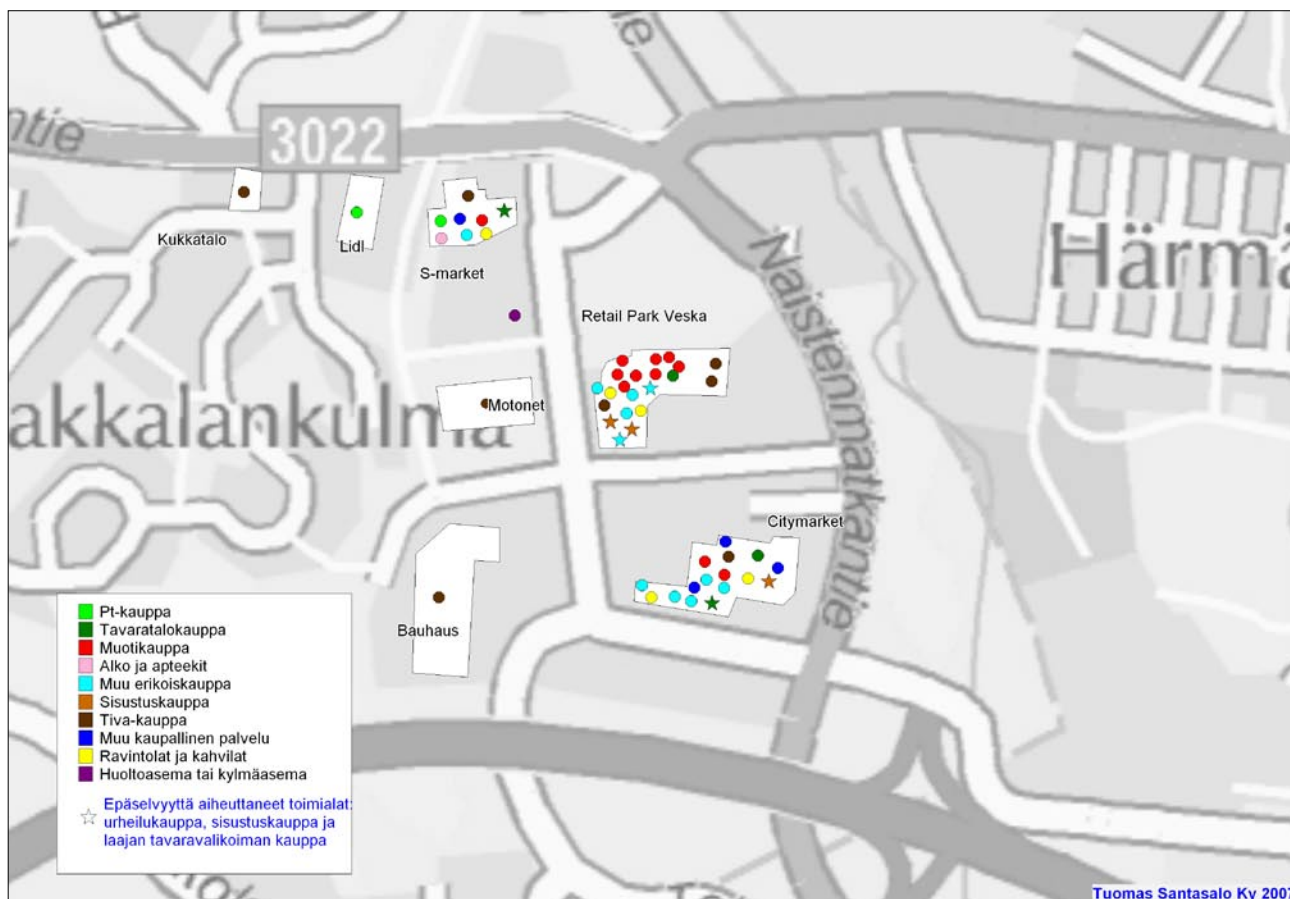
Sammonkadulla on yksi iso liikerakennus, jonne on sijoittunut Prisma sekä Prisman yhteyteen pieniä erikoiskauppoja ja palveluita. Rakennuksen toisessa päässä



Kuva 17. Tutkitut alueet Tampereen kaupunkiseudulla. Pohjakartta © Affecto Finland Oy, Lupa N0335.



Kuva 18. Turtolan ja Sammonkadun alueen kaupallinen rakenne Tampereella kesällä 2007. Pohjakartta © Affecto Finland Oy, Lupa N0335.



Kuva 19. Partolan kaupallinen rakenne Pirkkalassa kesällä 2007. Pohjakartta © Affecto Finland Oy, Lupa N0335.

ovat Asko, Sotka sekä Mattokulma. Prisman välittömässä läheisyydessä on Gigantti ja Gigantin takana Kruunukaluste sekä Tekniset-myymäla. Sammonkadun varrella ovat lisäksi mm. Stemma, Isku, maalikauppa, kaksi Sportiaa ja S-market. Kekkosen tien eli pääväylän toisella puolella ovat Halpahalli ja Veikon Kone. Sammonkatu muodostaa varsin monipuolisen kauppakesittymän, joka muodostuu pääosin TIVA-kaupoista ja päivittäistavarakaupan suuryksiköistä.

Partolassa on pari yksittäistä suurta liikettä: Bauhaus ja Motonet. Lisäksi Partolassa on kaksi markettia, Citymarket ja S-market, joiden yhteydessä on paljon pienliikkeitä. S-marketin viereen on lisäksi rakentunut Lidl. Partolassa on myös Retail Park Veska, kauppakeskusmainen kiinteistö, jonne on sijoittunut vain erikoiskauppaa sekä tilaa vaativaa kauppaä että muuta erikoiskauppaa kuten muotikauppaa (kuva 19).

Yhteenveto

Tutkituilla alueilla selvitettiin toimipaikkojen lukumäärä ja toimiala. Myymälöiden kerrosalatietoja ei selvitetty. Toimipaikkojen määrän ja toimialarakenteen perusteella kaikki tarkastellut alueet ovat erittäin monipuolisia kaupallisia keskittymiä. Tilaa vaativan kaupan lisäksi niille sijoittuu muita erikoistavarakauppoja, päivittäisvara-kauppoja sekä laajan tavaravaliokiman kauppoja, joiden joukossa on myös vähittäis-kaupan suuryksiköitä (taulukko 4).

Toimipaikkojen määrällä mitattuna Espoon Suomenoja on tutkituista alueista monipuolisin. Suomenojalla tilaa vaativan kaupan osuus toimipaikoista on kaikkein suurin. Yli puolet toimipaikoista on tilaa vaativaa kauppaä tai autokauppaa. Laajan tavaravaliokiman kauppaä, sisustuskauppaa ja urheilukauppaa alueella on yhteensä

Taulukko 4. Kaupallisten palveluiden lukumäärä ja osuudet Espoon Suomenojalla, Vantaan Tammistossa ja Pakkalassa, Tampereen Turtolassa ja Sammonkadulla sekä Pirkkalan Partolassa 2007.

	Espoon Suomenoja		Vantaan alueet		Tampereen alueet		Pirkkalan Partola	
Päivittäistavarakauppa ja kioskit	3	4 %	3	7 %	1	2 %	2	4 %
Hypermarketit ja tavaratalot					2	5 %	1	2 %
Laajan tavaravalikoiman kauppa	3	4 %	3	7 %	2	5 %	3	6 %
Urheilukauppa	3	4 %	6	14 %	3	7 %	2	4 %
Sisustuskauppa	3	4 %	4	10 %	1	2 %	3	6 %
Muotikauppa	1	1 %	1	2 %	1	2 %	11	22 %
Muu erikoiskauppa	4	6 %	5	12 %	11	26 %	10	20 %
Tilaa vaativa kauppa	31	44 %	14	33 %	12	29 %	8	16 %
Autokauppa, korjaamot	7	10 %					1	2 %
Huoltamot	5	7 %	2	5 %	1	2 %		
Ravintolat, kahvilat, hotellit	6	8 %	2	5 %	5	12 %	5	10 %
Muu kaupallinen palvelu	5	7 %	2	5 %	3	7 %	4	8 %
Kaupalliset palvelut yhteensä	71	100 %	42	100 %	42	100 %	50	100 %
Tiva ja autokauppa	38	54 %	14	33 %	12	29 %	9	18 %
Laajan tavaravalikoiman kauppa sekä urheilu- ja sisustuskauppa	9	13 %	13	31 %	6	14 %	8	16 %
Muotikauppa ja muu erikoiskauppa	5	7 %	6	14 %	12	29 %	21	42 %
Jumbo ei mukana tarkastelussa. Lähde: Tuomas Santasalo Ky 2007.								

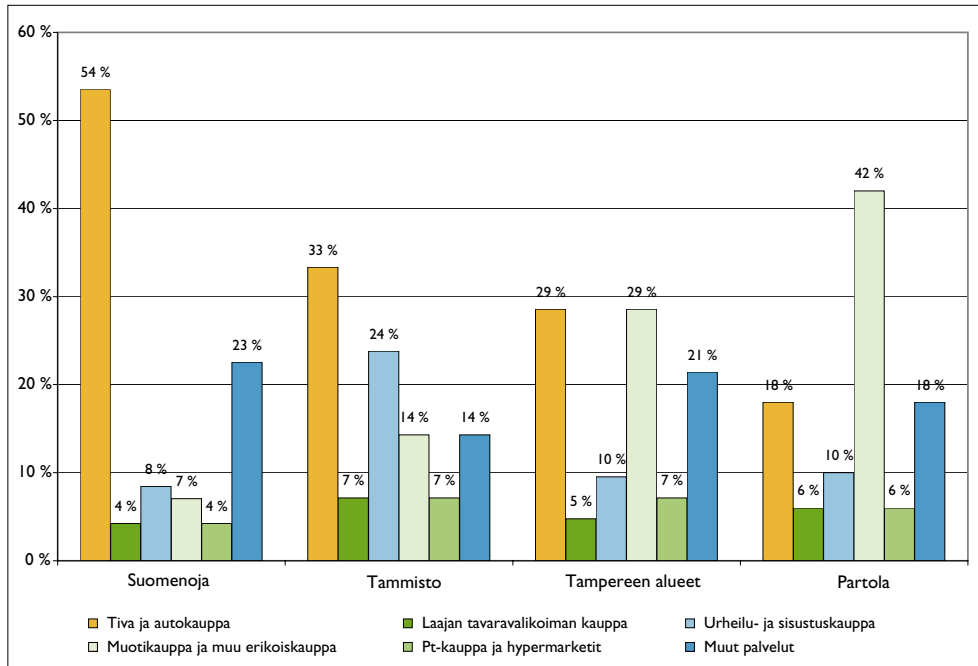
vain 13 % ja muuta erikoiskauppaa ja muotikauppaa 7 %. Muista alueista poiketen Suomenojalla ei ole hypermarkettia tai suurta päivittäistavarakauppaa. Tämän vuoksi muun erikoiskaupan määrä on alhainen verrattuna Tampereen ja Pirkkalan alueisiin. Suomenojalla on kuitenkin pienimuotoista päivittäistavarakauppaa: Lidl, K-market Nesteen huoltoaseman yhteydessä sekä R-kioski.

Vantaan alueet Tammistossa ja Pakkalassa painottuvat tilaa vaativaan kauppaan, mutta alueella on myös paljon ohjauksen piiriin kuuluvaa kauppa erityisesti laajan tavaravalikoiman kauppa, urheilukauppaa ja sisustuskauppaa. Tilaa vaativaa kauppa on kolmannes toimipaikoista. Laajan tavaravalikoiman kauppa, urheilukauppaa ja sisustuskauppaa on yhteensä lähes yhtä paljon. Tammistossa ei ole yhtään hypermarkettia tai tavarataloa, mutta yksi päivittäistavarakaupan suuryksikkö, K-Supermarket Jättijako sekä Lidl.

Tampereen alueilla Turtolassa ja Sammonkadulla on yhtä paljon tilaa vaativaa kauppa kuin muotikauppaa ja muuta erikoiskauppaa. Hypermarkettien yhteyteen sijoittuvat pienet erikoisliikkeet selittävät niiden kaupallista rakennetta.

Pirkkalan Partolan toimialarakenne eroaa vertailualueista siinä suhteessa, että sinne on keskittynyt merkittävästi muotikauppaa ja muuta erikoiskauppaa. Tilaa vaativan kaupan osuus toimipaikoista on vain 18 %, kun muotikaupan ja muun erikoiskaupan osuus on peräti 42 %. Tämä erityispiirre johtuu alueella sijaitsevan Retail Park Veskan myymälätarjonnasta.

Tutkittujen esimerkkien perusteella keskustojen ulkopuolisille alueille sijoittuu myös paljon muuta kuin tilaa vaativaa kauppa tai hypermarketteja mm. laajan tavaravalikoiman kauppooja sekä urheilu- ja sisustuskauppaa. Muotikauppa ei näyttäisi kovin yleisesti hakeutuvan keskustojen ulkopuolelle. Ainoastaan Partolassa sitä on runsaammin (kuva 20).

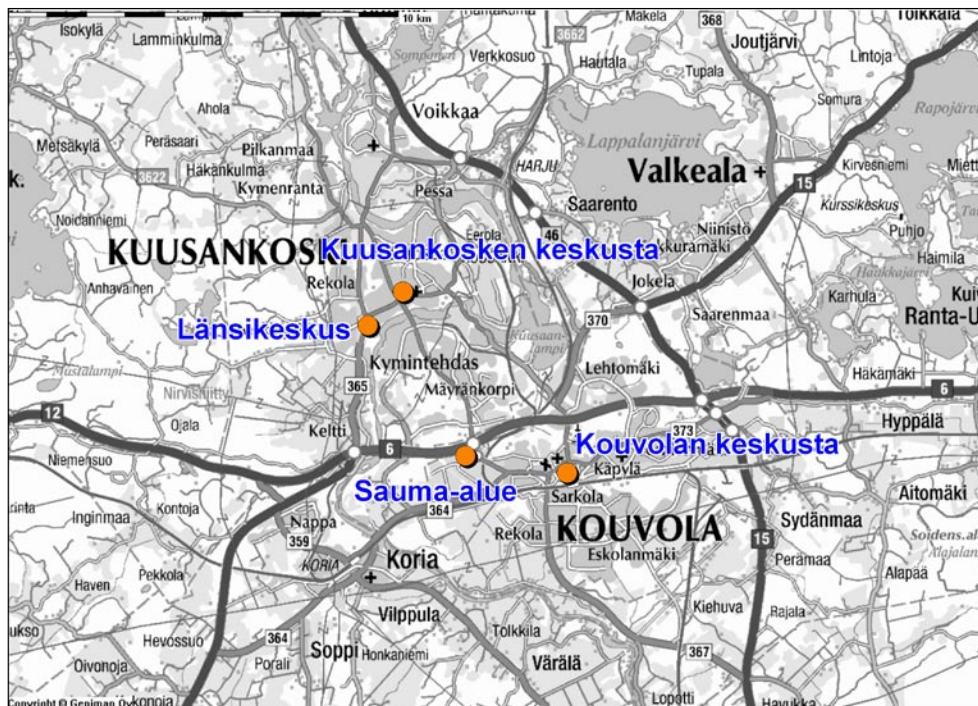


Kuva 20. Toimipaikkojen osuudet kaupallisissa keskittymissä.

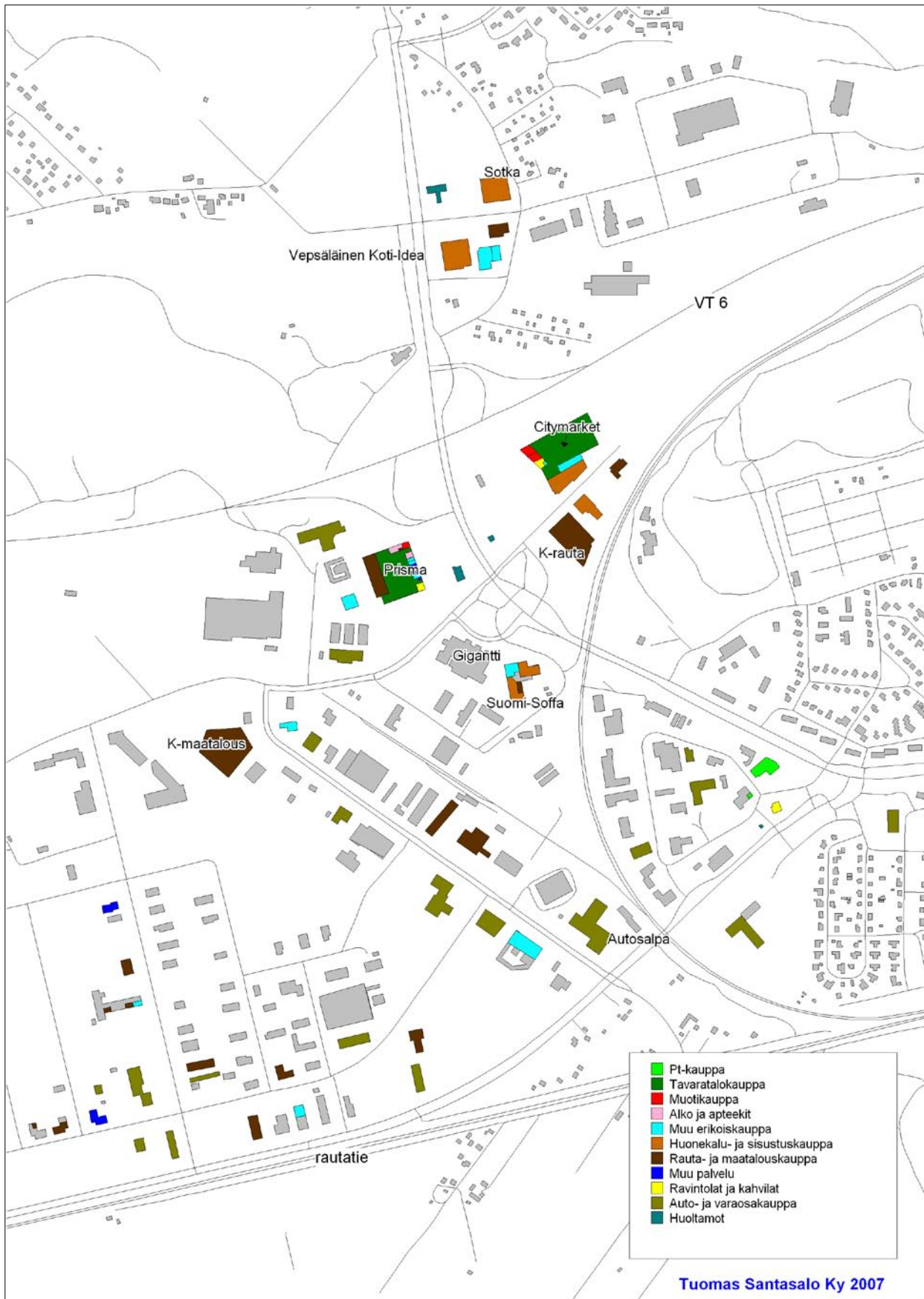
4.2

Kaupan alueet Kouvolassa ja Kuusankoskella

Kouvolassa ja Kuusankoskella kartoitettiin kuntien rajalla sijaitseva Sauma-alue ja Kuusankosken Länsikeskus. Lisäksi kartoitettiin Kouvolan ja Kuusankosken keskustat (kuva 21). Näin on voitu verrata keskustojen ja niiden ulkopuolisten kaupan alueiden kaupallista rakennetta.



Kuva 21. Tutkitut alueet Kouvolassa ja Kuusankoskella. Pohjakartta © Affecto Finland Oy, Lupa N0335.



Kuva 22. Sauma-alueen kaupallinen rakenne Kouvola ja Kuusankoskella syksyllä 2006. Lähde: Kouvolan seudun kaupalliset palvelut, Nykytilanne ja tulevaisuuden tarve; Kouvolan seudun kuntayhtymä 2007.

Sauma-alue on kartoitettu syksyllä 2006. Sauma-alue ulottuu kahden kunnan alueelle ja aluetta halkoo moottoriliikennetienä valtatie 6 (kuva 22).

Sauma-alue on laaja ja se jakautuu eri tyyppisiin alueisiin. Kuusankosken puolelle valtatie 6:n pohjoispuolelle sijoittuu muutama liikekiinteistö mm. Vepsäläinen, Koti-Idea, Sotka, Markantalo ja Värisilmä.

Valtatien eteläpuolelle aivan risteysalueelle on sijoittunut Prisma sekä Citymarket ja näiden yhteyteen erikoiskauppoja. Citymarketin vieressä toimii K-rauta. Keskeisellä alueella lähellä Citymarkettia ja Prismaa on uusi Retail Park, jossa on mm. Gigantti, Suomi-Soffa ja Sotka.

Alueen eteläosiin on sijoittunut auto- ja varaosakauppaa sekä teknistä kauppaa. Alue jakautuu toiminnallisesti kahteen osaan. Näiden lisäksi alueen itäosissa keskellä on rautatien erottama kolmion mallinen alue, jossa on Lidl sekä myös autokauppaa ja teknistä erikoiskauppaa.

Kuusankosken Länsikeskus sijaitsee noin kilometrin päässä keskustasta. Länsikeskuksessa ovat Lidl ja Spar sekä laajantavaravalikoiman kauppa Robin Hood (kuva 23).

Myymälöiden määrällä mitattuna Kouvolan ja Kuusankosken keskustat ovat selvästi monipuolisempia kuin keskustojen ulkopuoliset alueet. Toimintojen määrä Kouvolan ja Kuusankosken keskustoissa on yhteensä nelinkertainen Sauma-alueeseen ja Länsikeskukseen verrattuna. Palveluiden määrä kertoo kaupallisen keskittymän intensiteetistä enemmän kuin pinta-ala. Mitä enemmän on liikkeitä, sitä monipuolisempi tarjonta.

Kouvolan keskusta on kartoitettu vuonna 2004 ja Kuusankoski syksyllä 2006. Kouvolan keskustan kaupallinen rakenne on esitetty liitteessä 1.



Kuva 23. Länsikeskuksen ja keskustan kaupallinen rakenne Kuusankoskella syksyllä 2006.

Lähde: Kouvolan seudun kaupalliset palvelut, Nykytilanne ja tulevaisuuden tarve; Kouvolan seudun kuntayhtymä 2007.

Taulukko 5. Kaupallisten palveluiden määrä Kouvolassa ja Kuusankoskella 2006.

kpl	Kouvolan keskusta	Kuusankosken keskusta	Sauma-alue	Kuusankosken Länsikeskus	Alueet Yhteensä	Keskustat	Muut alueet
Päivittäistavarakauppa ja kioskit	16	5	2	3	26	21	5
Hypermarketit ja tavaratalot	1		2		3	1	2
Laajan tavaravalikoiman kauppa	4			1	5	4	1
Urheilukauppa	1	3			4	4	
Sisustuskauppa	17	2	1		20	19	1
Muotikauppa	42	10	3		55	52	3
Muu erikoiskauppa	56	13	11	2	82	69	13
Tilaa vaativa kauppa	14	4	28	2	48	18	30
Autokauppa, korjaamot	1	1	19	1	22	2	20
Huoltamot		2	4	1	7	2	5
Ravintolat, kahvilat, hotellit	57	9	3	1	70	66	4
Muu kaupallinen palvelu	120	24	6	2	152	144	8
Kaupalliset palvelut yhteensä	329	73	79	13	494	402	92
Tiva ja autokauppa	15	5	47	3	70	20	50
Osuus	5 %	7 %	59 %	23 %	14 %	5 %	54 %
Laajan tavaravalikoiman kaupan osuus	1 %			8 %	1 %	1 %	1 %
Urheilukaupan osuus	0 %	4 %			1 %	1 %	
Sisustuskaupan osuus	5 %	3 %	1 %		4 %	5 %	1 %
Yhteensä	7 %	7 %	1 %	8 %	6 %	7 %	2 %
Muotikauppa ja muu erikoiskauppa	30 %	32 %	18 %	15 %	28 %	30 %	17 %

Lähde: Tuomas Santasalo Ky ja Kouvolan seudun kuntayhtymä, Kouvolan ydinkeskusta ry.

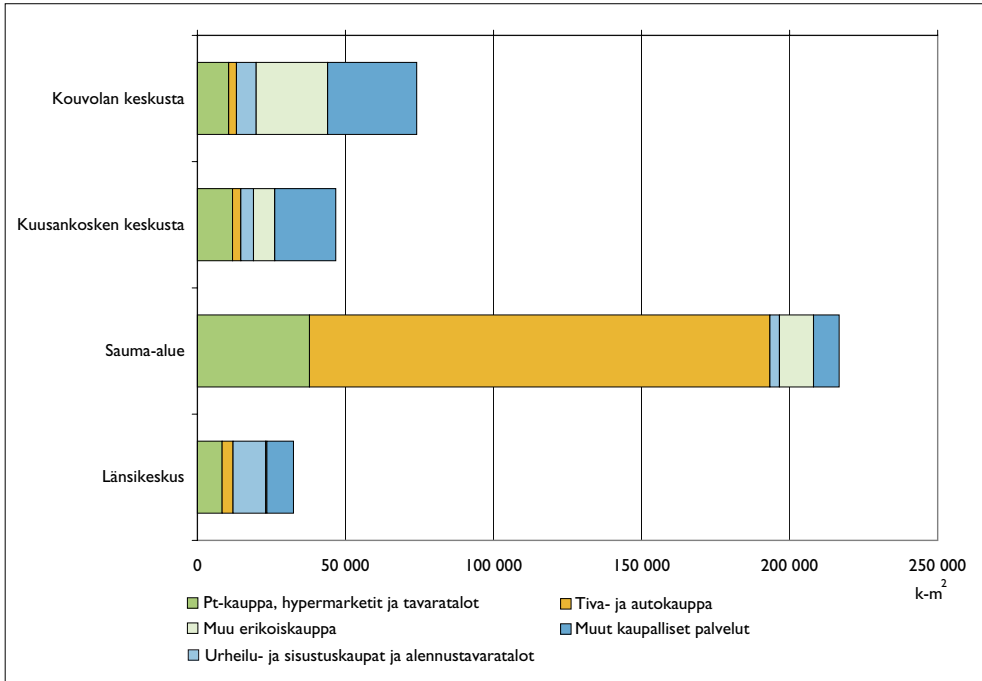
Kouvolassa ja Kuusankoskella tilaa vaativa kauppa on pääasiassa keskittynyt Sauma-alueelle. Urheilu- ja sisustuskauppaa on pääasiassa keskustoissa samoin laajan tavaravalikoiman kauppaa toimintojen määrällä tarkasteltuna.

Toimipaikkojen lukumäärän ohella pinta-ala kertoo tarjonnasta. Keskustoissa on yleensä monipuolinen kaupan tarjontaa, mutta liikkeiden koko pieni. Keskustojen ulkopuolisilla alueilla on liikkeitä on vähemmän, mutta ne ovat kooltaan keskimääräistä suurempia.

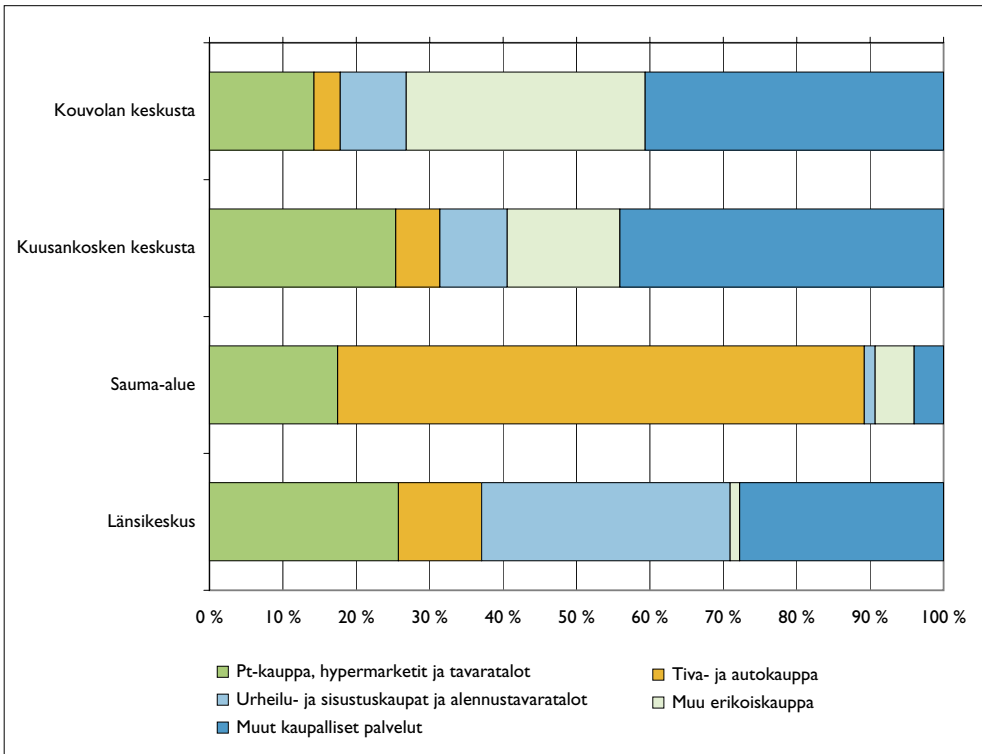
Kouvolassa ja Kuusankoskella keskustan ulkopuolisilla alueilla on kaksinkertainen määrä myymäläpinta-alaa¹ keskustoihin verrattuna (kuva 24). Sauma-alueella on myymäläkerrosalaa kaikkiaan yli 200 000 m², josta yli 70 % on tilaa vaativaa kauppaa ja autokauppaa. Kouvolan keskustassa kerrosalaa on noin 75 000 m² (taulukko 6).

Alueet erottuvat muutoinkin sen mukaan, miten kaupallisten palveluiden pinta-ala jakautuu (kuva 25). Laajan tavaravalikoiman myymälöiden pinta-alasta suurin osa on Länsikeskuksessa, vaikkakin liikkeitä on lukumääräisesti eniten Kouvolan kes-

¹ Myymälöiden pinta-ala on arvioitu karttatarkastelun perusteella. Pinta-ala kuvaa lähinnä kerrosalaa. Arvio on menetelmästä johtuen karkea eikä se täysin vastaa todellisia pinta-aloja. Tässä tarkastelussa karkeakin arvio antaa riittävän yleiskuvan eri tyyppisten liikeilojen osuudesta.



Kuva 24. Kaupallisten palveluiden pinta-ala Kouvolan ja Kuusankosken keskustassa sekä keskusto-
jen ulkopuolisilla kaupan alueilla 2006. (Kouvolan keskusta 2004)



Kuva 25. Kaupallisten palveluiden pinta-alan jakautuminen Kouvolan ja Kuusankosken keskustassa
sekä keskusto- ja ulkopuolisilla kaupan alueilla 2006. (Kouvolan keskusta 2004)

kustassa. Urheilukauppa sijoittuu kokonaisuudessaan keskustoihin. Sisustuskaupan pinta-ala jakautuu melko tasaisesti keskustoihin ja keskusto- ja ulkopuolelle. Muoti-
kauppa ja muu erikoiskauppa on keskittynyt keskustoihin, joskin Sauma-alueella on
muutamia kohtalaisen kookkaita muotikaupan myymälöitä. Varsinaiset päivittäis-
varakaupat ovat keskittynyt keskustoihin, kun taas hypermarketit ovat keskusto-
jen ulkopuolella. Keskustoissa on jonkin verran pienimuotoista tilaa vaativaa kaup-
paa.

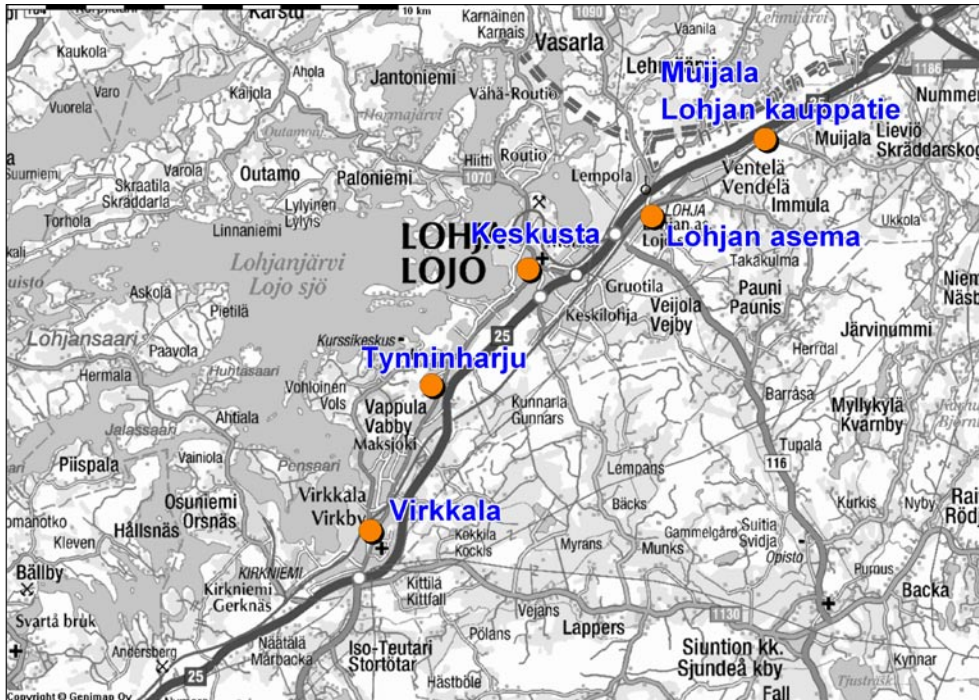
Taulukko 6. Kaupallisten palveluiden pinta-ala Kouvolassa ja Kuusankoskella 2006.

k-m ²	Kouvo- lan keskus- ta	Kuu- san- kosken keskus- ta	Sauma- alue	Kuu- san- kosken Länsi- keskus	Alueet Yhteen- sä	Keskus- tat	Muut alueet
Päivittäistavarakauppa ja kioskit	8 600	11 900	3 300	8 400	32 100	20 500	11 600
Hypermarketit ja tava- ratalot	1 900		34 600		36 500	1 900	34 600
Laajan tavaravalikoiman kauppa	2 700			11 000	13 700	2 700	11 000
Urheilukauppa	500	3 900			4 400	4 400	
Sisustuskauppa	3 500	300	3 200		7 100	3 900	3 200
Muotikauppa	14 400	3 200	2 200		19 900	17 700	2 200
Muu erikoiskauppa	9 700	3 900	9 400	400	23 400	13 600	9 800
Tilaa vaativa kauppa	2 500	2 200	93 100	2 900	100 700	4 700	96 000
Autokauppa, korjaamot	200	600	62 400	700	64 000	800	63 200
Huoltamot		1 800	3 200	1 300	6 300	1 800	4 500
Ravintolat, kahvilat, hotellit	11 300	7 200	2 000	700	21 200	18 500	2 700
Muu kaupallinen palvelu	18 800	11 600	3 400	7 000	40 900	30 400	10 500
Kaupalliset palvelut yhteensä	74 100	46 600	216 800	32 400	370 200	120 900	249 300
Tiva ja autokauppa	2 700	2 800	155 500	3 600	164 700	5 500	159 200
Osuus	4 %	6 %	72 %	11 %	44 %	5 %	64 %
Laajan tavaravalikoiman kaupan osuus	4 %			34 %	4 %	2 %	4 %
Urheilukaupan osuus	1 %	8 %			1 %	4 %	
Sisustuskaupan osuus	5 %	1 %	1 %		2 %	3 %	1 %
Yhteensä	9 %	9 %	1 %	34 %	7 %	9 %	6 %
Muotikauppa ja muu erikoiskauppa	33 %	15 %	5 %	1 %	12 %	26 %	5 %

Lähde: Tuomas Santasalo Ky ja Kouvolan seudun kuntayhtymä, Kouvolan ydinkeskusta ry.

Kaupan alueet Lohjalla

Lohjan keskustan ulkopuoliset kaupan keskittymät on kartoitettu toukokuussa ja lokakuussa 2006 Lohjan kaupungin taajamaosayleiskaava-selvitystä varten. Lisäksi on kartoitettu Lohjan keskustan sekä paikalliskeskusten, Virkkalan ja Lohjan aseman myymälät. Lohjalla on useita keskustan ulkopuolisia kaupallisia keskittymiä. Kaikki keskittymät ovat sijoittuneet nauhamaisesti Lohjanharjulle ja valtatie 25:n varrelle (kuva 26).

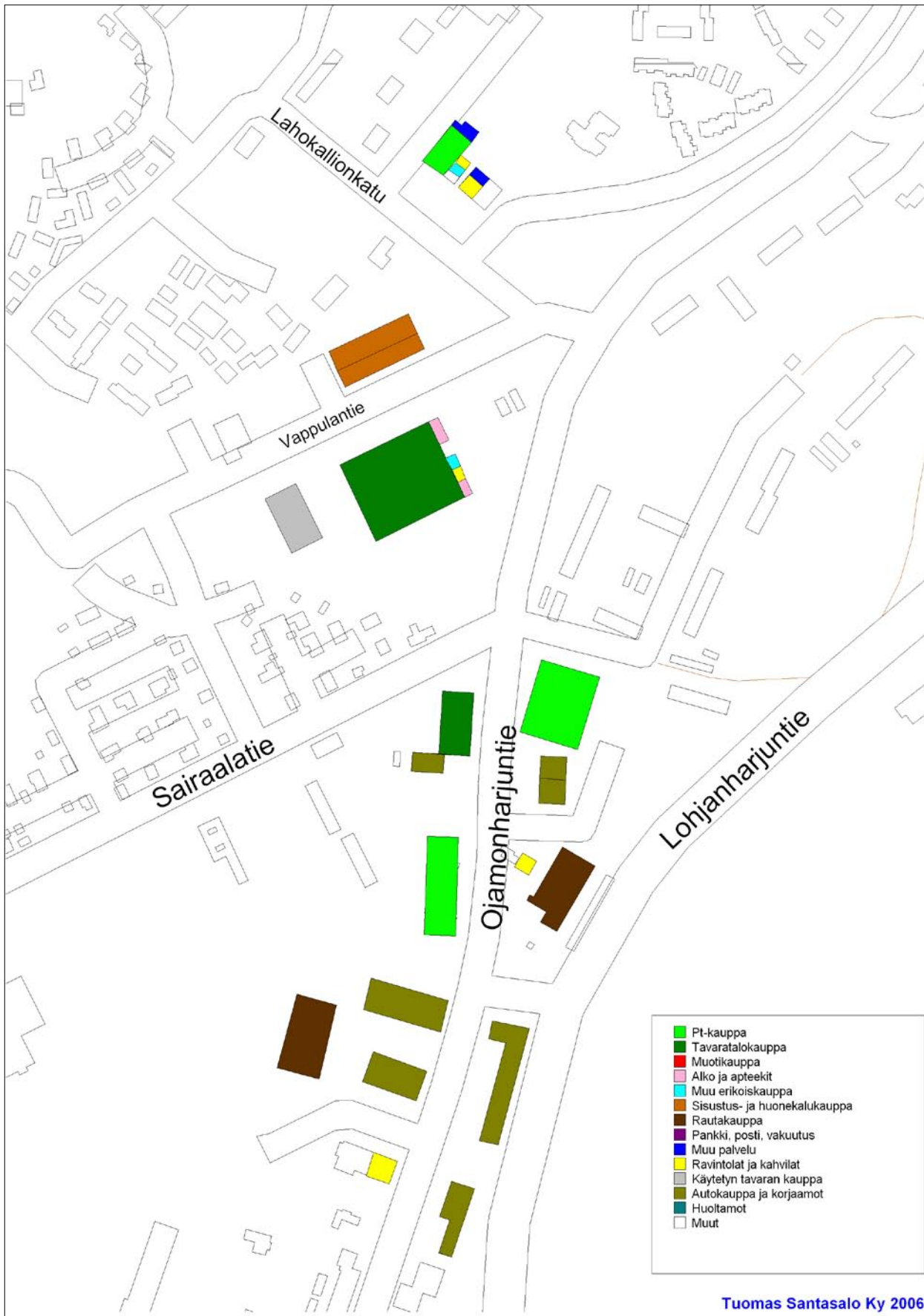


Kuva 26. Kaupan alueet Lohjalla. Pohjakartta © Affecto Finland Oy, Lupa N0335.

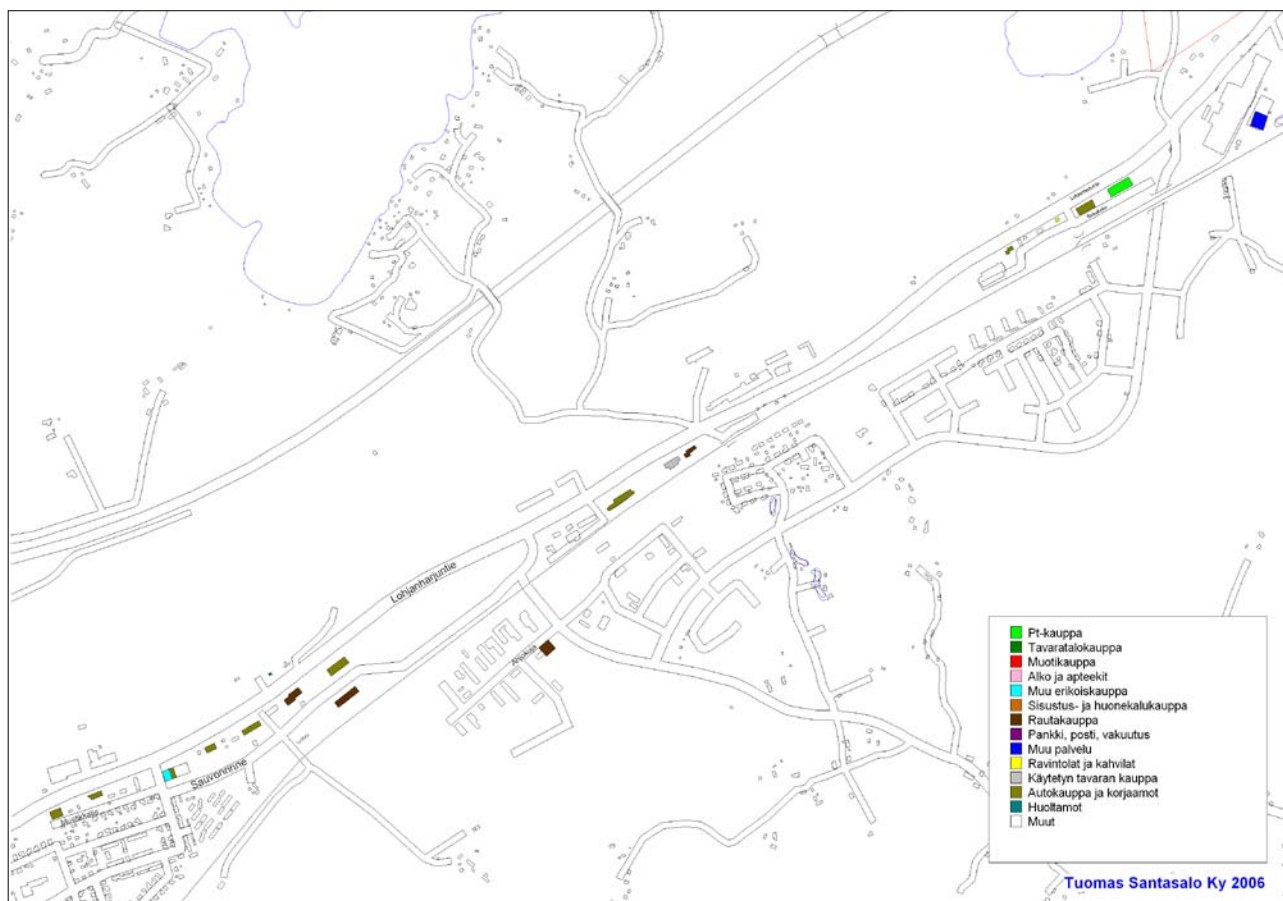
Tynninharju on market- ja tilaa vaativan kaupan keskittymä, jonne on sijoittunut mm. Citymarket ja S-market. Tynninharjulla on huonekalukauppaa alueen pohjoisosassa sekä autokauppaa ja rautakauppaa alueen eteläosassa. Alueelle on tulossa Lidl, K-rauta ja TK-Developmentin rakennuttama Retail Park (kuva 27).

Lohjanharjun Kauppatielle on sijoittunut hajanaisesti kaupallisia palveluita pääosin auto- ja varaosakauppaa sekä rautakauppaa. Palvelut ovat sijoittuneet pikänoimaisesti lähinnä Lohjanharjuntien eteläpuolelle. Kaupalliset palvelut jatkuvat pienen katkon jälkeen aina Muijalaan saakka. Muijalassa on autokaupan lisäksi myös K-market (kuva 28).

Lohjan keskustan ja edellä mainittujen keskittymien lisäksi kauppaa on sijoittunut vanhaan kuntakeskukseen Virkkalaan ja Lohjan asemalle, jotka ovat paikalliskeskus-ia. Keskusta-alueiden kartat ovat liitteissä 2, 3 ja 4.



Kuva 27. Tynninharjun kaupallinen rakenne Lohjalla 2006. Lähde: Lohjan kaupunki – Taajama-osayleiskaava, Kaupallinen selvitys; Lohjan kaupunki 2007.



Kuva 28. Kauppajien ja Muijalan kaupallinen rakenne Lohjalla 2006. Lähde: Lohjan kaupunki – Taajamaosayleiskaava, Kaupallinen selvitys; Lohjan kaupunki 2007.

Myös Lohjalla kaupallisia palveluita on lukumääräisesti eniten keskusta-alueilla. Tilaa vaativan kaupan osuus on kaupallisten palveluiden määrästä merkittävä keskustan ulkopuolisilla alueilla, erityisesti Muijalassa ja Lohjan Kauppatiellä (taulukko 7).

Kaupallisten palveluiden pinta-ala jakautuu aika lailla tasan keskustojen ja keskustojen ulkopuolisten alueiden kesken. Eniten pinta-alaa on kaupallisten palveluiden käytössä Lohjan keskustassa ja toiseksi eniten Tynninharjulla (kuva 29 ja taulukko 8).

Lohjan keskustassa myymäläpinta-ala jakautuu kohtalaisen tasaisesti eri toimintojen välillä. Keskustassa on jonkin verran myös tilaa vaativaa kauppaa. Lohjan asemalla on tilaa vaativaa kauppaa kohtalaisen paljon, 40 % myymäläpinta-alasta. Myös Virkkalassa on TIVA-kauppaa (kuva 30).

Tilaa vaativan kaupan pinta-ala keskittyy kuitenkin pääosin keskustojen ulkopuolisille alueille eli Tynninharjulle, Lohjan Kauppatielle, Muijalaan sekä muille alueille. Näillä alueilla sen osuus pinta-alasta on suurin. Myös laajan tavaravalikoiman kaupan pinta-ala keskittyy keskustan ulkopuolisille alueille. Urheilukauppa ja sisustuskauppa keskittyvät keskustoihin. Muotikauppaa ei ole keskustan ulkopuolisilla alueilla lainkaan.

Päivittäistavarakauppa sekä hypermarket-kauppa jakautui kohtalaisen tasaisesti keskustan ja keskustan ulkopuolisten alueiden välillä vuonna 2006. Syksyllä 2007 keskustassa avattu Prisma-keskus muuttaa hypermarket-kaupan painopisteen keskustaan.

Taulukko 7. Kaupallisten palveluiden määrä Lohjan kaupallisissa keskittymissä 2006.

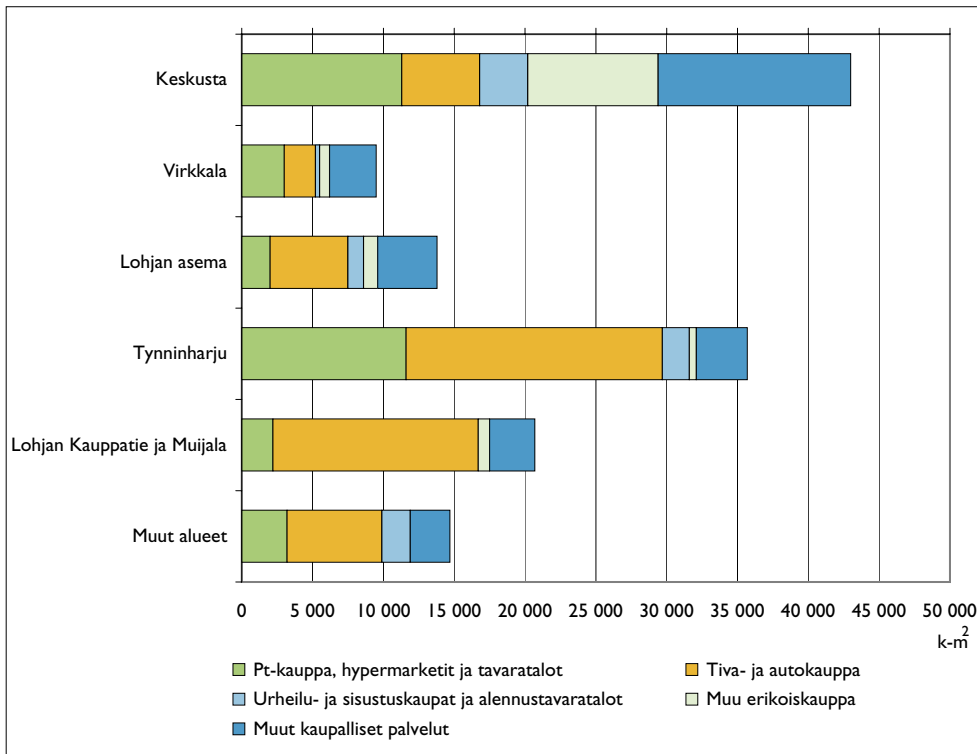
kpl	Kes- kusta	Virk- kala	Lohjan asema	Tyn- nin- harju	Muijala Kaup- patie	Muut alueet	Lohja yh- teensä	Kes- kusta- alueet	Muut alueet
Päivittäistavarakauppa ja kioskit	5	4	6	2	1	7	25	15	10
Hypermarketit ja tavaratalot	3			1			4	3	1
Laajan tavaravalikoiman kauppa	1		1	1		1	4	2	2
Urheilukauppa	5	2		1			8	7	1
Sisustuskauppa	15		2				17	17	
Muotikauppa	13	1					14	14	
Muu erikoiskauppa	34	4	4	3	1		46	42	4
Tilaa vaativakauppa	16	5	3	4	6	5	39	24	15
Autokauppa, korjaamot	14	1	2	7	9	7	40	17	23
Huoltamot	4	1	1		1	3	10	6	4
Ravintolat, kahvilat, hotellit	29	5	3	5	1	3	46	37	9
Muu kaupallinen palvelu	70	13	7	3	2	1	96	90	6
Kaupalliset palvelut yhteensä	209	36	29	27	21	27	349	274	75
Tiva ja autokauppa	30	6	5	11	15	12	27	41	38
Osuus	14 %	17 %	17 %	41 %	71 %	44 %	8 %	15 %	51 %
Laajan tavaravalikoiman kaupan osuus	0 %		3 %	4 %		4 %	1 %	1 %	3 %
Urheilukaupan osuus	2 %	6 %		4 %			2 %	3 %	1 %
Sisustuskaupan osuus	7 %		7 %				5 %	6 %	
Yhteensä	10 %	6 %	10 %	7 %		4 %	8 %	9 %	4 %
Muotikauppa ja muu erikoiskauppa	22 %	14 %	14 %	11 %	5 %		17 %	20 %	5 %

Lähde: Tuomas Santasalo Ky, Lohjan kaupunki.

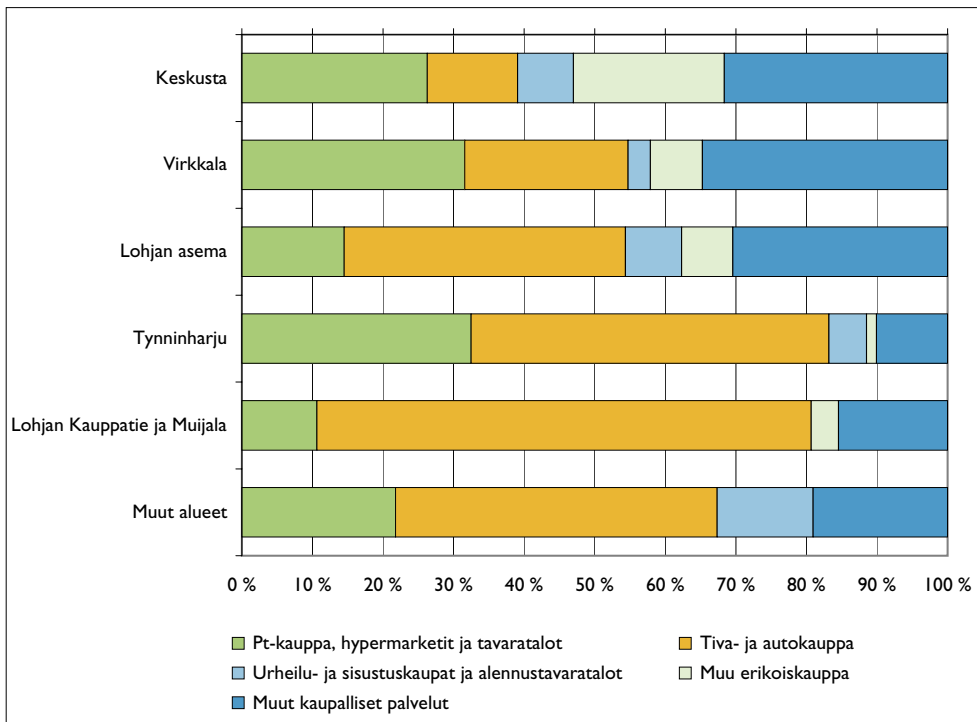
Taulukko 8. Kaupallisten palveluiden pinta-ala Lohjan kaupallisissa keskittymissä 2006.

k-m ²	Kes- kusta	Virk- kala	Lohjan asema	Tyn- nin- harju	Muijala Kaup- patie	Muut alueet	Lohja yhteen- sä	Kes- kusta- alueet	Muut alueet
Päivittäistavarakauppa ja kioskit	4 500	3 000	2 000	3 900	2 200	3 200	18 800	9 500	9 300
Hypermarketit ja tavaratalot	6 800			7 700			14 500	6 800	7 700
Laajan tavaravalikoiman kauppa	500		500	1 800		2 000	4 800	1 000	3 800
Urheilukauppa	1 500	300		100			1 900	1 800	100
Sisustuskauppa	1 400		600				2 000	2 000	
Muotikauppa	4 400	200					4 600	4 600	
Muu erikoiskauppa	4 800	500	1 000	500	800		7 600	6 300	1 300
Tilaa vaativa kauppa	3 200	1 600	1 700	8 600	5 800	4 200	25 100	6 500	18 600
Autokauppa, korjaamot	2 300	600	3 800	9 500	8 700	2 500	27 300	6 700	20 700
Huoltamot	600	200	600		100	800	2 300	1 400	900
Ravintolat, kahvilat, hotellit	4 900	800	500	1 300	100	1 200	8 700	6 200	2 600
Muu kaupallinen palvelu	8 100	2 300	3 100	2 300	3 000	800	19 700	13 500	6 100
Kaupalliset palvelut yhteensä	43 000	9 500	13 800	35 700	20 700	14 700	137 300	66 300	71 100
Tiva ja autokauppa	5 500	2 200	5 500	18 100	14 500	6 700	52 400	13 200	39 300
Osuus	13 %	23 %	40 %	51 %	70 %	46 %	38 %	20 %	55 %
Laajan tavarav. kaupan osuus	1 %		4 %	5 %		14 %	3 %	2 %	5 %
Urheilukaupan osuus	3 %	3 %		0 %			1 %	3 %	0 %
Sisustuskaupan osuus	3 %		4 %				1 %	3 %	
Yhteensä	8 %	3 %	8 %	5 %		14 %	6 %	7 %	5 %
Muotikauppa ja muu erikoiskauppa	21 %	7 %	7 %	1 %	4 %		9 %	16 %	2 %

Lähde: Tuomas Santasalo Ky, Lohjan kaupunki.



Kuva 29. Kaupallisten palveluiden pinta-ala Lohjan keskusta-alueilla ja keskustojen ulkopuolisilla kaupan alueilla 2006.



Kuva 30. Kaupallisten palveluiden pinta-alan jakautuminen Lohjan keskusta-alueilla ja keskustojen ulkopuolisilla kaupan alueilla 2006.

Keskustan ulkopuolisilla alueilla on sijoittunut tilaa vaativaa kauppaa ja myös muuta vähittäiskauppaa. Osalle alueista on sijoittunut hypermarketteja ja niiden yhteyteen pienimuotoista erikoiskauppaa. Myös muut laajan tavaravalikoiman myymälät ovat usein hakeutuneet keskustojen ulkopuolelle. Näitä on myös keskustoissa, mutta yleensä pienempinä yksiköinä.

Pääkaupunkiseudulla ja Tampereen kaupunkiseudulla market- ja TIVA-alueille on hakeutunut myös suuria ohjauksen piiriin kuuluvia erikoiskauppoja kuten urheilukauppoja ja lelukauppoja. Kouvolassa, Kuusankoskella ja Lohjalla urheilukauppa on edelleen keskittynyt pääosin keskustoihin.

Sisustuskauppaa on sekä keskustoissa että keskustojen ulkopuolella. Muotikauppa on pääosin keskittynyt keskuksiin, mutta esimerkiksi Partola on osittain muotikauppaan keskittynyt kauppakeskittymä.

5 Kokemukset tilaa vaativan kaupan tulkinnasta

Kuntien kokemuksia tilaa vaativan kaupan tulkinnasta selvitettiin haastatteluilla ja kyselyllä. Tarkoituksena oli selvittää, miten kunnat ovat tulkinneet tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja mitä ongelmia tilaa vaativan kaupan suositusten soveltamisessa on ollut. Aluksi haastateltiin neljän kunnan eli Vantaan, Lohjan, Pirkkalan ja Hyvinkään kaavoittajia ja rakennustarkastajia. Haastateltavien nimet ovat liitteessä 5.

Haastattelujen pohjalta tehtiin kysely, joka lähetettiin 11 kuntaan sekä kaavoittajalle että rakennustarkastajalle. Kunnat olivat Kouvola, Kuusankoski, Pietarsaari, Pederöre, Oulu, Oulunsalo, Kuopio, Siilinjärvi, Porvoo, Tampere ja Ylöjärvi. Yhteensä kyselyitä lähetettiin 23. Tampereelle lähti kolme kyselyä asemakaavoittajalle, yleiskaavoittajalle sekä rakennusvalvontaan. Vastauksia saatiin neljästä kunnasta yhteensä kuusi kappaletta eli 30 %. Vastajien määrä jäi vähäiseksi, mutta vastaukset täydensivät hyvin haastattelujen tuloksia. Kyselylomake ja saatekirje ovat liitteessä 6.

Haastattelujen ja kyselyn lisäksi marraskuussa 2007 järjestettiin ympäristöministeriössä asiantuntijatapaaminen koskien tilaa vaativan kaupan suositusten soveltamista. Tapaamiseen kutsuttiin kaavoittajia sekä kunnista että maakunnista, rakennusvalvojia, kaupan edustajia ja rakennuttajia. Tapaamiseen osallistuville lähetettiin etukäteen luonnos paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan selvityksestä. Tapaamisesta toivottiin saatavan kommentteja selvityksessä esiin tulleisiin ongelmiin, mahdollisia uusia näkökulmia aiheeseen ja mielipiteitä uudistettavaan suositukseen.

5.1

Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinta kunnissa

Kyselyn ja haastattelujen mukaan tilaa vaativaa kauppaa on tulkittu kunnissa eri tavoin. Se, mitkä eri liikkeet tulkitaan tilaa vaativaksi kaupaksi ja mitkä ohjauksen piiriin kuuluvaksi kaupaksi, vaihteli haastatteluun osallistuneissa ja kyselyyn vastanneissa kunnissa.

Liikkeitä, joita kyselyn ja haastattelujen mukaan on tulkittu tilaa vaativaksi kaupaksi, ovat rautakaupat (K-rauta, Terra, Starkki, Agrimarket, Bauhaus) ja rakenteellisen sisustamisen kaupat (RTV). Myös puutarhakauppa Plantagen on tulkittu tavaksi, samoin kodintekniikkakaupat (Mustapörssi, Markantalo, Expert, Gigantti). Huonekalukaupat kuten Asko, Isku ja Koti-Idea on myös yksiselitteisesti tulkittu TIVA-kaupaksi.

Ympäristöministeriön suosituksessa sääntelyn piiriin kuuluvaksi katsotut Ikea ja Kodin Ykkönen on joissakin selvityksessä mukana olevissa kunnissa tulkittu tavaksi ja joissakin ohjauksen piiriin kuuluvaksi. Urheilukauppojen tulkinnassa (InterSport,



Kuva 31. Rautakaupat on tulkittu tilaa vaativiksi kaupaksi.

TopSport, BudgetSport) on ollut myös epäselvyyksiä. Joissakin kunnissa urheilukaupan myymälät on tulkittu tilaa vaativaksi kaupaksi. Yleensä kuitenkin urheilukaupat on tunnistettu ohjauksen piiriin kuuluviksi.

Biltema ja Motonet on kunnissa kyselyn ja haastattelujen mukaan tulkittu tilaa vaativaksi kaupaksi. Tämä on parissa kunnassa herättänyt kuitenkin epävarmuutta, sillä liikkeissä myydään paljon muutakin kuin auto- ja rautatarvikkeita. Muut laajan tavaravalikoiman kaupat on tulkittu pääosin ohjauksen piiriin kuuluvaksi, mutta yksittäisissä tapauksissa näitä on myös tulkittu tilaa vaativaksi kaupaksi.

5.2

Suosituksen soveltamisen ongelmat

Kyselyn ja haastattelujen mukaan ympäristöministeriön tulkintaohjeen soveltaminen on kunnissa ollut vaikeaa. Ongelmat ovat pääosin liittyneet toimialan määrittelyyn ja oheistuotteisiin. Joissakin kunnissa on myös ollut epätietoisuutta siitä, minkälainen liikerakennus tai rakennusrypäs tulkitaan sellaiseksi myymäläkeskittymäksi, johon tulee soveltaa vähittäiskaupan suuryksikköä koskevia maankäyttö- ja rakennuslain säännöksiä.

Haastattelujen mukaan rakennusliikkeistä ainakin suurimmat tuntevat suosituksen, samoin keskusliikkeet. Sen sijaan laajan tavaravalikoiman yritykset eivät aina tunne sitä.

Kunnissa epäselvyyttä on aiheuttanut se, mitkä myymälät tulkitaan tilaa vaativaksi ja mitkä liikkeet ohjauksen piiriin kuuluvaksi, koska myymälän **toimialaa** on hankala tunnistaa. Tässä suhteessa hankalia ovat olleet mm. rauta- ja huonekalukaupat, joissa myydään yhä enemmän sisustustavaroita.

Epäselvyyttä on liittynyt myös siihen, kuinka paljon myymälän tavaravalikoimassa voidaan sallia pientä tavaraa, jotta myymälä vielä tulkitaan paljon tilaa vaativan erikoistavaran myymäläksi. Miten tulisi suhteutua esimerkiksi rautakauppojen pieniin tuotteisiin?

Myös **oheistuotteet** ovat aiheuttaneet kunnissa epäselvyyksiä. Epäselvyyttä on ollut muun muassa siitä, milloin on kysymys toimialaan kuuluvista ja toimialaan kuulumattomista oheistuotteista. Lisäksi pohdittiin, miten oheistuotteiden osuutta



Kuva 32. Jotkut laajan tavaravalikoiman kaupat ovat luonteeltaan lähellä tilaa vaativaa kauppaa.

voidaan käytännössä mitata. Oma ongelmansa on oheistuotteiden osuuden vaihtelu esimerkiksi sesongin mukaan. Kesällä tuotevalikoimassa saattaa olla isoa tavaraa, kuten kesäkalusteita, grillejä, mönkijöitä ja veneitä, kun taas talvella on enemmän pientä tavaraa.

Laajan tavaravalikoiman myymälät on monessa tutkitussa kunnassa koettu tulokinnan kannalta vaikeaksi toimialaksi. Haastatteluissa ilmeni, että laajan tavaravalikoiman myymälät koetaan monessa tapauksessa olevan luonteeltaan lähempänä tilaa vaativaa kauppaa kuin ohjauksen piiriin kuuluvaa kauppaa. Yhtenä perusteena mainittiin, ettei niissä myydä päivittäistavaroita. Tämä ehkä johtuu siitä, että edelleen esiintyy näkemyksiä, että vain päivittäistavarakaupan suuryksiköt kuuluvat sääntelyn piiriin. Myös monet toiminnanharjoittajat tulkitsevat laajan tavaravalikoiman myymälät tilaa vaativaksi kaupaksi ja markkinoivat niitä sellaisina kuntien viranomaisille

Laajan tavaravalikoiman myymälät ovat viime vuosina laajentaneet toimintaansa. Ne pyrkivät sijoittumaan keskustojen ulkopuolelle, jossa on tarjolla tilaa ja edullisempia tontteja. Kunnat kokivat vaikeaksi löytää sopivia paikkoja halpahalleille ja muille laajan tavaravalikoiman kaupoille.

Vähittäiskaupan myymäläkeskittymän määrittely koettiin monissa haastatteluihin tai kyselyyn osallistuneissa kunnissa hankalaksi. Paljon epävarmuutta liittyy siihen, milloin jokin rakennushanke muodostaa yksin tai yhdessä muiden hankkeiden kanssa sellaisen myymäläkeskittymän, joka on vaikutukseltaan vähittäiskaupan suuryksikköön rinnastettava ja johon sen vuoksi on sovellettava vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevia MRL:n säännöksiä. Muun muassa seuraavia kysymyksiä esitettiin: Kuinka suuri myymäläkeskittymä voi olla, kuinka monta alle 2 000 k-m²:n myymälää siihen voidaan sijoittaa, otetaanko arvioinnissa huomioon myös tilaa vaativan kaupan myymälät ja voivatko eri tonteilla sijaitsevat rakennukset muodostaa myymäläkeskittymän?

Tulkinnan ongelmat vaikuttavat kaavoituksen lisäksi myös rakennusvalvontaan. Yhtenä ongelmana tuli esiin se, ettei rakennuslupaa haettaessa aina tiedetä, mitä liikkeitä rakennukseen tulee. Toinen kysymys on, miten pystytään valvomaan sitä, että rakennusta käytetään luvan edellyttämällä tavalla. Miten käytännössä onnistuu tuotevalikoimien muutosten seuranta?

Rakennustarkastajat kokivat tuotevalikoimien muuttumisen valvonnan turhauttavaksi. Joissain kunnissa pohdittiin jopa, onko se edes tarkoituksenmukaista ja



Kuva 33. Myymäläkeskittymä-määritelmä on koettu hankalaksi.

kaupungin intressissä. Rakennusvalvonta koki joissakin kunnissa olevansa kahden tulen välissä, kun kunta haluaa olla yrittäjäystävällinen, joustava ja nopea.

Tuotevalikoiman muuttuminen ei kuitenkaan vielä ole ollut yleinen ongelma. Kunnissa ei juurikaan ole tullut eteen tilanteita, joissa tilaa vaativan tavaran myymälä olisi laajentanut tavaravalikoimaansa merkittävästi ohjauksen piiriin kuuluville toimialoille. Kunnissa kuitenkin arvioitiin, että ongelmat ovat edessä tulevaisuudessa, koska tilaa vaativa kauppa on kehittymässä laajan tavaravalikoiman suuntaan.

Haastatteluissa kävi ilmi, että suosituksen soveltamisen ongelmien lisäksi kunnissa on jonkin verran epätietoisuutta naapurikunnissa toteutetuista kauppahankkeista. On ihmetelty, miten naapurikunnassa on voitu jokin liike sijoittaa keskustan ulkopuolelle, vaikka se ei näytä tukevan yhdyskuntarakennetta. Lisäksi tasavertaisuus mietitytti. Nopein ehtii saada vähittäiskaupan suuryksikön. Hitaammat jäävät ilman, jottei tulisi ylitarjontaa.

5.3

Huomioita tulkinnan selkeyttämiseen sekä toiveita opaskirjan päivitykseen

Haastatteluihin ja kyselyyn osallistuneissa kunnissa oltiin sitä mieltä, että tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnan päivitys on tarpeen. Tulkintaa halutaan selkeytettävän. Toivotaan selkeitä rajoja tilaa vaativan ja muun tavaran suhteesta tai pinta-aloista ja selkeää tulkintaa siitä, mitkä toimialat luetaan tilaa vaativaan kauppaan ja mitä ei lueta. Luetteloja liikkeistä tunnuttiin osittain vierastettavan, sillä listat vanhenevat nopeasti myymäläkonseptien muuttuessa.

Tulkinnan väljentämisestä oltiin montaa mieltä. Moni oli nykytilanteeseen tyytyväinen, joku halusi määritelmää väljennettävän. Oheistuotteiden osuus koettiin pieneksi. Toivottiin, että kausivaihtelut voidaan jotenkin ottaa huomioon. Kaupungin koko toivottiin myös otettavan huomioon.

Suositukseseen toivottiin selventäviä esimerkkejä myymälöistä, jotka luetaan paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaan ja joita ei lueta. Lisäksi kaivattiin esimerkkejä siitä, minkälaiset myymäläyhdistelmät tulkitaan maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittamaksi myymäläkeskittymäksi, joka on vaikutuksiltaan vähittäiskaupan suur-



Kuva 34. Tulkintaesimerkkejä myymäläkeskittymistä kaivataan.

yksikköön verrattava. Lisäksi toivottiin havainnollisia esimerkkejä siitä, minkälaisia ja minkä kokoisia myymälöitä voidaan sijoittaa alueelle, joka on asemakaavassa tarkoitettu vain tilaa vaativalle kaupalle. Myös toimialan kehitys kiinnostaa jonkin verran. Lisäksi kaivattiin rakennusvalvonnan keinojen ja toimintatapojen esittelyä.

Mitään valmiita ratkaisuja tulkinnan selkeyttämiseen ei kuitenkaan esitetty, vaikka lähes kaikki haastatellut ja kyselyyn vastanneet kokevatkin nykytilanteen ongelmalliseksi. Moni katsoi, että kaupan luonne ratkaisee, ei mittanauhalla mitatut hyllymetrit. Esimerkkeinä mainittiin muun muassa Motonet ja Terra, joita pidettiin luonteeltaan selvästi tilaa vaativana erikoiskauppana, vaikka tavaravalikoiman tarkempi tarkastelu saattaisi tuottaa toisen tuloksen.

Kunnissa oli myös löydetty toimivia tapoja varautua toimialaliukumaan ja ohjata eri tyyppisen kaupan sijoittumista yhdyskuntarakenteessa kaavoituksella. Suosituksen tarkistamisen ohella tulisikin kiinnittää erityistä huomiota kaavoituksen keinoihin ohjata kehitystä hallitusti. Selkeät kaavoitusperiaatteet ovat tärkeitä senkin vuoksi, että alueen toteuttajat tietävät reunaehdot kuten sen, onko alueella mahdollisuus saada veturiksi muuta kuin tilaa vaativaa kauppa.

Esimerkiksi Vantaan valmisteilla olevassa yleiskaavassa on osoitettu alueita, joilla sallitaan paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan sijoittaminen. Erikseen on osoitettu kaupallisten palvelujen alueita, joille saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksiköitä sekä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppia. Päivittäistavarakaupan suuryksiköiden tai päivittäistavarakauppaa sisällään pitävien myymäläkeskittymien sijoittaminen on kielletty. Näille alueille, kuten esimerkiksi Tammistoon, voidaan ohjata sellaiset erikoiskaupan myymälät, jotka ovat maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittamia vähittäiskaupan suuryksiköitä. Näillä alueilla toimivat yritykset voivat vapaammin kehittää myymäläkonseptiaan. Vantaalla pohdittiinkin, miten yleiskaavan tavoitteita voidaan toteuttaa, jos paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkintaa koskevaa suositusta väljennetään merkittävästi.

Hyvinkään kaupunki halusi valtatie 3 varrella sijaitsevalle Sveitsin Portaalin alueelle paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan lisäksi rajatussa määrin myös urheilu- ja kodinsisustuskauppaa. Asemakaavassa käyttötarkoitus määriteltiin siten, että osa myymäläkerrosalasta voidaan käyttää urheilu- ja sisustuskauppaan. Näin ollen alueelle sijoittuvat huonekalukaupat voivat laajentaa tuotevalikoimaansa sisustustarvikkeisiin kaavan estämättä. Päivittäistavarakaupan myymälätilojen rakentaminen on rajoitettu yhteen alle 2000 kerrosneliömetrin suuruiseen myymäläyksikköön.

Asiantuntijatapaamisen antia

Asiantuntijatapaamisessa tuli esiin, että selvityksessä on tunnistettu tilaa vaativan kaupan tulkinnan ongelmat. Ne olivat tuttuja sekä kuntien että kaupan edustajille. Valmiita ratkaisuja ympäristöministeriön suosituksen ajanmukaistamiseen ei osanottajilla kuitenkaan ollut.

Keskustelussa tuli esiin myös sääntelyn rajaamisen periaatteet. Kysyttiin, voisiko sääntelyn raja kulkea erikoiskaupan ja päivittäistavarakaupan välissä? Varsinkin kuntien edustajat korostivat kuitenkin nykyisen rajauksen merkitystä yhdyskuntarakenteen kehittämisen kannalta. Tilaa vaativa kauppa eroaa vaikutuksiltaan merkittävästi muusta vähittäiskaupasta. Siksi niiden erottelu on olennaista kaupan sijainnohjauksessa.

Paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan määrittelyä tilastokeskuksen toimialaluokituksen perusteella pidettiin yleensä perusteltuna. Määrittelyyn liittyvänä ongelmana tuotiin esiin, että samalla toimialalla myydään usein sekä suuria että pieniä tavaroita.

Suosituksen yksinkertaistamisesta oheistuotteiden osalta oltiin yhtä meiltä. Kaupan edustajat korostivat oheistuotteiden merkitystä mm kausivaihtelujen tasaajana esimerkiksi rauta- ja puutarhakaupassa, jossa talvi on hiljaista aikaa. Yleisesti oltiin sitä mieltä, ettei oheistuotteisiin tulisi kiinnittää liikaa huomiota, vaan lähtökohtana tulisi olla myymälän päätoimiala.

Ehdotus liittää suositukseen lista myymälöistä, jotka ovat (tai eivät ole) tilaa vaativia kauppoja, sai ristiriitaisen vastaanoton. Listan ongelmaksi todettiin, että se vanhenee nopeasti myymäläkonseptien muuttuessa. Liikenimi ei myöskään aina anna oikeaa kuvaa myymälästä, koska tuotevalikoima saattaa vaihdella myymäläkohtaisesti. Näin luettelo voi hyvästä tarkoituksesta huolimatta asettaa yritykset eri-arvoiseen asemaan. Toisaalta erityisesti kuntien edustajat pitivät listaa tarpeellisena. Sen katsottiin helpottavan hankkeiden arviointia. Myymäläketjuja on paljon, eivätkä kaikki ole entuudestaan tuttuja.

Tapaamisessa todettiin, että uudessa suosituksessa tulee varautua myös kaupan konseptien muutokseen.

Keskustelussa tuli myös esiin, ettei kaupan sijainnin ohjauksen nykyisiä tavoitteita ja perusteita välttämättä tunneta. Niitä on selvästi tarpeen käsitellä ohjeistusta uusittaessa. Kuntien kaavoittajat korostivat kaavoituksen merkitystä ja vaikutusten arviointia kaupan kehityksen hallinnassa suosituksen tarkistamisen ohella.

Kyselyn ja haastattelujen mukaan ympäristöministeriön tulkintaohjeen soveltaminen on kunnissa ollut vaikeaa. Ongelmat ovat pääosin liittyneet toimialan määrittelyyn ja oheistuotteisiin. Kunnissa on ollut epätietoisuutta, milloin myymälä luetaan maankäyttö- ja rakennuslaissa tarkoitettuun tilaa vaativaan kauppaan ja milloin on kysymyksessä vähittäiskaupan suuryksikkö.

Joissakin kunnissa on ollut epätietoisuutta siitä, minkälainen liikerakennus tai rakennusrypäs tulkitaan sellaiseksi myymäläkeskittymäksi, johon tulee soveltaa vähittäiskaupan suuryksikköä koskevia maankäyttö- ja rakennuslain säännöksiä.

Rakennusvalvonnassa ongelmana on ollut se, ettei rakennusluvan hakija pysty lupavaiheessa esittämään, mitä liikkeitä rakennukseen tulee. Myös liikkeen tuotevalikoiman muuttumisen valvonta on koettu ongelmaksi.

Kunnissa toivotaankin, että ympäristöministeriön ohjeita selkeytetään. Ohjeeseen toivotaan havainnollistavia esimerkkejä tulkintaa helpottamaan.

Asiantuntijatapaamisessa kävi ilmi, etteivät kaupan ohjauksen tavoitteet ja perusteet ole tuttuja kaikille.

Asiantuntijatapaaminen vahvisti, että oikeat ongelmat on tunnistettu. Ehdotetut ratkaisut suosituksen uudistamiseen ovat sen sijaan eri tahoilla erilaiset.

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Paljon tilaa vaativa erikoiskauppa on 2000-luvulla kehittynyt voimakkaasti. Ympäristöministeriön suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta ei enää anna riittävän selkeitä vastauksia kysymyksiin, joita kaavoituksessa ja rakennusvalvonassa nykyään kohdataan.

Tämän selvityksen tarkoituksena on ollut tuottaa taustatietoa suosituksen ajanmukaisuuden arviointia varten. Seuraavassa esitetään yhteenveto tilaa vaativan kaupan viimeaikaisista kehityspiirteistä sekä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnan ongelmista. Lopuksi tehdään ehdotuksia paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkintaa koskevan suosituksen kehittämiseksi.

Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan kehityspiirteitä

Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa on kasvanut viime vuosina voimakkaasti ja uusia myymälöitä on rakennettu keskustojen ulkopuolisille kaupan alueille. Tilaa vaativa kauppa on kasvanut nopeammin kuin muu vähittäiskauppa. Sen osuus koko vähittäiskaupan markkinoista on kasvanut. Tilaa vaativan kaupan kasvu ei näytä lähivuosina laantuvan. Myös muu erikoiskauppa on kasvussa. Tästä syystä toimitilan kysyntä tulee olemaan suurta myös tulevaisuudessa.

Tilaa vaativan kaupan konseptit kehittyvät. Tyypillinen kehityspiirre on tuotevalikoiman laajeneminen myös muuhun kuin tilaa vaativaan erikoistavaraan, jolloin valikoima lähestyy perinteistä keskustahakuista erikoiskauppaa. Esimerkiksi huonekalu- ja rautakaupat ovat laajentaneet valikoimaansa sisustustavaroilla. Tuotevalikoiman laajentamisella vastataan kovenevaan kilpailuun. Tietyillä toimialoilla oheistuotteet ovat elinehto hiljaisen myynnin aikoina. Joissakin tapauksissa tuotevalikoima muuttuu toiminnan aikana niin, että myymälä vähitellen muuttaa luonnettaan.

Toinen erikoiskaupassa yleinen kehityspiirre on myymälän tuotevalikoiman tai -lajitelman kasvattaminen, jolloin myymälän pinta-alarave kasvaa. Tällaiset erikoiskaupat pyrkivät hakeutumaan keskustojen ulkopuolisille kaupan alueille paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tavoin. Tulee kuitenkin huomioida, että perinteisiä keskustakauppoja on yhä paljon ja myös ne kehittyvät.

Selvityksessä tutkittiin, miten keskustojen ulkopuoliset kaupan alueet ovat rakentuneet ja mitä kaupan toimialoja niille on hakeutunut. Tutkituille keskustojen ulkopuolisille alueille on sijoittunut merkittävästi tilaa vaativaa kauppaa, mutta alueille on myös paljon muutakin vähittäiskauppaa. Joillekin keskustojen ulkopuolisille alueille on sijoittunut hypermarketteja ja näiden yhteyteen pienimuotoista erikoiskauppaa sekä muita laajan tavaravalikoiman myymälöitä kuten erikoistavarataloja ja halpahalleja.

Suurilla kaupunkiseuduilla keskustojen ulkopuolisille kaupan alueille on hakeutunut myös suuria (yli 2000 k-m²) erikoiskauppoja kuten urheilukauppoja ja lelukauppoja, jotka ovat maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittamia vähittäiskaupan suuryksiköitä. Urheilukauppa on toimiala, jota näyttää suurilla kaupunkiseuduilla sijoittuvan

sekä keskustoihin että keskustan ulkopuolisille kaupan alueille. Pienillä kaupunki-seuduilla urheilukauppa on edelleen keskittynyt pääosin keskustoihin. Keskustojen ulkopuoliset urheilukaupat saattavat kuitenkin olla tuttu näky tulevaisuudessa myös pienemmillä kaupunkiseuduilla. Sisustuskauppaa on sekä keskustoissa että keskustojen ulkopuolella. Sisustustuotteita myydään varsinaisten sisustuskauppojen lisäksi merkittävästi myös laajan tavaravalikoiman myymälöissä sekä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupoissa.

Keskustojen ulkopuoliset alueet kiinnostavat rakennuttajia ja kiinteistösijoittajia. Niillä on yleensä helpompi toteuttaa uusia suuria kaupan hankkeita kuin kaupunkien keskustojen rakennetuilla alueilla. Keskustojen ulkopuolelta löytyy helpommin laajoja rakentamattomia maa-alueita. Toteutusta helpottaa myös yhtenäinen maan- ja kiinteistönomistus

Tulkinnan ongelmia

Myymälätyyppien muutosten takia kaavoituksessa ja rakennusvalvonnassa on ollut aikaisempaa vaikeampaa määrittellä, milloin myymälä kuuluu maankäyttö- ja rakennuslain 114 §:ssä tarkoitettuun paljon tilaa vaativaan erikoistavarakauppaan ja milloin on kysymys lain tarkoittamasta vähittäiskaupan suuryksiköstä. Kaavoittajien ja rakennustarkastajien haastattelujen sekä heille tehdyn kyselyn mukaan ongelmallisena on koettu erityisesti myymälän toimialan sekä oheistuotteiden osuuden määrittely.

Nykyisessä suosituksessa oheistuotteet on jaoteltu toimialaan kuuluviin ja toimialaan kuulumattomiin oheistuotteisiin. Toimialaan kuuluvien oheistuotteiden osuus saa olla myymälässä enintään 20 prosenttia, kuitenkin enintään 400 neliometriä. Elintarvikkeiden ja toimialaan kuulumattomien oheistuotteiden myyntipinta-alaa saa olla enintään 100 neliometriä.

Tulkinnan kannalta ongelmallisiksi on koettu muun muassa sellaiset erikoiskaupan tavaratalot tai myymälät, jotka myyvät paljon tilaa vaativan erikoistavaran ohella muitakin tuotteita. Tällaisia myymälöitä ovat mm. Biltema, Motonet, Asko, Jysk, Ikea ja Kodin Ykkönen. Niissä myydään merkittäviä määriä paljon tilaa vaativia tavaroita, joten siinä suhteessa niiden luonteva sijaintipaikka on muualla kuin keskustoissa. Oheistuotteiden myyntipinta-ala ei kuitenkaan saisi ylittää 400 neliometriä.

Kyselyn mukaan tulkinnassa on horjuntaa muun muassa urheilukaupan ja laajan tavaravalikoiman myymälöiden sekä erikois- tai alennustavaratalojen osalta, vaikka ympäristöministeriön suosituksessa niihin on otettu selkeä kanta: kysymys on vähittäiskaupan suuryksiköstä, kun myymälä ylittää 2 000 km²:n kokorajan. Tämä havainto viittaa siihen, ettei ympäristöministeriön suositusta paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta tunneta kaikkialla.

Kunnissa on monin paikoin ollut vaikeaa arvioida myös sitä, milloin vähittäiskaupan myymäläkeskittymä on vaikutuksiltaan verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön. Selkeää pinta-alarajaa tällaiselle myymäläkeskittymälle ei ole katsottu mahdolliseksi esittää, vaan ohjauksen piiriin tulevat myymäläkeskittymät määrittävät vaikutustensa perusteella.

Selvitys toi esiin myös kaavoituksen merkityksen. Maakunta- ja yleiskaavoissa voidaan varautua kaupan kehitykseen ja osoittaa eri tyyppiselle kaupalle soveltuvia alueita yhdyskuntarakenteen kannalta perustelluilta alueilta. Kaavoituksessa voidaan esimerkiksi osoittaa alueita, joille on mahdollista sijoittaa paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan lisäksi vähittäiskaupan suuryksiköiksi luettavia myymälöitä. Tällöin edellä kuvattuja tulkintaongelmia ei synny. Tulkinnan vaikeuksien taustalla saattaa olla myös se, että kaavoituksessa ei ole varauduttu tai voitukaan varautua tapahtuneisiin kaupan muutoksiin.

Ympäristöministeriön paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkintaa koskevan suosituksen muutostarpeita

Suosituksessa esitetty paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan toimialaluettelo on pääsääntöisesti edelleen ajanmukainen. Tarkistustarpeet liittyvät siihen, milloin yksittäinen myymälä (tai myymäläkeskittymä) voidaan lukea paljon tilaa vaativaan erikoistavaran kauppaan kuuluvaksi ja milloin on ylitetty vähittäiskaupan suuryksikön raja. Tässä arvioinnissa oheistuotteiden osuuden määrittely on olennaista.

Oheistuotteen käsitteestä ei ole syytä luopua, sillä se tuntuu olevan avain toimialaliukumien käsittelyyn. Sen sijaan suosituksessa esitettyä oheistuotteiden osuutta sekä jaottelua toimialaan kuuluviin ja kuulumattomiin oheistuotteisiin on syytä tarkistaa. Myös oheistuotteen käsitettä on syytä selkeyttää.

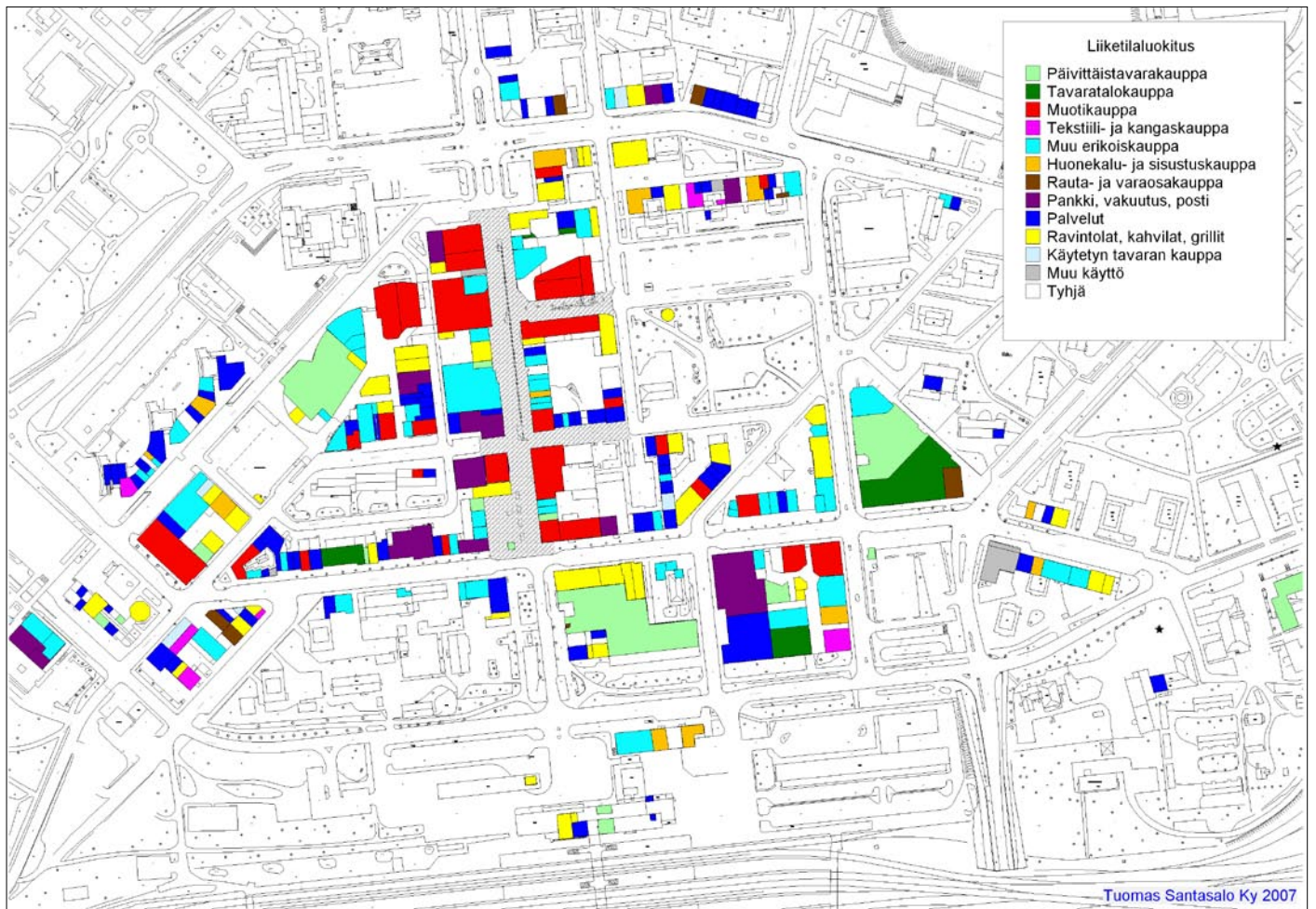
Suosituksessa tulisi esittää tulkintaesimerkkejä siitä, millaisissa tapauksissa yksittäinen myymälä täyttää paljon tilaa vaativan erikoistavara-kaupan tunnusmerkit samoin kuin siitä, millainen myymäläkeskittymä on vaikutuksiltaan verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön. Mikäli suositukseen liitetään esimerkinomainen nimiluettelo, se tulee voida päivittää myymäläkonseptien muuttuessa. Luettelo ei kuitenkaan voi olla täydellinen, sillä joillakin ketjuilla konsepti vaihtelee myymälän sijainnin mukaan.

Suosituksen päivittämisen lisäksi on tarpeen tehostaa tiedottamista. Tiedottamiseen tulee liittää taustaksi kaupan ohjauksen tavoitteet ja perusteet.

Myös kaavoituksen merkitystä tulisi painottaa. Kysymys ei siis ole vain tulkinnasta vaan myös kaupan sijainnohjauksen periaatteista ja siitä, miten kaavoituksessa varaudutaan kaupan kehitykseen.

Liite I

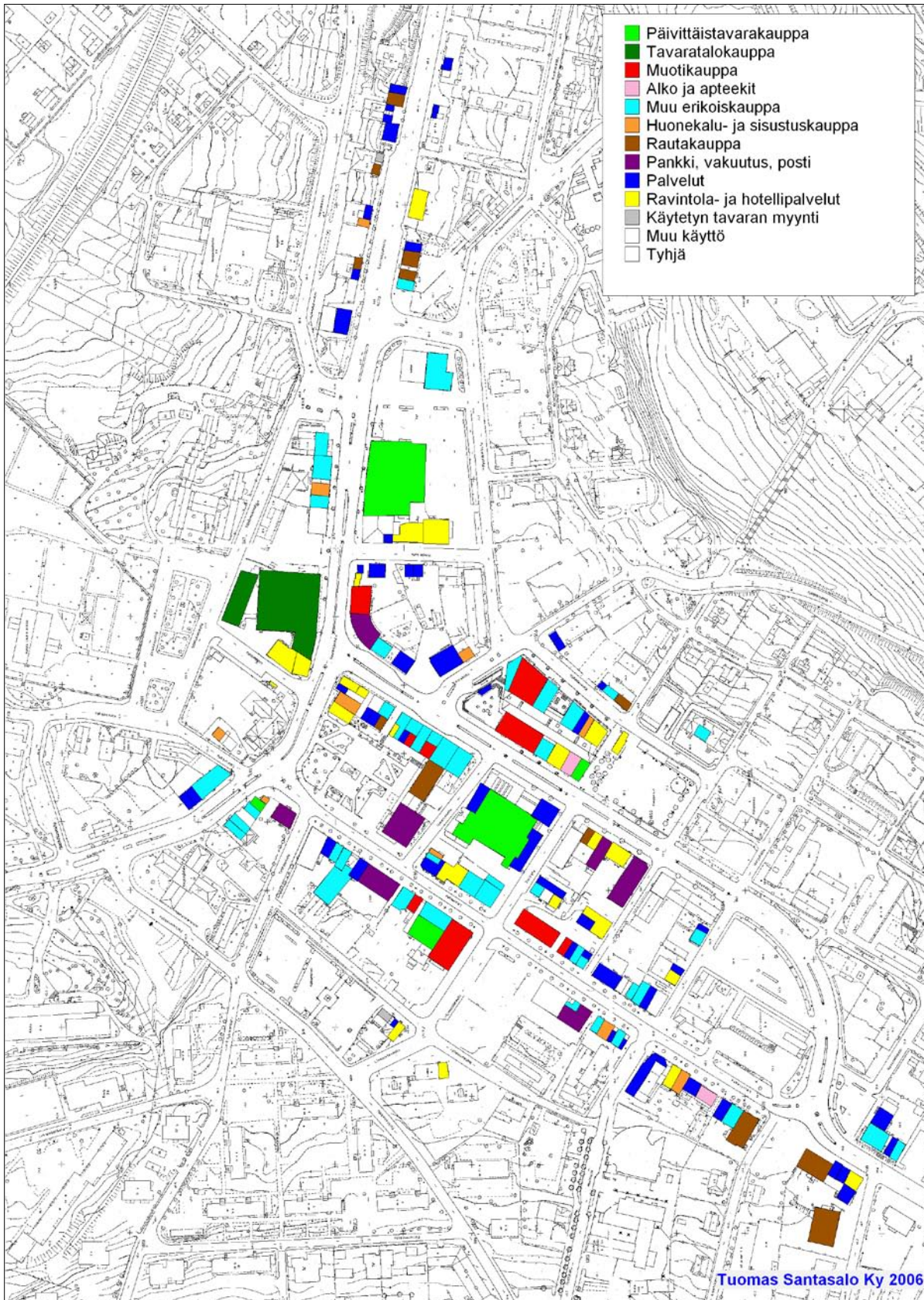
Kouvolan keskustan kaupallinen rakenne 2004



Lähde: Kouvolan keskustan kaupallinen rakenne; Kouvolan ydinkeskusta ry 2006.

Liite 2

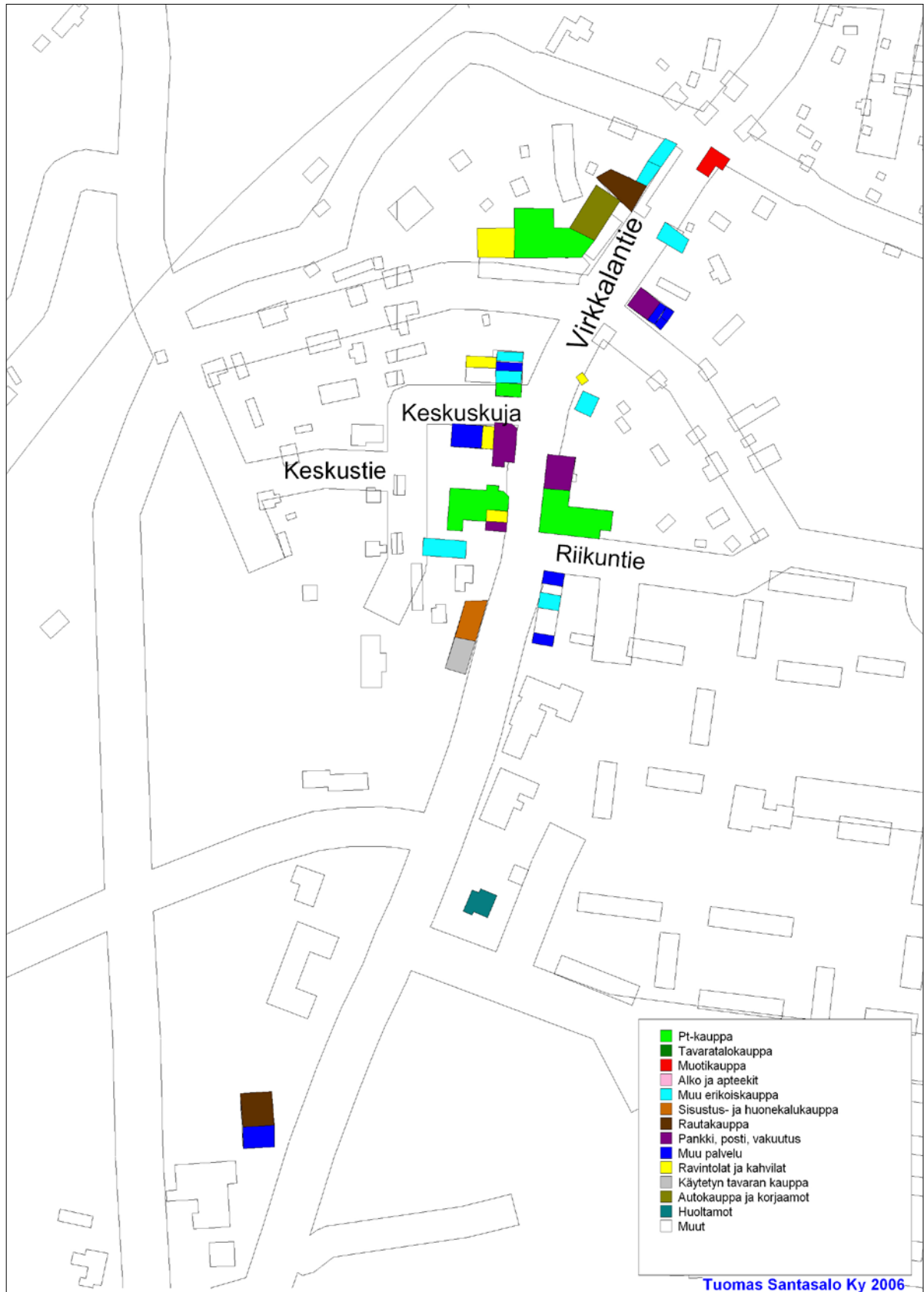
Lohjan keskustan kaupallinen rakenne 2006



Lähde: Lohjan keskustan kaupallinen rakenne; Lohjan kaupunki 2006.

Liite 3

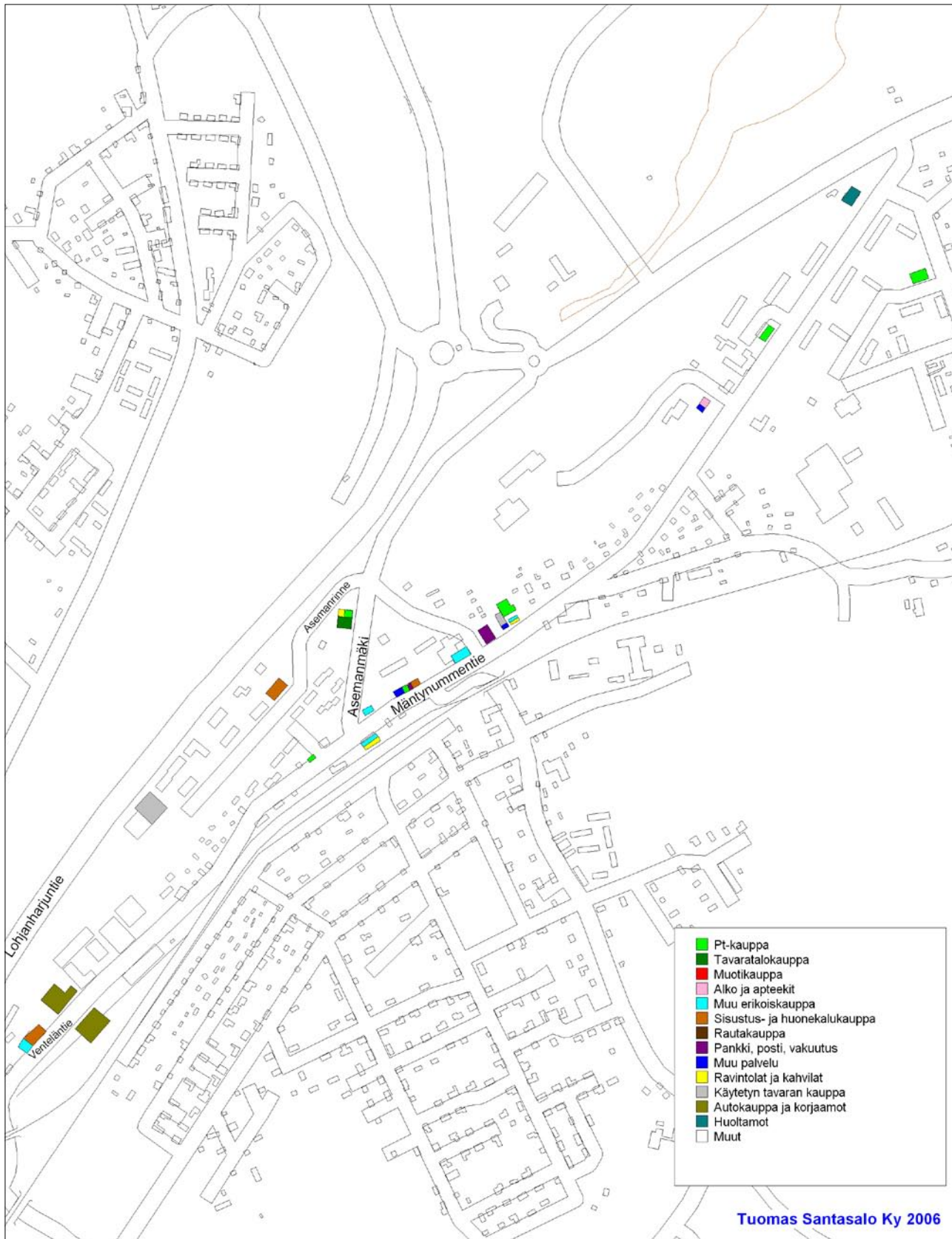
Virkkalan kaupallinen rakenne Lohjalla 2006



Lähde: Lohjan kaupunki – Taajamaosayleiskaava, Kaupallinen selvitys; Lohjan kaupunki 2007.

Liite 4

Lohjan aseman kaupallinen rakenne 2006



Lähde: Lohjan kaupunki – Taajamaosayleiskaava, Kaupallinen selvitys; Lohjan kaupunki 2007.

Liite 5

Haastattelut

21.5.2007	Tor Nyman	kaavoituspäällikkö	Hyvinkää
14.6.2007	Ilkka Joutsen	rakennustarkastaja	Hyvinkää
15.6.2007	Reijo Sandberg	rakennusvalvontajohtaja	Vantaa
15.6.2007	Anne Horo	yleiskaavasuunnittelija	Vantaa
27.6.2007	Heikki Rouvinen	kaavoitusjohtaja	Lohja
27.6.2007	Risto KUIRO	johtava rakennustarkastaja	Lohja
28.6.2007	Pekka Harstila	kaavoituspäällikkö	Pirkkala

Liite 6

Kyselylomake ja saatekirje

LIITE 6/I

KYSELY KUNTIEN KAAVOITTAJILLE JA RAKENNUSTARKASTAJILLE PALJON TILAA VAATIVAN ERIKOISKAUPAN TULKINNASTA

1

Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinta

Mitä seuraavista liikkeistä kunnassa tulkitaan paljon tilaa vaativana erikoiskauppana, mitä taas ohjauksen piiriin kuuluvana vähittäiskauppana?

	Tilaa vaativana erikoiskauppana	Ohj. piiriin kuuluvana vähittäiskauppana	Ei ole jouduttu ottamaan kanta
K-rauta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Terra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Starkki	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agrimarket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bauhaus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
RTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plantagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Isku	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Koti-Idea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ikea	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kodin Ykkönen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Robin Hood	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tarjoustalo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Halpahalli	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tokmanni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vapaa Valinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kärkkäinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
HongKong	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
InterSport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TopSport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BudgetSport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mustapörssi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Markantalo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gigantti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motonet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Biltema	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tehtaanmyymälä, mikä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
----- Outlet-myymä, mikä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
----- Muu, mikä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-----	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ympäristöministeriö

28.8.2007

Tuomas Santasalo Ky

KYSELY KUNTIEN KAAVOITTAJILLE JA RAKENNUSTARKASTAJILLE
PALJON TILAA VAATIVAN ERIKOISKAUPAN TULKINNASTA

2

Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnan ongelmat

Mihin kysymyksiin paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkintaa koskevat ongelmat ovat liittyneet?
(esim. toimialan määrittelyyn, oheistuotteisiin, myymäläkeskittymämäärittelyyn)

Minkälaisia ajankohtaiset ongelmatapaukset ovat olleet?

Suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta -oppaan päivitys

Mitä odotat päivitykseltä, jotta suositus palvelisi mahdollisimman hyvin käytännön tilanteissa?

Mitä oppaaseen tulisi sisällyttää? Ruksaa asiat, jotka ovat mielestäsi tärkeitä.

- Rajanvetoa selventäviä esimerkkejä myymälöistä, jotka luetaan paljon tilaa vaativaan erikoiskauppaan ja joita ei lueta.
- Havainnollistavia esimerkkejä siitä, minkälaisia ja minkä kokoisia myymälöitä voidaan sijoittaa alueelle, joka on asemakaavassa tarkoitettu vain paljon tilaa vaativalle kaupalle.
- Havainnollisia esimerkkejä, minkälaiset myymäläyhdistelmät tulkitaan maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittamaksi myymäläkeskittymäksi, joka on vaikutuksiltaan vähittäiskaupan suuryksikköön verrattava.
- Myymälätyyppien viimeaikaisen kehityksen kuvauksia.

Muuta mitä:

KYSELY KUNTIEN KAAVOITTAJILLE JA RAKENNUSTARKASTAJILLE
PALJON TILAA VAATIVAN ERIKOISKAUPAN TULKINNASTA

3

Viestiä tai toiveita ympäristöministeriölle koskien paljon tilaa vaativan erikoiskaupan ja ohjauksen piiriin kuuluvan vähittäiskaupan tulkintaa ja ympäristöministeriön suosituksen uudistamista.

Vastaajan tiedot

Nimi _____

Kunta _____

puh _____

sähköposti _____

- Kaavoittaja
 Rakennustarkastaja

Palauta lomake sähköpostilla tai postitse viimeistään **12.9.2007** osoitteeseen:

katja.koskela@tuomassantasalo.fi

tai Tuomas Santasalo Ky
Nervanderinkatu 5 d 38
00100 Helsinki

Lisätietoja antavat:

Ympäristöministeriöstä
Katri Tulkki
katri.tulkki@ymparisto.fi
020 490 7156 tai 0400 143 968

Tuomas Santasalo Ky:stä
Tuomas Santasalo
tuomas.santasalo@tuomassantasalo.fi
Puh. 09-4770 3311

ja Katja Koskela
katja.koskela@tuomassantasalo.fi
Puh. 09-4110 3312

Ympäristöministeriö

28.8.2007

Tuomas Santasalo Ky



28.8.2007

YM11/5511/2007

Hyvä vastaanottaja

Viite
Hänvisning

Asia
Ärende
Kysely kuntien kaavoittajille ja rakennustarkastajille paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta

Kysely liittyy ympäristöministeriön käynnistämään selvitykseen, joka koskee paljon tilaa vaativan erikoiskaupan viime aikaista kehitystä sekä sen määrittelyyn liittyviä ongelmia. Selvityksen laatii Tuomas Santasalo Ky.

Erikoiskauppa on viime vuosina monella tavoin muuttunut ja kehittynyt. Eri yhteyksissä on tullut esiin, ettei ympäristöministeriön tulkintaohje, *Suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta, Maankäyttö- ja rakennuslaki 2000 -julkaisusarjan opas*, anna riittävän selkeitä vastauksia kysymyksiin, joita kaavoituksessa ja rakennusvalvonnassa kohdataan. Selvityksen pohjalta tullaan arvioimaan suosituksen ajanmukaisuutta ja tarkistustarvetta.

Kyselylomake pyydetään palauttamaan viimeistään 12.9.2007. Vastaukset tullaan käsittelemään luottamuksellisina.

Ystävällisin terveisin

Yliarkkitehti Katri Tulkki

KUVAILULEHTI

Julkaisija	Ympäristöministeriö Alueidenkäytön osasto		Julkaisu-aika Huhtikuu 2008	
Tekijä(t)	Katja Koskela, Tuomas Santasalo			
Julkaisun nimi	Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa. Tulkinnan ongelmia.			
Julkaisusarjan nimi ja numero	Ympäristöministeriön raportteja 16/2008			
Julkaisun teema				
Julkaisun osat/ muut saman projektin tuottamat julkaisut				
Tiivistelmä	<p>Selvityksen tavoitteena on tuottaa taustatietoa paljon tilaa vaativan erikoistavara-kaupan tulkintaa koskevan ympäristöministeriön suosituksen ajanmukaistamiseen. Sitä varten on selvitetty paljon tilaa vaativan erikoistavara-kaupan viimeaikaisista kehitystä, myymälätyyppien muutoksia sekä keskustojen ulkopuolisten kaupan alueiden rakennetta. Asiantuntijoita kuulemalla on selvitetty, miten paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa on kunnissa tulkittu ja millaisia ongelmia siihen on liittynyt.</p> <p>Tulkintaongelmien taustalla on vähittäiskaupan viime aikainen kehitys. Monet paljon tilaa vaativan erikoistavaran myymälät ovat viime vuosina laajentaneet valikoimiaan uusiin tuoteryhmiin. Esimerkiksi huonekalukaupoissa myydään toimialan tuotteiden ohella aikaisempaa enemmän sisustustavaroita. Kehitys on johtanut siihen, että on aikaisempaa vaikeampi arvioida, onko yksittäinen myymälä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa vai maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittama vähittäiskaupan suuryksikkö. Nykyinen suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran tulkinnasta ei myöskään vastaa kaikkiin kysymyksiin, joita kaavoituksessa ja rakennusvalvonnassa tällä hetkellä kohdataan.</p> <p>Selvitys osoitti, että tilaa vaativan kaupan tulkinnassa on horjuntaa ja kuntakohtaisia eroja. Selvityksen perusteella vaikuttaa siltä, että suosituksessa esitetty paljon tilaa vaativan erikoistavara-kaupan toimialaluettelo on edelleen pääpiirteissään ajanmukainen. Tarkistustarpeet koskevat ennen muuta oheistuotteiden määrittelyä.</p>			
Asiasanat	Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa, vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainnin ohjaus, kaavoitus, rakennusvalvonta			
Rahoittaja/ toimeksiantaja	Ympäristöministeriö			
	ISBN	ISBN 978-952-11-3102-8 (PDF)	ISSN	ISSN 1796-170X (verkkokoj.)
	Sivuja 63	Kieli suomi	Luottamuksellisuus julkinen	Hinta (sis.alv 8 %)
Julkaisun myynti/ jakaja	www.ymparisto.fi > Ympäristöministeriö > Julkaisut > Ympäristöministeriön raportteja -sarja			
Julkaisun kustantaja	Ympäristöministeriö			
Painopaikka ja -aika	Helsinki 2008			

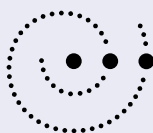
PRESENTATIONSBLAD

Utgivare	Miljöministeriet Markanvändningsavdelningen	Datum April 2008		
Författare	Katja Koskela, Tuomas Santasalo			
Publikationens titel	Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa. Tulkinnan ongelmia. (Handel med specialvaror som kräver mycket utrymme. Tolkningsproblem.)			
Publikationsserie och nummer	Miljöministeriets rapporter 16/2007			
Publikationens tema				
Publikationens delar/ andra publikationer inom samma projekt				
Sammandrag	<p>Syftet med utredningen är att ta fram bakgrundsinformation för en uppdatering av miljöministeriets rekommendation om tolkningen av handel med specialvaror som kräver mycket utrymme. I samband med det har man undersökt den senaste tidens utveckling när det gäller affärer med utrymmeskrävande specialvaror, förändringar av affärstyper och strukturen hos områden med handel utanför centrum. Genom att höra sakkunniga har man utrett hur kommunerna tolkat handeln med utrymmeskrävande specialvaror, och vilka slags problem som förekommit i samband med det.</p> <p>Bakom tolkningsproblemen ligger utvecklingen inom detaljhandeln den senaste tiden. Många affärer med specialvaror som kräver mycket utrymme har utvidgat sitt sortiment med nya produktgrupper. I t.ex. möbel-affärer säljs det utöver branschens egna produkter också allt mer inredningsvaror. Utvecklingen har lett till att det blivit allt svårare att bedöma om en enskild affär ska betraktas som en affär med specialvaror som kräver mycket utrymme, eller som en stor detaljhandelsenhet som avses i markanvändnings- och bygglagen. Den nuvarande rekommendationen om tolkningen av handel med specialvaror som kräver mycket utrymme ger inte heller svar på alla de frågor man för närvarande ställs inför vid planläggningen och byggnadstillsynen.</p> <p>Utredningen visade att tolkningen av utrymmeskrävande handel är vacklande, och att det finns kommunvisa skillnader. På basis av utredningen verkar listan i rekommendationen över branscher med specialvaruaffärer som kräver mycket utrymme i huvudsak ännu vara aktuell. Behovet av revidering gäller framför allt biprodukternas definiering.</p>			
Nyckelord	Handel med specialvaror som kräver mycket utrymme, styrning av lokaliseringen av stora detaljhandelsenheter, planläggning, byggnadstillsyn			
Finansier/ uppdragsgivare	Miljöministeriet			
	ISBN	ISBN 978-952-11-3102-8 (PDF)	ISSN	ISSN 1796-170X (online)
	Sidantal 63	Språk Finska	Offentlighet Offentlig	Pris (inneh. moms 8 %)
Beställningar/ distribution	www.ymparisto.fi > Ympäristöministeriö > Julkaisut > Ympäristöministeriön raportteja -sarja			
Förläggare	Miljöministeriet			
Tryckeri/tryckningsort och -år	Helsingfors 2008			

Selvityksen tavoitteena oli tuottaa taustatietoa paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan tulkintaa koskevan ympäristöministeriön suosituksen ajanmukaistamiseen. Sitä varten selvitettiin paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan viimeaikaista kehitystä, myymälätyyppien muutoksia sekä keskus-
tojen ulkopuolisten kaupan alueiden rakennetta. Asiantuntijoita kuulemalla selvitettiin, miten paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa on kunnissa tulkittu ja millaisia ongelmia tulkintaan liittyy.

Tulkintaongelmien taustalla on kaupan viime aikainen kehitys. Monet paljon tilaa vaativan erikoistavaran myymälät ovat viime vuosina laajentaneet valikoimiaan uusiin tuoteryhmiin. Esimerkiksi huonekalukaupoissa myydään huonekalujen ohella aikaisempaa enemmän sisustustavaroita. Kehitys on johtanut siihen, että on aikaisempaa vaikeampi arvioida, onko yksittäinen myymälä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa vai maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittama vähittäiskaupan suuyksikkö.

Selvityksen perusteella vaikuttaa siltä, että suosituksessa esitetty paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan toimialaluettelo on edelleen pääpiirteis-
sään ajanmukainen. Tarkistustarpeet koskevat ennen muuta oheistuotteiden määrittelyä.



YMPÄRISTÖMINISTERIÖ
MILJÖMINISTERIET
MINISTRY OF THE ENVIRONMENT