

Katja Kontio – Tuomas Santasalo

***Suositus paljon tilaa vaativan
erikoistavaran kaupan tulkinnasta***

MAANKÄYTTÖ- JA RAKENNUSTAKI

Esipuhe

Maankäyttö- ja rakennuslain yhtenä tavoitteena on tehostaa vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainnin ohjaamista. Ohjauksen tavoitteena on kaupunkien keskustojen vahvistaminen monipuolisina palvelukeskuksina sekä päivittäistavarakaupan toimintaedellytysten turvaaminen asuntoalueilla. Uudet suuryksiköt tulisi sijoittaa ensisijaisesti nykyisiin pääkeskuksiin ja alakeskuksiin hyvien joukkoliikenneyhteyksien ulottuville.

Maankäyttö- ja rakennuslaissa on annettu vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainnin ohjaamista koskevia säännöksiä. Erityinen ohjaus koskee vähittäiskaupan suuryksiköitä, joilla laissa tarkoitetaan yli 2 000 kerrosneliömetrin suuruisia vähittäiskaupan myymälöitä. Tällaista myymälää ei saa rakentaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoinninnoille tarkoitettun alueen ulkopuolelle, ellei alue ole asemakaavassa osoitettu nimenomaan tähän tarkoitukseen. Vähittäiskaupan suuryksiköllä ei kuitenkaan laissa tarkoiteta paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa.

Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan käsitettä ei ole laissa määritelty. Tulkinnalle antaa suuntaa maankäyttö- ja rakennuslain perusteluissa (HE 101/1998 vp) esitetty määritelmä, jonka mukaan paljon tilaa vievällä erikoistavaran kaupalla tarkoitetaan

kauppaa, jolle on ominaista suuret paljon tilaa vaativat tuotteet kuten autot, huonekalut ja rakennustarvikkeet.

Kauppaa koskevia maankäyttö- ja rakennuslain säännöksiä on sovellettu runsaan vuoden ajan, maaliskuusta 1999 lähtien. Tänä aikana on osoittautunut, ettei lain perusteluissa esitetty määritelmä anna riittävän selkeää lähtökohtaa arvioida, milloin yksittäinen myymälä kuuluu paljon tilaa vaativan kaupan piiriin. Tulkinnan kannalta ongelmallisia ovat erityisesti uudet myymälätyypit, joissa myydään useiden eri toimialojen tuotteita.

Tässä raportissa esitetty suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa koskevan lainsäädännön tulkinnasta tarkentaa lain perusteluissa esitettyä määritelmää. Suosituksen mukaan paljon tilaa vaativaan erikoistavaran kauppaan luettaisiin seuraavat toimialat: moottoriajoneuvojen kauppa sekä niiden varaosien ja tarvikkeiden kauppa, rengaskauppa, vene- ja veneilytarvikkeiden kauppa, matkailuvaunujen kauppa, huonekalukauppa, rauta-, rakennustarvike- ja sisustustarvikekauppa, maatalous- ja puutarha-alan kauppa sekä kodintekniikkakauppa. Toimialaan liittyvien oheistuotteiden osuus saisi olla enintään 20 % myyntipinta-alasta,

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

kuitenkin enintään 400 neliometriä. Tästä myyntipinta-alasta enintään 100 neliometriä voidaan käyttää elintarvikkeiden ja sellaisten oheistuotteiden myyntiin, jotka eivät liity toimialaan.

Suosituksen tarkoituksena on helpottaa säännöksen tulkintaa kaikissa niissä viranomaisissa ja tuomioistuimissa, jotka joutuvat soveltamaan maankäyttö- ja rakennuslakia. Toivottavasti suositus auttaa yhdenmukaistamaan käytäntöjä niin, että kaupan ryhmittymiä kohdellaan lupa- ja kaavoitusmenettelyssä sekä valvonnassa eri puolilla maata yhdenvertaisesti. Suositus ei ole lain tai asetuksen tapaan päätöksentekoa ehdottomasti sitova, vaan se tarjoaa taustatietoa ja perusteluja lain tulkinnalle.

Suosituksen pohjaksi laadittiin selvitys paljon tilaa vaativasta erikoistavaran kaupasta sekä haastateltiin kaupan asiantuntijoita. Selvityksestä ja asiantuntijahaastatteluista ovat vastanneet KTM Tuomas Santasalo ja KTM Katja Kontio Tuomas Santasalo Ky:stä. Ympäristöministeriön puolesta työtä ovat ohjanneet hallitusneuvos Helena Korhonen, ylitar kastaja Tuula Lundén sekä ylitarkastaja Katri Tulkki.

Helsingissä 21.6.2000

Helena Korhonen
Hallitusneuvos

Katri Tulkki
Ylitarkastaja

Sisältö

<i>Esipuhe</i>	3
<i>Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta</i>	7
<i>Näkökohtia paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan määrittelyyn</i>	13
1 Selvityksen tavoitteet ja taustat	15
1.1. Maankäyttö- ja rakennuslaki	16
1.2. Vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainnin ohjauksen tavoitteet	17
2 Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan käsitteestä	19
2.1. Maankäyttö- ja rakennuslain perusteluissa esitetty määritelmä	20
2.2. Suomen kansallinen toimialaluokitus	21
3 Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan toimintaperiaatteista	23
3.1. Tuotteet	24
3.2. Sijoittuminen	24
3.3. Myymälätyyppejä	25
4 Arviointiperusteita	29
4.1. Pinta-ala	30
4.2. Myynti	30
4.3. Julkisuuskuva ja liikeidea	31

5	<i>Lähtökohtia paljon tilaa vaativan erikoistava- kaupan määrittelyyn</i>	33
6	<i>Asiantuntijoiden näkemykset</i>	37
6.1	Tuote tai toimiala	38
6.2	Oheistuotteet	40
	<i>Liite</i>	
	Haastatellut asiantuntijat	41
	<i>Kuvailulehti</i>	43

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

*Suositus paljon tilaa vaativan
erikoistavaran kaupan tulkinnasta*

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

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

Maankäyttö- ja rakennuslain perustelujen mukaan (Hallituksen esitys rakennuslainsäädännön uudistamiseksi, HE 101/1998 vp) paljon tilaa vievällä erikoistavaran kaupalla tarkoitetaan kauppaa, jolle on ominaista suuret, paljon tilaa vaativat tuotteet, kuten esimerkiksi autot, huonekalut ja rakennustarvikkeet, ja joka edellyttää hyviä liikenneyhteyksiä.

Paljon tilaa vaativana erikoistavaran kauppana voidaan pitää sellaistakin kaupan yksikköä, jossa on lisäksi tarjolla muuta tava-

raa, jos tämä muu tavara liittyy päämyyntitarikkeliin. Näiden oheistuotteiden myyntipinta-alan osuuden tulisi olla vähäinen. Jos tilaa vaativan erikoistavaran kaupan ohella myydään elintarvikkeita, vähäisenä voidaan pitää kioskimyyntiin verrattavaa määrää eli enintään 100 neliometriä myyntipinta-alaa.

Tämä suositus tarkentaa edellä lain perusteluissa esitettyä tulkintaa. Suositus on tarkoitettu helpottamaan maankäyttö- ja rakennuslain 114 §:n tulkintaa kaikissa niissä viranomaisissa ja tuomioistuimissa, jotka joutuvat sitä soveltamaan. Suositus ei sido päätöksentekoa lain tai asetuksen tapaan, vaan tarjoaa taustatietoa ja perusteluja lain tulkinnalle.

Vähittäiskaupan suuryksikkö

Vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan tässä laissa yli 2 000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää.

Mitä I momentissa säädetään, ei kuitenkaan koske paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa.

MRL 114 §

Taulukko 1. Suositus maankäyttö- ja rakennuslain 114 § 2 momentissa tarkoitetun paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnaksi.

Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan piiriin kuuluvat myymälät	Vähittäiskaupan suuryksiköiden ohjauksen piiriin kuuluvat myymälät
Toimiala	
<p>1. Moottoriajoneuvojen kauppa Moottoriajoneuvojen varaosien ja tarvikkeiden kauppa Rengaskauppa Venekauppa Veneilytarvikkeiden kauppa Matkailuvaunujen kauppa</p> <p>2. Huonekalukauppa</p> <p>3. Sisustustarvikekauppa (rakenteellinen sisustus) Rautakauppa Rakennustarvikekauppa</p> <p>4. Maatalouskauppa Puutarha-alan kauppa</p> <p>6. Kodintekniikkakauppa</p>	<p>Sisustuskauppa (asumiseen liittyvä sisustus)</p> <p>Urheilukauppa</p> <p>Muu vähittäiskauppa</p>
Oheistuotteiden osuus	
<p>Toimialaan liittyvien oheistuotteiden osuus myymälän myyntipinta-alasta saa olla enintään 20 %, kuitenkin enintään 400 neliometriä. Tästä myyntipinta-alasta enintään 100 neliometrin alalla voidaan myydä elintarvikkeita ja oheistuotteita, jotka eivät liity toimialaan.</p>	

Toimiala

Se, kuuluuko yli 2 000 kerrosneliömetrin vähittäiskaupan myymälä maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittaman paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan piiriin, määritellään myymälän toimialan perusteella. Toimialan lisäksi arviointiperusteena käytetään oheistuotteiden osuutta myymälän myyntialasta.

Suosituksen mukaan paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan toimialoja ovat **auto-, matkailuvaunu- ja venekauppa** sekä näiden varaosien ja tarvikkeiden kauppa, **huonekalukauppa, rauta- ja rakennustarvikekauppa** sekä **maatalous- ja puutarha-alan kauppa** ovat paljon tilaa vaativaa erikoistavaran kauppaa. Siihen kuuluu myös **sisustustarvikkeiden eli rakenteellisen sisustamisen kauppa**, joka on osa rauta- ja rakennustarvikekauppaa. Rakenteellisen sisustamisen kauppa on remontoimiseen ja rakentamiseen liittyvää kauppaa, kuten maalien, tapettien, lattiapäällysteiden ja keittiökalusteiden kauppa.

Myös **kodintekniikkakauppa** on suosituksen mukaan paljon tilaa vaativaa erikoistavaran kauppaa. Kodintekniikkamyymälässä tulisi kuitenkin niin kutsuttujen isojen valkoisten kodinkoneiden ja muiden isojen kodintekniikkalaitteiden osuuden myyntipinta-alasta olla selvästi yli puolet, jotta se voidaan lukea paljon tilaa vaativan kaupan piiriin. Pääasiassa pientä viihde-elektronikkaa, pieniä kodinkoneita ja tietotekniikkaa myyvät kodintekniikkamyymälät ovat lain tarkoitta-

mia vähittäiskaupan suuryksikköjä ja ne kuuluvat erityisen ohjaukseen piiriin. Myös varsinaiset tietotekniikkamyymälät kuuluvat ohjauksen piiriin.

Suosituksessa on erikseen mainittu **sisustuskauppa** ja **urheilukauppa** sellaisina toimialoina, joiden ei katsota kuuluvan paljon tilaa vaativan kaupan piiriin. Molempien kohdalla asiasta on esiintynyt epäselvyyttä. Huonekalukauppaan usein liitettävä sisustuskauppa eli **asumiseen liittyvien sisustustavaroiden**, kuten valaisimien, taloustarvikkeiden, peitteiden, tyyntyjen ja verhojen kauppa, on pääosin pienien tavaroiden kauppa. Myös urheilukauppa on pääosin pienien tavaroiden kauppa.

Oheistuotteiden osuus

Suosituksen mukaan myymälässä, joka luetaan paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan piiriin, **toimialaan liittyviä oheistuotteita eli käyttöyhteystuotteita** saa olla enintään 20 prosenttia myyntialasta, kuitenkin enintään 400 neliometriä myyntipinta-alaa. Tästä 400 neliometristä saa enintään 100 neliometriä olla **elintarvikkeita tai tuotteita, jotka eivät liity toimialaan**. Tässä suositus tarkentaa lain perusteluja, joiden mukaan oheistuotteiden myyntipinta-alan tulisi olla vähäinen.

Oheistuotteiden osuus lasketaan myyntipinta-alan mukaan. Oheistuotteita on kahta tyyppiä. Käyttöyhteystuotteet ovat toimialaan liittyviä oheistuotteita. Niiden lisäksi on oheistuotteita, jota eivät liity toimialaan.

Esimerkiksi huonekalukaupassa sisustustavarat ovat toimialaan liittyviä oheistuotteita, kun taas leikkikalut ovat tuoteryhmä, joka ei liity toimialaan.

Tilastokeskus luokittelee myymälät toimialaluokkiin myymälän pääasiallisen toiminnan perusteella, jolloin lähes puolet tuotteista voi olla muita kuin päätoimialaan kuuluvia tuotteita. Tästä syystä Tilastokeskuksen luokituksen perusteella ei vielä voida päätellä, kuuluuko yksittäinen myymälä tilaa vaativaan erikoiskauppaan. Tilastokeskuksen luokitusta on käsitelty tarkemmin luvussa Suomen kansallinen toimialaluokitus.

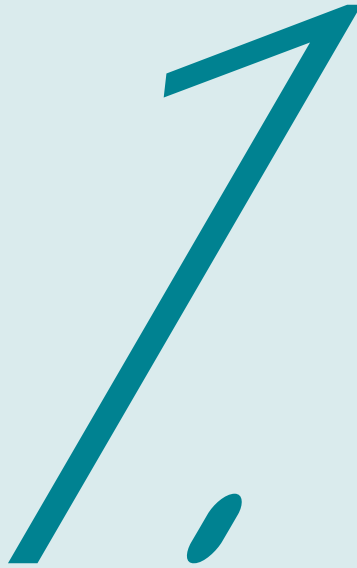
Todettakoon, että myymälän luokittelu maankäyttö- ja rakennuslain tarkoittamaksi vähittäiskaupan suuryksiköksi ei ole esteenä sen rakentamiselle. Lainsäädäntö kuitenkin edellyttää, että silloin kun tällainen myymälä halutaan sijoittaa keskustatoimintojen alueen ulkopuolelle, sen rakentamisen edellytykset on selvitettävä asemakaavoituksen yhteydessä. Maankäyttö- ja rakennuslain 58 §:n mukaan vähittäiskaupan suuryksikköä ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitettujen alueiden ulkopuolelle, ellei asemakaavassa ole erityistä merkintää vähittäiskaupan suuryksiköstä. Suuryksikön rakentaminen keskustatoimintojen ulkopuolelle edellyttää asemakaavan laatimista tai muuttamista, jonka yhteydessä tulee selvittää myymälän ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset.

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

***Näkökohtia paljon tilaa vaativan
erikoistavaran kaupan määrittelyyn***

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta



Selvityksen tavoitteet ja taustat

Selvityksen tavoitteet ja tausta

Tämän selvityksen tavoitteena on määritellä perusteet, joita käyttäen voidaan arvioida, onko kysymyksessä vähittäiskaupan suuryksikkö vai kuuluuko myymälä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan piiriin. Selvityksessä on tutkittu paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan määritelmää ja siihen kuuluvien toimialojen toimintaperiaatteita. Lisäksi on tarkasteltu erilaisia tapoja arvioida ja mitata myyntitoiminnan luonnetta. Selvityksen tueksi on haastateltu kaupan asiantuntijoita.

1.1 Maankäyttö- ja rakennuslaki

Maankäyttö- ja rakennuslaissa on annettu vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainnin ohjaamista koskevia säännöksiä. Maankäyttö- ja rakennuslain 58 §:n mukaan **vähittäiskaupan suuryksikköä** ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitettujen alueiden ulkopuolelle, ellei asemakaavassa ole erityistä merkintää vähittäiskaupan suuryksiköstä. Suuryksikön rakentaminen keskustatoimintojen ulkopuolelle edellyttää asemakaavan laatimista tai muuttamista, jossa yhteydessä tulee selvittää myymälän ympäristölliset ja sosiaaliset vaikutukset.

Lain 114 §:ssä vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan vähittäiskaupan myymälää, jonka kerrosala ylittää 2000 neliometriä. Saman pykälän 2 momentin mukaan vähittäiskaupan suuryksikkösäännökset eivät koske **paljon tilaa vaativaa erikoistavaran kauppaa**.

Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan käsitettä ei ole määritelty maankäyttö- ja rakennuslaissa. Tulkintaa on ohjannut maankäyttö- ja rakennuslain perusteluissa (HE 101/1998 vp) esitetty paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan määritelmä. Käytännössä on kuitenkin osoittautunut, ettei se anna riittävän selkeää lähtökohtaa arvioida, milloin yksittäinen myymälä voidaan lukea paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan piiriin. Koska paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan käsite on kaupan suuryksiköiden ohjauksen kannalta keskeinen, on sen selkeyttäminen osoittautunut tarpeelliseksi. Tätä tietoa tarvitaan muun muassa rakennuslupia käsiteltäessä ja kaavoja laadittaessa.

Vähittäiskaupan suuryksikkö

Vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan tässä laissa yli 2 000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää.

Mitä 1 momentissa säädetään, ei kuitenkaan koske paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa.

MRL 114 §

1.2

Vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainnin ohjauksen tavoitteet

Maankäyttö- ja rakennuslain tavoitteena on turvata sekä erikoiskaupan palvelutarjonta keskustoissa että kohtuulliset päivittäistavarakaupan palvelut asuntoalueilla. Tässä tarkoituksessa lakiin otettiin erityiset säännökset vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittumisen ohjaamiseksi.

Sijoituessaan keskustojen ja taajamarekenteen ulkopuolelle vähittäiskaupan suuryksiköt kilpailevat keskustan sekä alakeskusten palveluiden kanssa. Ne vaikuttavat kaupan toimintaedellytyksiin keskustoissa ja hajoittavat palveluverkkoa. Keskustojen elinvoimaisuus kärsii ja palveluiden saavutettavuus heikentyy myymäläverkon harventuessa.

Paljon tilaa vaativa erikoistavaran kauppa poikkeaa vaikutuksiltaan muusta vähittäiskaupasta. Tilaa vaativa erikoiskauppa keskittyy keskustojen ulkopuolelle omiksi keskittymiksi. Se ei merkittävässä määrin kilpaile keskustapalvelujen kanssa eikä heikennä näiden toimintaedellytyksiä. Tästä syystä se jätettiin kauppaa koskeva erityisen sääntelyn ulkopuolelle.

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

1.

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

1.

2.



*Paljon tilaa vaativan erikoistavaran
kaupan käsitteestä*

Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan käsitteestä

Tarkastelun lähtökohtana on maankäyttö- ja rakennuslain perusteluissa esitetty paljon tilaa vaativa erikoistavaran kaupan määritelmä. Tämän määritelmän lähtökohtana on tuote. Tilastokeskuksella on oma toimialuokituksensa, josta voidaan erotella tilaa vaativan erikoistavaran kaupan toimialat.

Tulkinnan kannalta ongelmallisia ovat liikkeet, jotka toimivat monella toimialalla. Tulkintaa vaikeuttaa myös se, etteivät toimialakäsitteet ole yksiselitteisiä.

2.1 Maankäyttö- ja rakennuslain perusteluissa esitetty määritelmä

Maankäyttö- ja rakennuslain perusteluissa paljon tilaa vaativalla erikoistavaran kaupalla tarkoitetaan kauppaa, jolle on ominaista suuret, paljon tilaa vaativat **tuotteet**, kuten esimerkiksi autot, huonekalut ja rakennustarvikkeet, ja joka edellyttää sijaintia hyvien liikenneyhteyksien varrella.

Tilaa vaativana erikoistavaran kaupana voidaan lain perustelujen mukaan pitää sellaistakin kaupan yksikköä, jossa on lisäksi tarjolla muuta tavaraa, jos tämä muu tavara liittyy **päämyyntiartikkeliin**. Näiden **oheistuotteiden** myyntipinta-alan osuuden tulisi

olla vähäinen. Jos tilaa vaativan erikoistavara-kaupan ohella myydään elintarvikkeita, vähäisenä voidaan pitää kioskimyyntiin verrattavaa määrää eli enintään 100 neliometriä myyntipinta-alaa.

Ongelma

Maankäyttö- ja rakennuslain perusteluissa ei ole esitetty tarkkaa ja yksiselitteistä määritelmää paljon tilaa vaativasta erikoistavaran kaupasta. Siitä ei esimerkiksi selviä, mitkä muut tuotteet perusteluissa mainittujen lisäksi voisivat olla tilaa vaativia ja mitä tarkoitetaan päämyyntiartikkelilla. Päämyyntiartikkeli on selvä silloin, kun liike myy vain yhden tuoteryhmän tuotteita. Kun myytävänä on monen eri alan tuotteita, jää epäselväksi, millä perusteella päämyyntiartikkeli määritellään. Lisäksi jää epäselväksi, kuinka suuri päämyyntiartikkelin osuuden tulisi olla, jotta liike vielä luokiteltaisiin tilaa vaativaksi erikoiskaupaksi. Epäselväksi jää myös, millä tätä osuutta mitataan. Käytetäänkö siihen myyntiä, pinta-alaa vai jotain muuta mittaria? Oheistuotteiden myyntipinta-alan osuuden tulee olla vähäinen, mutta kuinka suuri osuus vielä tulkitaan vähäiseksi?

Lain perustelut antavat lähtökohdan paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan

tulkinnalle. Määritelmä kaippaa kuitenkin vielä tarkennuksia, jotta paljon tilaa vaativa erikoistavaran kauppa voidaan yksiselitteisesti määritellä.

2.2 Suomen kansallinen toimialaluokitus

Tilastokeskuksen käyttämässä toimialaluokituksessa yritykset ja toimipaikat luokitellaan toimialaan pääasiallisen toiminnan perusteella. Koska useissa toimipaikoissa harjoitetaan monenlaista toimintaa, joudutaan niiden merkitys punnitsemaan arvonlisäyksen avulla. Koska arvonlisäystä ei usein tiedetä, turvaututaan korvikemittoihin, jotka vastaavat mahdollisimman hyvin arvonlisäystä. Näitä ovat muun muassa liikevaihto ja henkilöstön määrä. Vähittäiskaupassa luokitusperusteena käytetään pääasiassa liikevaihtoa. Luokitusperuste tarkistetaan Tilastokeskuksen yrityrekisterin tietoja kerättäessä.

Toimialaluokituksessa ei määritellä tilaa vaativaa erikoistavaran kauppaa. Paljon tilaa vaativia erikoistavaran myymälöitä on muun muassa seuraavissa toimialaluokissa:

- 52441 huonekalujen vähittäiskauppa
- 52442 muu sisustustarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52451 kodinkoneiden ja viihdeelektroniikan vähittäiskauppa
- 52461 rauta- ja rakennustarvikkeiden yleisvähittäiskauppa

- 52469 muu rauta- ja rakennusalan vähittäiskauppa
- 42483 puutarha-alan vähittäiskauppa
- 52491 veneiden ja veneilytarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52496 lastenvaunujen ja -tarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52498 tapettien- ja lattianpäällysteiden vähittäiskauppa
- 50102 moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
- 50103 matkailuvaunujen vähittäiskauppa
- 50304 renkaiden vähittäiskauppa
- 50402 moottoripyörien sekä niiden osien ja varusteiden vähittäiskauppa

Toimialaluokitus on tilastotoimen yleisimmin käytetty ja laajimmalle levinnyt luokitusstandardi. Sitä käytetään useissa eri tilastoissa ja hallinnollisissa järjestelmissä julkisella sektorilla sekä yksityisen sektorin tietojärjestelmissä ja tutkimuksissa. Tilastokeskus on vahvistanut uuden toimialaluokituksen 1995, joka perustuu EU:n toimialaluokitusstandardiin (Nace Rev. 1).

Ongelma

Kaikki edellä mainittuihin luokkiin kuuluvat myymälät eivät kuulu paljon tilaa vaativaan erikoistavaran kauppaan. Osa näihin luokkiin kuuluvista myymälöistä myy pääasiassa pieniä ja keveitä tuotteita. Näin ollen Tilastokeskuksen toimialaluokituksen perusteella ei vielä voida päätellä voidaanko yksittäinen myymälää luokitella paljon tilaa vaativaksi erikoistavaran kaupaksi.

Suositus tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

1.

2.



*Paljon tilaa vaativan erikoistavaran
kaupan toimintaperiaatteita*

Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan toimintaperiaatteita

Nimensä mukaisesti paljon tilaa vaativa erikoistavaran kauppa vaatii toiminnalleen runsaasti tilaa. Tavarat, joita myymälässä myydään, ovat pääosin isokokoisia. Ne vaativat isot varastot, raskaat kuljetukset ja kotiinkuljetukseen usein auton. Tilaa vaativa erikoistavaran kauppa eroaa näiltä osin luonteeltaan muusta erikoiskaupasta.

3.1 Tuotteet

Tilaa vaativan erikoistavaran kaupan päämyyntituote on suurikokoinen eli tilaa vaativa. Tällaisia pääsääntöisesti suurikokoisia, tilaa vaativia tuotteita ovat muun muassa:

- huonekalut ja muut kodin kalusteet
- matot, sälekaihtimet, rullaverhot
- liedet, jääkaapit, pesukoneet eli niin kutsutut valkoiset kodinkoneet
- televisiot, stereot, videot
- tietokoneet
- rauta- ja rakennustavarat
- tapetit ja lattianpäällysteet
- puutarha-alan tuotteet
- maatalous-alan tuotteet
- autot ja muut moottoriajoneuvot
- veneet

- polkupyörät
- lastenvaunut

Kaikki edellä mainitut tuotteet eivät kuitenkaan aina ole suurikokoisia ja fyysistä tilaa vaativia. Esimerkiksi rauta- ja rakennustavaroista osa on hyvinkin pienikokoisia kuten naulat, ruuvit ja muut vastaavat tuotteet. Myös muissa tuoteryhmissä osa tuotteista on pienikokoisia.

Tilaa vaativia tavaroita ei myöskään aina myydä suurmyymälöissä. Polkupyöriä myydään yleensä pienissä urheilukaupoissa. Myös erikoistuneet pyöräliikkeet ovat pinta-alaltaan valtaosin pieniä. Lastenvaunuja myydään yleensä lastentarvikeliikkeissä, jotka vain harvoin ovat suurmyymälöitä. Myös tietotekniikkakaupat ovat pääasiassa pieniä liikkeitä.

3.2 Sijoittuminen

Paljon tilaa vaativa erikoistavaran kauppa haakeutuu kaupunkiseuduilla keskustojen ulkopuolelle. Sijoittumis päätökseen vaikuttaa maan hinta sekä tilojen neliövuokra, koska tilaa vaativat erikoiskaupan myymälät ovat pinta-alaltaan suuria ja ne tarvitsevat myös

suuria varastoja. Keskustojen myymälätilat ovat yleensä niille liian pieniä ja kalliita. Paljon tilaa vaativa erikoistavaran kauppa edellyttää yleensä myös hyviä liikenneyhteyksiä. Koska tarjottavat tuotteet ovat suurikokoisia ja painavia, ne edellyttävät raskaita kuljetuksia. Asiakas tarvitsee niiden kotiin kuljettamiseen yleensä autoa.

Tilaa vaativia erikoistavaran myymälöitä sijoittuu kuitenkin myös keskustoihin. Mitä pienempi keskusta on, sitä useammin myös tilaa vaativat erikoiskaupat ovat sijoittuneet sinne. Myös Helsingin keskustassa on lukuisia huonekalumyymälöitä ja kodintekniikkakauppoja. Keskustan huonekalukaupat ovat usein esittelymyymälöitä, joissa osa tuotteista esitellään luetteloissa. Itse tuotteita ei saa yleensä heti mukaan, vaan ne toimitetaan jälkikäteen keskustan ulkopuolella sijaitsevista varastoista.

Kaupunkiseuduilla tilaa vaativa erikoistavaran kauppa keskittyy yleensä omille alueilleen, joilla ne hyötyvät muiden samantyyppisten liikkeiden läheisyydestä. Vantaan Petikko on esimerkki huonekalukaupan keskittymästä. Vastaavasti monille teollisuusalueille on sijoittunut paljon tilaa vaativaa erikoistavaran kauppaa kuten rautakauppaa.

3.3 Myymälätyyppejä

Tilaa vaativien erikoistavarojen myymälät ovat hyvin monentyyppisiä. Jotkut myyvät

selvästi vain yhden tuoteryhmän tuotteita, kun taas toiset tarjoavat tuotteita useista eri tuoteryhmistä. Suomessa on lukuisilla eri konsepteilla toimivia myymälöitä. Tilaa vaativien tavaroiden liikkeet eivät aina ole pinta-alaltaan suuria. Suurmyymälöitä on perinteisesti ollut huonekalukaupassa, autokaupassa sekä rauta- ja rakennustarvikekaupassa. Nyt suurmyymälöitä on tullut myös kodintekniikkakauppaan ja urheilu-kauppaan. Seuraavassa kuvaillaan toimialoilta esiintyviä erilaisia myymälätyyppejä.

Pääsääntöisesti myymälät voidaan jakaa tilaa vaativan erikoiskaupan alalla suuriin, jotka kilpailevat laajalla valikoimalla ja hinnoilla sekä pieniin, jotka panostavat palveluun ja erikoistuotteisiin. Suuret myymälät ovat yleensä sijoittuneet keskustojen ulkopuolelle ja pienet keskustoihin.

Huonekalu- ja sisustukauppa

Huonekalukaupat myyvät pääasiassa huonekaluja. Muita tuoteryhmiä ovat sisustustavarat kuten peitteet, tyynyt, matot, taulut, peilit ja valaisimet. Sisustustavarat ovat pääosin esillä huonekalujen yhteydessä. Tällainen on esimerkiksi Isku.

Osa huonekalukaupoista on panostanut huonekalujen ohella merkittävästi sisustus- ja taloustavaroihin, kuten astioihin, kodintekstiileihin, vuodevaatteisiin, valaisimiin ja koriste-esineisiin. Sisustustavaroita myydään huonekalujen yhteydessä, mutta niille on myös omat osastonsa. Tällaisia myymälöi-

1.

2.

3.

1.
 2.
 3.
 tä ovat esimerkiksi Asko, Ikea ja Jyskvuodevarasto. Sisustusosaston koko vaihtelee myymälätyypeittäin, esimerkiksi Ikean sisustus- ja taloustavaraosastot ovat tällä hetkellä selvästi suurempia kuin Askon.

Kodin Anttila on kodinsisustuksen tavaratalo. Tavaratalossa myydään huonekaluja ja muita kodin kalusteita, sisustustavaroita, rautatarvikkeita ja kodintekniikkaa. Perinteisten sisustustuotteiden ohessa myydään muun muassa leikkikaluja, kukkia, lemmikkieläintarvikkeita, levyjä ja paperitarvikkeita. Kaikkia tuotteita myydään omilla osastoiltaan.

Suurin osa sisustuskaupoista ei myy tilaa vaativia tuotteita. Toisaalta sisustuskaupat ovat perinteisesti ole olleet pieniä myymälöitä, joita kaupan suuryksiköiden sijoittamista koskevat säännökset eivät koske.

Kodintekniikka- ja tietokonekauppa

Kodintekniikkakaupat ovat myytäviltä tuotteiltaan hyvin samantyyppisiä. Tuotevalikoimaan kuuluvat sekä niin kutsutut valkoiset kodinkoneet että televisiot, videot ja stereot samoin kuin matkapuhelimet ja tietokoneet sekä niiden oheislaitteet. Kodintekniikkakauppoja tai kodintekniikkakaupan ketjuja ovat esimerkiksi Musta pörssi, Veikon kone, Expert ja Gigantti. Gigantti ja Mustapörssi-maailma edustavat uutta kodintekniikkakaupan suurmyymälätyyppiä Suomessa.

Tietotekniikkakaupat ovat Suomessa pääosin pieniä erikoismyymälöitä. Alalla on

kuitenkin myös tietotekniikkatavarataloja kuten PC Super Store ja MircoWarehouse. Ne myyvät kaikkea tietotekniikkaan liittyvää kuten tietokoneita ja niiden oheislaitteita sekä tietokoneohjelmia ja opaskirjoja.

Rauta- ja rakennustarvikekauppa

Rauta- ja rakennustarvikekaupat ovat usein laajan tavaravalikoiman kauppvoja, joissa osa tuotteista on tilaa vaativia. Rauta- ja rakennustarvikekaupat on pääsääntöisesti koettu kuuluvaksi paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan piiriin. Toimialaluokituksessa rautakauppaan kuuluvat rauta- ja rakennustarvikekauppojen lisäksi muun muassa keittiökälistemyymälät ja lvi-alan kaupat. Rauta- ja rakennustarvikkeiden ketjukauppoja tai monimyymäläyhtymäisiä ovat esimerkiksi K-rauta, Rautia, Starkki ja RTV-yhtymä.

Rauta- ja rakennustarvikekaupat eivät aina ole suurmyymälöitä, vaan alalta löytyy myös pieniä erikoiskauppoja. Rauta- ja rakennustarvikekauppaan luokitellaan myös lukkoseppä- ja avainliikkeet, jotka pääsääntöisesti ovat pieniä myymälöitä. Niiden markkinat kuitenkin kytkeytyvät tiiviisti suuriin rautakauppoihin, joten ne hakeutuvat suuryksiköiden läheisyyteen.

Puutarha-alan ja maataloustarvikkeiden kauppa

Puutarha-alan myymälät myyvät sekä tilaa vaativia tuotteita, kuten puuntaimia, multa-

säkkejä ja lannoitteita, että pieniä tuotteita kuten siemeniä ja kukkia. Ne eivät hakeudu keskustaan, vaan ovat usein sijoittuneet puutarhan tai taimitarhan yhteyteen. Puutarhamyymälän myyntipinta-ala voi jäädä myös pieneksi, jos tuotteita myydään ulkona.

Kukkakaupat myyvät puolestaan pääosin pieniä tuotteita, joten niitä ei voida pitää tilaa vaativana erikoiskauppana. Ne ovat yleensä kuitenkin pieniä myymälöitä, joita maankäyttö- ja rakennuslain säännökset eivät koske.

Maataloustarvikkeiden vähittäiskauppa ei ole esitetty omana toimialanaan Tilastokeskuksen luokituksessa. Maataloustarvikkeita myyvät liikkeet luokitellaan joko rauta- ja rakennustarvikekauppaan tai maa- ja metsätaloustarvikkeiden- ja -tarvikkeiden tukkukauppaan taikka muuhun tukkukauppaan. Maankäyttö- ja rakennuslain kauppaa koskevat säännökset eivät koske tukkukauppaa.

Halpahallit ja muut sekatarvikaupat

Halpahallit ja muut vastaavat laajan tavara- ja palveluskaupan kaupat ovat usein kooltaan varsin suuria. Niiden liikeidea perustuu edullisiin hintoihin. Ne pyrkivät sijoittumaan keskustojen ulkopuolelle, koska vuokrataso siellä on alhaisempi. Tällaiset myymälät eivät myy suuria tuotteita, vaan niiden päätuoteryhmiä ovat muun muassa vaatteet, taloustavarat, leikkikalut sekä yleensä vähäisissä määrin elintarvikkeet. Tällaiset myymälät eivät ole lain tarkoittamia paljon tilaa vaativia

erikoiskauppoja. Ne vastaavat luonteeltaan lähinnä hypermarketteja tai tavarataloja. Halpahalleja ovat esimerkiksi Hong Kong, Minimani, Tavaratalo Robin Hood ja Tampereen Säästötex.

Urheilukauppa

Urheilukaupat ovat pääosin keskustahakuisia erikoiskauppoja, vaikka osa niissä myytävistä tuotteista on tilaa vaativia kuten polkupyörät, laskettelusukset ja moottorikelkat. Suurin osa tavarasta on kuitenkin normaalkokoisia tuotteita kuten vaatteet, kengät ja erilaiset urheiluvälineet. Suurmyymäläkonsepti on tullut myös urheilukauppaan. Sellainen on esimerkiksi Intersport Megasport. Urheilukauppoja ei tuotteittensa puolesta voida luokitella paljon tilaa vaativiksi erikoistavarankaupoiksi.

1.

2.

3.

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

1.

2.

3.

4.

Arviointiperusteita

1.

2.

3.

4.

Arviointiperusteita

Yhden toimialan tuotteita myyvät suurmyymälät ovat konseptiltaan selkeitä ja ne voidaan yleensä helposti luokitella joko tilaa vaativaksi erikoistavaran kaupaksi tai ohjauksen piiriin kuuluvaksi erikoistavaran kaupaksi. Ongelman muodostavat suurmyymälät, jotka myyvät eri toimialoilta sekä tilaa vaativia tuotteita että pieniä tuotteita. Niitä varten tarvitaan arviointiperusteita, joilla liiketyypit voidaan erotella tilaa vaativiksi erikoiskaupoiksi ja ohjauksen piiriin kuuluviksi vähittäiskaupan suuryksiköiksi. Luokittelun tulisi olla sopusoinnussa maankäyttö- ja rakennuslain tarkoituksen kanssa. Erityinen sääntely tulisi kohdistaa niihin liiketyyppeihin, jotka kilpailevat keskustakaupan kanssa.

4.1 Pinta-ala

Pinta-ala on yksi kriteeri erotella tilaa vaativat ja ohjauksen piiriin kuuluvat erikoiskaupat toisistaan. Pinta-alaa voidaan selkeästi mitata. Se voidaan mitata myös suunnittelusta ennen kuin myymälä on aloittanut toimintansa.

Pinta-ala tulisi mitata myymälän myyntipinta-alan mukaan, sillä se kertoo enemmän

myynnin luonteesta kuin kerrosala, jossa ovat mukana varastot ja aputilat. Myös hallituksen esityksen perusteluissa puhutaan myyntipinta-alasta.

Pinta-ala paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan kriteerinä ei ole täysin ongelmaton. Liikeidea, tuotevalikoima ja se, miten tuotteet myymälään on aseteltu voivat muuttua ajan myötä. Rakennusvalvonnan tehtävänä on kuitenkin valvoa myös sitä, että myymälän käyttötarkoitusta ei muuteta vastoin voimassa olevaa rakennuslupaa.

4.2 Myynti

Myynti olisi selkeä kriteeri tilaa vaativan erikoistavaran kaupalle. Sitä olisi myös helppo mitata. Myynti kertoo, mitä tuotteita myymälästä ostetaan. Näin se myös kertoo eri tuoteryhmien osuuksista myymälässä.

Myyntiin liittyy kuitenkin ongelmia. Kun uusi liike rakennetaan, myyntiä ei vielä tunneta. Epäselvissä tapauksissa ei etukäteen voitaisi sanoa, onko uusi liike paljon tilaa vaativa erikoistavaran kauppa vai ei. Eri tuoteryhmien myyntiennuste perustuisi arvioon, joka ei välttämättä toteudu. Myynti voi-

daan tarkoituksellisestikin ennustaa toteutu-
vaa myyntiä suuremmaksi tai pienemmäksi.

Myynnin käyttämisen ongelmana on lisäksi se, että eri tuoteryhmien myynti vaihtelee vuosittain. Jonain vuonna pienten tuotteiden myynti saattaa kasvaa niin suureksi, ettei liike enää olekaan tilaa vaativa erikoistavaran kauppa. Myös valvonta voi olla vaikeaa, koska yritykset eivät ole velvollisia ilmoittamaan esimerkiksi kunnan kaavoittajalle tai rakennusvalvontaviranomaiselle myyntiään. Yrityksillä on velvollisuus antaa myyntitietonsa verottajalle, mutta tästä myynnistä ei ole eroteltavissa tuotekohtaista myyntiä.

4.3 Julkisuuskuva ja liikeidea

Julkisuuskuva ja liikeidea voisivat myös olla arviointiperusteita tilaa vaativalle erikoiskaupalle. Niiden perusteella voitaisiin erotella liikkeet, jotka asiakkaiden kokemana ovat tilaa vaativia erikoiskauppoja. Tämän perusteella asiakkaiden mielikuva liikkeestä ratkaisisi asian.

Julkisuuskuvaa on kuitenkin vaikea käyttää kriteerinä, koska se ei ole mitattavissa ja mielikuva myymälästä on täysin subjektiivinen asia. Julkisuuskuva ja liikeidea tosin ilmenevät mainoksissa ja esitteissä, mutta niille tuskin löytyy yksiselitteistä tulkintaa.

1.

2.

3.

4.

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

1.

2.

3.

4.



***Lähtökohtia paljon tilaa vaativan
erikoistavarakaupan määrittelyyn***

1.

2.

3.

4.

5.

Lähtökohtia paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan määrittelyyn

Maankäyttö- ja rakennuslain tarkoituksena on erityisesti säännellä niitä erikoistavaran kaupan toimialoja, joiden sijoittuminen keskustojen ulkopuolelle haittaa keskustojen kehitystä. Tämä tulisi ottaa huomioon, kun määritellään paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan kriteerejä.

Tilaa vaativan kaupan käsitteen selvittämiseksi on ensimmäisenä määriteltävä, mitkä **tuotteet** ovat tilaa vaativia tuotteita. Kun tällainen tuote on myymälän **päämyyntiartikkelina**, liike on paljon tilaa vaativa erikoistavaran kauppa. Lisäksi tulisi pohtia, mitkä ovat sellaisia tuotteita, jotka ovat suurikokoisia ja joiden myyminen keskustan ulkopuolella suurissa yksiköissä ei ole uhka keskustalle.

Toiseksi tulisi löytää sellainen **arviointiperuste**, jonka avulla voidaan mitata erityyppisten tuotteiden osuutta myymälässä. Edellisessä luvussa esiteltiin mahdollisia mittareita ja niiden ongelmia. Selvityksen perusteella näyttäisi vähiten ongelmia liittyvän myyntipinta-alan käyttöön mittarina.

Lisäksi tulee ottaa kantaa myös siihen, kuinka suuri **osuus pinta-alasta** tulisi olla tilaa vaativia tuotteita. Tilaa vaativat tuotteet vievät suurikokoisina enemmän pinta-alaa, vaikka myynti arvoltaan painottuisikin enem-

män pieniin tuotteisiin. Lisäksi tulisi ottaa kantaa siihen, miten mittaus käytännössä suoritetaan. Luetaanko esimerkiksi kattauspöytä astioineen, liinoineen ja koriste-esineineen tilaa vaativaksi, vaikka osa tuotteista on selvästi pieniä?

Päämyyntiartikkelin tulee aina olla tilaa vaativa tuote. **Oheistuotteilla** saattaa kuitenkin olla ratkaiseva merkitys myymälän vaikutusten kannalta, sillä juuri niiden siirtyminen keskustojen ulkopuolelle vaikuttaa keskustakauppaan. Oheistuotteet ovat pieniä tuotteita ja niitä voidaan ongelmattomasti myydä myös keskustassa. Oheistuotteiden osuus ei saisi nousta liian suureksi, vaikka ne liittyisivätkin kiinteästi päämyyntiartikkeliin.

Jotkut oheistuotteet ovat keskustakaupan kannalta erityisen **kriittisiä tuoteryhmiä**. Yksi tällainen tuoteryhmä ovat elintarvikkeet, joiden myyntialaan hallituksen esityksessä otettiin jo kantaa. Tuleekin miettiä, mitkä muut tuotteet elintarvikkeiden ohella saattaisivat jo pieninä määrinä muuttaa paljon myymälän luonnetta, niin että se alkaa kilpailla keskustakaupan kanssa.

Hallituksen esityksessä katsottiin, että oheistuotteiden tulisi liittyä päämyyntiartikkeliin. Tuotteet, jotka liittyvät päämyyntiartikkeliin vain etäisesti, saattavat olla nimen-

omaan keskustan erikoistavarakauppaan vaikuttavia kriittisiä tuoteryhmiä. Tällaisia kriittisiä tuoteryhmiä ovat ainakin leikkikalut, äänilevyt, vaatteet, valokuvaustarvikkeet ja kosmetiikka, joita myydään tyypillisesti keskustan tavarataloissa ja erikoisliikkeissä. Jos niiden myynti siirtyy suuriin yksiköihin keskustojen ulkopuolella, uusi suurmyymälä alkaa kilpailla keskustakaupan kanssa.

1.

2.

3.

4.

5.

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

1.

2.

3.

4.

5.



Asiantuntijoiden näkemykset

1.

2.

3.

4.

5.

6.

Asiantuntijoiden näkemykset

Yhtenä osana selvitystä kysyttiin kaupan asiantuntijoiden mielipiteitä tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta. Haastattelujen tarkoituksena oli selvittää, miten alaa tuntevat tulkitsevat paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan käsitettä. Haastateltavia pyydettiin esittämään näkemyksensä siitä, mitä näkökohtia ohjeessa tulisi ottaa huomioon.

Tarkoituksena ei ollut ottaa kantaa lakiin, vaan löytää paljon tilaa vaativalle erikoistavaran kaupalle selkeä määritelmä, joka auttaa lain tulkinnassa. Selvityksen ja haastattelujen pohjalta oli tarkoitus määritellä kriteerit, joita käyttäen voidaan arvioida, kuuluuko myymälä paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan piiriin.

Haastattelut tehtiin marraskuun 1999 sekä tammikuun 2000 välisenä aikana. Asiantuntijoita haastateltiin sekä Kaupan keskusliiton eri toimialaliitoista että kaupan keskusliikkeistä. (Liite 1)

Haastateltavilta toivottiin kannanottoja erityisesti seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä tuotteet ovat tilaa vaativia tuotteita?
- Kuinka suurella osuudella myyntipinta-alasta tulee vähintään myydä tilaa vaativia tuotteita?
- Mitkä oheistuotteet ovat kriittisiä keskustarjonnan kannalta?

- Kuinka suurella pinta-alalla saa enintään myydä näitä kriittisiä oheistuotteita ja kuinka suuri tämä pinta-ala saa suhteellisesti olla koko myymälän myyntipinta-alasta?

Kaikilla haastateltavilla oli käytössään edellä esitelty selvitys paljon tilaa vaativasta erikoistavaran kaupasta sekä luvussa 5 esitetty yhteenveto, näkökohtia paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan määrittelyyn.

6.1 Tuote tai toimiala

Kaikki haastateltavat eivät osanneet tai halunneet määritellä tilaa vaativia tuotteita. Yleisesti toivottiin, ettei ohjeesta tulisi pitkää tilaa vaativien tuotteiden listaa. Tuotteet muuttuvat ja kehittyvät jatkuvasti. Samoin toimialojen sisällä tapahtuu jatkuvasti kehitystä.

Kommentteja saatiin myös tilaa vaativan tuotteen määrittelystä. Tuotteen suuren koon lisäksi tuotteiden esittely, kuten kattauspöydät, huoneen sisustus, urheiluliikkeiden elämysmaastot, ja logistiikka vaativat paljon tilaa. Asiointitapa sekä asiakasrakenne vaikuttavat tilan tarpeeseen.

Eräessä haastattelussa tilaa vaativa tuotemääriteltiin tuotteeksi, jota yksi ihminen ei

pysty kuljettamaan myymälästä kotiin kävel-
len tai joukkoliikenteellä, vaan se vaatii erilli-
sen kuljetuksen.

Seuraavat toimialat koettiin yleisesti
kuuluvan tilaa vaativaan erikoiskauppaan:

- Huonekalumyymälät
- Rauta-, rakennus- ja sisustustarvike-
myymälät
- Autokauppa- ja autojen varaosa-
myymälät
Rengasliikkeet
Matkailuvaunuja myyvät liikkeet
Veneiden ja venetarvikkeiden
myymälät
- Maatalous- ja maataloustarvike-
myymälät
Puutarhamyymälät

Sen sijaan kodintekniikkakaupan ja sisustus-
kaupan kohdalla näkemykset erosivat. Toiset
kokivat ne tilaa vaativiksi, toiset taas eivät.

Sisustuskaupan ja sisustustarvikekaup-
pan välille tehtiin selvä ero. Sisustuskauppa
on asumiseen liittyvää sisustamista. Sille tyy-
pillisiä tuotteita ovat esimerkiksi tyynyt, ver-
hot, taulut, valaisimet ja astiat. Sisustustar-
vikekauppa on ”rakenteellisen sisustamisen”
kauppaa. Tyypillisiä tuotteita ovat esimerkiksi
maalit, tapetit ja kylpyhuonekalusteet, jotka
liittyvät remontoimiseen ja rakentamiseen.
Sisustustarvikekauppa koettiin liittyvän rau-
ta- ja rakennustarvikekauppaan ja näin ollen
se yleensä koettiin tilaa vaativaksi erikois-
kaupaksi.

Kaikkein laajimman näkemyksen mu-
kaan tilaa vaativaan erikoistavaran kauppaan

kuuluisivat seuraavat Tilastokeskuksen luoki-
tuksen mukaiset toimialat:

- 5244 Huonekalujen, valaisimien ja muiden
kotitaloustarvikkeiden vähittäis-
kauppa
- 52441 Huonekalujen vähittäiskauppa
- 52442 Muu sisustustarvikkeiden vähittäis-
kauppa
- 52443 Sähkötarvikkeiden ja valaisimien
vähittäiskauppa
- 52444 Kumi- ja muovitavaroiden vähittäis-
kauppa
- 52445 Taloustarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52411 Kankaiden vähittäiskauppa
- 52413 Sisustustekstiilien vähittäiskauppa
- 5245 Kodinkoneiden, viihde-elektroniikan
ja musiikkitarvikkeiden vähittäis-
kauppa
- 52451 Kodinkoneiden ja viihde-elektronii-
kan vähittäiskauppa
- 52452 Musiikkitarvikkeiden vähittäiskauppa
- 5246 Rautakauppatavaroiden, maalien ja
lasin vähittäiskauppa
- 52461 Rauta- ja rakennustarvikkeiden yleis-
vähittäiskauppa
- 52462 Maalien vähittäiskauppa
- 52469 Muu rauta- ja rakennusalan vähittäis-
kauppa
- 52491 Veneiden ja veneilytarvikkeiden
vähittäiskauppa
- 50102 Moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
- 50103 Matkailuvaunujen vähittäiskauppa
- 50302 Moottoriajoneuvojen osien ja
varusteiden vähittäiskauppa
- 50304 Renkaiden vähittäiskauppa

1.

2.

3.

4.

5.

6.

50402 Moottoripyörien sekä niiden osien ja varusteiden vähittäiskauppa

Näiden lisäksi paljon tilaa vaativaan kaupan luettaisiin tietyin erityisehdoin myös seuraat toimialat:

52484 Taideliike

52488 Urheilualan vähittäiskauppa

6.2 Oheistuotteet

Yksinomaan paljon tilaa vaativaa erikoistavaraa myyviä liikkeitä ei juurikaan ole. Myymälät myyvät yleensä isojen tuotteiden lisäksi normaalikokoisia tuotteita sekä toimialaan liittyviä oheistuotteita eli käyttöyhteystuotteita tai tuotteita, jotka eivät liity toimialaan.

Tiukimman näkemyksen mukaan oheistuotteilla tarkoitettiin tuotteita, jotka liittyvät päämyyntiartikkeliin tai paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan toimialaan. Joidenkin näkemysten mukaan kaikki tuotteet hyväksytään oheistuotteiksi. Selvityksen yhteenvedossa mainituista kriittisistä tuotteista haastateltavat eivät juurikaan puhuneet, ainakaan sillä termillä.

Asiantuntijoiden näkemykset vaihtelivat suuresti siitä, kuinka paljon oheistuotteita myymälässä voidaan myydä, jotta se vielä voidaan luokitellaan paljon tilaa vaativaksi erikoistavaran kaupaksi. Oheistuotteille esitetty enimmäismäärä vaihteli 10 - 50 prosentin välillä. Myyntipinta-alalle ehdotettiin ylärajaa, joka olisi 400 neliometriä.

Haastatteluissa selvisi, että oheistuotteiden osuudet pinta-alasta ja myynnistä vastaavat toisiaan melko hyvin. Oheistuotteiden osuudet myynnistä ovat tällä hetkellä eri toimialoilla ja myymälöillä seuraavia:

- Huonekalukaupassa sisustuksen osuus on kasvussa. Nykyään se on 10 - 20 prosenttia. Sen ennakoidaan nousevan korkeintaan 20 - 30 prosenttiin.
- Ikean myynnistä on noin puolet huonekaluja ja puolet sisustusta. Anttilan Kodin Ykkösen myynnistä on korkeintaan 30 prosenttia pieniä tuotteita.
- Rauta- ja sisustustarvikkeiden kaupassa oheistuotteiden osuus on noin 10 - 15 prosenttia. Osuus vaihtelee kausittain, mutta vuoden keskiarvo jää alle 20 prosentin. Ulkomyyntitila koetaan usein osaksi kiinteää myymälätilaa.
- Kaikissa kodintekniikkakaupoissa myydään myös pieniä kodinkoneita ja viihdeelektronikkaa. Tiedossa ei ole vain valkoisia kodinkoneita myyviä liikkeitä.

Haastateltujen asiantuntijoiden yhteinen näkemys oli, että ohjeen tulisi olla yksinkertainen ja yksiselitteinen. Sen sijaan näkemykset paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan määrittelystä erosivat monessa suhteessa toisistaan. Toiset toivovat välttää tulkintaa ja toiset mahdollisimman tiukkaa. Näkemyserot johtunevat siitä, että kukin haluaa omalle toiminnalleen mahdollisimmat hyvät toimintaedellytykset ja kehitysnäkymät.

Haastatellut asiantuntijat

Päivittäistavarakauppayhdistys

Erikoiskaupan liitto

Suomen Huonekalukaupan Liitto

Kodintekniikkaliitto

Rakennus- ja sisustustarvikekauppayhdistys

Kesko Oyj

SOK Kauppapaikat

Ketjuetu Oy

Yhdyskuntasuunnittelujaosto/
Osmo Laine

Yhdyskuntasuunnitteluryhmä

Taisto Eronen

Matti Räisänen ja Seppo Hiltunen

Kari Kulmala

Eero Ahtela ja Kristiina Koskiaho

Keijo Pennanen ja Osmo Naskali

Heikki Heinimäki

1.

2.

3.

4.

5.

6.

Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta

Kuvailulehti

Julkaisija	Ympäristöministeriö Alueidenkäytön osasto		
Julkaisuaika	Kesäkuu 2000		
Tekijät(t)	Katja Kontio, Tuomas Santasalo		
Julkaisun nimi	Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta		
Julkaisun osat	Suositus paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tulkinnasta Näkökohtia paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan määrittelyyn		
Tiivistelmä	<p>Maankäyttö- ja rakennuslaissa on annettu vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainnin ohjaamista koskevia säännöksiä. Erityisen ohjauksen piiriin kuuluvat keskustatointojen alueen ulkopuolelle sijoittuvat vähittäiskaupan suuryksiköt, joilla laissa tarkoitetaan yli 2 000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää. Erityisen ohjauksen ulkopuolelle on jätetty paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa.</p> <p>Suositus paljon tilaa vaativan kaupan tulkinnasta on tarkoitettu helpottamaan maankäyttö- ja rakennuslain kauppaa koskevien säännösten tulkintaa sekä yhdenmukaistamaan käytäntöjä lupa- ja kaavoitusmenettelyssä sekä valvonnassa eri puolilla maata. Suositus ei sido lain tai asetuksen tapaan päätöksentekoa, vaan tarjoaa tietoa ja perusteluja lain tulkinnalle.</p> <p>Suosituksen mukaan paljon tilaa vaativana erikoistavaran kauppana pidetään mootorijoneuvojen 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.</p> <p>Tilaa vaativassa erikoiskaupassa oheistuotteiden osuus saa olla enintään 20 prosenttia myyntipinta-alasta, kuitenkin enintään 400 neliometriä myyntipinta-alaa, josta enintään 100 neliometriä voidaan käyttää toimialaan kuulumattomien oheistuotteiden ja elintarvikkeiden myyntiin.</p>		
Asiasanat	Paljon tilaa vaativa erikoistavaran kauppa, erikoiskauppa, maankäyttö- ja rakennuslaki, vähittäiskaupan suuryksikkö, kaupan suuryksiköiden sijainnin ohjaus		
Julkaisusarjan nimi ja numero	Maankäyttö- ja rakennuslaki 2000. Opas 2		
Rahoittaja/ Toimeksiantaja	Ympäristöministeriö		
ISBN	951-37-3278-9 (nid.), 951-731-241-5 (PDF)		
Sivuja	Kieli	Luottamuksellisuus	Hinta
44	suomi	julkinen	
Julkaisun myynti/ jakaja	Oy Edita Ab, puh. (09) 5660 266, telefax (09) 5660 380		
Julkaisun kustantaja	Oy Edita Ab Kustannustoimitus	Painopaikka ja -aika Oy Edita Ab, Helsinki 2000	
Muut tiedot	Yhteyshenkilö ympäristöministeriössä Katri Tulkki, puh. (09) 1603 9594		

