

**LAIHIAN KIRKONSEUDUN OSAYLEISKAAVA
KAUPALLINEN SELVITYS**

Vastaanottaja

Laihian kunta

Asiakirjatyyppi

Loppuraportti

Päivämäärä

15.4.2014

**LAIHIAN KIRKONSEUDUN
OSAYLEISKAAVA
KAUPALLINEN SELVITYS**

Ramboll
Säterinkatu 6
PL 25
02601 ESPOO
P +358 20 755 611
F +358 20 755 6201
www.ramboll.fi

SISÄLTÖ

1.	Lähtökohdat ja tavoitteet	1
1.1	Lähtökohdat ja tavoitteet	1
1.2	Työn eteneminen	2
2.	Vähittäiskaupan tarjonta Laihialla ja Laihian kaupallinen asema	3
2.1	Laihian asema seudullisessa kaupan verkostossa	3
2.2	Vähittäiskaupan myymäläverkosto ja myymälöiden sijoittuminen	4
2.3	Vähittäiskaupan liikevaihto ja sen kehitys	7
2.4	Vähittäiskaupan hankkeet	10
3.	Vähittäiskaupan kysyntä Laihialla	12
3.1	Väestön määrä ja sijoittuminen	12
3.2	Työpaikat ja niiden sijoittuminen	14
3.3	Liikenne	15
3.4	Vähittäiskaupan ostovoima	17
3.5	Ostovoiman siirtymät	19
3.6	Vähittäiskaupan lisäpinta-alan tarve	19
3.7	Verkkokaupan vaikutus lisäpinta-alan tarpeeseen	23
4.	Kehittämistarpeet ja -mahdollisuudet	25
4.1	Päivittäistavarakauppa	25
4.2	Erikoistavarakauppa ja palvelut	25
4.3	Yhteenveto kaupan alueista ja mitoituksesta	26

1. LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET

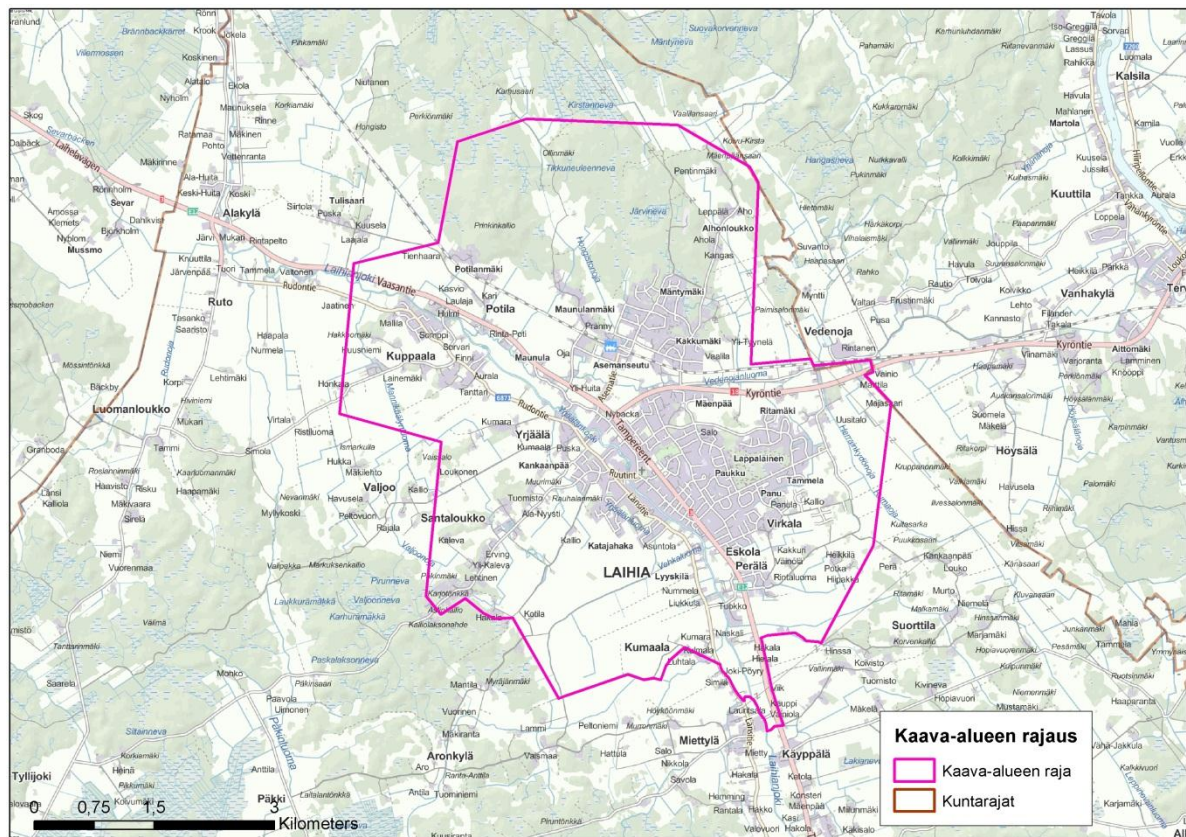
1.1 Lähtökohdat ja tavoitteet

Laihialla tarkistetaan Kirkonseudun osayleiskaavaa. Osayleiskaava kattaa koko Laihian keskus-
taajaman alueen, jossa valtaosa Laihian väestöstä asuu ja jonne Laihian palvelut ovat keskitty-
neet. Näin ollen osana yleiskaavan tarkistamista on tarpeen tarkastella myös Laihian kaupan pal-
veluverkkoa.

Kaupan palveluiden tarkastelun osalta yksi keskeinen lähtökohta on Pohjanmaan vaihemaakun-
takaava 1 "Kaupallisten palvelujen sijoittuminen Pohjanmaalla", jonka maakuntahallitus hyväksyi
14.5.2012 ja ympäristöministeriö vahvisti 4.10.2013 (pl. vähittäiskaupan suuryksiköiden merkin-
nät Pedersören Edsevössä ja Närpiön Högback-Nixbackissa). Vaihemaakuntakaavassa Laihian
keskusta on osoitettu keskustatoimintojen alueeksi. Keskustan ulkopuolisia vähittäiskaupan suur-
yksikköalueita Laihialla ei maakuntakaavassa ole.

Vaihemaakuntakaavassa Laihian keskustan kaupallisten palvelujen kokonaismitoitus on 30 000 k-
m². Vähittäiskaupan suuryksikön tai myymäläkeskittymän enimmäismitoitus keskustatoimintojen
alueella on 5 000 k-m². Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön tai myymälä-
keskittymän koon alaraja keskustatoimintojen alueen ulkopuolella on päivittäistavarakaupan
osalta 2 000 k-m², paljon tilaa vaativan erikoistavarakaupan osalta 3 000 k-m² ja muun erikois-
tavarakaupan osalta 3 000 k-m².¹

Osayleiskaava-alueen raja on esitetty seuraavalla kartalla.



Kuva 1 Osayleiskaava-alueen raja

¹ Lähde: Pohjanmaan maakuntakaava, vaihemaakuntakaava 1, <http://www.obotnia.fi/fi/binaryviewer.aspx?MediaID=7011>, haettu 29.10.2013.

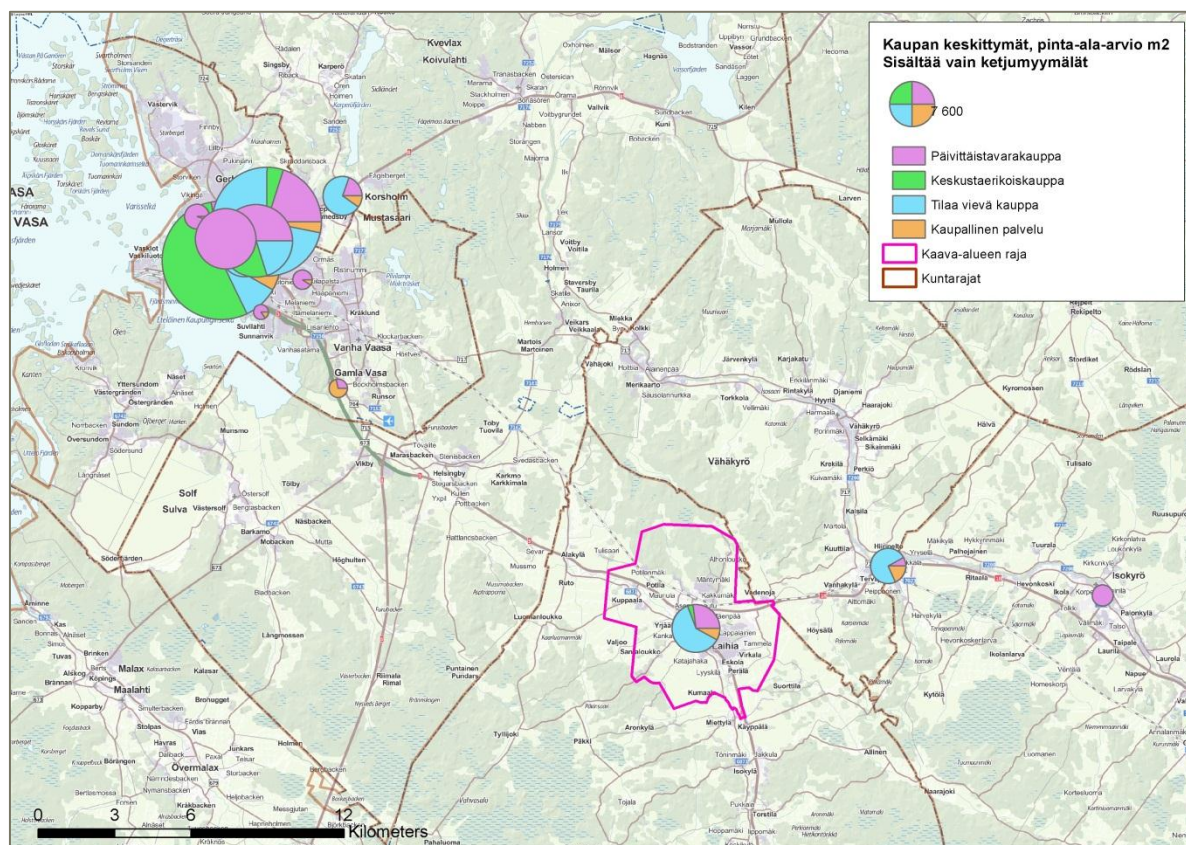
1.2 Työn eteneminen

Selvityksen laatimisessa hyödynnettiin aiempia Laihialla ja Pohjanmaalla laadittuja selvityksiä. Näistä tärkeimpiä olivat:

- Pohjanmaa, Kaupallisten palveluiden sijoittuminen maakunnassa, Tuomas Santasalo Ky ja Pohjanmaan liitto, 2010
- Pohjanmaan maakuntakaava, Lisäselvitys kaupallisten palveluiden sijoittumisesta, Tuomas Santasalo Ky ja Pohjanmaan liitto, 19.5.2011
- Pohjanmaan vaihemaakuntakaava 1, Kaupallisten palvelujen sijoittuminen Pohjanmaan maakunnassa, Selostus, Pohjanmaan liitto. Hyväksytty maakuntavaltuustossa 14.5.2013.
- Kirkonseudun osayleiskaavan tarkistamisen yhteydessä laaditut aineistot, kuten rakennemallit ja kaavaselostus

Ramboll Finland Oy:ssä työn ovat laatineet KTM Tiina Kuokkanen ja KTM Eero Salminen. Raportin on tarkastanut KTM Mari Pitkäaho.

keskittymää³. Tervajoen myymälät sijaitsevat noin 8 kilometrin etäisyydellä osayleiskaava-alueelta. Seuraavassa kartassa (Kuva 3) on kuvattu seudun ketjumyymälöiden⁴ tarjontaa toimialoittain niillä alueilla, joissa ketjuihin kuuluvat vähittäiskaupan myymälät ja kaupalliset palvelut muodostavat klustereita (vähintään 3 myymälää). Pallon koko kuvaa myymälöiden pinta-alaa ja sen jakautumista toimialoittain. Pinta-ala-arvio perustuu ketjun keskimääräisiin pinta-aloihin ja sitä voidaan pitää ainoastaan suuntaa-antavana. Arvio antaa kuitenkin kuvan eri alueiden tarjonnan laajuudesta ja alueita voi sen perusteella vertailla toisiinsa. Ketjumyymälä vertailu vahvistaa, että Vaasa on alueen kaupan pääkeskus, jossa on useita kaupan keskittymiä, ja että Laihian kaupan palvelut ovat muihin kuntiin verrattuna monipuoliset.



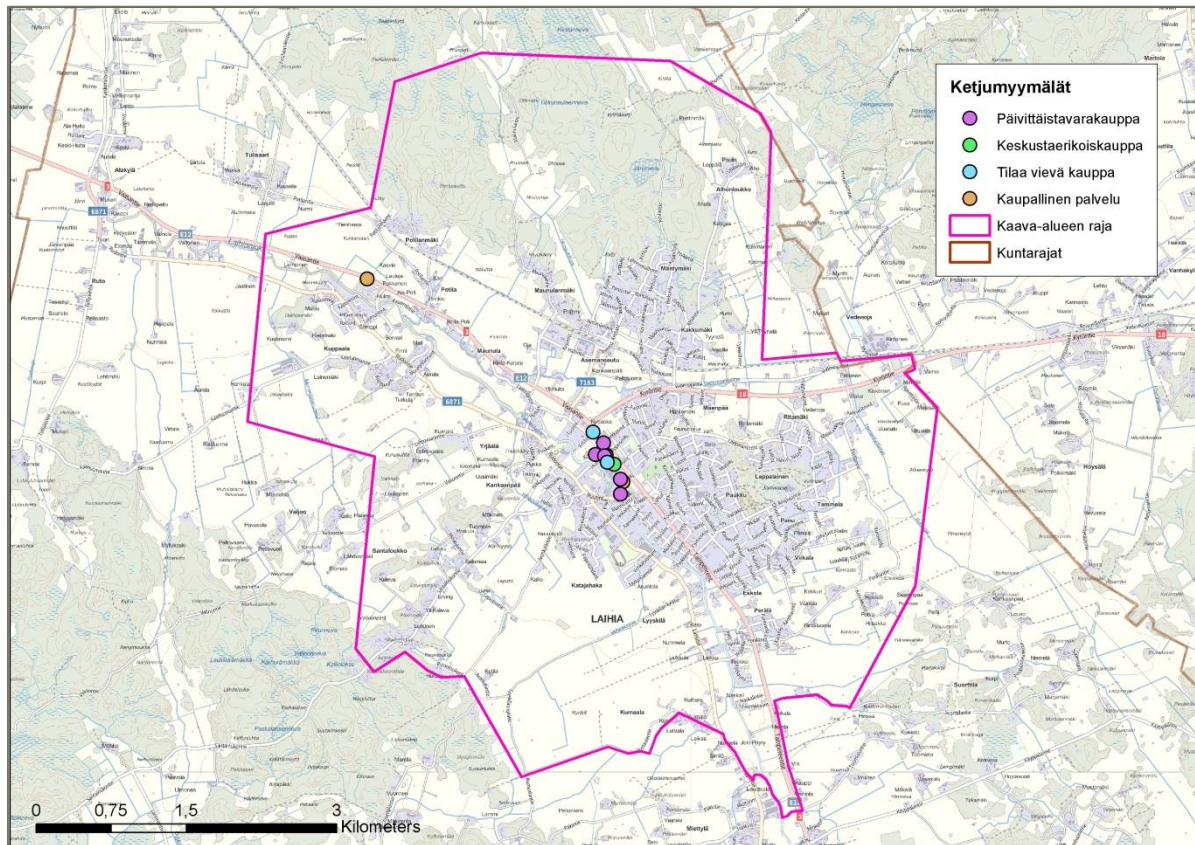
Kuva 3 Ketjumyymälöiden keskittymät, pinta-ala-arvio toimialoittain m2

2.2 Vähittäiskaupan myymäläverkosto ja myymälöiden sijoittuminen

Laihian kaupan ja palveluiden tarjonta on pääsääntöisesti keskittynyt keskustaan Kauppatien varrelle. Kaava-alueella varsinaisen ydinkeskustan ulkopuolella valtatie 3 varrella Vaasan suuntaan sijaitsee lisäksi yksi huoltoasema. Seuraavalla kartalla (Kuva 4) on esitetty vähittäiskaupan ketjujen sijoittuminen Laihialla. Yksityisten yrittäjien liikkeet eivät siis kartalla näy. Ketjujen sijoittuminen kuvaa kuitenkin hyvin kaupan rakennetta kokonaisuudessaan. Siellä, missä on paljon kaupan ketjuja, on yleensä runsaasti myös yksityistä kaupan tarjontaa.

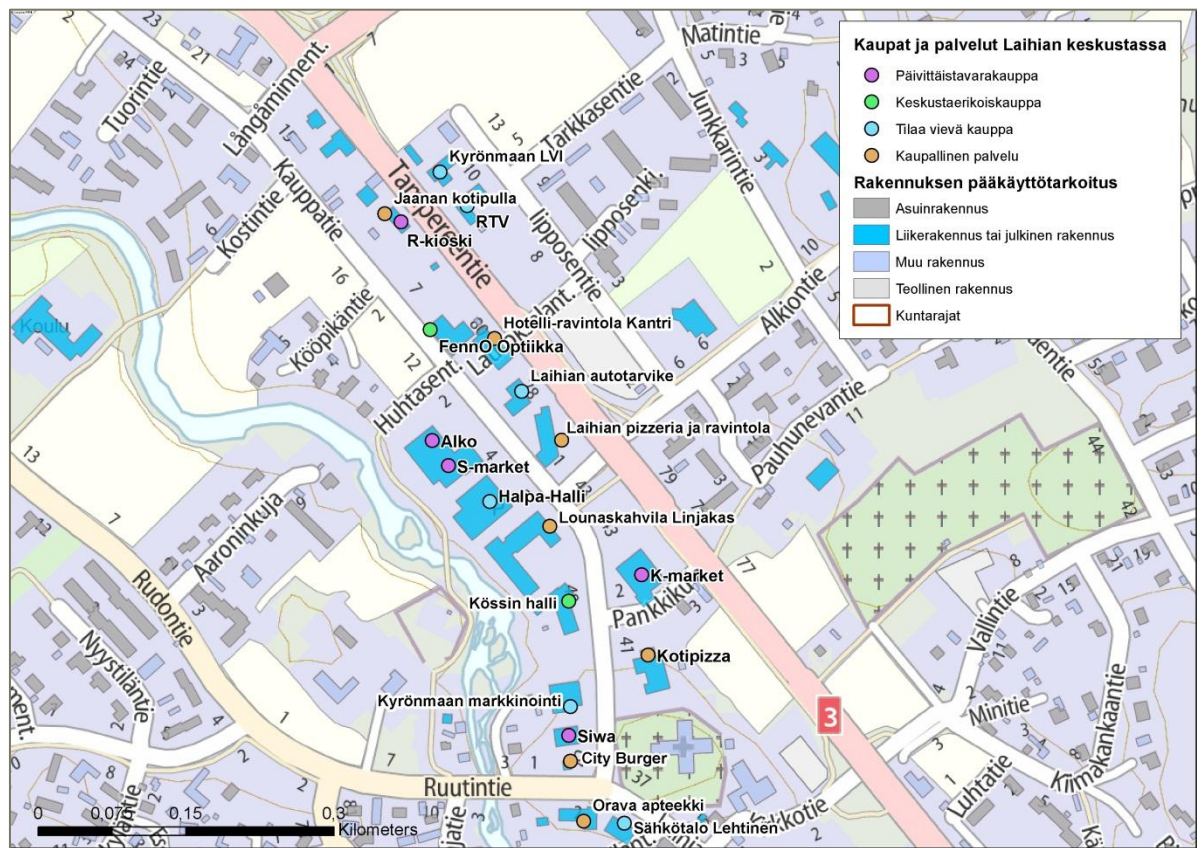
³ Kaupallisten palvelujen sijoittuminen Pohjanmaan maakunnassa, Kaavaselostus, <http://www.obotnia.fi/fi/binaryviewer.aspx?MediaID=7005>, haettu 29.10.2013.

⁴ ⁴ Lähde: Ramboll ketjutietokanta, 9/2012. Ketjumyymälällä tarkoitetaan niitä vähittäiskaupan ja palveluiden toimipaikkoja, jotka kuuluvat vähintään 5 toimipaikkaa sisältävään valtakunnalliseen ketjuun.



Kuva 4 Ketjumuymälät toimialoittain osayleiskaava-alueelle (Lähde: Ketjutietokanta, Ramboll Finland Oy)

Seuraavalla kartalla (Kuva 5) on esitetty vielä varsinaisen ydinkeskusten rakennusten käyttötarkoitus sekä ketjumuymälät ja merkittävimmät yksityiset kaupan ja palveluiden toimijat. Myymälät ja palvelut ovat keskittyneet pääosin Kauppatien varteen. Keskustassa toimii kolme varsinaista päivittäistavaramyymälää S-market, K-market ja Siwa sekä niin ikään päivittäistavaramyymäläksi luokiteltava Alko. Erikoistavara kaupan toimijoista keskustan merkittävin toimija on ns. halpatavaratalo Halpa-Halli, jonka valikoimista löytyy erikoistavara kaupan lisäksi myös päivittäistavara kaupan koko tuotevalikoima. Keskustassa toimii lisäksi joukko erilaisia keskustaerikoiskaupan myymälöitä ja kaupallisia palveluita, joista suurin osa ei kuulu ketjuihin. Merkittävimpinä esimerkkeinä näistä mainittakoon mm. tavaratalomainen Kössin Halli, hotelli-ravintola Kantri, Sähkötalo Lehtinen, kodinkone/elektroniikkamyymälä Kyrönmaan markkinointia ja lounaskahvila Linjakas. Lisäksi keskustassa toimii mm. kukkakauppoja, kultasepäntiike, kangaskauppa ja pankkeja: näitä ei ole kuvattu seuraavalla kartalla.



Kuva 5 Kaupan toimialat ja ketjuliikkeet osayleiskaava-alueella/ keskustassa (Lähde: Ketjutietokanta, Ramboll Finland Oy ja Laihian kunta)

Vähittäiskaupan nykytarjonnan laajuus toimialoittain on vielä esitelty seuraavassa taulukossa (Taulukko 1). Taulukon tiedot perustuvat Suomen ympäristökeskuksen tuottamaan tilastoon ja ne kuvaavat vähittäiskaupan sijaintirakennusten kerrosalaa⁵. Taulukon tietoja tulee pitää vain suuntaa-antavina tietoina: esimerkiksi keskustassa sijaitseva Halpa-Halli tilastoituu todennäköisesti kokonaisuudessaan päivittäistavarakauppaan. Taulukosta puuttuu niin ikään Laihialla toimivan huoltoaseman pinta-ala kokonaisuudessaan. Taulukosta kuitenkin nähdään, että vähittäiskaupan nykyinen kerrosala Laihialla on noin 7 000 k-m2.

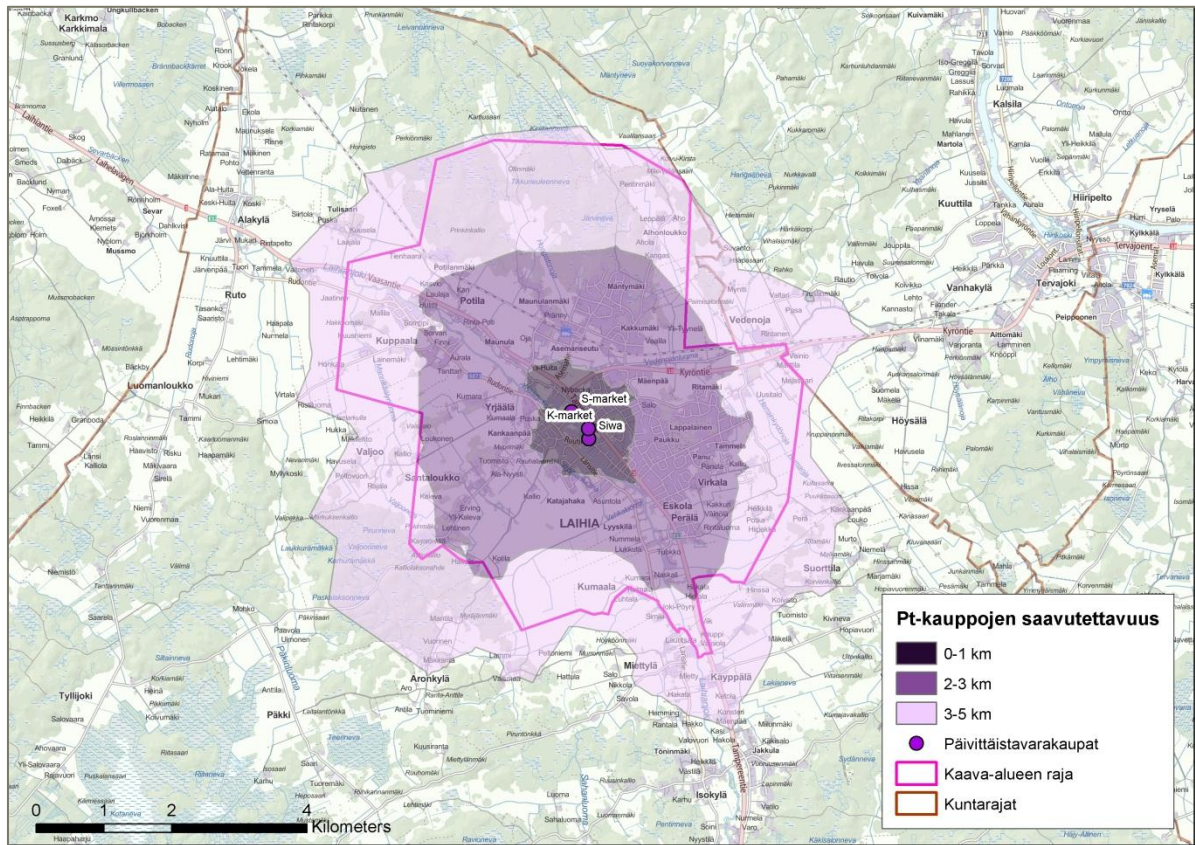
Taulukko 1 Vähittäiskaupan rakennusten kerrosala (Lähde: SYKE)

Toimiala	m2
Päivittäistavarakauppa	4 600
Tavaratalokauppa	0
Keskustaerikoiskauppa	1 164
Tilaa vaativa erikoistavarakauppa	1 260
Moottoriajoneuvojen kauppa	0
Huoltoasemakauppa	0
Yhteensä	7 024

Päivittäistavarakaupan tarjonta Laihialla on kattavampi kuin erikoistavarakaupan tarjonta. Päivittäistavarakaupan sijainti lähellä kotia onkin tärkeämpää kuin erikoistavarakaupan, koska päivit-

⁵ Lähde: Suomen ympäristökeskus, http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Eiinymparisto_ja_kaavoitus/Yhdyskuntarakenne/Palvelut/Kaupan_tietopankki, haettu 6.11.2013.

täistavarakaupoissa asioidaan tiheästi. Voidaan sanoa, että päivittäistavarakaupan saavutettavuus Laihialla on kohtuullinen. Seuraavassa kartassa ja taulukossa saavutettavuutta on tarkasteltu ajoetäisyyksien perusteella. Siinä on esitetty ajoetäisyysvyöhykkeet 1, 3 ja 5 km säteellä päivittäistavarakaupoista. Laihian väestöstä 64 % asuu korkeintaan 3 kilometrin etäisyydellä päivittäistavaramyymälästä. Kuitenkin kävelyetäisyydellä päivittäistavaramyymälästä asuu vain pieni osa Laihian väestöstä: alle kilometrin etäisyydellä päivittäistavaramyymälästä asuu vain 20 % Laihian väestöstä. Vertailun vuoksi todettakoon, että koko Suomen väestöstä 66 % asuu korkeintaan yhden kilometrin etäisyydellä päivittäistavaramyymälästä.



Kuva 6 Päivittäistavarakauppojen 1, 3 ja 5 kilometrin saavutettavuusvyöhykkeet Laihialla

Kaupan saavutettavuus on esitetty myös oheisessa taulukossa.

Taulukko 2 Päivittäistavarakaupan saavutettavuus Laihialla

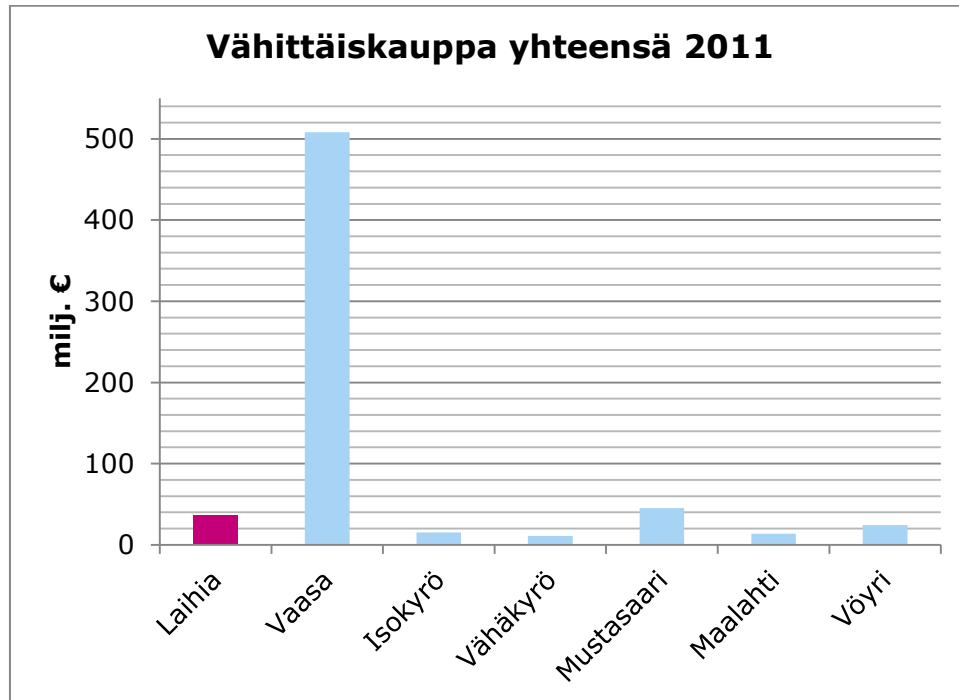
Laihian väkiluku 31.12.2011: 7 900 as		
Ajomatka	Väkiluku	Osuus kuntalaisista
0-1 km	1 545	20 %
0-3 km	5 045	64 %
0-5 km	5 875	74 %

2.3 Vähittäiskaupan liikevaihto ja sen kehitys

Liikevaihto kuvastaa melko hyvin kaupan tarjonnan laajuutta ja monipuolisuutta kunnassa. Seuraavissa kaavioissa ja taulukoissa esitetyt liikevaihtotarkastelut perustuvat Tilastokeskuksen Yrityskirjaston tietoihin.

Seuraavassa kuvassa on havainnollistettu tarkastelualan kuntien kokoeroja esittämällä niiden koko vähittäiskaupan liikevaihto (toimialaluokka TOL47, pl. moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien sekä polttoaineen kauppa) vuonna 2011. Kuvasta nähdään Vaasan aseman seudun kaupallisena pääkeskuksena. Laihian vähittäiskaupan yhteenlaskettu liikevaihto vuonna 2011 oli 36 miljoonaa euroa. Muihin seudun kuntiin verrattuna vain Vaasa ja Mustasaari ylittävät Laihian liike-

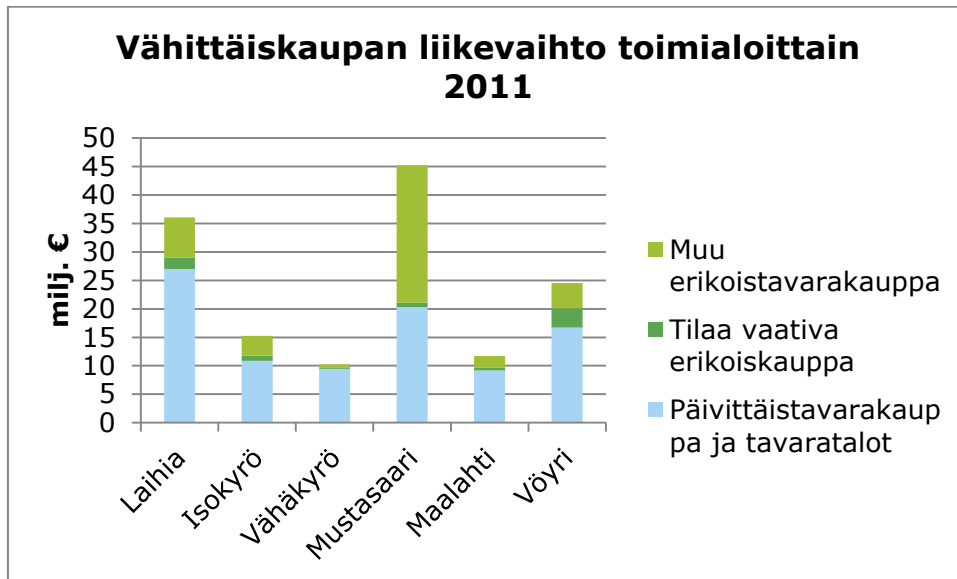
vaihtotason. Kyrönmaan alueella Laihian liikevaihto ylittää selvästi Isokyrön (15 milj. €) ja Vähäkylön⁶ (11 milj. €) liikevaihdon.



Kuva 7 Vähittäiskaupan liikevaihto 2011 kunnittain

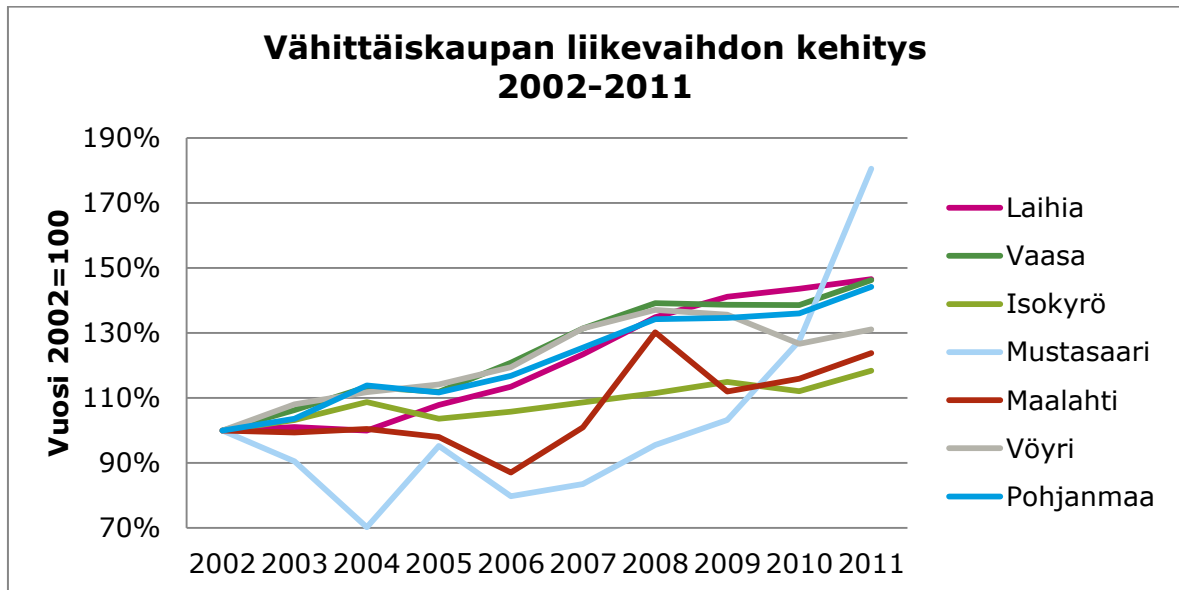
Seuraavassa kuvassa on havainnollistettu vähittäiskaupan liikevaihdon jakautumista eri toimialoille. Mukana ovat vain tutkimusalueen vähittäiskaupan liikevaihdoltaan suurimmat kunnat. Päivittäistavarakauppa ja tavaratalot on esitetty samassa ryhmässä Tilastokeskuksen toimialaluokituksen vuoksi: tavarataloissa tapahtuvaa erikoistavarakauppaa ei voi erottaa Tilastokeskuksen Yritysrekisterin tiedoissa. Kuvioista poistettiin muita kuntia selvästi suuremman Vaasan tiedot, jotta tietoja olisi helpompi vertailla. Vähittäiskaupan liikevaihto muodostuu pääosin päivittäistavarakaupan ja tavaratalon mynnistä kaikissa muissa kunnissa kuin Mustasaassa, joka hyötyy Vaasan läheisyydestä. Tämä kertoo siitä, että erikoistavarakauppa keskittyy suuriin keskuksiin ja toisaalta tavaratalokaupoilla (esim. Halpa-Halli) on pienemmissä kunnissa merkittävä rooli erikoistavarakaupan myyjänä.

⁶ Kaikissa kuvioissa Vähäkylön tietoja ei ole voitu erottaa vaan Vähäkylön liikevaihto on osana Vaasan tietoja. Vähäkylö liittyi Vaasaan kuntaliitoksella 1.1.2013.



Kuva 8 Vähittäiskaupan liikevaihto (M€) Laihialla ja suurimmissa lähikunnissa 2011 toimialoittain (Lähde: Tilastokeskus)

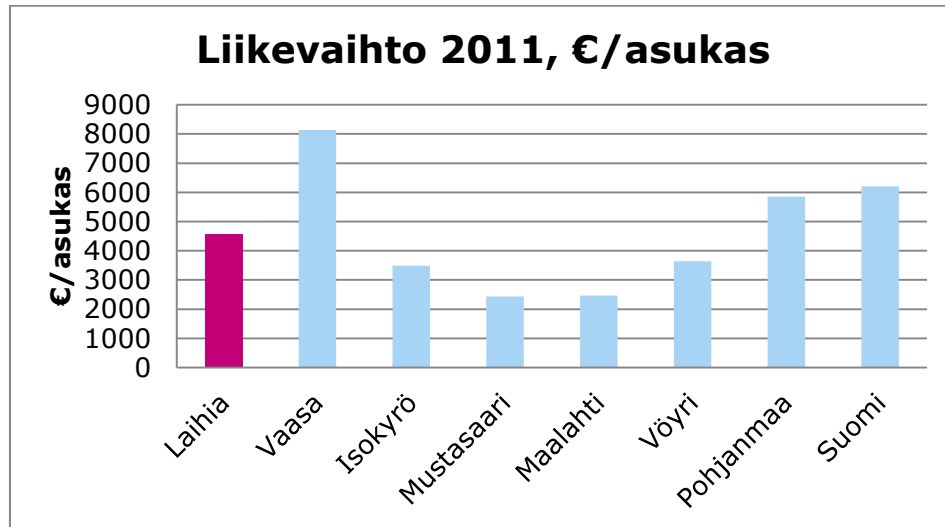
Seuraavassa kaaviossa on kuvattu vähittäiskaupan liikevaihdon kehitystä vuosina 2002-2011 Laihialla, vertailukunnissa ja koko Pohjanmaan maakunnassa. 2000-luvun alkupuolella Laihian liikevaihto on kehittynyt aavistuksen hitaammin verrattuna koko Pohjanmaan maakuntaan, mutta vuodesta 2008 eteenpäin Laihia on kehittynyt hieman maakunnan tasoa nopeammin.



Kuva 9 Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys 2002-2011 M€

Väestön ja kaupan liikevaihdon suhdetta voidaan tarkastella edelleen suhteuttamalla vähittäiskaupan liikevaihto väestön määrään. Näin saadaan liikevaihto euroa/asukasta -tunnusluku. Väkilukuun suhteutettu liikevaihto kertoo kunnan kaupallisesta omavaraisuudesta. Tätä lukua on seuraavassa kuviossa vertailtu eri kuntien, Pohjanmaan ja koko Suomen välillä. Kaaviosta nähdään, että Laihian asukaskohtainen liikevaihto jää alle Pohjanmaan ja koko Suomen keskiarvon. Tämä kertoo ostovoiman siirtymistä: Laihialta, kuten muistakin Vaasan ympäristön vertailukunnista, virtaa ulos ostovoimaa. Asukaskohtainen liikevaihto Laihialla on noin 78 % verrattuna Pohjanmaan asukaskohtaiseen liikevaihtoon eli tällä perusteella Laihialta virtaa kaikkiaan 22 % ostovoimasta ulos. Koko Suomen asukaskohtaiseen liikevaihtoon verrattuna Laihian asukaskohtainen liikevaihto on 74 %, joten koko Suomen asukaskohtaiseen liikevaihtoon verrattaessa ostovoiman ulosvirtaus on hiukan suurempi, 26 % ostovoimasta. Seudun kaupallisena pääkeskuksena Vaasa

taas saa positiivista ostovoiman siirtymää muista kunnista: Vaasan liikevaihto asukaslukuun suhteutettuna on selvästi korkeampi kuin Pohjanmaan tai koko Suomen keskiarvo.



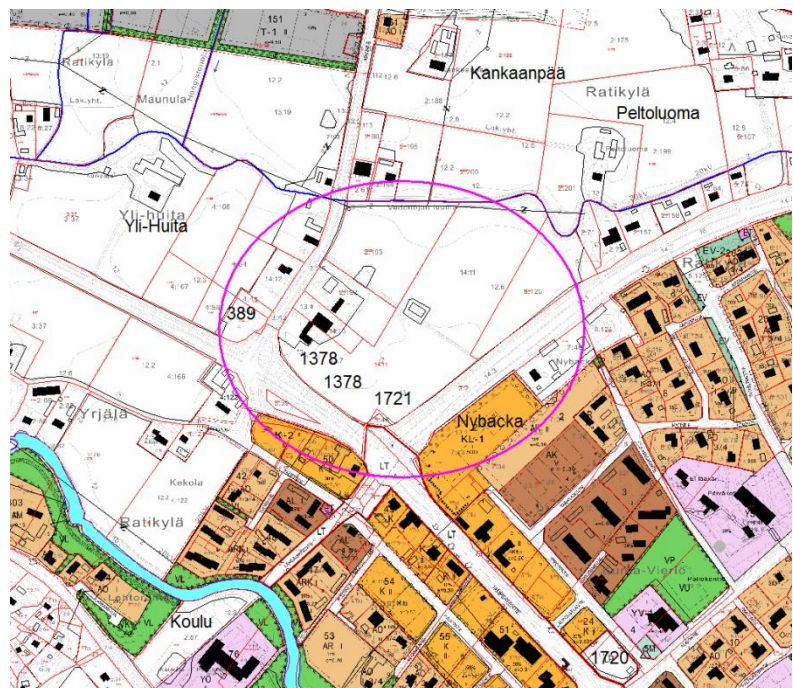
Kuva 10 Vähittäiskaupan liikevaihto euroa/asukas 2011

2.4 Vähittäiskaupan hankkeet

Laihialla ei ole tällä hetkellä konkreettisia kaupan hankkeita valmisteilla. Ydinkeskustan välittömässä läheisyydessä Kyröntien ja Vaasantien risteysalueella on kuitenkin Ruokakeskon Kiinteistöt Oy:n omistuksessa liikekaavalla oleva tontti. Ko. tontille toteutunee kaupan hanke, kun Laihian tiehankkeet (ks. luku 3.3.) toteutuvat. Mahdollisen hankkeen sisällöstä ei ole tässä vaiheessa tarkempaa tietoa.

Samalle risteysalueelle on myös valmisteilla nk. Kauppakeskuskaavan III-vaihe. Kyseessä on kaavamuuotos, jossa KL-alueetta laajennetaan Kyröntien luoteispuolelle. Alueella maanomistajina on Laihian kunta ja useita yksityisiä maanomistajia. Mahdollisen hankkeen tarkemmasta sisällöstä ei ole tässä vaiheessa tarkempaa tietoa.

Kauppakeskusalueen ja Ruokakeskon Kiinteistöt Oy:n tontin sijainti on esitetty oheisessa kuvassa (Kuva 11). Kauppakeskusalue on rajattu vaalean punaisella värillä ja Keskon tontti on alueen kaakkoiskulmassa sijaitseva KL-1-tontti (Nybacka).



Kuva 11 Kauppakeskuskaavan III-vaihe, kaava-alueen rajaus (Lähde: Laihian kunta, Kaavoitusohjelma 2012-2015)⁷

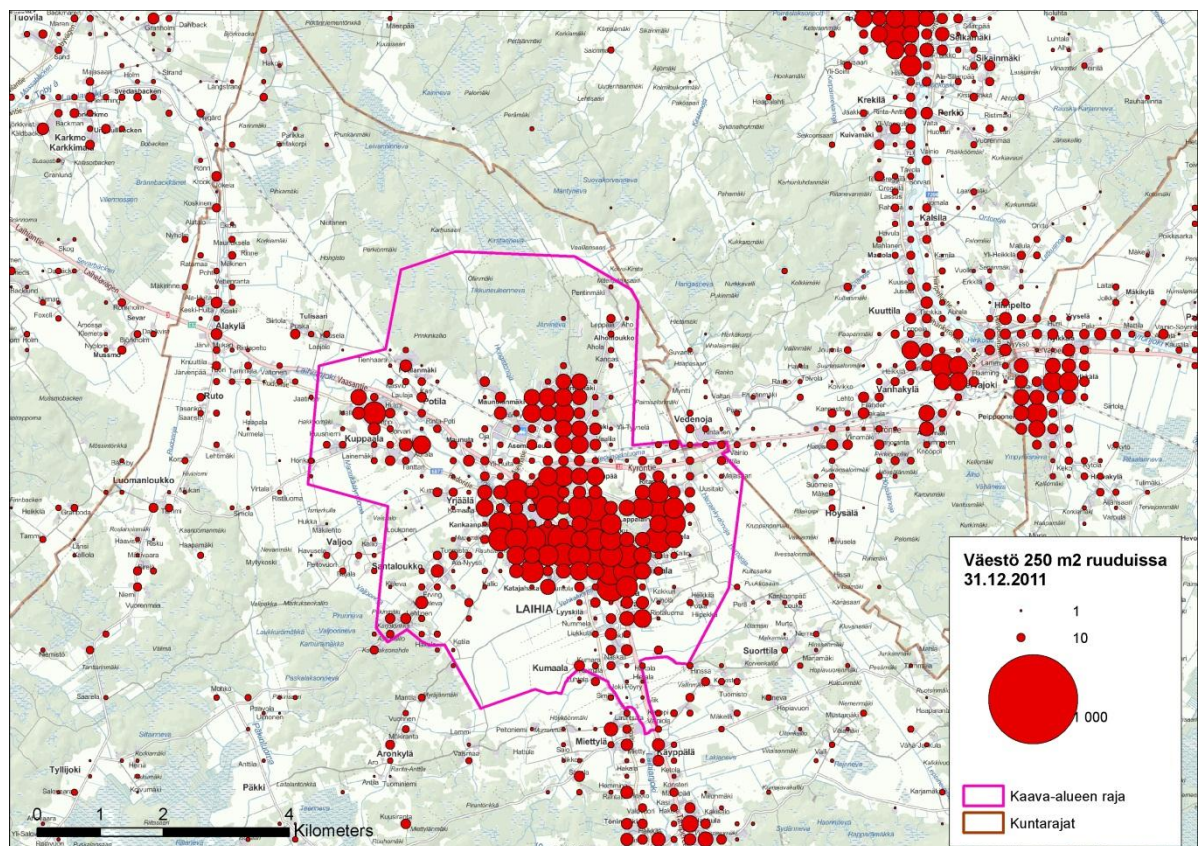
⁷ Lähde: http://www.laihia.fi/docs/041-FdB-Kaavoitusohjelma_2013_2015.pdf, haettu 26.11.2013.

Laihian ulkopuolella kaupan hankkeita on suunnitteilla lähinnä Vaasassa. Laihian kannalta vaikutuksiltaan merkittävin hanke on nyt vaihemaakuntakaavassa vahvistettu Risön alue Vaasan kaakkoispuolella. Risö sijaitsee vain noin 15 kilometrin etäisyydellä Laihian keskustasta Vaasaan johtavan valtatie 3:n varrella. Vaihemaakuntakaava mahdollistaa Risön alueelle jopa 124 000 k-m² suuruisen vähittäiskaupan suuryksikön tai myymäläkeskittymän. Em. pinta-alasta enintään 5 000 k-m² saa olla päivittäistavarakauppaa, 89 000 k-m² tilaa vievää kauppaa ja 30 000 k-m² muuta erikoistavarakauppaa. Mikäli alue toteutuu, vaikuttaa tämä osaltaan Laihian kaupalliseen kehittymiseen todennäköisesti heikentäen Laihian kaupallisen kehittämisen mahdollisuuksia ja lisäten ostovoiman siirtymää Vaasaan erityisesti erikoistavarakaupan osalta. Risön aluetta on tarjottu mm. Ikealle, mutta Ikean sijoittumisesta alueelle ei ole varmuutta.

3. VÄHITTÄISKAUPAN KYSYNTÄ LAIHIALLA

3.1 Väestön määrä ja sijoittuminen

Laihian väkiluku oli Tilastokeskuksen mukaan vuoden 2011 lopussa noin 7 900 henkeä. Kirkonseudun osayleiskaavan alueella väestöstä asuu noin 70 % eli lähes 5 600 henkeä. Väestön sijaintia on kuvattu oheisessa kartassa. Kartassa pallon koko kuvaa väestön määrää 250x250 metrin ruuduissa vuoden 2011 lopussa.



Kuva 12 Väestö Laihialla ja lähikunnissa 2011 (Lähde: Tilastokeskus)

Laihian väkiluku on kasvanut viime vuosina: 2000-luvulla väestö on kasvanut keskimäärin noin 50 asukkaalla vuosittain (Tilastokeskus). Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaan (2012) Laihian väestömäärä kasvaa vuoteen 2030 mennessä noin 1 000 asukkaalla (+12,5 %) ja vuoteen 2040 mennessä vielä 300 asukkaalla (kasvu yhteensä 1 300 asukasta, +16 %). Laihian väestönmuutos vuosina 2012–2040 perustuu luonnolliseen väestönlisäykseen ja kuntaan muuttavien asukkaiden lisäykseen. Tarkastelujakson loppupuolella kuntaan muuttaneiden osuus kuitenkin vähenee ja kunnasta ulos muuttaneiden osuus kasvaa.⁸ Seuraavassa taulukossa on esitetty Tilastokeskuksen vuoden 2012 väestöennuste Laihian osalta.

⁸ Rakennemalliselostus 2.5.2013, luonnos. Ramboll Finland Oy ja Laihian kunta.

Taulukko 3 Laihian väestöennuste 2012-2040 (Lähde: Tilastokeskus)

	Luonnollinen väestönlisäys	Kuntaan muuttaneet	Kunnasta muuttaneet	Väestönlisäys	Väkiluku
2012	29	360	330	59	7 991
2020	36	361	330	67	8 546
2025	34	357	340	51	8 836
2030	27	358	351	34	9 045
2040	17	365	361	21	9 312

Yksikkö: henkilöitä
Lähde: Tilastokeskus / Tilastokeskus

Tämän työn tausta-aineistona käytettävän Pohjanmaan vaihemaakuntakaavan 1. kaupan mitoitustaselmiä lähtökohtana on ollut Tilastokeskuksen väestöennuste, mutta aikaisempi versio ko. ennusteesta. Näin ollen mitoitustaselmiä perusteena käytetty väestönlisäys on ollut pienempi: vuoden 2030 väkiluvuksi oli ennakoitu 8 600 asukasta eli noin 400 asukasta vähemmän kuin vuoden 2012 ennusteessa.

Laihian kirkonseudun osayleiskaavan rakennemallien väestömitoitus poikkeaa Tilastokeskuksen ennusteesta: vuoteen 2040 ulottuvasta väestönkasvusta 80 % ennakoidaan sijoittuvan osayleiskaavan alueelle (+1 040 as.), minkä lisäksi kunnan sisäiseksi muuttoliikkeeksi keskustaan on ennakoitu +480 asukasta. Lisäksi osayleiskaavan varmuuskerroin on 2. Näin ollen osayleiskaava-alueella varaudutaan vuoteen 2040 mennessä yli 3 000 asukkaan väestönlisäykseen.

Seuraavassa taulukossa (Taulukko 4) on esitetty osayleiskaava-alueen väestönlisäys a) Tilastokeskuksen ennusteeseen pohjautuen oletuksella, että 80 % väestönkasvusta sijoittuu osayleiskaava-alueelle ja b) rakennemallien väestömitoitus. Rakennemallin väestömitoitus on jaksotettu ajallisesti siten, että väestömäärä kasvaa suhteellisesti samassa tahdissa Tilastokeskuksen ennusteen mukaisesti. Toisin sanoen voimakkain väestönkasvu painottuu ajanjaksolle ennen vuotta 2020.

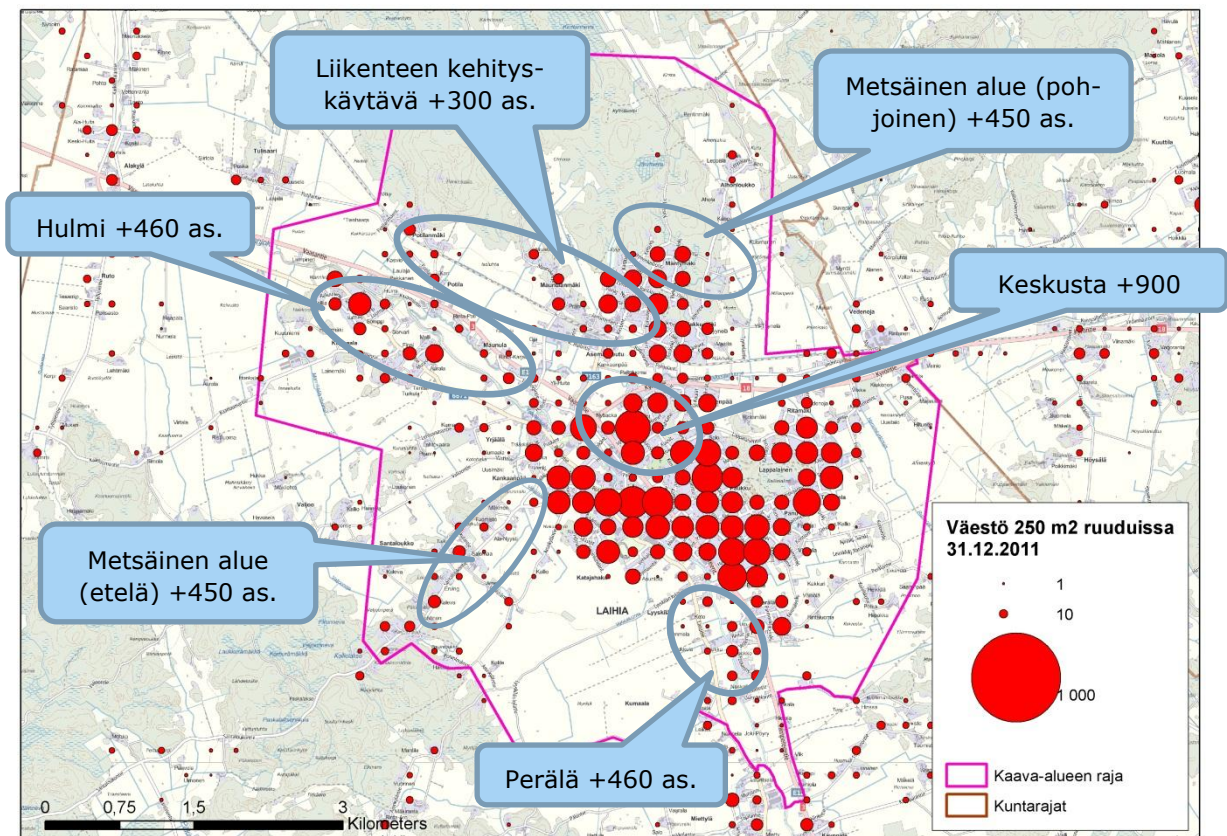
Taulukko 4 Osayleiskaava-alueen väestönkasvu 2012-2040

Kunta	2012	2020	2030	2040
Tilastokeskuksen ennuste (80 % kasvusta kaava-alueelle)	5 590	6 840	7 240	7 450
Osayleiskaavan rakennemallit	5 590	7 920	8 380	8 630

Väestön ennakoitaan kasvavan vuoteen 2020 mennessä yhteensä 2330 asukkaalla, joista rakennemallien mukaisesti 30 % eli 700 asukasta sijoittuu keskusta-alueelle. Väestönkasvun jakautuminen osayleiskaava-alueella on esitetty tarkemmin seuraavassa taulukossa (Taulukko 5) ja kartalla (Kuva 13). Kartalla taulukon ns. metsäisen alueen väestönkasvu on jaettu puoliksi pohjoiseen ja etelään sijoittuvan metsäisen alueen välille.

Taulukko 5 Väestönkasvun jakautuminen osayleiskaava-alueella 2012-2040

Kunta	2012-2020	2020-2030	2030-2040	Osuus kaava-alueen väestönkasvusta %
Keskusta	700	138	75	30 %
Hulmi	350	70	38	15 %
Perälä	350	70	38	15 %
Metsäiset alueet	700	138	75	30 %
Liikenteen kehityskäytävä	230	45	25	10 %
Yhteensä	2 330	460	250	100 %



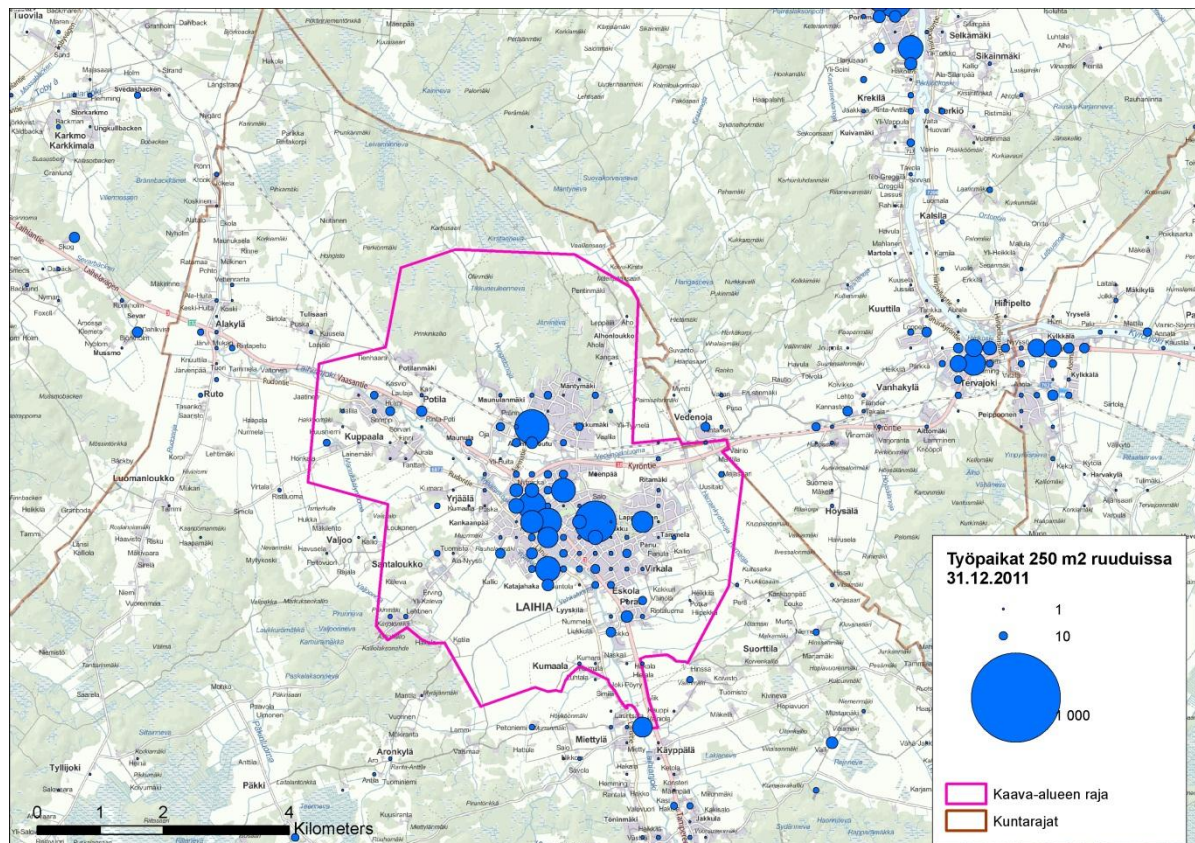
Kuva 13 Osayleiskaava-alueen väestönkasvun alueet likimain ja väestönlisäys vuoteen 2040

3.2 Työpaikat ja niiden sijoittuminen

Työpaikkojen sijainti ja liikennemäärät ovat kaupan sijaintisuunnittelussa tärkeitä ympäristötekijöitä. Vaikka suurin osa ostoksista yleensä tehdään kotoa käsin ja lähiasutus on erityisen tärkeää varsinkin päivittäistavarakaupalle, on myös työpaikkojen läheisyys kaupalle hyväksi. Työmatkojen yhteydessä hoidetaan usein jonkin verran kauppa-asiointeja ja toisaalta työssäkäynti eri paikkakunnalla laskee kynnystä hoitaa myös kauppa-asiat työssäkäyntipaikkakunnalla. Näin ollen kunnan matala työpaikkaomavaraisuus voi osaltaan aiheuttaa vähittäiskaupan ostovoiman ulosvirtausta.

Laihian työpaikkaomavaraisuus vuonna 2011 oli vain 54 %.⁹ Laihialta pendelöidään töihin etenkin Vaasaan: vuonna 2010 noin 1500 henkilöä eli 42 % työllisestä työvoimasta pendelöi Vaasaan.¹⁰ Vastaavasti Laihialle pendelöi ainoastaan noin 100 henkilöä Vaasasta. Työssäkäynti Laihialta muissa naapurikunnissa on huomattavasti vähäisempää ja esimerkiksi Isokyröön pendelöi Laihialta vain noin 100 henkilöä.¹¹ Työssäkäynti Vaasassa lisää osaltaan ostovoiman ulosvirtausta Vaasaan.

Laihian työpaikoista yli 80 prosenttia sijaitsee osayleiskaava-alueelle. Alla olevassa kartassa on esitetty työpaikkojen määrä 250 metrin ruuduissa vuoden 2011 lopussa.



Kuva 14 Työpaikkojen sijoittuminen

3.3 Liikenne

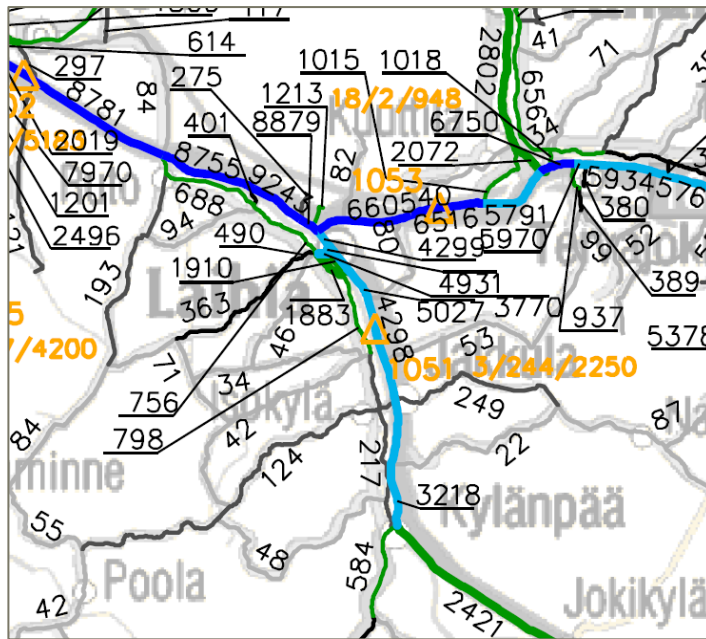
Työpaikkojen lisäksi myös liikenteellä on merkitystä kauppapaikalle. Vilkaat risteykset ja suurten väylien varret ovat perinteisesti hyviä kaupan paikkoja. Ohikulkuliikenne hyödyttää aina vähintään jossain määrin kaupan toimijoita.

Laihialla suurin liikennemäärä on valtatiellä 3 Vaasaan päin, vuonna 2012 keskimäärin noin 9 200 ajoneuvoa vuorokaudessa. Tampereelle päin valtatie 3 liikennemäärä oli selvästi pienempi, noin 4 900 ajoneuvoa vuorokaudessa. Valtatien 18 (Kyröntie) keskimääräinen liikennemäärä Laihian kohdalla oli noin 6 600 ajoneuvoa vuorokaudessa.

⁹ Tilastokeskus, http://www.tilastokeskus.fi/til/tyokay/2011/03/tyokay_2011_03_2013-10-09_tau_001.fi.html, haettu 4.11.2013.

¹⁰ Osayleiskaavaselvitys, Laihian kunta.

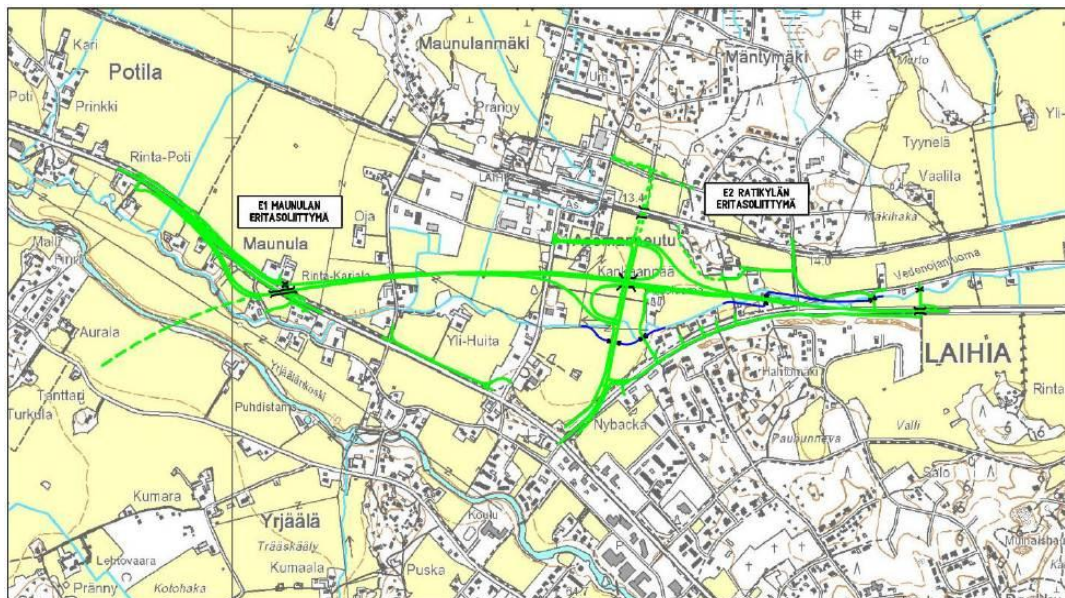
¹¹ Kaupallisten palvelujen sijoittuminen Pohjanmaan maakunnassa, Kaavaselvitys, <http://www.obotnia.fi/fi/binaryviewer.aspx?MediaID=7005>, haettu 29.10.2013.



Liikennemäärät ovat suhteellisen vaatimattomia. Liikennemäärien perusteelle kaupallisesti kiinnostava alue sijoittuu valtatie 3 ja Kyröntien risteysalueelle, jonka kaavoitus kauppakeskusalueeksi on jo valmis-
teilla.

Kuva 15 Keskimääräinen ajoneuvomäärä vuorokaudessa 1.1.2012 (Lähde: Liikennevirasto)

Valtateiden 3 ja 18 (Kyröntie) osalta on olemassa tieverkon osalta pitkän aikavälin suunnitelmaan perustuva uusi tiesuunnitelma, jossa Laihian länsipuolelle on esitetty uusi Laihian ohittava valtatie 3:n linjaus. Voimassa oleva yleiskaava on laadittu tämän tieverkon mukaisesti. Seuraavassa kuvassa (Kuva 16) on esitetty alustava suunnitelma valtateiden 3 ja 18 parantamiseksi Laihian kohdalta. Tämän lisäksi Laihian kunnan alueella on myös muita tiehankesuunnitelmia meneillään, kuten katuverkon ja kevyen liikenteen verkon jalostaminen suunnitteilla olevan kauppakeskuksen osalta valtateiden 3 ja 18 liittymässä, sekä varaus uudelle tieyhteydelle Vähäkylä - Laihia - Långminne (Maalahti).¹² Kaupallisesti kiinnostava alue saattaa muodostua valtateiden 3 ja 18 liittymäalueen lisäksi uuden valtatieltä 3 Vaasan moottoritille johtavan tieyhteyden risteysalueelle.



Kuva 16 Tiesuunnitelma valtateiden 3 ja 18 parantaminen Laihian kohdalla (Lähde: Tiehallinto)

¹² Lähde: Kirkonseudun osayleiskaavaselostus.

3.4 Vähittäiskaupan ostovoima

Vähittäiskaupan ostovoimaa arvioidaan henkilökohtaisen kulutusluvun kautta. Kulutusluku tarkoittaa yhden henkilön vuodessa vähittäiskauppaan kuluttamaa summaa. Kertomalla kulutusluku alueen väestömäärällä saadaan arvio alueella vähittäiskauppaan suuntautuvasta ostovoimasta eli markkinoiden koosta.

Päivittäistavaroiden ryhmään kuuluvat elintarvikkeet, tupakkatuotteet, usein kotitaloudessa tarvittavat ns. non-food-tuotteet, kuten teknokemian tuotteet (pesu- ja puhdistustuotteet) sekä joukko muita tuotteita, kuten kodintarvikkeet, kodinpaperit, lehdet ja päivittäiskosmetiikka. **Erikoistavarakauppa** pitää sisällään lähes kaiken päivittäistavarakaupan ulkopuolelle kohdistuvan vähittäiskaupan yksityisen kulutuksen: pukeutumisen, vapaa-ajan tuotteet, kodintekniikan, optisen alan tuotteet, asumisen ja sisustamisen jne. **Tilaa vaativaan erikoistavarakauppaan** kuuluvat toimialat ovat huonekalukauppa, rautakauppa, rakenteellinen sisustuskauppa, kodintekniikkakauppa, puutarha- ja maatalouskauppa, venekauppa ja moottoriajoneuvojen sekä niiden tarvikkeiden kauppa. Seuraavissa ostovoima ja lisäpinta-alantarvelaskelmissa autokauppa ja huoltamot on eriytetty muusta tilaa vaativasta kaupasta. **Keskustaerikoiskauppa** tarkoittaa ns. keskustahakuista erikoistavarakauppaa, joka ei ole tilaa vaativaa kauppa. Tärkeimpiä tuoteryhmiä ovat mm. muoti-, urheilu-, kirja- ja optisen alan ja vapaa-ajan kauppa.

Vähittäiskaupan ostovoimaa arvioidessa lähtökohtana oli Pohjanmaan kaupan palveluverkkoselvitys (Pohjanmaa, Kaupallisten palveluiden sijoittuminen maakunnassa, Santasalo Ky 2010) ja sitä täydentävä "Lisäselvitys kaupallisten palveluiden sijoittumisesta" (Santasalo Ky, 19.5.2011). Päivittäistavarakaupan, keskustaerikoistavarakaupan ja tilaa vaativan kaupan asukaskohtaisten kulutuslukujen osalta on käytetty uusinta saatavilla olevaa tietoa, Santasalo Ky:n julkaisemia vuoden 2012 kulutuslukuja.¹³ Auto- ja huoltamokaupan ja kahvila- ja ravintopalveluiden kulutusluvut on johdettu Pohjanmaan maakunnan vuoden 2011 asukaskohtaisista liikevaihtoluvuista.¹⁴

Kulutuksen kasvulukuina on käytetty samoja arvioita kuin Pohjanmaan vaihemaakuntakaavan 1. kaupan palveluverkkoselvityksen lisäselvityksessä (Lisäselvitys kaupallisten palveluiden sijoittumisesta", Santasalo Ky, 19.5.2011). Kulutuksen kasvu perustuu tapahtuneeseen, aikaisempaan kehitykseen, mutta kulutuksen kasvun on kuitenkin arvioitu olevan hitaampaa kuin aikaisemmin 2000-luvulla. Kulutuksen kasvu on reaalin kasvu ilman inflaatiota. Tässä kohta on hyvä huomata, että pitkän aikavälin mitoitukselmiin sisältyy joka tapauksessa paljon epävarmuutta niin kulutuksen kasvun kuin kulutuksen suuntaamisenkin (esim. Internet-kauppa) suhteen. Laskelmissa käytetyt henkilökohtaiset kulutusluvut ja niiden kasvu on esitetty seuraavassa taulukossa.

Taulukko 6 Vähittäiskaupan kulutusluvut (euroa/asukas/vuosi)

	2012	2020	2030	2040	Vuosikasvu %
Päivittäistavara (ml. Alko)	3 070	3 380	3 800	4 290	1,2 %
Keskustaerikoiskauppa	2 120	2 620	3 420	4 460	2,7 %
Tilaa vaativa kauppa	1 240	1 520	1 970	2 550	2,6 %
Vähittäiskauppa yhteensä	6 430	7 520	9 190	11 300	2,0 %
Autokauppa ja huoltamot	2 490	3 100	4 090	5 390	2,8 %
Kahvilat ja ravintolat	670	720	800	880	1,0%
Yhteensä	9 580	11 340	14 070	17 560	

¹³ Santasalo ky 17.4.2013, http://www.tuomassantasalo.fi/media/ostovoima/OV_maakunnat2012.htm, haettu 4.11.2013.

¹⁴ Liikevaihtotiedot vuodelta 2011 Tilastokeskuksen yritys- ja toimipaikkarekisteristä. Pohjanmaan asukaskohtaiseen liikevaihtoon on lisätty arvonlisävero. Autokaupan (TOL 45) osalta lukua on myös korjattu vuoden 2012 tasoon vähentämällä luvusta toimialan keskimääräisen liikevaihdon kehityksen mukaisesti - 5,1 %. Ravintoloiden ja kahviloiden osalta (TOL 56) vuoden 2011 tason on oletettu vastaavan vuoden 2012 tasoa: liikevaihdon kehitys pysyi hyvän alkuvuoden ansiosta suunnilleen ennallaan, ks. esim. Mara:n toimialakatsaus: http://www.mara.fi/ext/cms3/attachments/mara-suhdanne-1_2013.pdf, haettu 4.11.2013. Em. tavalla johdetut kulutusluvut ovat samassa suuruusluokassa kuin Pohjanmaan maakuntakaavan lisäselvityksistä koko kunnan ostovoiman perusteella lasketut kulutusluvut Laihialle vuonna 2010 autokauppa- ja huoltamot 2795 €/hlö ja kahvilat ja ravintolat 635 €/hlö.

Ostovoima voidaan laskea kertomalla edellä esitetty kulutusluku väestön määrällä. Ostovoiman kasvusta on tehty kaksi vaihtoehtolaskelmaa: minimi ja maksimi. Minimivaihtoehdossa väestönkasvu on edellä (ks. luku 3.1.) kuvatun Tilastokeskuksen ennusteen mukainen ja maksimivaihtoehdossa taas osayleiskaavan rakennemallien ennusteen mukainen. Osayleiskaava-alueen kaupallisten palveluiden suunnittelussa tulisi varautua vähintään minimivaihtoehdon mukaiseen ostovoiman kasvuun. Kulutuksen kasvuvarvio on molemmissa vaihtoehdoissa sama taulukon 6 mukainen.

Osayleiskaava-alueen vähittäiskaupan ostovoima kasvaa vuoteen 2040 yhteensä yli 48 miljoonalla eurolla minimivaihtoehdon mukaisesti ja maksimivaihtoehdossa lähes 62 miljoonalla eurolla. Minimi- ja maksimivaihtoehdon kasvuennusteessa on siis noin 14 miljoonan euron ero, mikä näkyy jäljempänä liiketilän lisätilarpeessa (ks. luku 3.6). Mikäli huomioidaan myös autokauppa ja huoltamot sekä kahvilat ja ravintolat, kasvaa ostovoima minimivaihtoehdossa yli 77 miljoonalla eurolla ja maksimivaihtoehdossa noin 98 miljoonalla eurolla. Skenaarioiden välillä on noin 21 miljoonan euron ero. Minimi- ja maksimivaihtoehtojen mukainen ostovoima vuosina 2012-2040 on kuvattu tarkemmin seuraavissa taulukoissa (Taulukko 7 ja Taulukko 8).

Taulukko 7 Minimivaihtoehto, Vähittäiskaupan ostovoima 2012-2040, milj.

Minivaihtoehto, ostovoima milj. €	2012	2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa (ml. Alko)	17,1	23,1	27,5	31,9
Keskustahakuinen erikoiskauppa	11,8	17,9	24,7	33,2
Tilaa vaativa erikoiskauppa	6,9	10,4	14,3	19,0
Vähittäiskauppa yhteensä	35,9	51,4	66,5	84,1
Ravintolat ja kahvilat	3,7	4,9	5,8	6,6
Autokauppa ja huoltamot	13,9	21,2	29,6	40,1
Yhteensä	53,5	77,5	101,8	130,8

Taulukko 8 Maksimivaihtoehto, Vähittäiskaupan ostovoima 2012-2040, milj.

Maksimivaihtoehto, ostovoima milj. €	2012	2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa (ml. Alko)	17,1	26,7	31,9	37,0
Keskustahakuinen erikoiskauppa	11,8	20,7	28,6	38,5
Tilaa vaativa erikoiskauppa	6,9	12,1	16,5	22,0
Vähittäiskauppa yhteensä	35,9	59,5	77,0	97,5
Ravintolat ja kahvilat	3,7	5,7	6,7	7,6
Autokauppa ja huoltamot	13,9	24,5	34,2	46,5
Yhteensä	53,5	89,8	117,9	151,5

Pohjanmaan kaupan palveluverkkoselvityksen lisäosassa koko kunnan vuoden 2011 ostovoima oli arvioitu em. kaava-alueen ostovoimaa yli 30 % korkeammaksi. Vuosien 2011 ja 2012 tiedot eivät ole täysin vertailukelpoisia keskenään, mutta vertailu Pohjanmaan kaupan palveluverkkoselvitykseen vahvistaa, että kaava-alueen ostovoiman kokonaistaso on arvioitu oikeassa suhteessa koko kunnan ostovoimaan. Osayleiskaava-alueella asuu nyt noin 70 % koko kunnan väestöstä.

3.5 Ostovoiman siirtymät

Ostovoiman siirtymä, jota kutsutaan myös virtaukseksi, lasketaan vertaamalla alueella tapahtuvaa myyntiä alueen ostovoimaan. Ostovoiman siirtymä kuvaa alueen kaupallista omavaraisuutta (myynnin ja ostovoiman erotus). Mikäli kunnan ostovoima on myyntiä suurempaa, tapahtuu kunnasta ostovoiman ulosvirtaamista. Jos taas myynti on ostovoimaa suurempaa, virtaa kuntaan ostovoimaa muualta.

Seuraavassa taulukossa on verrattu Laihian kunnan¹⁵ ostovoimaa vähittäiskaupan myyntiin. Toimialajako poikkeaa edellä esitetyistä liikevaihtotilastoista ja päivittäistavarakauppa ja tavaratalot -ryhmästä tavaratalon osuus on siirretty erikoistavarakauppaan (arvio perustuen keskimääräisiin myynnin jakaumiin). Päivittäistavarakaupan osalta Laihia näyttää omavaraiselta ja Laihialle siirtyy ostovoimaa muualta. Ostovoiman siirtymä on arviolta 3,5 miljoonaa euroa, noin 14 % kunnan omaan ostovoimaan nähden. Käytännössä em. siirtymä tarkoittaa yhden valintamyymäläkokoluokkaan kuuluvan myymälän vuosimyyntiä. Erikoistavarakaupan osalta Laihia taas menettää ostovoimaa muualle: ostovoiman ulosvirtaus on arviolta noin 12 miljoonaa euroa, noin 45 % kunnan ostovoimasta.

Taulukko 9 Ostovoiman siirtymät Laihialla vuonna 2011

	Ostovoima, milj. e	Myynti, milj. e	Siirtymä, milj. e	Siirtymä ostovoimasta %
Päivittäistavara	24,5	28,0	3,5	+ 14 %
Erikoistavara	26,8	14,8	-12,0	- 45 %
Vähittäiskauppa yhteensä	51,3	42,8	- 8,5	-17 %

Pohjanmaan kaupan palveluverkkoselvityksessä Laihian vuoden 2007 ostovoiman siirtymiksi oli arvioitu päivittäistavarakaupan osalta + 2 miljoonaa euroa, noin 10 % kunnan omaan ostovoimaan nähden. Päivittäistavarakaupan ostovoiman siirtymä näyttäisi siis kasvaneen vuodesta 2007. Erikoistavarakaupan osalta ostovoiman ulosvirtaukseksi oli vuonna 2007 arvioitu - 6 miljoonaa euroa, noin 27 % kunnan ostovoimasta. Erikoistavarakaupan ostovoiman ulosvirtaus näyttää niin ikään kasvaneen.

Vaihemaakuntakaavan selostuksessa vuodelta 2012 on arvioitu ostovoiman siirtymiä Laihialta Vaasaan (tietojen ajankohta ei selvillä). Sen mukaan noin - 7 % päivittäistavarakaupan ostovoimasta siirtyy Laihialta Vaasaan ja erikoistavarakaupan ostovoimasta noin - 52 %.¹⁶ Vaikka Laihialta siirtyy ostovoimaa Vaasaan, virtaa Laihialle kuitenkin jonkin verran korvaavaa ostovoimaa, koska kokonaissiirtymä päivittäistavarakaupan osalta on positiivinen ja erikoistavarakaupankin osalta em. lukua pienempi. Todennäköisesti Laihialle virtaa ostovoimaa sen naapurikunnista, joissa palvelut eivät ole yhtä kattavat kuin Laihialla.

3.6 Vähittäiskaupan lisäpinta-alan tarve

Ostovoiman avulla voidaan arvioida vähittäiskaupan pinta-alan tarvetta. Ostovoima jaetaan tavoitteellisella neliömyyntiteholla ja saadaan laskennallinen pinta-alan tarve. Pinta-ala on suuntaa-antava, sillä myyntiteho voi vaihdella paljonkin erilaisissa kaupan yksiköissä. Luonnollisesti myös ostovoiman kasvun ennustamiseen pitkällä aikavälillä liittyy epävarmuustekijöitä. Sekä kulutus että väestö voivat kasvaa eri tavalla kuin ennusteissa on oletettu, esimerkiksi taloussuhdanteiden muutosten vuoksi.

Ostovoiman kasvu mahdollistaa kaupan paremmat toimintamahdollisuudet. Nykyiset yritykset voivat kasvattaa myyntiään ja uusille yrityksille voi syntyä riittävät toimintaedellytykset. Kaupan liiketilan lisätarve on arvioitu ostovoiman kasvun perusteella muuttamalla kasvu liiketilan lisätarpeeksi kaupan keskimääräisen myyntitehokkuuden (€/myynti-m²/vuosi) avulla. Tässä selvityk-

¹⁵ Huom! Koko kunnan ostovoima, ei vain kaava-alue.

¹⁶ Kaupallisten palvelujen sijoittuminen Pohjanmaan maakunnassa, Kaavaselostus, <http://www.obotnia.fi/fi/binaryviewer.aspx?MediaID=7005>, haettu 29.10.2013.

sessä on käytetty samoja keskimääräisiä, kuntakohtaisesta kartoitusaineistosta muodostettuja myyntitehokkuuksia kuin Pohjanmaan kaupan palveluverkkoselvityksen lisäselvityksessä. Myyntitehot toimialoittain kerrosneliometriä kohden ovat seuraavat:

- Päivittäistavarakauppa 5 600 €/k-m²
- Keskustahakuinen erikoistavarakauppa 2 900 €/k-m²
- Tilaa vaativa kauppa 1 900 €/k-m²
- Autokauppa- ja huoltamot 6 400 €/k-m²
- Ravintolat ja kahvilat 2 600 €/k-m²

Muut laskelmissa tehdyt oletukset ovat seuraavat:

- Kulutuksen kasvu, ks. taulukko 6
- Laskennalliseen tarpeeseen on lisätty kaavaylimoitusta kertoimella 1,3, koska kaikki kaavoitettava kaupan pinta-ala ei toteudu ja toisaalta kilpailun mahdollistamiseksi kaupan sijaintipaikkoja pitää olla tarjolla enemmän kuin laskennallinen tarve edellyttää.
- Ostovoiman siirtymä päivittäistavarakaupan osalta 0 % ja muiden toimialojen osalta -40 %. Toisin sanoen tavoitteeksi on asetettu, että päivittäistavarakaupan osalta osayleiskaava-alue on omavarainen. Muiden kaupan toimialojen ja palvelujen osalta tavoitteeksi on asetettu, että 60 % ostovoimasta pysyisi osayleiskaava-alueella.
- Palveluliiketilojen tarpeeksi on arvioitu 20 % vähittäiskaupan pinta-alan tarpeesta, kuten Pohjanmaan kaupan palveluverkkoselvityksen lisäselvityksessä

Nykyinen kaupan pinta-ala ja kaava-alueen asukkaiden synnyttämä laskennallinen pinta-alan tarve sekä nykyinen toteutunut vähittäiskaupan pinta-ala on esitetty oheisissa taulukoissa (Taulukko 11 ja 12). Nykyinen pinta-ala on arvio ja sitä voidaan näin ollen pitää vain suuntaa-antava¹⁷. Nykyinen toteutunut pinta-ala on muutettu vastaamaan laskennallista tilantarvetta lisäämällä myös nykyiseen pinta-alaan em. kaavaylimoitus 30 %. Pinta-alantarvelaskelmista on tehty erikseen minimi- ja maksimivaihtoehto perustuen Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaiseen väestönkasvuun (minimivaihtoehto) ja osayleiskaavan rakennemallien mukaiseen väestönkasvuun (maksimivaihtoehto). Osayleiskaava-alueen kaupallisten palveluiden suunnittelussa tulisi varautua vähintään minimivaihtoehdon mukaiseen liiketilatarpeeseen.

Vaihemaakuntakaavassa Laihian keskustan kaupallisten palvelujen kokonaismitoitus on 30 000 k-m². Vaihemaakuntakaavassa tilantarvetta oli arvioitu vuoteen 2030 asti. Alla olevien laskelmien perusteella tämä mitoitus vaikuttaa riittävältä: minimivaihtoehdossa keskustan kokonaistilantarve vuoteen 2030 mennessä on noin 28 000 k-m² ja maksimivaihtoehdossa noin 32 000 k-m². Kokonaistilantarve sisältää siis myös nykyiset myymälätilat. Kuitenkin vuoteen 2040 mennessä keskustan kokonaistilantarve on minimivaihtoehdon mukaan noin 36 000 k-m² ja maksimivaihtoehdon mukaan yli 41 000 k-m². Riippuen osayleiskaavan tavoitevuodesta, voi maakuntakaavan kokonaismitoitus olla tarpeen ylittää. Huomionarvoista on myös se, että em. kokonaismitoitus luvuissa on kaupan lisäksi mukana myös ravintolat ja kahvilat sekä kaupalliset palvelut, joita ei periaatteessa tarvitse mitoitaa maankäyttö- ja rakennuslain valossa. Käytännössä kaavoitusvaiheessa on kuitenkin mahdotonta tietää, sijoittuuko tiloihin jatkossa kaupan toimija vai palvelutoimija.

¹⁷ Nykyinen pinta-ala perustuu päivittäistavarakaupan, keskustahakuiseen ja tilaa vaativan erikoistavarakaupan osalta Suomen ympäristökeskuksen tietoihin (ks. taulukko 1), joita on pyritty tarkentamaan Rambollin ketjutietokannan perusteella. Esimerkiksi Halpa-Hallin pinta-alasta osa on erotettu päivittäistavarakaupasta keskustahakuiseen erikoiskauppaan. Autokaupan ja huoltamoiden osalta pinta-ala perustuu Rambollin kaupan ja palveluiden ketjutietokantaan. Ravintoloiden ja kahviloiden osalta arvio perustuu kunnan toimittamiin tietoihin liikkeiden lukumäärästä ja pinta-ala-arvioista. Kaupallisten palveluiden osalta pinta-alatietoja ei ollut saatavilla, mutta Laihian palvelutarjonta on varsin kattava ja Laihialla toimii mm. useita pankkeja, parturi-kampaamoja ja joitakin kaupallisia terveyspalveluita. Yksinkertaisuuden vuoksi tässä oletettiin, että nykyinen toteutunut pinta-ala vastaa vuoden 2012 laskennallista tarvetta, koska kaupallisten palveluiden tarjonta on kattava väestömäärään nähden ja perusteita pinta-alan lisätarpeelle nykytilanteessa ei ole.

Taulukko 10 Minimivaihtoehto, laskennallinen kokonaistilantarve k-m2

Minivaihtoehto, laskennallinen kokonaistilantarve k-m2	2012 Toteuma (arvio)	2012	2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa (ml. Alko)	6 000	4 000	5 400	6 400	7 400
Keskustahakuinen erikoiskauppa	1 600	3 200	4 800	6 700	8 900
Tilaa vaativa erikoiskauppa	1 700	2 800	4 300	5 900	7 800
Vähittäiskauppa yhteensä	9 300	10 000	14 500	18 900	24 100
Ravintolat ja kahvilat	1 000	1 100	1 500	1 700	2 000
Autokauppa ja huoltamot	700	1 700	2 600	3 600	4 900
Muut kaupalliset palvelut	2 000	2 000	2 900	3 800	4 800
Yhteensä	13 000	14 800	21 400	28 000	35 800

Taulukko 11 Maksimivaihtoehto, laskennallinen kokonaistilantarve k-m2

Maksimivaihtoehto, laskennallinen kokonaistilantarve k-m2	2012 Toteuma (arvio)	2012	2020	2030	2040
Päivittäistavarakauppa (ml. Alko)	6 000	4 000	6 200	7 400	8 600
Keskustahakuinen erikoiskauppa	1 600	3 200	5 600	7 700	10 400
Tilaa vaativa erikoiskauppa	1 700	2 800	5 000	6 800	9 000
Vähittäiskauppa yhteensä	9 300	10 000	16 700	21 900	28 000
Ravintolat ja kahvilat	1 000	1 100	1 700	2 000	2 300
Autokauppa ja huoltamot	700	1 700	3 000	4 200	5 700
Muut kaupalliset palvelut	2 000	2 000	3 300	4 400	5 600
Yhteensä	13 000	14 800	24 800	32 400	41 500

Seuraavissa taulukoissa (Taulukko 13 ja 14) on kuvattu vielä pinta-alan lisätarve. Päivittäistavarakaupan osalta pinta-alan lisätarvetta ei nykytilanteessa ole vaan päivittäistavarakaupan pinta-ala jopa ylittää laskennallisen pinta-alantarpeen. Tämä on loogista ottaen huomioon, että Laihialle näyttäisi siirtyvän jonkin verran päivittäistavarakaupan ostovoimaa ympäröivistä, palvelutarjonnaltaan suppeammista kunnista. Vuoteen 2020 mennessä päivittäistavarakaupan lisätilantarve on osayleiskaava-alueen ostovoimaan pohjautuen 1 400 k-m2 minimivaihtoehdossa ja 2 200 k-m2 maksimivaihtoehdossa. Päivittäistavarakaupan lisätilantarve vuoteen 2040 mennessä on kokonaisuudessaan 3 400 k-m2 minivaihtoehdossa ja 4 600 k-m2 maksimivaihtoehdossa.

Erikoistavarakaupan osalta lisätilantarvetta on jo nykytilanteessakin. Keskustahakuisen erikoistavarakaupan osalta lisätilantarve nykytilanteessa on noin 600 k-m2 ja tilaa vievän erikoiskaupan osalta 1 100 k-m2. Vuoteen 2020 mennessä keskustahakuisen erikoistavarakaupan tilantarve on noin 1 600 k-m2 minimivaihtoehdossa ja 2 400 k-m2 maksimivaihtoehdossa. Kokonaisuutena keskustahakuisen erikoiskaupan lisätilantarve vuoteen 2040 mennessä on 6 300 k-m2 minimivaihtoehdossa ja 7 800 k-m2 maksimivaihtoehdossa. Tilaa vievän erikoiskaupan lisätilantarve vuoteen 2040 mennessä on 6 100 k-m2 minimivaihtoehdossa ja 7 300 k-m2 maksimivaihtoehdossa.

Ravintoloiden ja kahviloiden osalta lisätilantarve on vain joitakin satoja kerrosneliömetrejä. Kaupallisten palveluiden osalta nykyisestä pinta-alasta ei ollut saatavilla kattavia tietoja, mutta palvelutarjonta arvioitiin kattavaksi väestöpohjaan nähden. Lisätilantarvetta nykytilanteessa ei ole, joten nykyisen pinta-alan oletettiin vastaavan laskennallista pinta-alaa. Vuoteen 2020 mennessä

kaupallisten palveluiden lisäpinta-alan tarve on kuitenkin 900 k-m² minimivaihtoehdossa ja 1 300 k-m² maksimivaihtoehdossa. Vuoteen 2040 mennessä kaupallisten palveluiden kokonaislisätilantarve on 2 800 k-m² minimivaihtoehdossa ja 3 600 k-m² maksimivaihtoehdossa.

Autokaupan ja huoltamoiden osalta lisätarvetta on jo nykytilanteessa arviolta 1 000 k-m². Kaiken kaikkiaan autokaupan ja huoltamoiden lisätilantarve vuoteen 2040 mennessä on minimivaihtoehdossa 4 200 k-m² ja maksimivaihtoehdossa 5 000 k-m². Vuoteen 2020 mennessä lisätilantarve on noin neljännes em. kokonaistarpeesta. Erityisesti autokaupan osalta mitoituskalkelmat ovat kuitenkin vain suuntaa-antavia. Autokaupat hakeutuvat voimakkaasti klustereihin ja niissä asioidaan pitkienkin matkojen päästä. Näin ollen autokaupan lisätilantarve ei välttämättä toteudu paikallisesti siellä alueella, jonka kysyntään lisätilantarve perustuu.

Taulukko 12 Minimivaihtoehto, Laskennallinen pinta-alan lisätarve k-m²

Minivaihtoehto, laskennallinen pinta-alan lisätarve k-m ²	Heti	2012-2020	2020-2030	2030-2040	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa (ml. Alko)	0	1 400	1 000	1 000	3 400
Keskustahakuinen erikoiskauppa	600	1 600	1 900	2 200	6 300
Tilaa vaativa erikoiskauppa	1 100	1 500	1 600	1 900	6 100
Vähittäiskauppa yhteensä	1 700	4 500	4 500	5 100	15 800
Ravintolat ja kahvilat	100	400	200	300	1 000
Autokauppa ja huoltamot	1 000	900	1 000	1 300	4 200
Muut kaupalliset palvelut	0	900	900	1 000	2 800
Yhteensä	2 800	6 700	6 600	7 700	23 800

Taulukko 13 Maksimivaihtoehto, Laskennallinen pinta-alan lisätarve k-m²

Maksimivaihtoehto, laskennallinen pinta-alan lisätarve k-m ²	Heti	2012-2020	2020-2030	2030-2040	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa (ml. Alko)	0	2 200	1 200	1 200	4 600
Keskustahakuinen erikoiskauppa	600	2 400	2 100	2 700	7 800
Tilaa vaativa erikoiskauppa	1 100	2 200	1 800	2 200	7 300
Vähittäiskauppa yhteensä	1 700	6 800	5 100	6 100	19 700
Ravintolat ja kahvilat	100	600	300	300	1 300
Autokauppa ja huoltamot	1 000	1 300	1 200	1 500	5 000
Muut kaupalliset palvelut	0	1 300	1 100	1 200	3 600
Yhteensä	2 800	10 000	7 700	9 100	29 600

Pohjanmaan maakuntakaavan selostuksessa koko Kyrönmaan lisätilantarpeeksi vuoteen 2030 on arvioitu yhteensä 31 400 k-m². Keskustoihin tästä on arvioitu sijoittuvan vain 6 600 k-m² koko Kyrönmaan alueella. Osayleiskaava-alueen ennakoituun väestöön ja ostovoimaan perustuen lisätilantarve vuoteen 2030 mennessä on yhteensä jo 16 000 k-m² minimivaihtoehdossa ja yli 20 000 k-m² maksimivaihtoehdossa. Vuoteen 2040 mennessä osayleiskaava-alueen lisätilantarve on lähes 24 000 k-m² minimivaihtoehdossa ja lähes 30 000 k-m² maksimivaihtoehdossa. Osayleiskaava-alueen lisätilantarve ylittää siis reilusti maakuntakaavan selostuksen mukaisen keskustojen lisäpinta-alantarpeen. Osin eroja selittää keskusta-alueen rajausta: maakuntakaavan taustaineistoissa keskusta-alueen rajausta on huomattavasti pienempi kuin tässä selvityksessä käsitelty Kirkonseudun osayleiskaava-alue. Maakuntakaavassa on kuitenkin varauduttu joustavan kaavoituksen varmistamiseksi em. lisätilantarvetta suurempaan mitoitukseen. Kuten edellä todettiin, Laihian keskustan kokonaismitoitus maakuntakaavassa vuoteen 2030 mennessä on 30 000 k-m², mikä vaikuttaa riittävältä.

3.7 Verkkokaupan vaikutus lisäpinta-alan tarpeeseen

Kaupan palveluverkkoselvitysten laatimisen keskeisenä lähtökohtana käytetään Ympäristöministeriön ohjeistusta vähittäiskaupan suuryksiköiden kaavoituksesta (Vähittäiskaupan suuryksiköiden kaavoitus, Ympäristöhallinnon ohjeita 3/2013). Oppaassa kehoitetaan arvioimaan verkkokaupan lisääntymisen vaikutusta liiketilatarpeeseen (s. 57), mutta tarkempaa ohjeistusta siitä, kuinka tämä tehdään, ei oppaassa anneta.

Verkkokaupan lisääntymisen vaikutuksia kaupan liiketilatarpeeseen onkin huomioitu kaupan palveluverkkoselvityksissä eri tavoin. Uusimmista maakuntakaavoituksen taustaksi tehdyistä palveluverkkoselvityksistä löytyy seuraavanlaisia esimerkkejä:

- Uudenmaan kaupan palveluverkkoselvityksessä (Uudenmaan 2. vaihemaakuntakaava, Kaupan palveluverkon mitoittaminen ja vaikutusten arviointi, Uudenmaan liiton julkaisuja E 125-2013) on käytetty 10 % verkkokauppavähennystä liiketilatarpeeseen. Selvityksessä todetaan, että toistaiseksi verkkokauppa ei näytä vaikuttaneen liiketilamäärään suuressa määrin, vaikkakin toimialoittaisia eroja on. Vähennys on perusteltu vuoden 2011 verkkokauppaostoilla, jotka vastasivat noin 10 % vähittäiskaupan myynnistä Suomessa. Selvityksessä kuitenkin todetaan lisäksi, että ”verkkokauppa ei todennäköisesti tule syömään liiketilatarvetta ainakaan suoraan myynnin suhteessa. Koska verkkokaupan vaikutuksesta liiketilamäärään ei ole tutkittua ja julkaistua tietoa ja koska liiketilan tarvelaskennassa on paljon muitakin epävarmuustekijöitä, on laskelmaan syytä tuoda väljyyttä.” (s. 29).
- Muissa uusissa maakuntakaavatasoisen kaupan palveluverkkoselvityksissä verkkokaupan vaikutuksia liiketilatarpeeseen ei ole huomioitu pääosin johtuen tutkimustiedon puutteesta. Etelä-Karjalan kaupan rakenne ja mitoitus 2025 – selvityksessä (Etelä-Karjalan liitto ja Santasalo ky, 10.9.2013) verkkokaupan vaikutuksen liiketilatarpeeseen on todettu voivan olla jopa positiivinen ja verkon kautta myymälät voivat laajentaa markkina-aluettaan. Pohjois-Savon kaupan maakuntakaavan palveluverkkoselvityksessä (Strafica 28.2.2013) verkkokaupan roolin todetaan kasvaneen, mutta kaupan tekemien investointien perusteella on arvioitu, että kauppa uskoo yhä kivijalkamyymälöihin ja verkkokauppavähennystä ei ole huomioitu. Selvityksessä on kuitenkin arveltu, että verkkokaupan alentava vaikutus on 5-10 % liiketilatarpeeseen. Varsinais-Suomen kaupan palveluverkkoselvityksessä (Varsinais-Suomen liitto ja Ramboll Finland Oy 20.11.2013) verkkokaupan on todettu vähentävän liiketilatarvetta, mutta vaikutusta ei ole huomioitu liiketilatarpeen arvioinnissa. Selvityksessä on todettu laskelmiin sisältyvän muitakin erilaisia liiketilatarvetta lisääviä ja vähentäviä tekijöitä, joita ei voida luotettavasti arvioida.

Tämän Laihian kaupan palveluverkkoselvityksen keskeisenä lähtökohtana olleessa Pohjanmaan kaupallisten palveluiden sijoittuminen maakunnassa – selvityksessä tai sen täydennysosissa (ks. luku 1.2) ei ole huomioitu verkkokaupan vaikutusta liiketarpeeseen.

Tässä selvityksessä ei ole huomioitu nettikaupan voimakasta kasvua em. syistä johtuen. Verkkokaupan vaikutuksista liiketilan tarpeeseen ja maankäyttöön ei ole tutkittua tietoa ja vaikutukset voivat olla hyvin erilaisia toimialoittain. Kaupan liiketilatarpeen arvioinnissa pyrittiin lisäksi noudattamaan samoja periaatteita kuin Pohjanmaan kaupan palveluverkkoselvityksessä täydennysosineen, joissa verkkokauppaa ei ole huomioitu. Verkkokaupan huomioimatta jättäminen on perusteltua myös siitä lähtökohdasta käsin, että kaavan tulee olla mahdollistava. Tässä selvityksessä, kuten yleensä lähes kaikissa kaupan palveluverkkoselvityksissä, on oletettu, että kaikki kaavoitettava liiketilatarve ei tule välttämättä toteutumaan. Kaavan tulee kuitenkin olla mahdollistava, jotta esimerkiksi kaupan vapaata kilpailua ei rajoiteta kaavalla liikaa, ja siihen voi näin ollen sisältyä tiettyä väljyyttä.

Vuoden 2013 verkkokauppatilaston mukaan kuluttajien verkkokauppaan käyttämä rahamäärä oli noin 10,5 mrd €, josta vähittäiskaupan tavaraostoja 3,4 mrd €. Verkkokauppa kasvaa voimakkaasti ja suurinta kasvu on juuri vähittäiskaupan tavaraostojen osalta: vuosina 2010-2013 vähittäiskaupan verkkokauppa kasvoi 25 %. Kokonaisuutena vähittäiskaupan verkkokauppa vastaa kuitenkin alle 8 prosenttia kaikesta vähittäiskaupasta. Toimialoittaiset erot voivat kuitenkin olla suuria: vähittäiskaupan tuotteista suurimmat verkkokaupan tuoteryhmät ovat viihde-

elektroniikka, pukeutuminen (sis. urheiluvaatteet) ja moottoriajoneuvot ja veneet tarvikkeineen.¹⁸ Verkkokaupan huomioiminen tässä Laihian kaupan palveluverkkoselvityksessä edellyttäisi näin tarkempaa verkkokaupan kehittymisen analysointia ja esimerkiksi benchmark-selvityksiä, kuinka verkkokauppa on kehittynyt ja vaikuttanut kaupan konseptien kehitykseen ja sitä kautta liiketilatarpeeseen esimerkiksi Iso-Britanniassa, Saksassa tai Ranskassa, jotka ovat liikevaihdolla mitattuna verkkokaupan osalta suurimmat maat Euroopassa¹⁹ (www.ecommerce-europe.eu).

¹⁸ Lähteet: Verkkokauppatilasto 2013, TNS Gallup, ASML ja Kaupan liitto.

¹⁹ Lähde: www.e-commerce-europe.eu, haettu 19.3.2014.

4. KEHITTÄMISTARPEET JA -MAHDOLLISUUDET

4.1 Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavarakaupan osalta tulisi vuoteen 2020 mennessä kaavoituksessa varautua 1 400 – 2 200 k-m²:n lisäpinta-alantarpeeseen ja vuoteen 2040 mennessä kaikkiaan 3 400 – 4 600 k-m²:n lisäpinta-alan tarpeeseen. Päivittäistavarakaupan saavutettavuus Laihialla on nykytilanteessa kohtuullinen, mutta kävelyetäisyydellä päivittäistavaramyymälästä asuu vain pieni osa väestöä. Näin ollen päivittäistavarakaupan myymäläverkoston osalta olisi hyvä varautua lisäämään palveluita myös ydinkeskustan ulkopuolella. Verrattain harvaan asutulla, väljästi rakentuneella alueella se on kuitenkin vaikeaa. Käytännössä väestöpohja ydinkeskustan ulkopuolella jää kuitenkin helposti liian pieneksi, jotta myymälöiden kannattavuusedellytykset voisivat toteutua. Jopa pieni noin 200 m²:n päivittäistavaramyymäläkin tarvitsee minimissään arviolta 1 000 – 1 500 asukasta lähialueelleen.

Keskustan ja junaradan pohjoispuolella, josta on vähintään yli kilometrin matka päivittäistavaramyymälään, on tällä hetkellä noin 600 asukkaan keskittymä. Rakennemallien väestöennusteen mukaan (ks. taulukko 5) radan pohjoispuolen ns. metsäisten alueiden väestö kasvaa arviolta 350 asukkaalla vuoteen 2020 mennessä ja vielä lisäksi noin sadalla asukkaalla vuoteen 2040 mennessä. Lisäksi ns. liikenteen kasvukäytävän alue radan tuntumassa kasvaa muutamalla sadalla asukkaalla. Näin ollen keskustan pohjoispuolella saattaisi olla toimintaedellytyksiä myös pienelle päivittäistavarakaupalle jo vuoteen 2020 mennessä.

Ns. kauppakeskusalueen suunnitelmat valtateiden 3 ja 18 risteysalueella voivat osaltaan vaikuttaa pohjoisten asuinalueiden kaupan kehittymisen mahdollisuuksiin, koska ko. alue on helposti saavutettavissa pohjoisilta asuinalueilta, mikäli kauppakeskusalueelle sijoittuu päivittäistavaramyymälä. Tästä huolimatta kaavoituksessa tulisi kuitenkin huomioida mahdollisuus myös pienemmälle myymälälle pohjoisessa, esimerkiksi rauta- ja linja-autoaseman tuntumassa joukkoliikenteen solmukohdassa.

Keskustan koillispuolella on myös laskennallisesti riittävä väestöpohja kaupan palveluille jo nykytilanteessa, minkä lisäksi Perälän alueen väestön ennakoitaan kasvavan yli 450 asukkaalla vuoteen 2040 mennessä. Näin ollen keskustan koillispuolella saattaisi olla toimintaedellytyksiä pienelle päivittäistavarakaupalle, mikäli alueelta on löydettävissä luonteva, helposti saavutettavissa oleva sijaintipaikka.

Em. alueiden lisäksi muilla keskustan ulkopuolisilla alueilla ei käytettävissä olevien tietojen pohjalta ole edellytyksiä päivittäistavarakaupoille. Hulmin alueen väestöpohja voi tulevaisuudessa nousta 1 000 asukkaan tuntumaan, mutta alueen väestöpohja levittäytyy kuitenkin melko laajalle alueelle ja osa asukkaista sijoittunee hyvin lähelle ydinkeskustaa.

Keskustatoimintojen alueen ulkopuolelle ei ole tarve sijoittaa yli 2 000 k-m²:n päivittäistavarakaupan suuryksiköitä vaan keskustatoimintojen ulkopuolelle sijoittunee korkeintaan 500 k-m²:n myymälöitä. Keskustatoimintojen alueella on kaavoituksessa hyvä varautua 2 000 – 3 500 km²:n päivittäistavarakaupan pinta-alan lisäykseen. Loput lisäpinta-alan tarpeesta voidaan ajatella toteutuvan lähempänä asuinalueita ja esimerkiksi liikennepalveluiden yhteydessä.

4.2 Erikoistavarakauppa ja palvelut

Keskustahakuisella erikoiskaupalla ei ole toimintaedellytyksiä ydinkeskustan ulkopuolella, joten kaikki lisätalantarve suositellaan sijoitettavaksi keskustatoimintojen alueelle. Edellä mainittu kauppakeskusalue sijaitsee ydinkeskustassa keskustatoimintojen alueella.

Tilaa vievän erikoiskaupan osalta toimintaedellytyksiä yksittäisille myymälöille voi löytyä myös keskustatoimintojen alueen ulkopuolelta liikenteellisistä sijainneista, kuten valtatieltä 3 Vaasan moottoritielelle johtavan uuden tieyhteyden risteysalueelle Maunulassa. Suurin osa tilaa vievän erikoiskaupan potentiaalisista uusista toimijoista hakeutuu kuitenkin todennäköisemmin keskustatoimintojen alueelle kauppakeskusalueen tuntumaan. Keskustatoimintojen ulkopuolelle ei ole tarvetta sijoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä (yli 3 000 k-m²). Todennäköisesti tarvetta ei ole myöskään erikoistavarakaupan suuryksiköille (2 000 – 3 000 k-m²). Maunulan risteysalue tunnistettiin tässä selvityksessä ainoana alueena, jossa saattaisi olla toimintaedellytyksiä erikoistavarakaupan suuryksikölle ja huoltoasematoiminnoille. Alueen kaava-

merkinnät on kuitenkin harkittava tarkemmin osana Kirkonseudun osayleiskaavaa riippuen sen maankäytön kokonaisratkaisusta ja mm. kauppakeskusalueen mitoitusavoitteesta.

Autokauppaa ei tule todennäköisesti sijoittumaan Laihialle merkittävässä määrin johtuen Tervajoella sijaitsevasta vahvasta autokaupan keskittymästä. Jos autokaupan sijoittumiseen halutaan varautua kaavoituksella ja mahdollistaa autokaupan sijoittuminen tarvittaessa, ydinkeskustan lisäksi em. valtatieltä 3 Vaasan moottoritille johtava alue Maunulassa on potentiaalinen sijainti autokaupoille.

Ravintolat ja kaupalliset palvelut sijoittuvat pääosin ydinkeskustaan. Ravintolapalveluille löytyy toimintaedellytyksiä myös mahdollisten huoltoasemien yhteydessä ja kaupallisille palveluille jossain määrin myös ydinkeskustan ulkopuolelle sijoittuvien päivittäistavarakauppojen yhteydestä.

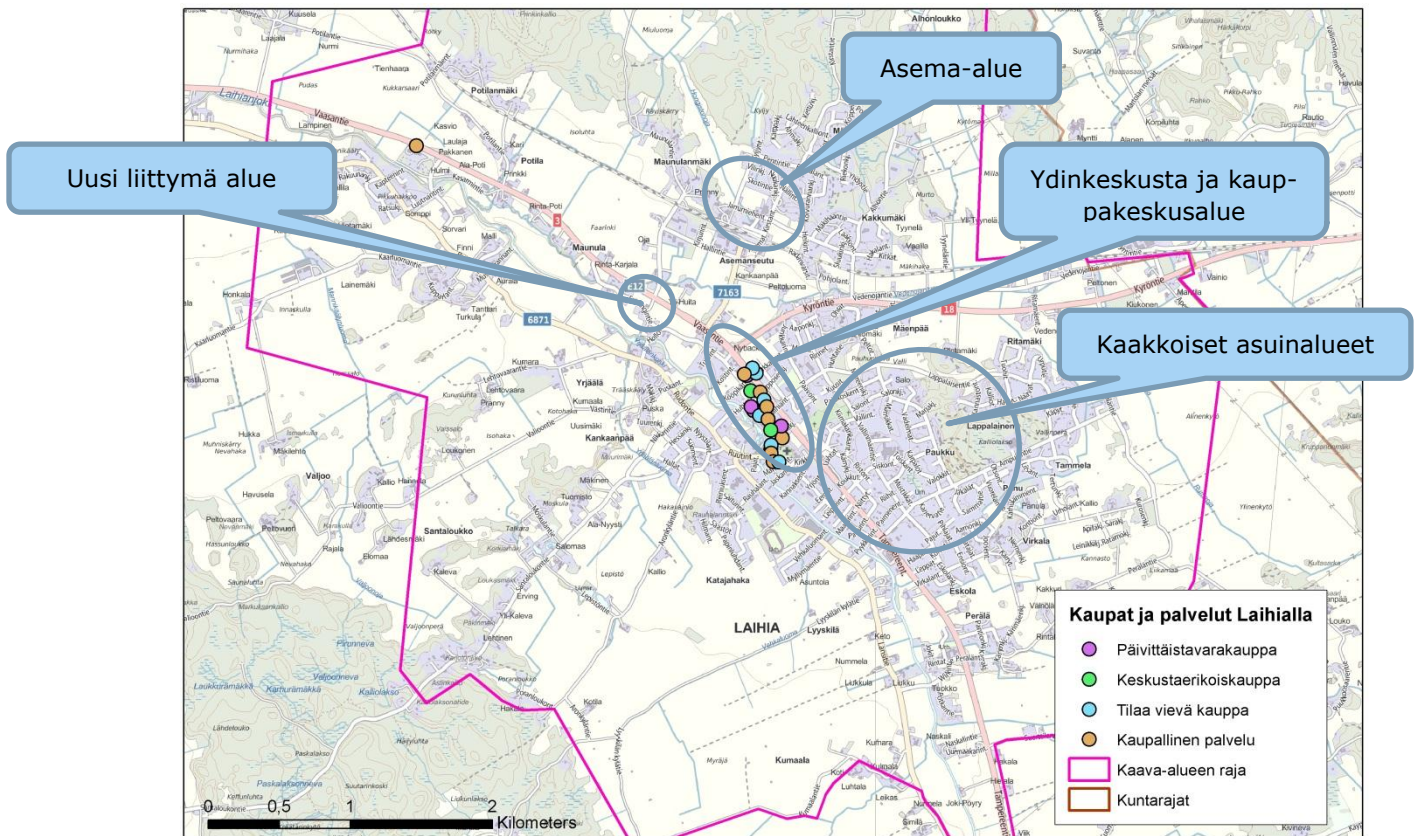
4.3 Yhteenveto kaupan alueista ja mitoituksesta

Edellä kuvatut kaupan kehittämispotentiaali ja -tarpeet osayleiskaava-alueella on vielä tiivistetty seuraavaan taulukkoon (Taulukko 14):

Taulukko 14 Potentiaaliset kaupan alueet ja niiden mitoitus

Alue	Toimialat	Lisätietoja mitoituksesta
Ydinkeskusta (ml. kauppakeskusalue)	<ul style="list-style-type: none"> - päivittäistavarakauppa - keskustaerikoiskauppa - tilaa vievä kauppa - ravintolat ja kahvilat - palvelut 	<p>Valtaosa kaikesta lisäpinta-alantarpeesta mitoitetaan tälle alueelle.</p> <p>Vain keskustatoimintojen alueelle voidaan mitoittaa seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä (pt 2 000 k-m², tiva 3 000 k-m² ja muu erikoiskauppa 3 000 k-m²).</p>
Uusi liittymäalue	<ul style="list-style-type: none"> - tilaa vievä kauppa (ml. auto-kauppa) - huoltamotoiminta 	<p>Alueella voisi varautua yli 2 000 k-m²:n (mutta alle 3 000 k-m²) tilaa vievän kaupan yksiköihin (riippuen kuitenkin osayleiskaava-alueen maankäytön kokonaisratkaisusta ja kauppakeskusalueen mitoitusavoitteesta)</p>
Aseman seutu / pohjoiset asuinalueet	<ul style="list-style-type: none"> - päivittäistavarakauppa - palvelut 	<p>Päivittäistavarakaupan pinta-ala arviolta maksimissaan 500 k-m².</p>
Kaakkoiset asuinalueet	<ul style="list-style-type: none"> - päivittäistavarakauppa 	<p>Päivittäistavarakaupan pinta-ala arviolta maksimissaan 500 k-m².</p>
Osayleiskaava-alue yhteensä		<p>Maakuntakaavan keskustatoimintojen alueen kokonaismitoitus 30 000 k-m² vuoteen 2030 on riittävä. Osayleiskaavan tavoitevuodesta riippuen vuoden 2030 jälkeen voidaan varautua tämän ylittävään lisäpinta-alantarpeeseen.</p>

Edellä kuvattujen kaupan alueiden sijainti on esitetty seuraavalla kartalla (Kuva 17):



Kuva 17 **Potentiaaliset kaupan alueet osayleiskaava-alueella**

Liite 1

Kaupan sanastoa ja määritelmiä

Kauppa käsittää kokonaisuudessaan sekä tukku- että vähittäiskaupan. Tukkukauppa myy tuotteita toisille yrityksille ja perinteisesti myös vähittäiskaupalle. Tukkukauppa on suhteellisen ongelmaton maankäytön ohjauksessa, sillä se ei suuremmin vaikuta yhdyskuntarakenteeseen, ei edellytä hyvää saavutettavuutta eri kansalaisryhmille eikä aiheuta mittavaa asiointiliikennettä. Vähittäiskauppa on yksityisille kuluttajille henkilökohtaiseen tai kotitalouskäyttöön suunnattua uusien ja käytettyjen tavaroiden kauppa. Yleensä kun puhutaan "kaupasta" tarkoitetaan nimenomaan vähittäiskauppaa. Vähittäiskauppa voidaan edelleen jakaa päivittäistavara- ja erikoistavarakaupaksi.

Vähittäiskaupan myynnistä valtaosa tapahtuu kiinteissä myymälöissä, kuten tavarataloissa, hypermarketeissa ja muissa myymälöissä. Myös myymälöiden ulkopuolella tapahtuu paljon vähittäiskauppaa. Tärkeimpiä myymälöiden ulkopuolisia jakelukanavoita ovat Internet ja postimyyntikauppa. Muita myymälöiden ulkopuolisia jakelukanavia ovat mm. myymäläautot ja -veneet, torija hallikaupat, myyntikojut, huutokauppakamarit, kuluttajaosuuskunnat, verkostomarkkinointi ja kotimyynti jne., mutta niiden merkitys on vähäisempi.

(Vähittäiskaupan) ostovoima lasketaan jollekin alueelle siten, että asukaskohtainen kulutusluku kerrotaan alueen asukkaiden määrällä. Asukaskohtainen **kulutusluku** tarkoittaa kunkin henkilön keskimäärin vuodessa vähittäiskauppaan käyttämää rahamäärää.

Ostovoiman virtaus tai ostovoiman siirtymä tarkoittaa jonkin tietyn alueen vähittäiskaupan myynnin jaostovoiman erotusta. Ostovoiman virtauksella esitetään alueen kaupallista vetovoimaisuutta. Mikäli alueen myynti on suurempi kuin ostovoima, tapahtuu ostovoiman sisäänvirtausta – ostovoimaa tulee alueelle sen ulkopuolelta, mikä kertoo kaupallisesta vetovoimasta. Mikäli myynti on pienempi kuin ostovoima, tapahtuu ostovoiman ulosvirtausta – alueen asukkaat asioivat jossakin muualla. Ostovoiman virtaus on laskennallinen tunnusluku, "vaihtotase", eikä se kerro, minne ostovoima virtaa.

Myyntiteho on myymälän vuosimyynti jaettuna sen myyntipinta-alalla. Myyntitehon yksikkö on euroa/myymäläneliometri. Myyntitehon avulla voidaan tarkastella myymälän elinvoimaisuutta. Sitä voidaan käyttää apuna myös vähittäiskaupan mitoituksessa. Mitoituksessa verrataan alueen ostovoimaa tavoitteelliseen myyntitehoon, minkä perusteella voidaan laskea pinta-alan tarve.

Päivittäistavarakauppa

Päivittäistavaroiden ryhmään kuuluvat elintarvikkeet, tupakkatuotteet, usein kotitaloudessa tarvittavat ns. non-food-tuotteet, kuten teknokemian tuotteet (pesu- ja puhdistustuotteet) sekä joukko muita tuotteita, kuten kodintarvikkeet, kodinpaperit, lehdet ja päivittäiskosmetiikka. Normaalin elintarvikemyymälän valikoima koostuu juuri em. tuotteista. Alkoholit tuotteiden osalta käytäntö vaihtelee, mutta päivittäistavarakaupoissa myytävät alkoholijuomat kuuluvat poikkeuksetta päivittäistavaroiden ryhmään.

Päivittäistavarakaupan yksiköllä tarkoitetaan yleisimmin edellä mainittuja päivittäistavaroita myyvää, pääasiassa itsepalveluperiaatteella toimivaa marketmyymälää. Päivittäistavarakaupparyhmään kuuluvia myymälöitä ovat hypermarketit ja tavaratalot, supermarketit, valintamyymälät, lähikaupat, kyläkaupat, kioskit ja elintarvikkeiden erikoiskaupat. Hypermarketeissa ja tavarataloissa päivittäistavaroiden myyntiosuus vaihtelee, mutta tyypillisesti ne nähdään luonnollisemmin osana päivittäistavarakauppaa kuin erikoistavarakauppaa. Päivittäistavarakaupan merkittävimpiä toimijoita Suomessa ovat S-ryhmä, K-ryhmä ja Suomen Lähikauppa Oy. Muita toimijoita ovat mm. Lidl, Stockmann, Tokmanni-konserni, M-ketju ja Minimani.

Päivittäistavaramyymälät

MYYMÄLÄTYYPPI	MYYNTIPINTA-ALA	PÄIVITTÄISTAVAROIDEN OSUUS
hypermarket	myyntipinta-ala 2 500 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
tavaratalo	myyntipinta-ala 1 000 m ² tai yli → keskustatavaratalo → liikennehakuinen tavaratalo (halpatavaratalo)	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta alle ½
supermarket, iso	myyntipinta-ala 1 000 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
supermarket, pieni	myyntipinta-ala 400–999 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
valintamyymälä, iso	myyntipinta-ala 200–399 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
valintamyymälä, pieni	myyntipinta-ala 100–199 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
pienmyymälä/ elintarvikekioski	myyntipinta-ala alle 100 m ²	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
erikoismyymälät	myyntipinta-ala 200–399 m ²	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½
kauppahalli	myyntipinta-ala 100–199 m ² tai yli	päivittäistavaroiden osuus pinta-alasta yli ½

Hypermarket

Hypermarket on monen alan tavaroita myyvä pääosin itsepalveluperiaatteella toimiva vähittäismyymälä, jonka myyntipinta-ala on vähintään 2.500 m². Hypermarketissa elintarvikkeiden osuus on vähemmän kuin puolet kokonaispinta-alasta, mutta myynnin painopiste on päivittäistavaroissa. Hypermarket voi sijaita kaupungin keskustassa, sen tuntumassa, kauppakeskuksessa tai muualla liikenteellisesti hyvin saavutettavissa paikoissa. Esimerkkejä hypermarketeista ovat Prisma, K-citymarket, Euromarket ja Minimani.

Tavaratalo

Tavaratalo on monen alan tavaroita myyvä vähittäismyymälä, jonka myyntipinta-ala on vähintään 2.500 m². Tavaratalossa minkään tavararyhmän osuus myyntipinta-alasta ei ylitä puolta kokonaisyntialasta. Tavaratalon osastot vastaavat alan erikoisliikkeiden valikoimaa. Tavaratalo-tyyppejä voidaan sanoa olevan kahta erilaista:

- perinteiset keskustatavaratalot
- halpatavaratalot

Keskustatavaratalossa on korkea palveluaste ja kassat sijaitsevat osastoilla. Tavaratalo voi sijaita kaupungin ydinkeskustassa, aluekeskuksessa tai muualla sijaitsevassa kauppakeskuksessa. Keskustahakuisia tavarataloja ovat mm. Sokos, Stockmann ja Anttila, joissa korostuu muodin ja vapaa-ajan tuotteiden suuri osuus.

Halpatavarataloissa lajitelma on laaja ja usein päivittäistavara käsittää ainoastaan kuivan teollisen elintarvikkeen ja palvelu on minimissään. Halpatavarataloille tyypillistä on liikennehakuinen sijainti, mutta ne voivat sijaita myös keskusta-alueilla. Halpatavarataloja ovat esimerkiksi Tokmanni, Tarjoustalo, Hong Kong, Säästöalo Robin Hood ja Halpa-Halli.

Supermarket ja market

Supermarket on pääosin itsepalveluperiaatteella toimiva päivittäistavaramyymälä, jonka myyntipinta-ala on vähintään 400 m², ja jossa päivittäistavaroiden osuus on yli puolet myyntipinta-alasta. Toimialan käytännön tilastoinnissa supermarketmyymälät jaetaan pinta-alaltaan suuriin yli 1.000 m² ja pieniin 400–1.000 m² supermarketteihin, joita kutsutaan myös yleisesti marketeiksi. S-market, K-supermarket, K-market, Valintatalo ja M-market ovat esimerkkejä supermarket- ja market-ketjuista.

Valintamyymälä

Valintamyymälät ovat pieniä päivittäistavaramyymälöitä. Valintamyymälä on tavallisesti pieni, yleensä alle 400 m²:n kokoinen myymälä, joka sijaitsee lähellä kuluttajia ja on helposti saavutettavissa myös jalan. Isot valintamyymälät ovat pinta-alaltaan 200-399 m²:n päivittäistavaramyymälöitä ja pienet valintamyymälät ovat pinta-alaltaan 100-199 m². Esimerkkejä valintamyymäläketjuista ovat Siwa, Alepa, Sale, Valintatalo, K-market ja K-Extra.

Valintamyymälöitä kutsutaan yleisesti lähikaupoiksi, mutta toisaalta mikä tahansa kuluttajaa lähellä oleva päivittäistavaramyymälä voi olla kuluttajan näkökulmasta lähikauppa. Näin ollen lähikauppoina voivat toimia myös esimerkiksi asutuskeskuksissa sijaitsevat supermarketit.

Pienmyymälä ja kioski

Pienmyymälä tai elintarvikekioski on myynti-pinta-alaltaan alle 100 m²:n päivittäistavaramyymälä. Elintarvikekioskin myynti voi tapahtua luukun kautta tai itsepalvelu- tai palvelumyymälän tapaan. Kioskiasetuksella on rajoitettu kioskin myyntivalikoimaa. Esimerkkejä pienmyymälä- ja kioskiketjuista ovat Siwa ja R-kioski.

Hard discounter

Hard discounter myymälöiden toiminta perustuu tuotteiden nopeaan kiertoon ja tehokkaisuuteen toimintamalleihin. Myymälöiden valikoima kattaa pääsääntöisesti kaikki päivittäistavara-kaupan tuoteryhmät ja niiden pinta-ala vastaa supermarketien kokoa. Hard discounterit sijaitsevat pääosin hyvien liikenneyhteyksien varrella sekä keskustoissa että keskustojen ulkopuolella. Esimerkkinä Suomessa toimivasta discounterista voidaan mainita Lidl-ketjun.

Liikennemyymälät

Liikennemyymälät sijaitsevat huoltamoiden yhteydessä liikenteellisissä sijainneissa valtateiden varsilla tai taajamissa. Liikennemyymälät muodostavat yhä useammin eri palveluntarjoajista koostuvan palvelukokonaisuuden, jossa polttoaine- ja päivittäistavaramyynnin sekä ravintolapalveluiden lisäksi tarjotaan muitakin palveluja. Esimerkkejä liikennemyymälöistä ovat ABC-Market, Neste Oil K-market sekä Teboil-myymälä.

Muut päivittäistavaramyymälät

Tavaratalojen, supermarkettien ja valintatalojen lisäksi päivittäistavaroita myydään vähäisessä määrin tuotekohtaisissa erikoismyymälöissä, kauppahalleissa, suoramyyntinä, torikaupassa, myymäläautoissa ja sähköisessä kaupassa. Näiden jakelukanavien osuus kokonaismarkkinoista on viime vuosina ollut vähenemään päin. Päivittäistavaroiden sähköinen kauppa puolestaan ei ole kehittynyt ennustetulla tavalla johtuen ruoan jakelua koskevista, toistaiseksi ratkaisua vaille olevista logistisista ongelmista.

Erikoistavarakauppa

Erikoiskauppa on tiettyihin tuoteryhmiin kuuluvien kestokulutushyödykkeiden ja niihin liittyvien palveluiden myyntiin erikoistunutta vähittäiskauppaa. Erikoistavara käsitteenä pitää sisällään lähes kaiken päivittäistavara-kaupan ulkopuolelle kohdistuvan vähittäiskaupan yksityisen kulutuksen: pukeutumisen, vapaa-ajan tuotteet, kodintekniikan, optisen alan tuotteet, asumisen ja sisustamisen jne. Autokauppakin voidaan lukea erikoistavaraostosten piiriin, mutta se pidetään yleensä jo tilastollisistakin syistä erillään muusta erikoiskaupasta: autokauppa poikkeaa muusta vähittäiskaupasta merkittävästi ostosten suuren kerta-arvon ja harvoin tehtävien ostojen vuoksi.

Erikoiskaupan myymälät tarjoavat yleisesti tiettyyn tuoteryhmään keskittyneitä monipuolista valikoimaa sekä alaan liittyvää korkea asiantuntemusta ja palvelua. Harvoin ostettavan erikoistavaran kauppa hakeutuu tavallisesti joko toimialakohtaisiin keskittyneisiin (vrt. autokauppa, huonekalukauppa, muotikauppa), kun taas usein ostettavan erikoistavaran kauppa pyrkii dominoimaan kukin omia lähimarkkinoitaan (vrt. kukkakauppa, polttoainekauppa). Se, kuinka lähelle parhaita liikepaikkoja kukin toimipiste toimintaympäristössään hakeutuu, määräytyy yrityksen vuokramaksukyvyyn perusteella. Erikoiskaupan myymälät sijoittuvatkin erilaisiin kaupallisiin keskuksiin kuten kaupunkien ja kuntien keskustoihin, kävelykaduille, kauppakeskuksiin ja erillisiin kauppa-keskittyneisiin. Myös tavaratalot harjoittavat osastoillaan erikoistavarojen (käyttötavarojen) kauppaa.

Erikoistavara-kaupassa voimakas ketjuuntuminen, nopeasti uudistuvat toimintatavat ja eriytyvät konseptit ovat olleet viimeaikaisen kehityksen avainsanoja. Ulkomaisten ketjujen etabloituminen Suomen markkinoille on näkyvää ja määrätietoista. Yleisimpiä markkinoille tulleita konsepteja ovat olleet usean tuhannen neliömetrin ketjumyymälät, jotka sijoittuvat keskustojen ulkopuolelle

erillisiin kaupan keskittymiin, sekä erityisesti vaate-, kenkä- ja asustekaupan ketjut, jotka sijoituvat kauppakeskuksiin.

Erikoistavarakauppa jakautuu paljon tilaa vaativan erikoistavaran (TIVA) kauppaan ja muuhun erikoistavarakauppaan (keskustahakuinen erikoistavarakauppa). Jako perustuu myymälätyyppiin ja myytävien tuotteiden luonteeseen. Tilaa vaativaa ja keskustahakuista erikoiskauppaa kuvataan seuraavaksi.

Tilaa vaativa erikoistavarakauppa

Tilaa vaativa erikoistavarakauppa tarvitsee paljon tilaa myytävien tavaroiden luonteen vuoksi (vrt. huonekalut, rakennustarvikkeet jne.) ja se on myös enemmän riippuvainen autolla asioidusta asiakkaista verrattuna muuhun erikoiskauppaan. Tilaa vaativan erikoistavarakaupan myymälöiden huoneistokoko on keskimäärin noin 850 m². Lisäksi tilaa vaativan kaupan vuokranmaksukyky on alhaisempi. Tämän vuoksi kyseinen kauppatyyppi sijoittuu pääasiassa keskustojen ulkopuolelle, liikenteellisesti helposti saavutettaviin paikkoihin. Kyseisyyppistä kauppaa kutsutaankin joskus myös keskustapakoiseksi kaupaksi. TIVA-kaupalle tyyppillistä on myös keskittyminen tietyille alueille, joissa on paljon saman toimialan liikkeitä tai muuta tilaa vaativaa kauppaa. Usein samoille alueille on keskittynyt myös hypermarketkauppaa. Tällaiset tilaa vievän kaupan alueet ovat viime vuosina olleet voimakkaassa kasvussa.

Tilaa vaativaan erikoistavarakauppaan kuuluvat toimialat ovat huonekalukauppa, rautakauppa, rakenteellinen sisustuskauppa, kodintekniikkakauppa, puutarha- ja maatalouskauppa, venekauppa ja moottoriajoneuvojen sekä niiden tarvikkeiden kauppa. Myymäläkonseptit ovat kuitenkin kehittyneet niin, että monissa myymälöissä myydään yhä enemmän muutakin kuin paljon tilaa vaativaa erikoistavaraa ja tuotevalikoima lähestyy perinteisen keskustahakuisten erikoiskauppojen tuotevalikoimaa.

Tilaa vaativan erikoistavarakaupan erittelemisen muusta (keskustahakuisesta) erikoistavarakaupasta on ollut keskeistä erityisesti ennen vuonna 2011 toteutunutta Maankäyttö- ja rakennuslain uudistusta. Ennen uudistusta tilaa vaativan erikoistavarakaupan sijoittumista koskivat väljemmät säännökset kuin muuta vähittäiskauppaa., mutta muuttuneen lainsäädännön myötä myös tilaa vaativa erikoistavarakauppa tuli sijainnin sääntelyn piiriin. Tilaa vaativaa erikoiskauppaa voidaan kuitenkin edelleen käyttää terminä havainnollistamaan kaupan rakennetta ja eri keskusten luonnetta.

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa

Keskustahakuisella erikoistavarakaupalla tarkoitetaan perinteistä ja monipuolista, tyyppillisesti kaupunki- tai kuntakeskuksiin tai kauppakeskuksiin sijoittuvaa, erikoistavaran ja niihin liittyvien palveluiden kauppaa. Tarkkaa määritelmää keskustahakuisesta erikoistavarakaupasta ei ole, vaan sillä tarkoitetaan yleisesti erikoiskaupan aloja, jotka eivät ole kaupunkikeskustojen ulkopuolelle sijoittuvaa tilaa vaativaa kauppaa. Tärkeimpiä tuoteryhmiä ovat mm. muoti-, urheilu-, kirja- ja optisen alan ja vapaa-ajan kauppa.

Keskustahakuiselle erikoistavarakaupalle on ominaista se, että toimipaikat ovat pieniä henkilömäärän sekä liiketilojen koon suhteen. Keskustahakuisen erikoiskaupan myymälöiden huoneistokoko on keskimäärin alle 300 m².

Erikoistavarakaupan myymälät ja muut myymäläkeskittymät

Kauppakeskus

Kauppakeskus tarkoittaa saman katon alla toimivaa erikoiskaupan myymäläkeskittymää, jossa yhdenkään myymälän pinta-ala ei ylitä puolta koko keskuksen pinta-alasta. Kauppakeskuksen pinta-ala on vähintään 5.000 huoneisto-m² ja siellä tulee toimia vähintään 10 myymälää, jotka avautuvat sisätilaan yhteiselle käytävälle tai keskusaukiolle. Kauppakeskuksella on yhteinen johto ja markkinointi.

Suomessa on kauppakeskuksia Suomen kauppakeskusyhdistyksen mukaan yli 70 (74 vuoden 2010 lopussa). Suomen vanhin kauppakeskus on Helsingin Itäkeskus, jonka vuokrattava pinta-ala on nykyään lähes 100.000 m², ja joka on samalla Pohjoismaiden suurin kauppakeskus. Muita suuria kotimaisia ovat esim. Espoon Iso Omena, Vantaan Jumbo ja Raison Mylly. Näiden kokoluokka on 50.000 m² tai enemmän. Suurten kauppakeskuksien sanotaan usein olevan eräänlaisia pienoiskaupunkeja, jossa on tarjolla sekä kaupallisia että julkisia palveluja.

Ostoskeskus

Ostoskeskus muodostuu yhdestä tai useammasta liikerakennuksesta, jotka avautuvat ulospäin. Pinta-ala on tavallisesti alle 5.000 m² ja liikkeitä vähintään viisi. Ostoskeskusten omistusrakenne vaihtelee, mutta monissa tapauksissa se on pirstoutunut. Ostoskeskusten määritelmä ei kata yhtenäistä hallintoa tai huolto- ja markkinointikäytäntöjä, mutta yhteistyötä harjoitetaan silti vaihtelevasti.

Ostoskeskuksia löytyy ympäri Suomea, mutta luonnollisesti eniten pääkaupunkiseudulta, jossa niitä on rakennettu lähiöiden asuinalueille. Pelkästään Helsingissä on 1950-, 1960- ja 1970-luvuilla rakennettua ostoskeskuksia noin 30, kuten esimerkiksi Munkkivuori, Kontula, Kannelmäki ja Roihuvuori.

Hypermarketkeskus

Hypermarketkeskus muodostuu yhdestä liikerakennuksesta, jossa on hypermarket ja vähintään 10 muuta myymälää tai palvelua. Kaikki myymälät avautuvat katetulle käytävälle. Hypermarketin osuus on yli 50 % liiketilan kokonaisuudesta.

Retail Park

Retail Park tarkoittaa erikoiskauppojen keskusta, joka muodostuu useammasta liikerakennuksesta. Retail Park sijaitsee tyypillisesti keskustan ulkopuolella, toimii yhdessä tasossa ja liiketilat aukeavat ulkotilaan yhteiselle pysäköintialueelle.

Retail Park on erikoiskaupan uusimpia toimintakonsepteja ja ne on tyypillisesti suunniteltu yhtenä kokonaisuutena. Retail Park -keskuksen toimintaperiaatteena on erikoiskaupan toimialojen osalta suurmyymälöiden keskittämiseen yhteen keskuksen. Retail Park -keskukset Suomessa ovat pieniä verrattuna ulkomaisiin toteutuksiin ja niiden koko vaihtelee välillä 5.000-35.000 m² (vuokrattava liikeala). Esimerkkejä suomalaisista Retail Park -keskuksista ovat mm. Cantti Kuopiossa, Glomson Espoossa ja Vantaanportti Vantaalla.

Outlet Center

Outlet Centerillä tarkoitetaan merkkituotemyymälöiden keskusta, jossa toimii tyypillisesti yksittäisten tuotemerkkien myyntiin keskittyneitä erikoistavaramyymälöitä. Outlet Center toimii tyypillisesti keskustan ulkopuolella useammassa liikerakennuksessa ja sillä on yhteinen johto ja markkinointi. Keskuksen hintataso on edullinen ja perustuu siihen, että valikoimaan ei kuulu uusimpia mallistoja. Suomessa ei ole tällä hetkellä yhtään merkkituotemyymälöiden keskusta.

Vähittäiskaupan suuryksikkö

Maankäyttö- ja rakennuslain mukaan vähittäiskaupan suuryksikköä ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitettun alueen ulkopuolelle, ellei alue ole asemakaavassa erityisesti osoitettu vähittäiskaupan suuryksikkö varten. Vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan yli 2.000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää, mikä vastaa käytännössä myyntipinta-alaltaan noin 1.500 m² myymälää. Myös vaikutuksiltaan vähittäiskaupan suuryksiköön verrattavissa olevaan vähittäiskaupan myymäläkeskittymään sovelletaan näitä säännöksiä.

Ennen vuonna 2011 toteutunutta maankäyttö- ja rakennuslain muutosta vähittäiskaupan suuryksikkösäännökset eivät koskeneet paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa. Lainmuutoksen jälkeen myös tilaa vaativan erikoistavara-kaupan suuryksiköt on merkittävä maakunta- ja yleiskaavoihin, jos ne sijaitsevat keskusta-alueiden ulkopuolella ja ovat merkitykseltään seudullisia.