

FCG Planeko Oy

Tuusulan kunta

ETELÄ-TUUSULAN KAUPALLINEN SELVITYS

9.6.2009



ALKUSANAT

Tehtävänä oli arvioida Focus-alueen osayleiskaavan kaupallisten varausten vaikutukset vaikutusalueen kaupan palvelurakenteeseen sekä selvittää yleiskaavallisella tasolla Tuusulan eteläosan kaupallisten palvelujen tarve ja sijoittuminen.

Selvitys tehtiin FCG Planeko Oy:ssä Tuusulan kunnan toimeksiannosta. Tilaajan yhteyshenkilöinä toimivat kehittämispäällikkö Mikko Alin ja kaavapäällikkö Kaija Hapuoja. FCG Planeko Oy:ssä työstä vastasivat FM Kimmo Koski, FM Taina Ollikainen ja FM Mikko Keskinen.

Etelä-Tuusulan kaupallinen selvitys

Alkusanat	1
1 Väestön ja yhdyskuntarakenteen nykytila ja kehitys.....	3
1.1 Väestö ja asuminen	3
1.2 Merkittävimmät uudet työpaikka-alueet	6
1.3 Liikenneverkko.....	6
1.4 Kaavoitustilanne	9
2 Kaupan nykytila ja kehitys Tuusulassa	12
2.1 Päivittäistavarakauppa	12
2.2 Erikoiskauppa	15
2.3 Ostovoima.....	18
2.4 Kaupan laskennallinen liiketilantarve	20
2.5 Kaupan investointihankkeet.....	21
2.5.1 Myymäläverkon suunnittelu vähittäiskaupassa.....	21
2.5.2 Tuusulassa vireillä olevia kaupan hankkeita.....	23
3 Focus-alueen vaikutusten arviointi.....	25
3.1 Focus-alue.....	25
3.1.1 Osayleiskaavan maankäyttöratkaisu	25
3.1.2 Alueen kaupalliset toiminnot.....	26
3.2 Vaikutusalue.....	28
3.2.1 Kaupan palveluverkko	29
3.2.2 Väestö ja ostovoima	31
3.2.3 Kaupan hankkeet.....	34
3.3 Kaupalliset vaikutukset	35
3.3.1 Kaupan toimintaedellytykset ja kilpailutilanne.....	35
3.3.2 Palvelurakenne	37
4 Etelä-Tuusulan kaupan tavoitetila	39
4.1 Kaupan kehitystrendit.....	39
4.2 Kaupan sijoittumisperiaatteet ja palveluverkko	40
4.2.1 Hyrylä on kunnan kaupallinen keskus	40
4.2.2 Focus -alue täydentää Hyrylää.....	41
4.2.3 Asuinalueiden lähikaupat täydentävät myymäläverkkoa ..	42
4.3 Tavoitteellisen palveluverkon vaikutukset.....	42
5 Lähdeluettelo	44
Liite 1. Erikoiskaupan toimialaryhmät ja toimialat	45

1 VÄESTÖN JA YHDYSKUNTARAKENTEEN NYKYTILA JA KEHITYS

1.1 Väestö ja asuminen

Vuoden 2008 lopussa Tuusulassa asui noin 36 400 asukasta (taulukko 1). Väestöstä oli alle 16-vuotiaita 24 %, 16-64-vuotiaita 65 % ja yli 65-vuotiaita 11 %. Vuoteen 2020 mennessä Tuusulan väestömäärä kasvaa noin 11 200 asukkaalla eli noin 31 %. Vuonna 2030 Tuusulan väestömäärän arvioidaan olevan noin 55 500 asukasta eli noin 19 100 asukasta enemmän kuin vuonna 2008 (+53 %). Väestön ikärakenne kehittyy samaan suuntaan kuin koko maassa keskimäärin eli nuorten ikäluokkien suhteellinen osuus kokonaisväestöstä vähenee ja vanhempien ikäluokkien osuus kasvaa.

Taulukko 1. Tuusulan väestö 2008 ja arvio vuosille 2020 ja 2030 (Tuusulan kunta).

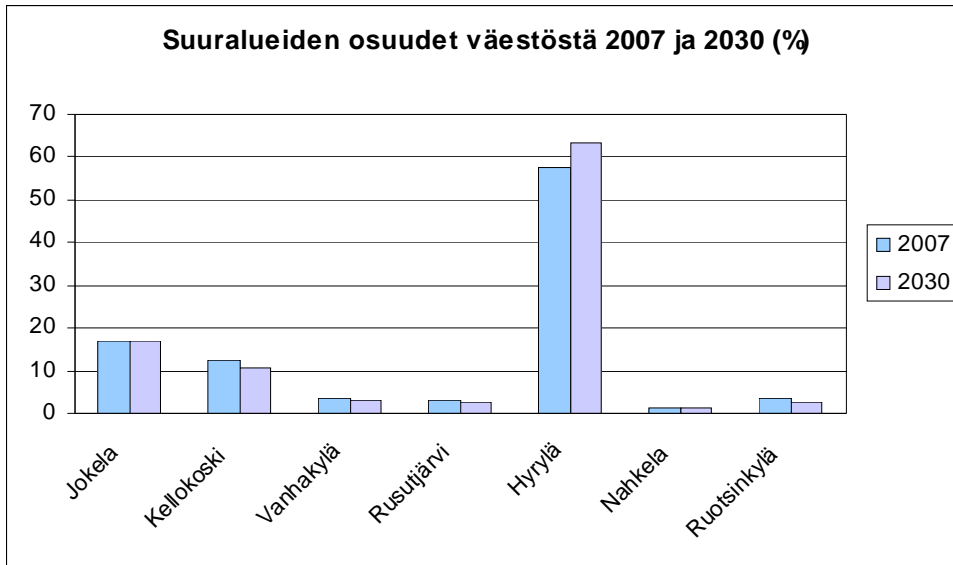
Ikäryhmä	Vuosi		
	2008	2020	2030
0 - 15	8 654	10 937	11 864
16 - 64	23 832	29 763	32 215
65-	3 900	6 932	11 426
Yhteensä	36 386	47 632	55 505

Tilastokeskuksen vuonna 2007 laatiman väestöennusteen mukaan Tuusulan väestömäärä vuonna 2020 on noin 41 800 asukasta eli noin 5 800 asukasta vähemmän kuin kunnan oma arvio. Tilastokeskuksen väestöennuste vuodelle 2030 on puolestaan noin 44 700 asukasta eli noin 10 800 asukasta kunnan omaa arviota pienempi.

Suuralueittain tarkasteltuna (vuonna 2007) Tuusulan väestöstä lähes 60 % asui Hyrylän suuralueella (taulukko 2 ja kuva 1). Tuusulan pohjoisosassa Jokelan suuralueella asui noin 17 % ja Kellokosken alueella noin 12 % Tuusulan väestöstä. Väestönkehitysarvion mukaan väestömäärä lisääntyy tulevina vuosina sekä määrällisesti että suhteellisesti eniten Hyrylän suuralueella, jossa väestönkasvu on noin 14 300 asukasta (69 %) vuosina 2007 - 2030. Väestömäärä kasvaa myös muilla suuralueilla. Kasvu on alueesta riippuen 100 - 3 200 asukasta (19 - 52 %).

Taulukko 2. Tuusulan väestömäärä suuralueittain vuonna 2007 sekä arvio vuosille 2020 ja 2030 (Tuusulan kunta).

Suuralue	Vuosi		
	2007	2020	2030
Jokela	6 111	8 124	9 305
Kellokoski	4 421	5 643	5 923
Vanhakylä	1 353	1 592	1 657
Rusutjärvi	1 136	1 368	1 445
Hyrylä	20 747	28 377	35 025
Nahkela	531	611	650
Ruotsinkylä	1 264	1 473	1 500
Muu väestö	405	445	
Yhteensä	35 968	47 632	55 505



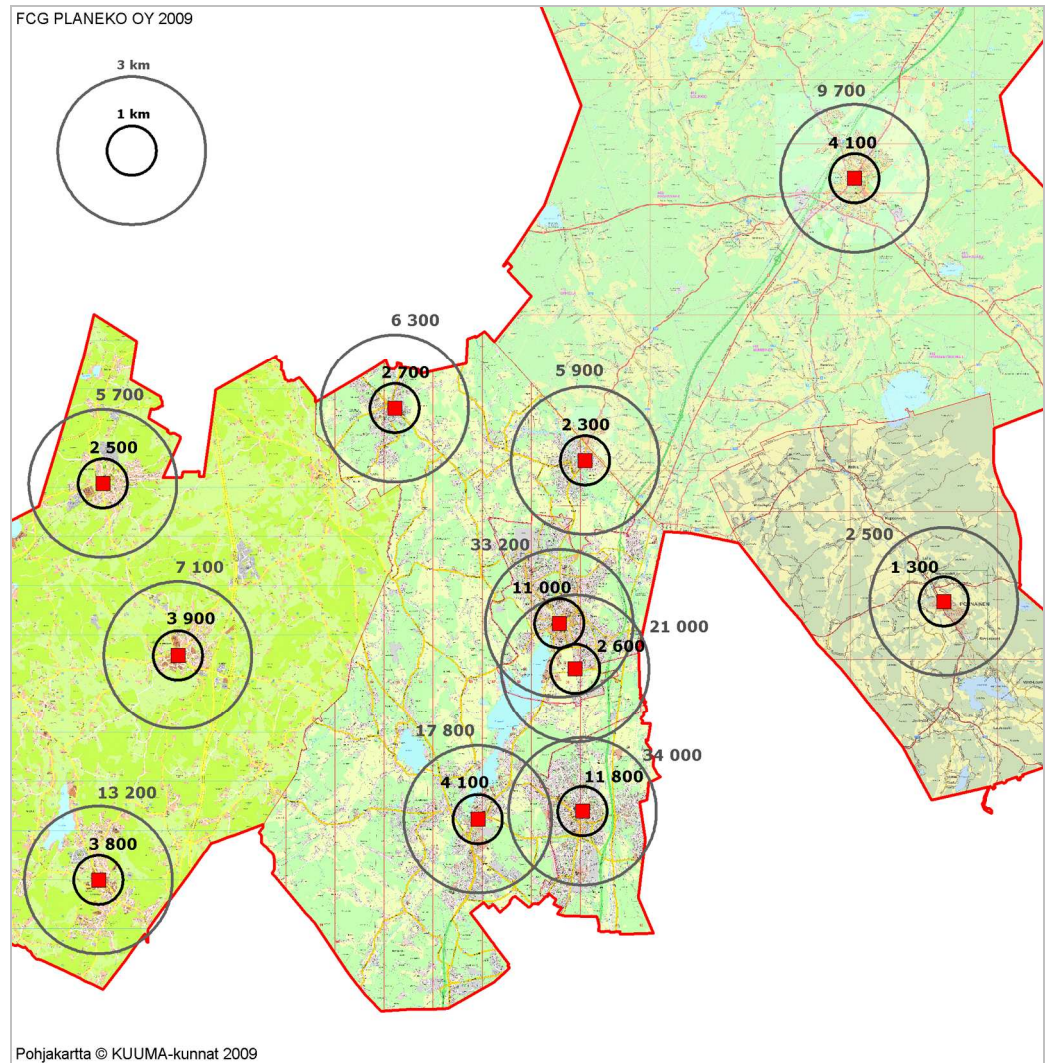
Kuva 1. Suuralueiden osuudet Tuusulan väestöstä vuonna 2007 ja 2030.

Sekä Tuusulan että sen naapurikuntien väestöstä huomattava osa asuu alueen keskustoissa. Kuvassa 2 esitetään alle kilometrin ja alle kolmen kilometrin etäisyydellä keskustoista asuvien asukkaiden lukumäärä. Alle kilometrin etäisyydellä asuvien osuudet kunnan koko väestöstä ovat seuraavat:

- Tuusula (Hyrylän ja Kellokosken keskustat, Jokelan asema) 25 %
- Järvenpää (keskustan ja Kyrölän rautatieasemat) 36 %
- Kerava (keskustan rautatieasema) 35 %
- Mäntsälä (linja-autoasema) 21 %
- Nurmijärvi (Klaukkalan, Kirkonkylän ja Rajamäen keskustat) 26 %
- Pornainen (kuntakeskus) 27 %

Tuusulassa alle kilometrin etäisyydellä Hyrylän, Jokelan ja Kellokosken keskustoista asuu yhteensä noin 9 100 asukasta. Alle kolmen kilometrin etäisyydellä em. keskustoista asuu yhteensä noin 30 000 asukasta eli noin 82 % koko kunnan väestöstä. Keskustoittain osuudet ovat seuraavat:

	<u>Alle 1 km</u>	<u>Alle 3 km</u>
- Hyrylän keskusta	11,3 %	48,9 %
- Jokelan asema	7,4 %	17,3 %
- Kellokosken keskusta	6,3 %	16,2 %
- Yhteensä	25,0 %	82,4 %

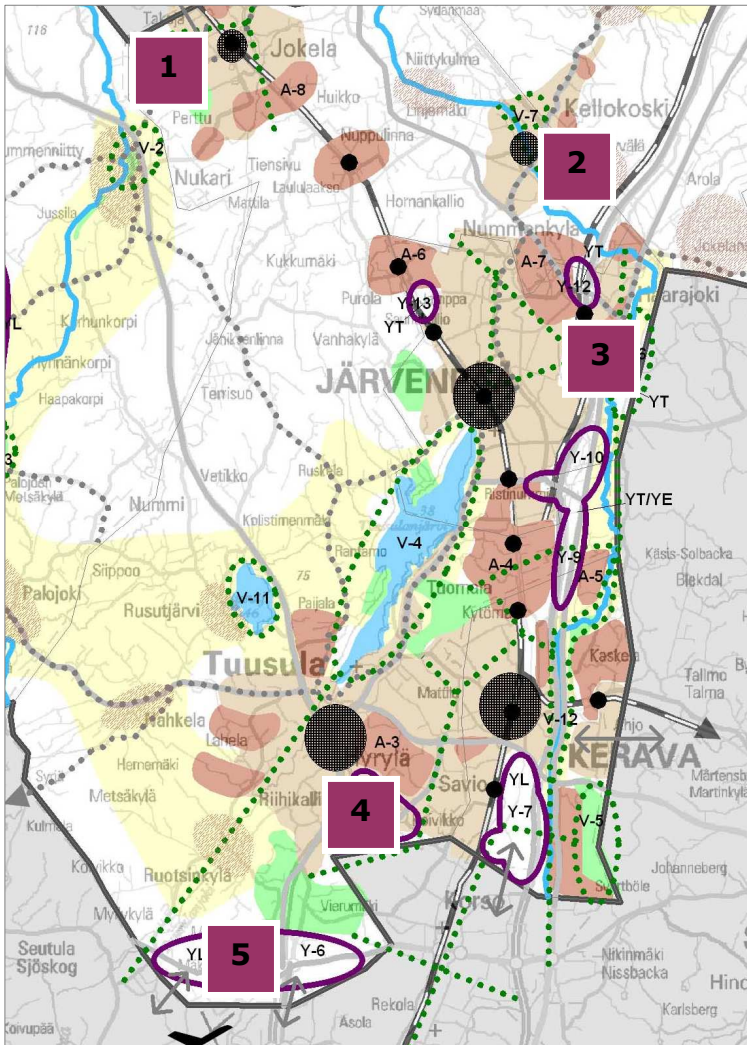


Kuva 2. Tuusulan ja muiden Kuuma-kuntien keskustojen väestömäärät yhden ja kolmen kilometrin etäisyydellä keskustasta.

1.2 Merkittävimmät uudet työpaikka-alueet

Tuusulan merkittävimmät uudet työpaikka-alueet sijoittuvat kunnan etelä- ja pohjoisosiin (kuva 3). Merkittävimmät työpaikka-alueet ovat:

1. Jokela (laajennus), noin 30 ha
2. Kellokoski (laajennus), noin 15 ha
3. Vanha Lahdentie ja Poikkitie (Tuusula ja Järvenpää), noin 100 ha
4. Sula, noin 350 ha
5. Focus-alue, noin 600 ha

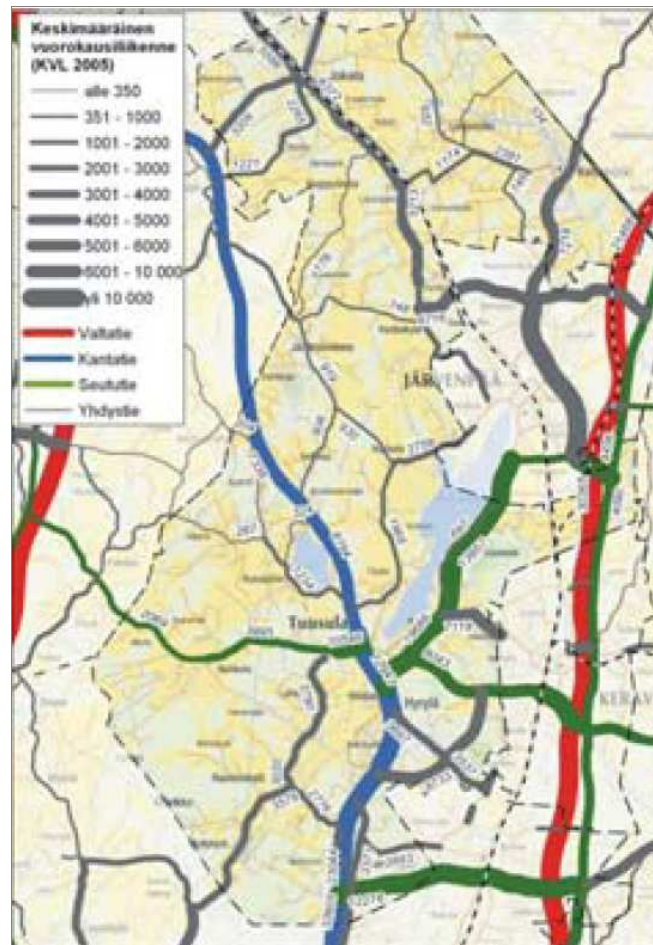


Kuva 3. Tuusulan merkittävimmät uudet työpaikka-alueet (pohjakartta: Kuuma-kunnat 2007).

1.3 Liikenneverkko

Tuusulan tieverkon runko muodostuu kanta- ja seututeista sekä niitä täydentävistä alempiasteisista maanteista. Suurimmat liikennemäärät Tuusulan alueella ovat Tuusulanväylällä Kehä III:n ja Kulomäentien (mt 152) välillä, jossa vuoden 2005 tierekisteritietojen mukaan liikennemäärä oli noin 32 600 ajoneuvoa vuorokaudessa (kuva 4). Muilla teillä liikennemäärät olivat alle

350 ajoneuvosta yli 10 000 ajoneuvoon vuorokaudessa. (Tuusulan kunta 2007).



Kuva 4. Tuusulan Tiehallinnon maanteiden liikennemäärät vuonna 2005, keskimääräinen vuorokausiliikenne (Tierekisteri ja Tuusulan kunta 2007).

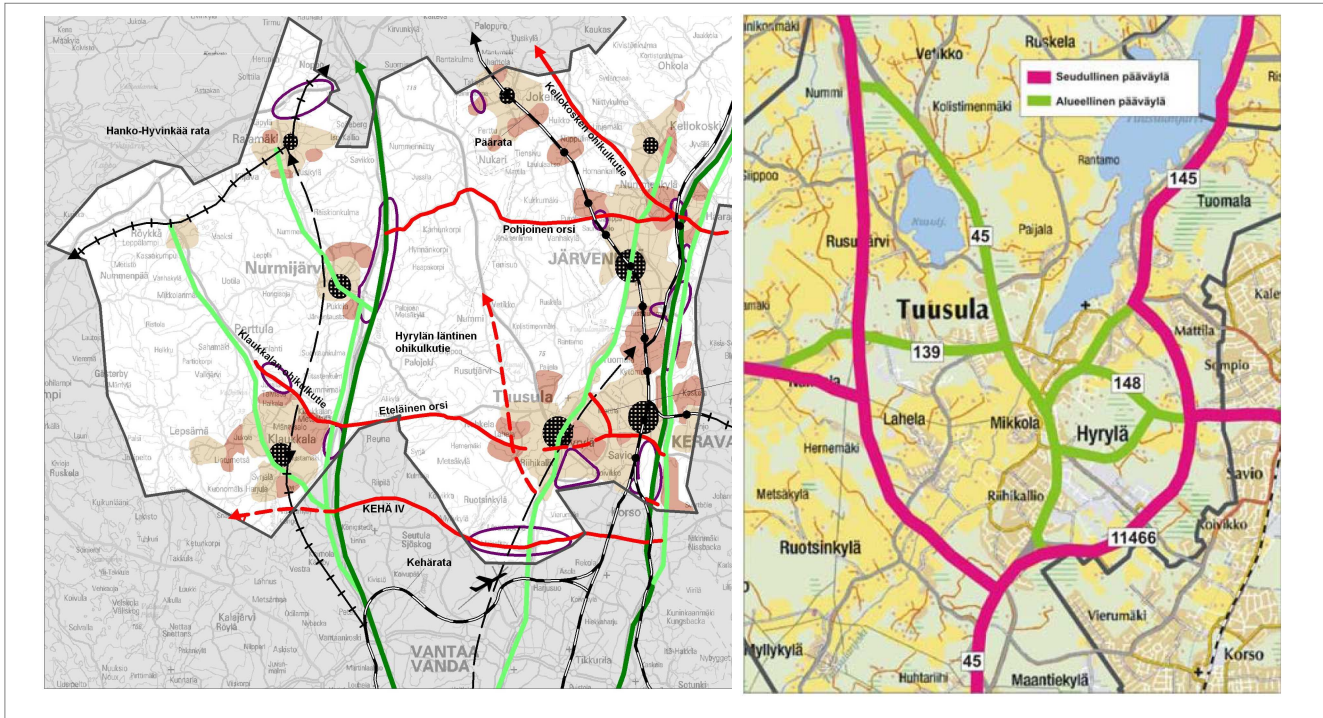
Tuusulan tieverkon kehittämisen painopisteet ovat (Kuuma-kunnat 2007):

- Hyrylän itäisen ja läntisen ohikulkutien rakentaminen
- Kehä IV:n toteuttaminen valtateiden 3 ja 4 välillä
- Kuumaorsi/pohjoinen: Nurmijärvi- Järvenpää-Pornainen
- Haarajoki-Hyvinkää -yhteys

Tuusulan keskustan tieverkon kehittämisen etenemispolku on seuraava (Tuusulan kunta 2007):

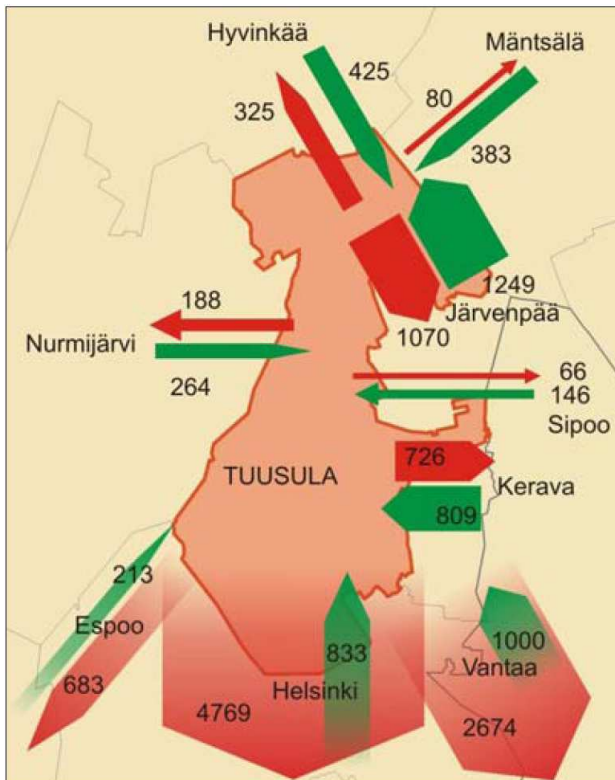
- Hyrylän itäinen ohikulkutie
- Lahelan orsi
- Hyrylän läntisen ohikulkutien eteläosa
- Hyrylän läntisen ohikulkutien pohjoisosa
- Hyrylän eteläisen ohikulkutien länsipää

Tuusulan tieverkon kehittämisen painopisteet ja Tuusulan keskustan tavoitieverkon 2030 pääväylät esitetään kuvassa 5.



Kuva 5. Tuusulan tieverkon kehittämisen painopisteet (Kuuma-kunnat 2007) ja Tuusulan keskustan tavoiteverkon 2030 pääväylät (Tuusulan kunta 2007).

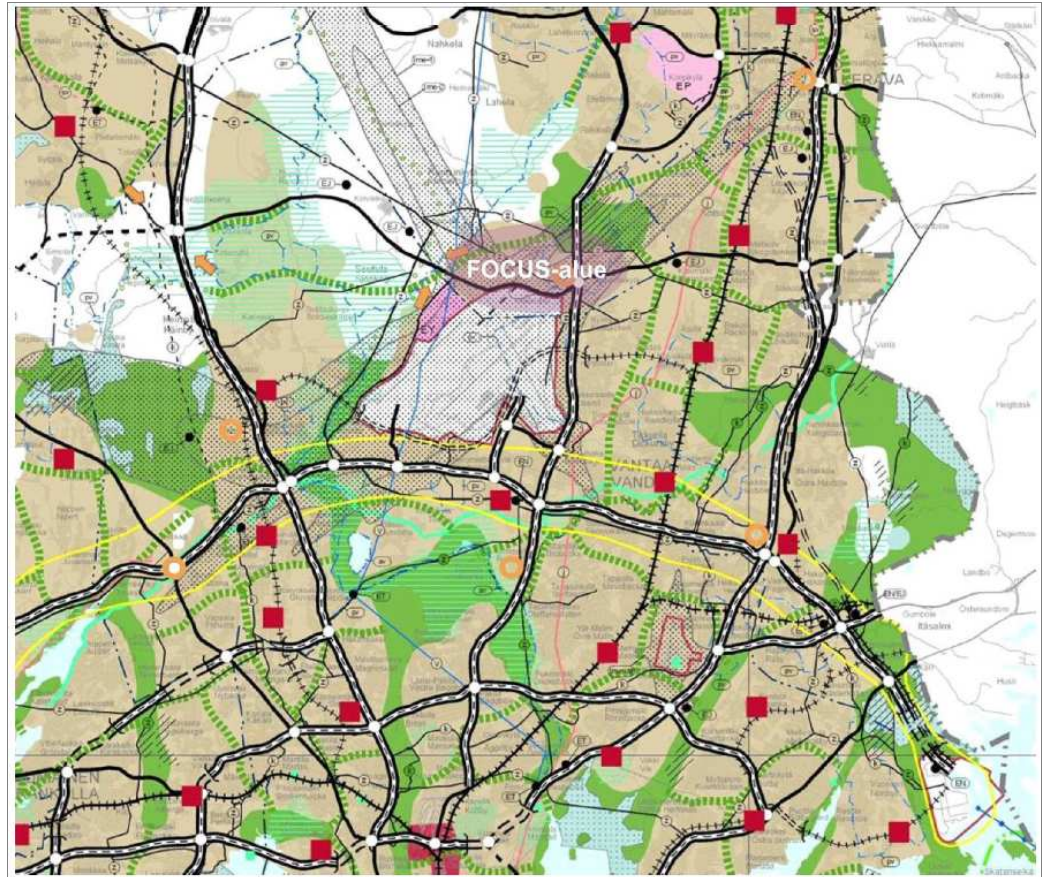
Tuusulalaisten työssäkäynti suuntautuu voimakkaasti Helsinkiin ja Vantaalle (kuva 6). Hyvinkäältä, Järvenpäästä, Keravalta, Mäntsälästä, Nurmijärveltä ja Sipooosta käydään hieman enemmän töissä Tuusulassa kuin päinvastoin.



Kuva 6. Tuusulan työssäkäyntivirrat vuonna 2003 (Tuusulan kunta 2007).

1.4 Kaavoitustilanne

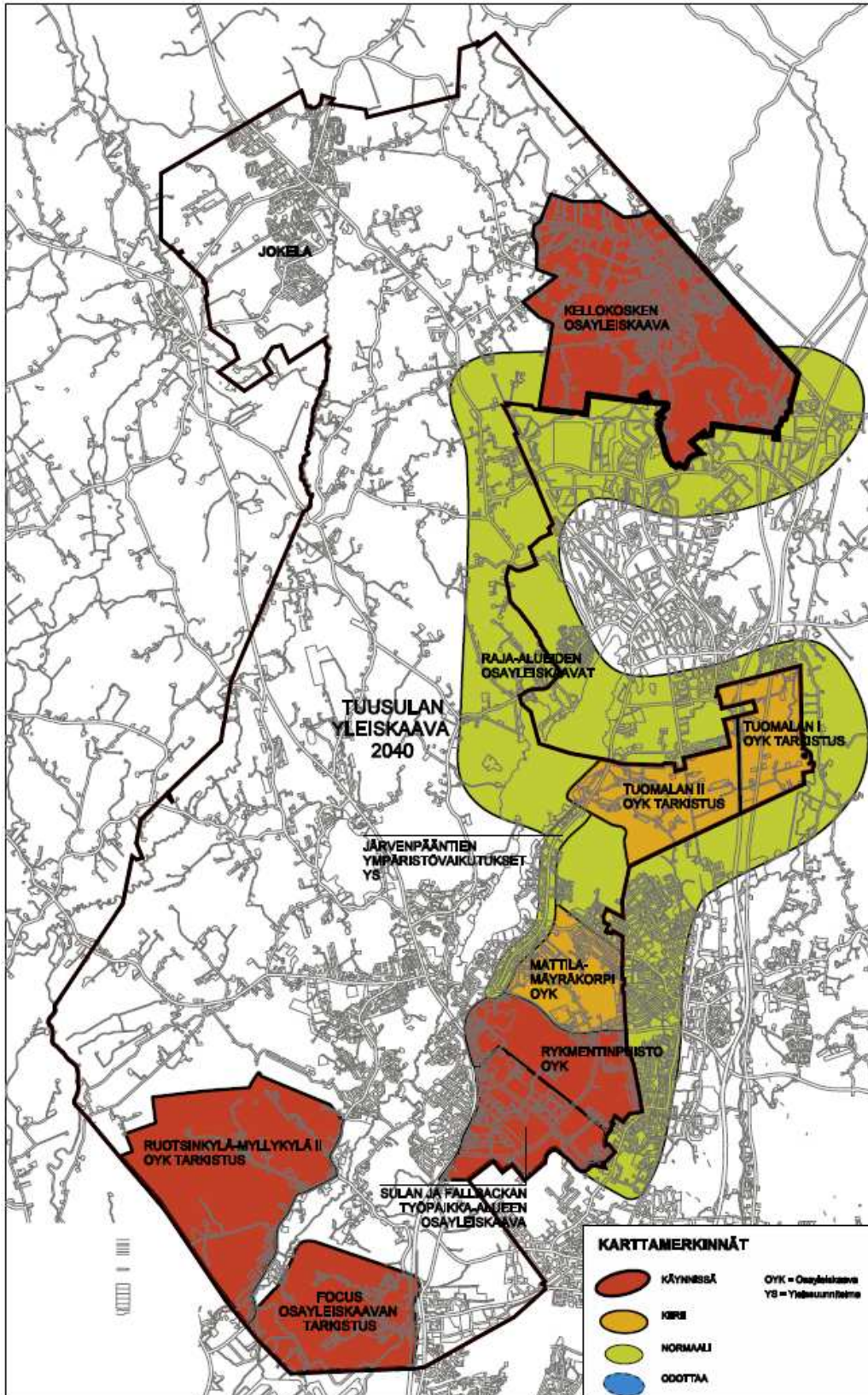
Ympäristöministeriö vahvisti vuonna 2006 Uudenmaan maakuntakaavan. Tuusulan Focus-alue on kaavassa sijoitettu pääosin taajamatoimintojen alueeksi. Focus-alueelle Kulomäen ja Tuusulanväylän liittymän tuntumaan maakuntakaavassa on merkitty merkitykseltään seudullinen vähittäiskaupan suuryksikkö (kuva 7).



Kuva 7. Ote Uudenmaan maakuntakaavasta, jonka päälle on rajattu Focus-alueen likimääräinen sijainti (Tuusulan kunta 2009).

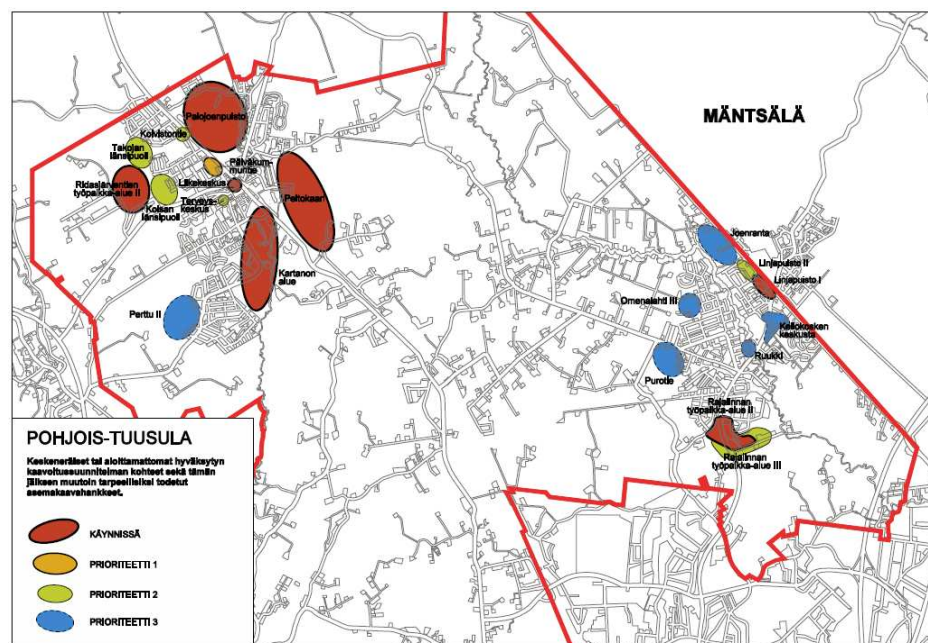
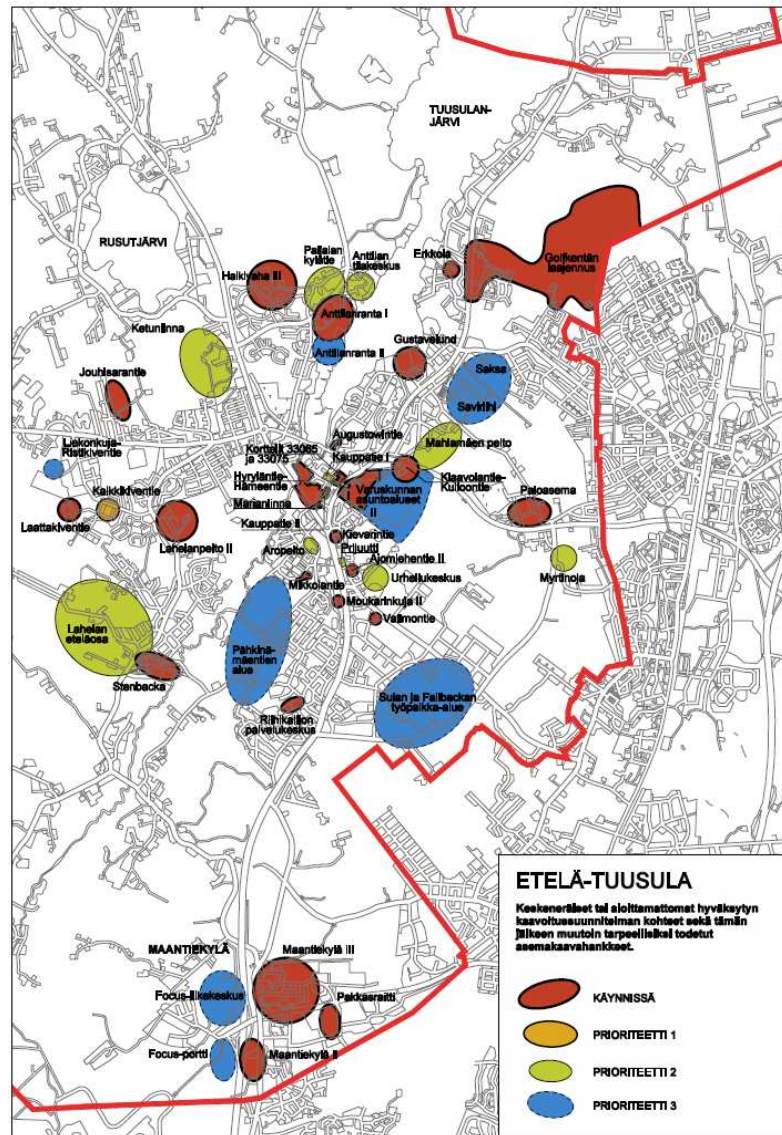
Koko Tuusulan kuntaa koskeva yleiskaava (ei oikeusvaikutteinen) on hyväksytty kunnanvaltuustossa toukokuussa 1989. Käynnissä ja vireillä on useita osayleiskaavoja ja yleissuunnitelmia (kuva 8). Tuusulan osayleiskaavahankkeita vuonna 2009 olivat:

- Focus
- Hyla-osayleiskaavan tarkistus I
- Kellokosken osayleiskaava
- Ruotsinkylä-Myllykylä, osayleiskaavan tarkistus
- Sulan Fallbackan työpaikka-alueen osayleiskaava
- Tuomalan osayleiskaavan tarkistaminen
- Rykmentinpuiston osayleiskaava



Kuva 8. Tuusulan osayleiskaavat ja yleissuunnitelmat 2009 (Tuusulan kunta).

Asemakaava ohjaa yksityiskohtaista maankäyttöä ja rakentamista. Etelä- ja Pohjois-Tuusulassa käynnissä olevat asemakaavahankkeet esitetään kuvassa 9.



Kuva 9. Tuusulan asemakaavahankkeet 2009 (Tuusulan kunta).

2 KAUPAN NYKYTILA JA KEHITYS TUUSULASSA

2.1 Päivittäistavarakauppa

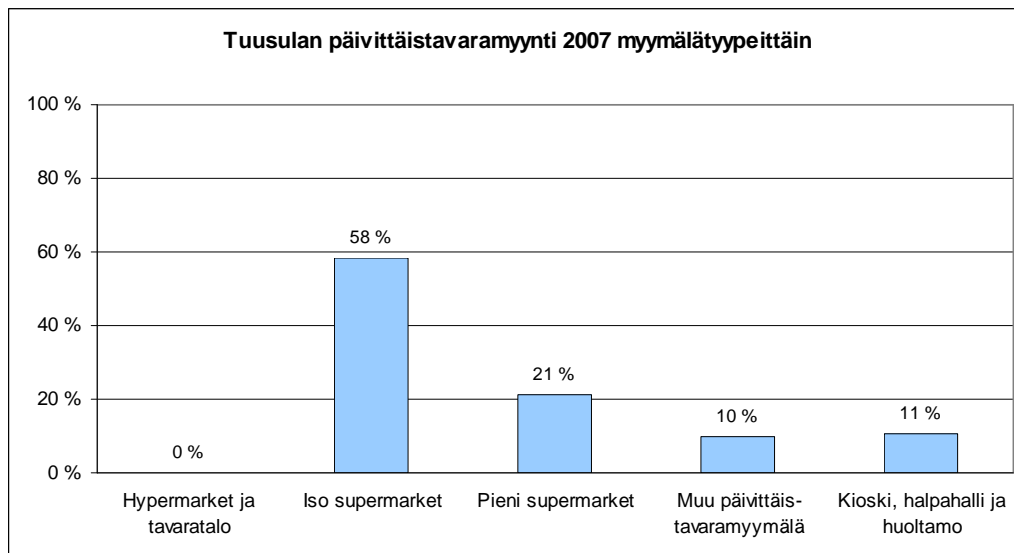
Tuusulassa toimi vuoden 2007 lopussa yhteensä 14 päivittäistavaramyymälää (A.C.Nielsen Finland Oy). Myymälät jakoutuivat myymälätyypeittäin seuraavasti:

- 4 isoa supermarketia (myyntipinta-ala 1 000 m² tai yli)
- 4 pientä supermarketia (myyntipinta-ala 400 - 999 m²)
- 2 isoa valintamyymälää (myyntipinta-ala 200 - 399 m²)
- 1 pienmyymälä (myyntipinta-ala alle 100 m²)
- 3 päivittäistavaroiden erikoismyymälää (kahvila-konditoria ja kaksi terveystuotealan myymälää)

Päivittäistavaramyymälöiden myyntipinta-alasta 66 % oli isoissa supermarketeissa. Pienten supermarkettien osuus pinta-alasta oli 24 %, isojen valintamyymälöiden 7 %, pienmyymälän 1 % ja erikoismyymälöiden 2 %.

Päivittäistavaramyymälöiden lisäksi päivittäistavaroita myytiin huoltoasemilla, laajan tavaravalikoiman myymälöissä (ns. halpahalleissa) ja kioskeissa. Vuoden 2007 lopussa Tuusulassa toimi 3 huoltoasemaa, 2 laajan tavaravalikoiman myymälää (joista toinen toimii Keravan rajan tuntumassa Mattilassa, mutta joka rekisteriosoitteen perusteella sijoittuu Keravalle) sekä 17 kioskia, joissa myytiin päivittäistavaroita.

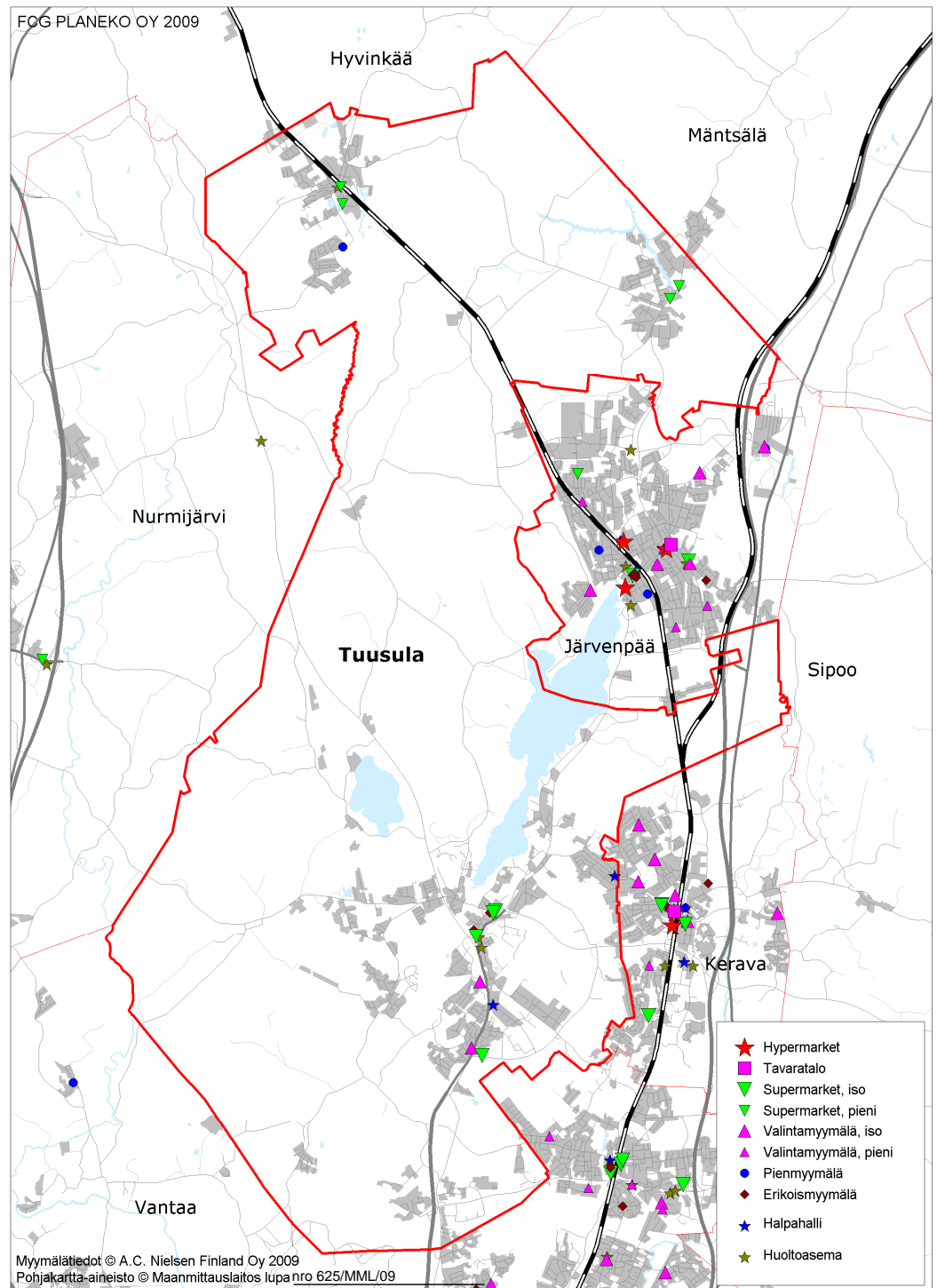
Päivittäistavaramyynti painottui isoihin supermarketteihin, sillä niiden osuus Tuusulan päivittäistavarojen kokonaisymynnistä oli 58 % (kuva 10). Pienten supermarkettien osuus myynnistä oli 21 % ja muiden myymälätyyppien yhteenlaskettu osuus 10 %. Huoltoasemien, kioskien ja laajan tavaravalikoiman myymälöiden osuus päivittäistavaramyynnistä oli yhteensä 11 %.



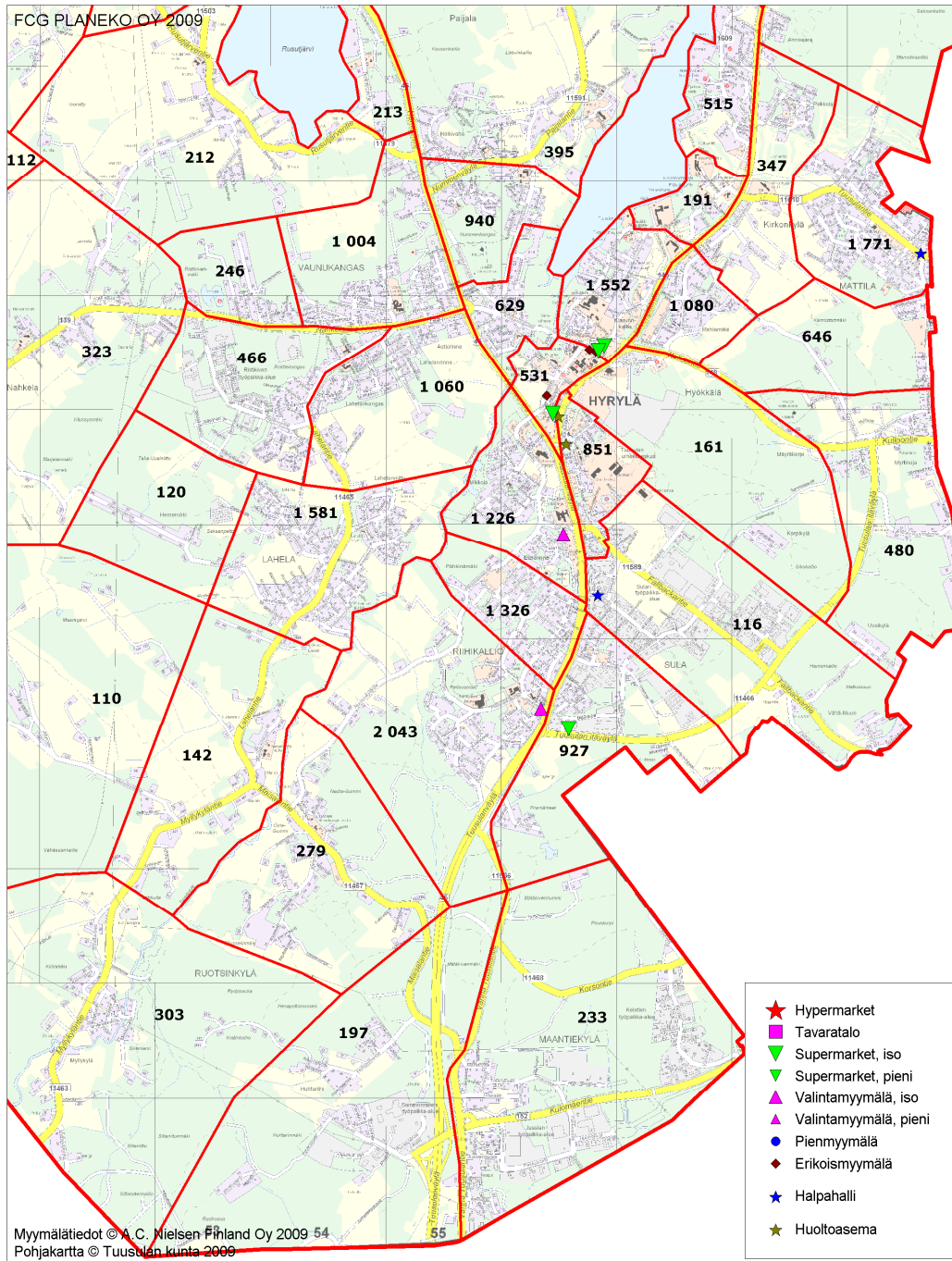
Kuva 10. Tuusulan päivittäistavaramyynti 2007 myymälätyypeittäin (A.C.Nielsen Finland Oy ja Tilastokeskus).

Alueittain tarkasteltuna (kuvat 11 ja 12) Tuusulan päivittäistavara-kauppa keskittyy Hyrylään, jossa vuoden 2007 lopussa toimi 8 myymälää: kaikki isot supermarketit ja erikoismyymälät sekä yksi iso valintamyymälä. Lisäksi Hyrylässä toimi kaksi päivittäistavaraa myyvää huoltoasemaa ja yksi laajan

tavaravalikoiman myymälä. Jokelassa toimi 2 pientä supermarkettia ja yksi päivittäistavaraa myyvä huoltoasema, Kellokoskella 2 pientä supermarkettia ja Riihikalliossa yksi iso valintamyymälä.

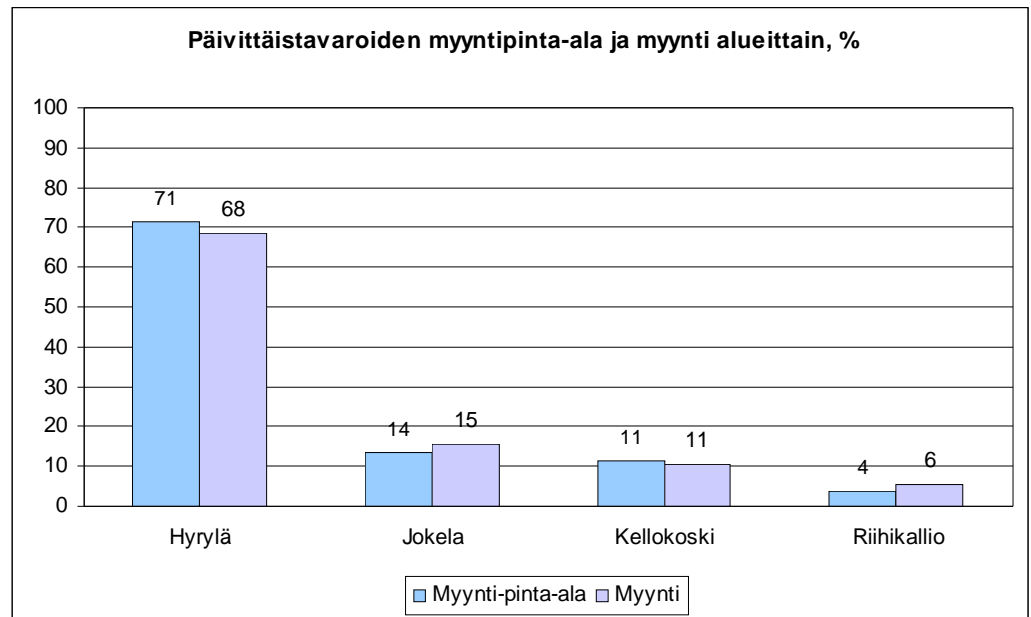


Kuva 11. Tuusulan ja lähikuntien päivittäistavaramyymälät vuoden 2007 lopussa (A.C.Nielsen Finland Oy).



Kuva 12. Etelä-Tuusulan päivittäistavaramyymälät (A.C.Nielsen Finland Oy) ja pienalueiden väestömäärät (Tuusulan kunta) vuoden 2007 lopussa.

Päivittäistavarakaupan keskittyminen Hyrylään näkyy myös päivittäistavaramyymälöiden päivittäistavaramyyntipinta-alan ja päivittäistavaramyynnin alueellisessa jakautumisessa (kuva 13). Vuonna 2007 Hyrylään sijoittui 71 % kunnan päivittäistavaramyymälöiden myyntipinta-alasta ja 68 % päivittäistavaramyynnistä. Jokelan osuus myyntipinta-alasta oli 14 % ja myynnistä 15 %. Riikikalliossa vastaavat luvut olivat 4 % ja 6 %. Kellokoskella osuus sekä myyntipinta-alasta että myynnistä oli 11 %.



Kuva 13. Päivittäistavaramyymälöiden päivittäistavaramyyntipinta-ala ja päivittäistavaramyynti alueittain vuonna 2007 (A.C.Nielsen Finland Oy).

Päivittäistavarakaupan myyntitehokkuus (€/my-m²/vuosi) on Tuusulassa jonkin verran korkeampi kuin koko maassa keskimäärin, mutta alhaisempi kuin Uudellamaalla keskimäärin. Korkea myyntitehokkuus kertoo yleensä siitä, että päivittäistavarakaupan pinta-ala on alimitoitettu, ja että kilpailu on vähäistä. Alhainen myyntitehokkuus puolestaan on yleensä merkki päivittäistavarakaupan ylimitoituksesta ja kireästä kilpailutilanteesta. Päivittäistavarakaupan indeksoitu myyntitehokkuus Tuusulassa ja sen lähikunnissa on seuraava:

- Tuusula 115
- Järvenpää 127
- Kerava 107
- Mäntsälä 102
- Nurmijärvi 127
- Pornainen 100
- Kuuma-alue 117
- Uusimaa 130
- Koko maa 100

2.2 Erikoiskauppa

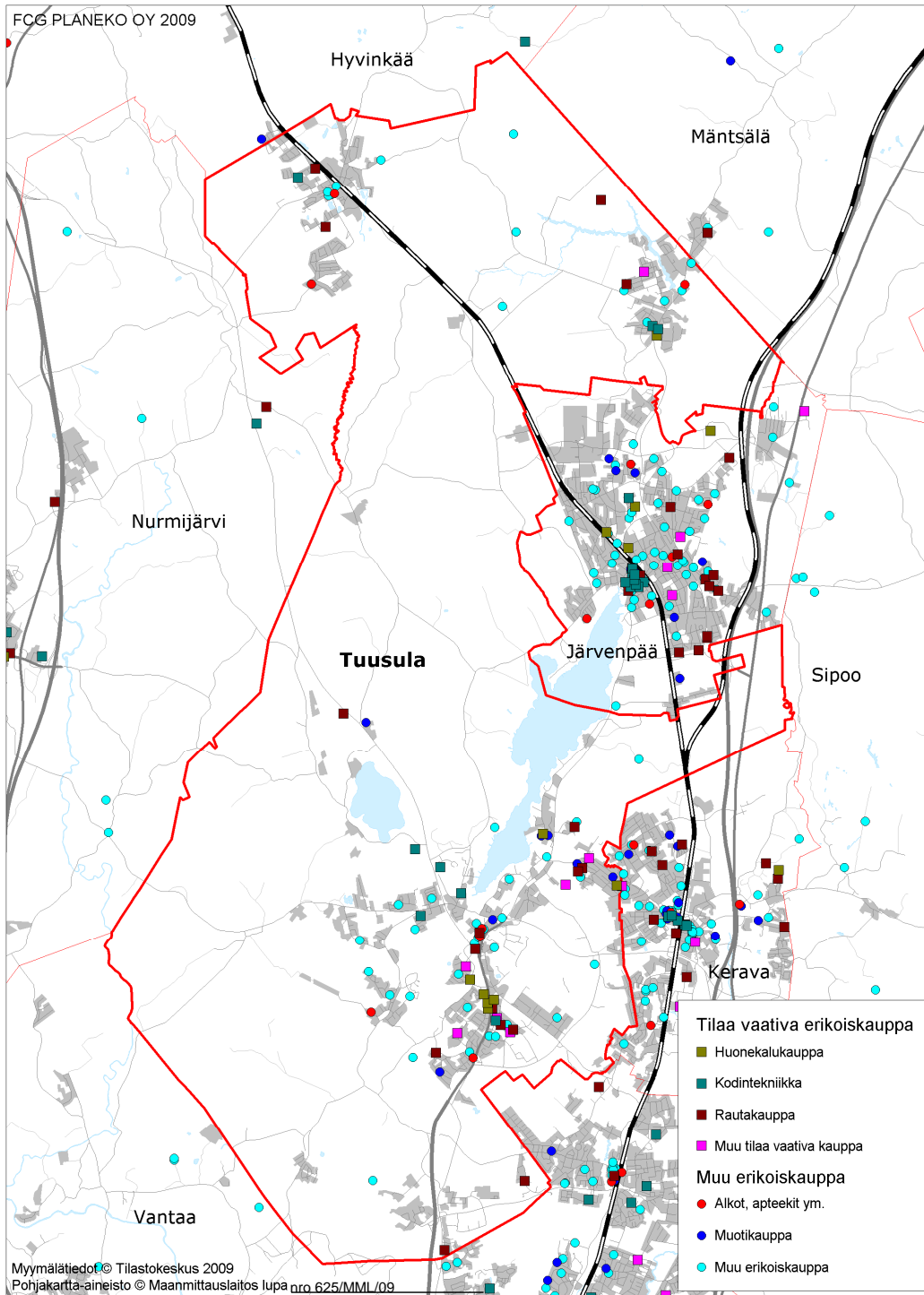
Tilastokeskuksen toimipaikkarekisterin mukaan Tuusulassa toimi 120 erikoiskaupan myymälää vuonna 2006 (taulukko 3 sekä kuvat 14 ja 15). Erikoiskauppa keskittyy Hyrylään, mutta myös Jokelassa ja Kellokoskella on erikoiskaupan tarjontaa.

Toimialoilla, jotka sisältävät pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä (huonekalu-, kodintekniikka- ja rautakauppa sekä muu tilaa vaativa kauppa kuten puutarha-alan kauppa ja venekauppa) Tuusulassa toimi yhteensä 44 myymälää. Muun erikoiskaupan alalla toimi 76 myymälää. Muuhun erikoiskauppaan kuuluvat Alkot, apteekit, kosmetiikkamyymälät ym., muotikaupat sekä ns. pienet erikoiskaupat kuten optikot, kelloliikkeet ja kukkakaupat. Eniten myymälöitä oli huonekalukaupan, kodintekniikkakau-

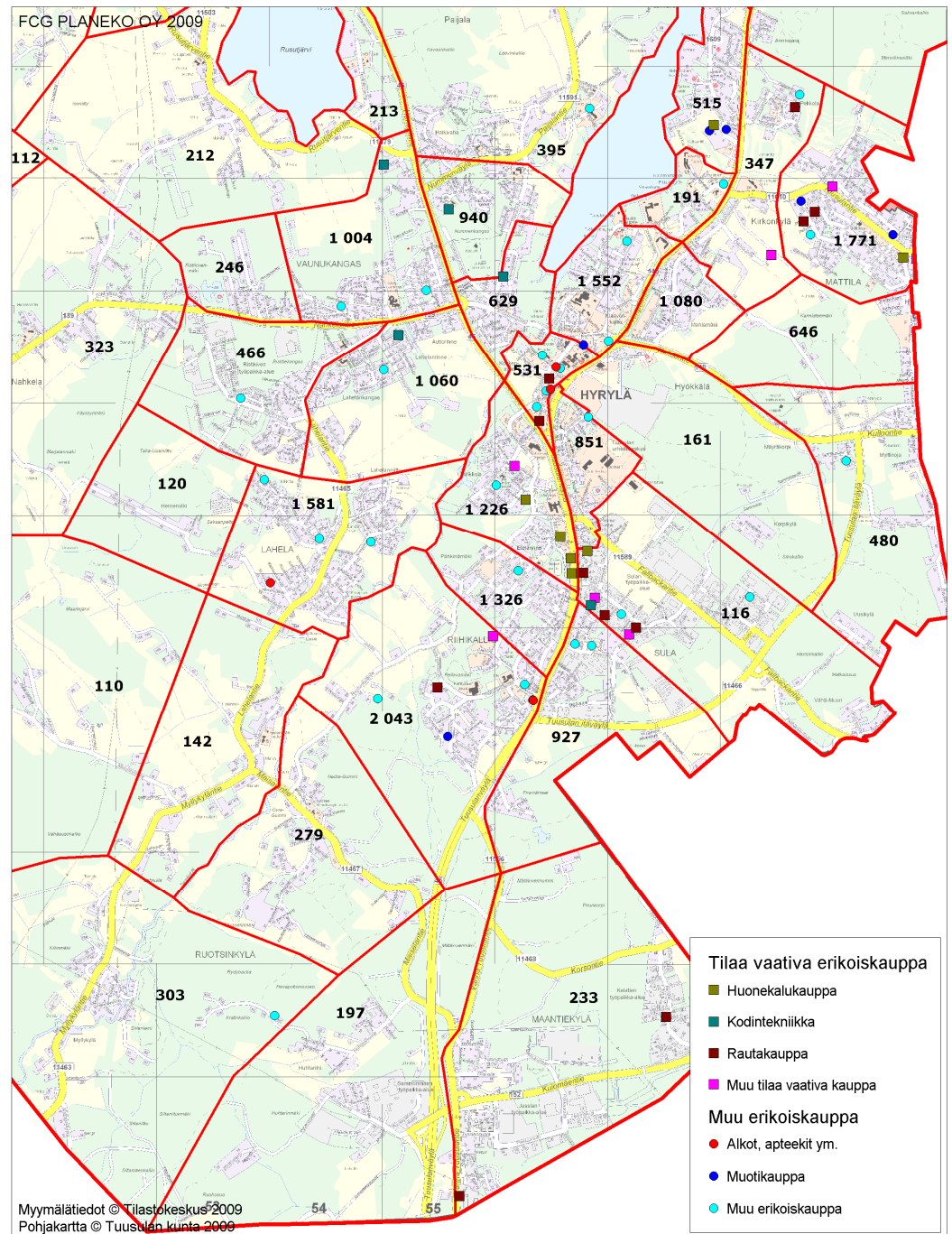
pan ja rautakaupan aloilla. Tarkastelussa eivät ole mukana kaupalliset palvelut (kampaamot, kahvilat jne.) eivätkä autokaupat.

Taulukko 3. Tuusulan erikoiskaupan myymälät vuonna 2006 (Tilastokeskus).

	Huonekalu- kauppa	Kodin- tekniikka- kauppa	Rauta- kauppa	Muu tilaa vaativa kauppa	Alkot, apteekit ym.	Muoti- kauppa	Muu erikois- kauppa	Yhteensä
Tuusula	13	10	12	9	6	8	62	120

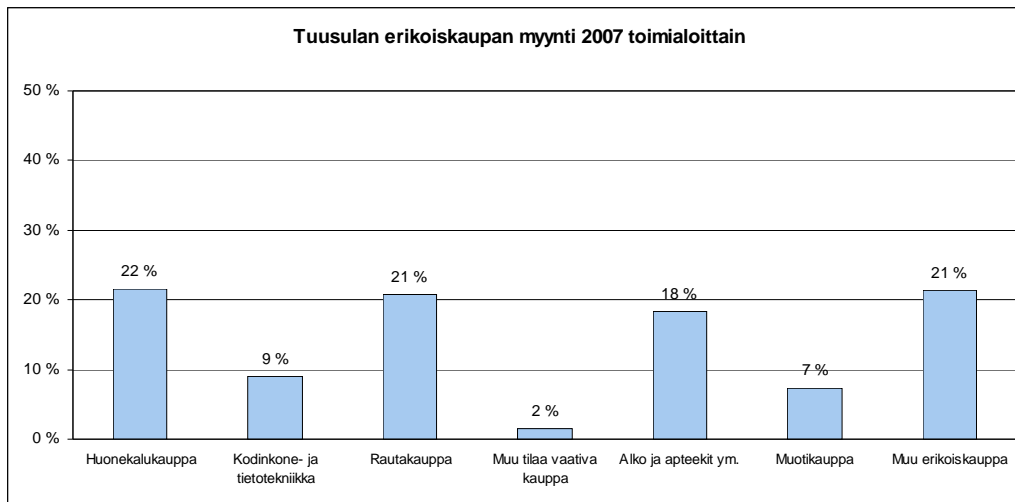


Kuva 14. Tuusulan ja lähikuntien erikoiskaupan myymälät vuonna 2006 (Tilastokeskus).



Kuva 15. Etelä-Tuusulan erikoiskaupan myymälät vuonna 2006 (Tilastokeskus) ja pienalueiden väestömäärät vuonna 2007 (Tuusulan kunta).

Tuusulassa toteutuneesta erikoiskaupan myynnistä 53 % oli tilaa vaativan erikoiskaupan myyntiä ja 47 % muun erikoiskaupan myyntiä. Myynniltään suurimmat toimialaryhmät olivat huonekalukauppa, rautakauppa ja muu erikoiskauppa (kuva 16).



Kuva 16. Tuusulan erikoiskaupan myynti 2007 toimialoittain (Tilastokeskus).

2.3 Ostovoima

Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima arvioitiin vuoden 2007 väestömäärän ja asukaskohtaisten kulutuslukujen (€/asukas) perusteella. Kulutusluokina käytettiin päivittäistavarakaupassa Tilastokeskuksen kulutustutkimuksen ja erikoiskaupassa Vähittäiskauppa Suomessa 2003 selvityksessä (Santasalo 2003) esitettyjä Uudenmaan keskimääräisiä lukuja. Kulutusluvut muutettiin indeksoimalla vuoden 2007 hintatasoon.

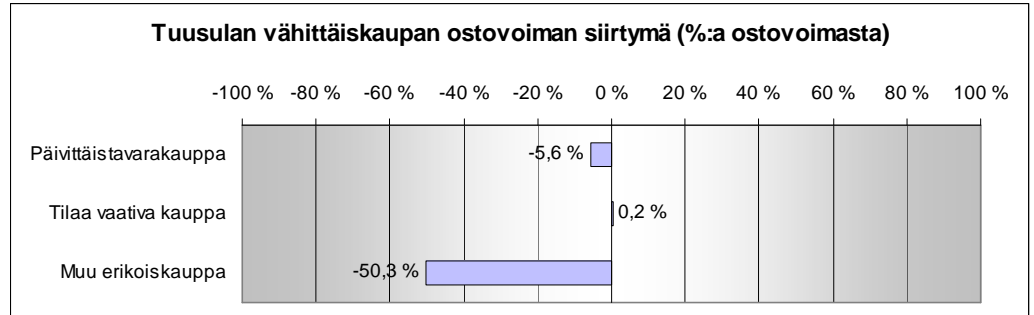
Tuusulan vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima edellä esitetyillä laskentaperusteilla arvioituna oli vuonna 2007 yhteensä noin 227 miljoonaa euroa, josta noin 89 miljoonaa euroa kohdistui päivittäistavarakauppaan ja noin 138 miljoonaa euroa erikoiskauppaan. Tilaa vaativan erikoiskaupan osuus koko erikoiskaupan ostovoimasta oli 49 miljoonaa euroa ja muun erikoiskaupan osuus 89 miljoonaa euroa.

Ostovoimatarkasteluissa on pidettävä mielessä, että ostovoima kuvaa kuluttajien ostopotentiaalia tietyllä alueella. Se ei kerro suoraan, missä tämä potentiaali toteutuu myyntinä.

Ostovoiman siirtymä on kunkin alueen vähittäiskaupan myynnin ja ostovoiman erotus. Kuluttajat eivät tee kaikkia ostoksia omalta paikkakunnalta, vaan osa ostoksista hankitaan oman asuinalueen ja oman kunnan ulkopuolelta. Vastaavasti muualla asuvat tuovat asianomaiselle paikkakunnalle ulkopuolista ostovoimaa. Kun ostovoiman siirtymä on positiivinen eli myynti on suurempi kuin ostovoima, kaupan palvelut ovat vetovoimaisia ja saavat ostovoimaa muualta. Kun ostovoiman siirtymä on negatiivinen eli myynti on pienempi kuin ostovoima, ostovoimaa siirtyy muualle.

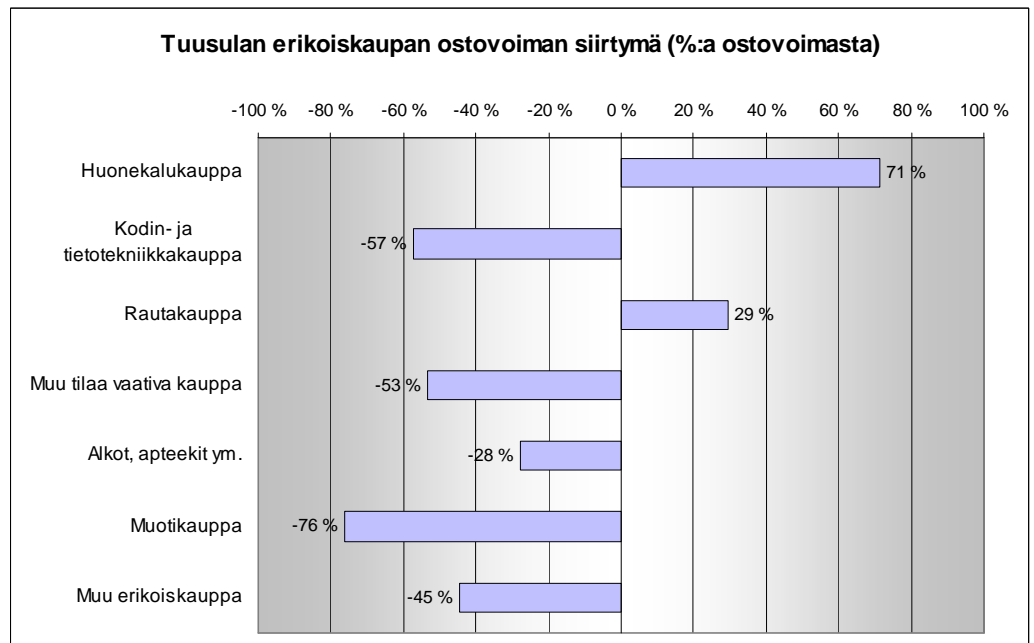
Päivittäistavarakaupan ostovoiman siirtymä Tuusulassa vuonna 2007 oli negatiivinen: siirtymän osuus kunnan asukkaiden ostovoimasta oli -6 % (kuva 17). Käytännössä tämä kertoo sen, että asukkaat käyttivät pääsääntöisesti oman kuntansa päivittäistavaramyymälöitä, mutta asioivat myös muualla. Päivittäistavaramyyntiin on laskettu mukaan varsinaisten päivittäistavaramyymälöiden myynnin lisäksi myös kioskien, huoltoasemien ja laajan tavara- ja palveluvalikoiman myymälöiden päivittäistavaramyynti.

Ostovoiman siirtymä koko erikoiskaupassa oli negatiivinen, sillä noin 32 % ostovoimasta siirtyi Tuusulan ulkopuolelle. Euromääräisesti Tuusulan erikoiskaupan ostovoiman vuoto oli noin 45 miljoonaa euroa. Koko erikoiskauppaa koskeva siirtymä on seurausta muusta erikoiskaupasta eli ns. keskustahakuisesta erikoiskaupasta, jossa noin 50 % tuusulalaisten ostovoimasta siirtyi muihin kuntiin. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa ostovoiman siirtymä sen sijaan oli positiivinen (+0,2 %).



Kuva 17. Päivittäistavara-kaupan ja erikoiskaupan ostovoiman siirtymä vuonna 2007.

Toimialoittain tarkasteltuna (kuva 18) erikoiskaupan ostovoiman siirtymä vuonna 2007 oli positiivinen huonekalukaupassa (71 %) ja rautakaupassa (29 %). Muilla toimialoilla ostovoiman siirtymä oli negatiivinen. Suhteellisesti eniten ostovoimaa siirtyi kunnan ulkopuolelle muotikaupassa, kodintekniikka- ja tietotekniikkakaupassa sekä muussa tilaa vaativassa kaupassa (mm. puutarha-alan kauppa ja venekauppa).



Kuva 18. Erikoiskaupan ostovoiman siirtymä vuonna 2007.

Ostovoiman kehitys arvioitiin Tuusulan väestötavoitteen ja yksityisen kulutuksen kasvuarvioiden mukaan. Yksityisen kulutuksen kasvuarviona käytettiin päivittäistavarakaupassa 1 %/vuosi ja erikoiskaupassa keskimäärin 2 %/vuosi. Ostovoiman kehitysarviossa käytetyt keskimääräiset kulutusluvut esitetään taulukossa 4.

Taulukko 4. Vähittäiskaupan kulutusluvut ja arvio kehityksestä, €/asukas (vuoden 2007 rahassa).

	Kulutusluku, €/asukas		
	2007	2020	2030
Päivittäistavarakauppa	2 475	2 817	3 111
Erikoiskauppa	3 849	4 979	6 069
- Tilaa vaativa erikoiskauppa	1 376	1 779	2 169
- Muu erikoiskauppa	2 473	3 200	3 900
Vähittäiskauppa yhteensä	6 324	7 796	9 181

Vuonna 2020 vähittäiskaupan ostovoima Tuusulassa on noin 367 miljoonaa euroa eli kasvua vuoteen 2007 on noin 140 miljoonaa euroa (taulukko 5). Vuoteen 2030 mennessä vähittäiskaupan ostovoima kasvaa noin 280 miljoonalla eurolla. Päivittäistavarakaupassa ostovoiman kasvu on 44 miljoonaa euroa vuoteen 2020 mennessä ja 83 miljoonaa euroa vuoteen 2030 mennessä. Erikoiskaupassa vastaavat luvut ovat 96 miljoonaa euroa ja 197 miljoonaa euroa. Tilaa vaativan erikoiskaupan ostovoima vuona 2030 on noin 120 miljoonaa euroa (+70 milj. €) ja muun erikoiskaupan ostovoima noin 216 miljoonaa euroa (+127 milj. €).

Taulukko 5. Tuusulan ostovoima vuosina 2007, 2020 ja 2030.

Ostovoima, milj.€	Vähittäis- kauppa yhteensä	Päivittäis- tavara- kauppa	Erikois- kauppa yhteensä	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois- kauppa
2007	227	89	138	49	89
2020	367	133	234	84	151
2030	508	172	336	120	216

2.4 Kaupan laskennallinen liiketilantarve

Ostovoiman kasvu mahdollistaa kaupan paremmat toimintamahdollisuudet. Nykyiset yritykset voivat kasvattaa myyntiään ja uusille yrityksille voi syntyä riittävät toimintaedellytykset. Kaupan liiketilan lisätarve arvioitiin ostovoiman kasvun perusteella. Tilantarve kuvaa liiketilan lisätarpeen suuruusluokkaa tilanteessa, jossa kaikki ostovoiman kasvu kohdistuu uusperustantaan.

Käytännössä osa ostovoiman kasvusta kohdistuu nykyisten yritysten myynnin kasvuun ja vain osa vaatii uutta liiketilaa. Toisaalta ostovoiman vuodon vähentäminen, myymäläkannan poistuma ja alueen ulkopuolelta tuleva ostovoima lisäävät liiketilan tarvetta. Keskeinen tilantarpeeseen vaikuttava tekijä on myös myyntitehokkuus. Myyntitehokkuus vaihtelee myymälätyypeittäin ja on korkein suurissa yksiköissä. Näin ollen myös uusperustannan rakenne vaikuttaa lopulliseen tilantarpeeseen.

Tuusulan liiketilan laskennallinen lisätarve perustuu seuraaviin tunnuslukuihin:

- myyntialan muunto kerrosalaksi kertoimella 1,25
- myyntitehokkuus päivittäistavarakaupassa 7 000 €/my-m²
- myyntitehokkuus erikoiskaupassa 3 000 €/my-m²
- liiketilan poistuma 0 k-m²
- kokonaan uusperustantaa
- kaavallinen ylimitoitus kertoimella 1,3

Vähittäiskaupan laskennallinen liiketilan lisätarve vuosina 2007 - 2030 on ostovoiman kasvun ja edellä esitettyjen tunnuslukujen mukaan arvioituna Tuusulassa yhteensä suuruusluokaltaan 126 000 k-m². Päivittäistavarakaupassa liiketilan lisätarpeen suuruusluokka on 19 000 k-m² ja erikoiskaupassa 107 000 k-m². Erikoiskaupan liiketilan lisätarpeesta kohdistuu tilaa vaativaan erikoiskauppaan noin 38 000 k-m² ja muuhun erikoiskauppaan noin 69 000 k-m².

On syytä muistaa, että tässä esitettävä liiketilatarve on laskennallinen ja perustuu Tuusulan oman väestön ostovoiman kasvuun. Siinä ei ole otettu huomioon kunnan ulkopuolelta tulevia ostovoiman siirtymiä (kunnassa muualta työssäkäyvät, ohikulkuliikenteen ostovoima, matkailijat) eikä Tuusulasta muualle siirtyvää ostovoimaa, joka erityisesti erikoiskaupassa on merkittävä.

2.5 Kaupan investointihankkeet

2.5.1 Myymäläverkon suunnittelu vähittäiskaupassa

Myymäläverkon suunnittelu päivittäistavarakaupassa

Päivittäistavarakaupan myymäläverkon suunnittelu jakautuu pitkän tähtäyksen kauppapaikkasuunnitteluun ja lyhyen tähtäyksen toteuttavaan kauppapaikkasuunnitteluun. Pitkän tähtäyksen kauppapaikkasuunnittelu ulottuu 6 - 8 vuotta eteenpäin ja suunnittelun kohteena on koko myymäläverkko. Suunnittelujänne ei voi olla pitempi toimintaympäristön nopeiden muutosten vuoksi. Lyhyen tähtäyksen kauppapaikkasuunnittelu koskee yksittäistä kauppapaikkaa ja suunnittelujänteen pituus on 1 - 3 vuotta. Oleellimmat seikat pitkän tähtäyksen myymäläverkon suunnittelussa ovat (ympäristöministeriö 2004):

- vastaaminen toimintaympäristön muutoksiin,
- vastaaminen kuluttajien ostokäyttäytymisen muutoksiin (erilaisten myymälä-konseptien muodostama monipuolinen verkosto, joka vastaa erilaisten kuluttajien vuoden aikojen ja viikon päivien mukaan muuttuviin tarpeisiin),
- olemassa olevan myymäläverkon hyödyntäminen,
- liiketoiminnan jatkuva kehittäminen (kyky vastata muutoksiin) sekä palvelukokonaisuudet (muutkin kuin kaupalliset palvelut).

Kaupan ryhmät suunnittelevat myymäläverkkoaan koko maassa aluejaolla seutukunta, kunta ja kaupunkiseuduilla kaupunginosa. Suunnittelu tapahtuu rullaavasti vuosittain niin, että kaupan toimintaympäristön muutokset voidaan ottaa välittömästi huomioon. Pitkän tähtäyksen myymäläverkon suunnittelu tehdään kaupan ryhmissä, koska yleensä yksittäinen kauppias ei suunnittele tulevaisuuttaan muutamaa vuotta pitemmälle. Kaikki kaupan ryhmät tekevät pitkän tähtäyksen strategista myymäläverkon suunnittelua

omista lähtökohdistaan käsin. Tämä suunnittelu katsotaan liikesalaisuudeksi siihen asti, kunnes asiaa koskevia tietoja voidaan julkistaa.

Kunkin kaupparyhmän lyhyen tähtäyksen toteuttava kauppapaikkasuunnittelu perustuu aina pitkän tähtäyksen myymäläverkkosuunnitelmaan: se on kivijalka yksittäisille investointipäätöksille. Toteuttavassa kauppapaikkasuunnittelussa uuden kauppapaikan pitää täyttää samanaikaisesti seuraavat neljä perusehtoa:

- riittävä väestöpohja myymälän vaikutusalueella,
- markkina-aukon olemassaolo kilpailutilanteessa,
- hyvä liikenteellinen sijainti ja
- kohtuullinen investointitaso.

Kauppa kehittää ja uudistaa olemassa olevia myymälöitään aina kun se on mahdollista, koska näin investoinnit pysyvät pienempinä kuin uutta rakennettaessa. Toimivia myymälöitä uudistetaan tai laajennetaan myös niiden palvelutason parantamiseksi. Tyhjiä kiinteistöjä pyritään hyödyntämään aina, kun se on mahdollista. Lisäksi kauppa innovoi jatkuvasti uusia myymälätyyppejä ja uusia kaupankäyntimuotoja, jotka tulisi pyrkiä ottamaan huomioon kaavoituksessa. Yhdyskuntasuunnittelulla ja kaavoituksella ohjataan kaupan sijoittumista, mitoittamista ja ajoittumista, mutta sillä ei voida taata kaupan palvelujen toteutumista eikä turvata kaupan kannattavuutta. Yhteistyö ja vuoropuhelu kuntien ja kaupan kesken on tämän vuoksi suositeltavaa myymäläverkkoa suunniteltaessa.

Kaavoituksella voidaan tukea päivittäistavarakaupan toimintaympäristön vaatimuksia siten, että uudet asuinalueet kaavoitetaan väestömäärältään riittävän suuriksi. Vähimmäisväestömäärä uudelle kaupalle on toimijasta ja myymälätyypistä riippuen 2 000 - 3 000. Muita keinoja ovat esimerkiksi liiketontin kaavoittaminen keskeiselle paikalle tai asuntoalueen sisääntuloväylän suulle ja se, että kaavoituksella ei lisätä kaupan rakentamiskustannuksia. Kaupan palveluja sisältävässä kaavassa tulisi olla joustavuutta, esimerkiksi nykyiseen tarpeeseen nähden lievän ylimitoituksen avulla kauppa voi sopeutua paremmin toimintaympäristön muutoksiin.

Myymäläverkon suunnittelu erikoiskaupassa

Toimialojen sisäisten hyötyjen vuoksi ketjuuntuminen on yleistynyt erikoiskaupassa viime vuosina. Ketjuuntumisen myötä suunnitelmallisuus liikepaikkojen suhteen on lisääntynyt. Ketjuliikkeet hakevat myymälähuoneistoja keskeisiltä liikepaikoilta ja ketjuilta tulee vaatimuksia liiketilojen ulkoiseen ilmeeseen ja sisäiseen rakenteeseen. Ketjumyymälät hakevat yleensä myös selvästi suurempia liiketiloja, koska ne pyrkivät myynnissään keskimääräistä suurempaan myyntiin (Santasalo & Heusala 2002).

Erikoiskaupassa keskustojen tavoitteellinen kehittäminen on oleellisin asia sekä usean vuoden aikajänteen suunnittelussa että toteuttavassa kauppapaikkasuunnittelussa. Merkittävimmät uusien kauppapaikkojen kriteerit keskustakaupassa ovat liikepaikan toimivuus, muiden toimintojen läheisyys, kävelykadut sekä muut asiointia parantavat kaupunkielementit. Keskustojen ulkopuolelle sijoittuvien teknisen erikoiskaupan (mm. auto-, rakennustarvike- ja kodintekniikkakauppa) ja sisustamisen erikoiskaupan myymälöiden osalta vastaavat kriteerit ovat saavutettavuus ja riittävä perusasiakas pohja lähialueella. Oleellista on myös toimintojen sijoittuminen lähelle toisiaan. Monialaisuutensa vuoksi erikoiskauppa ei voi suunnitella myymäläverkkoa päivittäistavarakaupan tapaan vaan se on riippuvainen tarjolla olevista vaipaista liikepaikoista.

2.5.2 Tuusulassa vireillä olevia kaupan hankkeita

Tuusulassa on vireillä 11 kaupan hanketta, joista kahdeksan sijoittuu kunnan eteläosaan ja kolme pohjoisosaan. Hankkeita koskevat tiedot perustuvat Tuusulan kunnalta saatuihin tietoihin. Hankkeiden numerot viittaavat kuvassa 19 esitettävään karttaan

1. Sulan alue

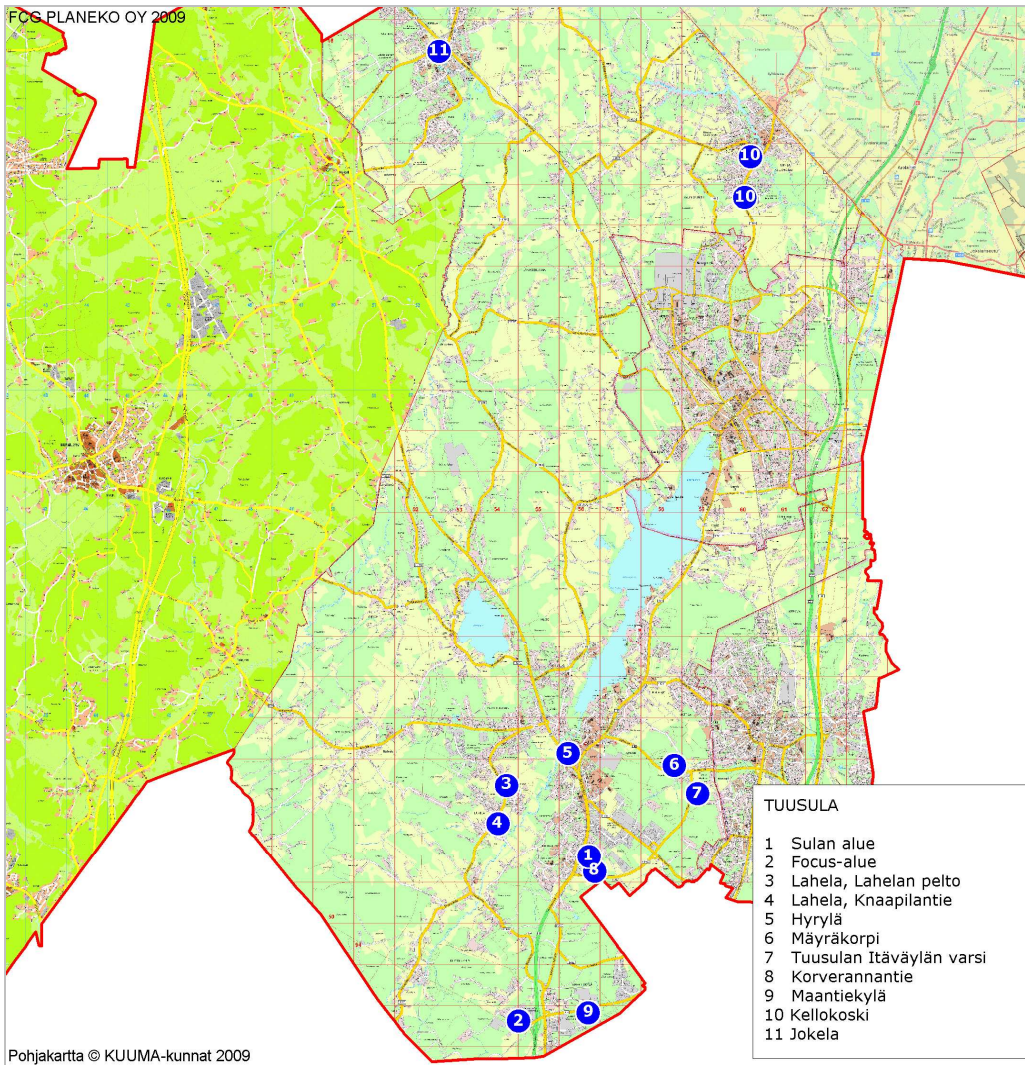
Sulan alueen osayleiskaavassa on varauduttu kaupallisten palveluiden lisäämiseen P1-, P2- ja TP-alueille.

2. Focus -alue

Alue sijaitsee Helsinki-Vantaan lentoaseman pohjoispuolella ja liittyy suunniteltuun Kehä IV:ään. Alueelle on suunniteltu sijoitettavaksi noin 150 000 kerrosneliömetrin vähittäiskaupan suuryksikkö sekä työpaikka- ja logistiikka-alueita. Tekeillä olevassa yleiskaavassa alueelle ei sijoitu sellaisia päivittäistavarakaupan keskittymiä, jotka voisivat uhata keskustojen palvelujen säilymistä.

3 - 11. Tuusulaan on suunnitteilla tai rakenteilla lisäksi seuraavia kaupan hankkeita:

- Lahela, Lahelanpelto (3): uusi päivittäistavarakauppa (1 000 - 1 500 k-m²)
- Lahela, Knaapilantie (4): uusi päivittäistavarakauppa 400 m² (kaava sallii enintään 1 800 k-m²)
- Hyrylä (5): liikerakennus 13 000 k-m²
- Mäyräkorpi (6): liikenneasema 2 500 k-m² ja liikerakennus 3 500 k-m²
- Tuusulan Itäväylän varsi (7): tilaa vaativa erikoiskauppa
- Korvenrannantie (8): liiketiloja 800 k-m², liikenneasema 1 500 k-m² ja tilaa vaativaa erikoiskauppa 15 000 k-m²
- Maantiekylä (9): liikenneasema 2 200 k-m²
- Kellokoski (10): uudet päivittäistavarakaupat yhteensä 4 000 k-m²
- Jokela (11): uusi supermarket ja nykyisen laajennus 2 000 k-m²



Kuva 19. Tuusulan kaupan hankkeiden sijainti.

3 FOCUS-ALUEEN VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

3.1 Focus-alue

3.1.1 Osayleiskaavan maankäyttöratkaisu

Osayleiskaavassa Tuusulanväylän ja Kehä IV:n liittymäalueen pohjoispuolelle on osoitettu kaupallisten palvelujen alue, jolle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikön (KM-1). Merkintä toteuttaa maakuntakaavaa, jossa alueelle on osoitettu merkitykseltään seudullinen vähittäiskaupan suuryksikkö. Uudenmaan liiton kanssa käytyjen keskustelujen perusteella vähittäiskaupan suuryksikön sijainti on maakuntakaavan mukainen (Tuusulan kunta 2009).

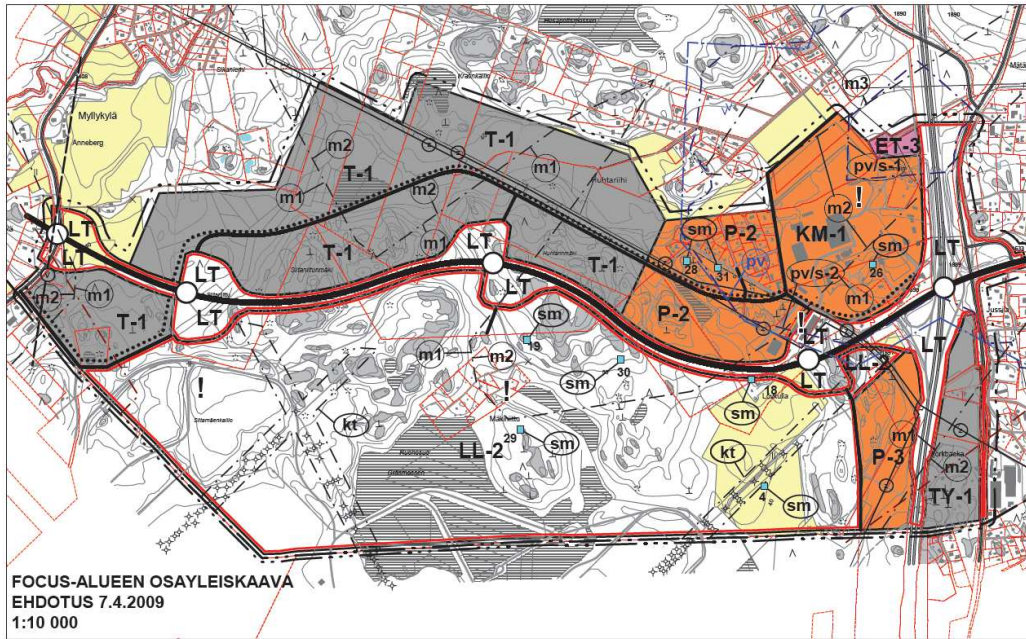
Maakuntakaavamääräyksessä todetaan, että vähittäiskaupan suuryksikön merkinnän osoittamalle alueelle voidaan yksityiskohtaisemmassa kaavoituksessa osoittaa yksi tai useampi merkitykseltään seudullinen erikoiskaupan suuryksikkö. Jollei selvitysten perusteella erityisesti muuta osoiteta, merkitykseltään seudullinen erikoiskaupan suuryksikkö on Helsingissä, Espoossa, Kauniaisissa ja Vantaalla kooltaan yli 10 000 k-m² ja Uudenmaan muissa kunnissa yli 5 000 k-m².

Yksikön suuruudelle ei ole maakuntakaavassa asetettu ylärajaa. Focus-alueesta on suunniteltu yli sadan tuhannen kerrosneliömetrin laajuista kaupallista keskittymää. Maakuntakaavan vaikutusten arviointi risteysalueella perustuu oleellisesti yleiskaavassa esitettyä pienempään erikoiskaupan suuryksikköön (Tuusulan kunta 2009).

Maakuntakaavamääräysten mukaan Focus-alueelle ei saa sijoittaa päivittäistavarakaupan myymälätiloja sisältäviä vähittäiskaupan suuryksiköitä tai myymäläkeskittymiä. Määräys on otettu myös osayleiskaavaan: tarkoitus on, ettei alueelle sijoitu sellaisia päivittäistavarakaupan keskittymiä, jotka voisivat uhata keskustojen palvelujen säilymistä (Tuusulan kunta 2009).

KM-1 -alueen lisäksi osayleiskaavassa on osoitettu palvelujen ja hallinnon alueita merkinnöillä P-2 ja P-3. Palvelujen ja hallinnon alueet sijoittuvat alueen itäosaan Tuusulanväylän liittymän tuntumaan. P-2 -alue on tarkoitettu pääasiassa kaupallisten palvelujen alueeksi. P-3 -alue on yleiskaavassa osoitettu pääasiassa tilaa vievän erikoiskaupan tarpeisiin (Tuusulan kunta 2009).

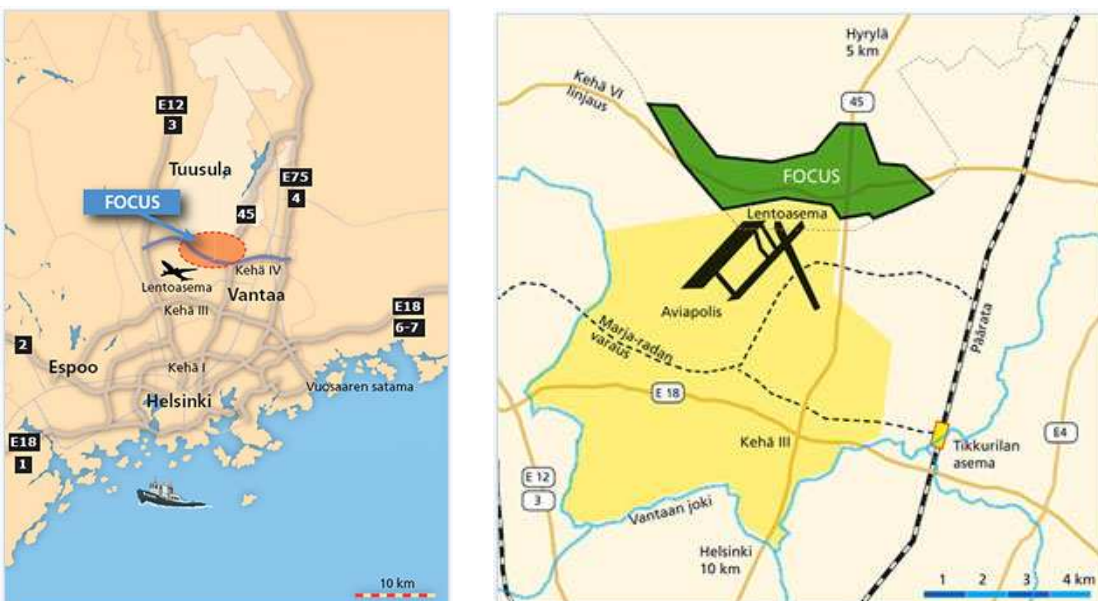
Koko kaava-alueen pinta-ala on noin viisi neliökilometriä, joka jakautuu eri toimintoihin (T-1, KM-1, P-2, P-3, TY-1, ET, LT ja LL). Alustavaa rakennusoi-keutta on arvioitu maankäyttöluokkien mukaan aluetehokkuudella 0,5. Suuntaa antava kokonaiskerrosala koko alueella on noin 980 000 k-m², josta työpaikka- ja logistiikkatoimintojen alaa on noin 830 000 k-m². Yleiskaavassa ei varata alueita asumiselle (Tuusulan kunta 2009).



Kuva 20. Focus-alueen osayleiskaava, alustava ehdotus 7.4.2009.

3.1.2 Alueen kaupalliset toiminnot

Focus alue sijaitsee Helsinki-Vantaan lentoaseman alueiden pohjoispuolella ja liittyy suunnitteilla olevaan Kehä IV:ään (kuva 21). Alueelle on suunniteltu sijoitettavaksi noin 150 000 kerrosneliömetrin kaupan keskittymä Focus Retail Stadium (kuva 22) ja sitä täydentävä, pääasiassa tilaa vaativaan erikoiskauppaan keskittyvä Focus Gate (noin 19 000 k-m²) (kuva 23). Focus Retail Stadiumin konseptina on erilaisten kaupallisten toimijoiden muodostama monipuolinen kaupan keskittymä: Factory Outlet -center sekä pääasiassa tilaa vaativaa erikoiskauppaa (esimerkiksi kodintekniikkakauppa, laajan tavaravalikoiman kauppa, rakentamis- ja sisustuskauppa, puutarhalankauppa ja vapaa-ajan tarvikkeiden kauppa).



Kuva 21. Focus-alueen sijainti (www.tuusula.fi).



Kuva 22. Focus Retail Stadiumin alustava maankäyttösunnitelma (Tuusulan kunta 2009).



Kuva 23. Focus-Gate -suunnitelma (Tuusulan kunta 2009).

3.2 Vaikutusalue

Focus-alueen kaupallisen vaikutusalueen laajuus määräytyy useiden tekijöiden perusteella. Tärkeitä tekijöitä ovat mm. kaupan palvelujen saavutettavuus, ostovoiman siirtymät, etäisyys kilpaileviin kaupan keskittymiin sekä näiden keskittymien palvelutarjonta. Focus-alueen vaikutus on suurimmillaan Tuusulassa ja sen naapurikunnissa, mutta ulottuu myös laajemmalle alueelle. Tuusulan ulkopuolinen vaikutusalue voidaan jakaa kahteen vyöhykkeeseen seuraavasti (kuva 24):

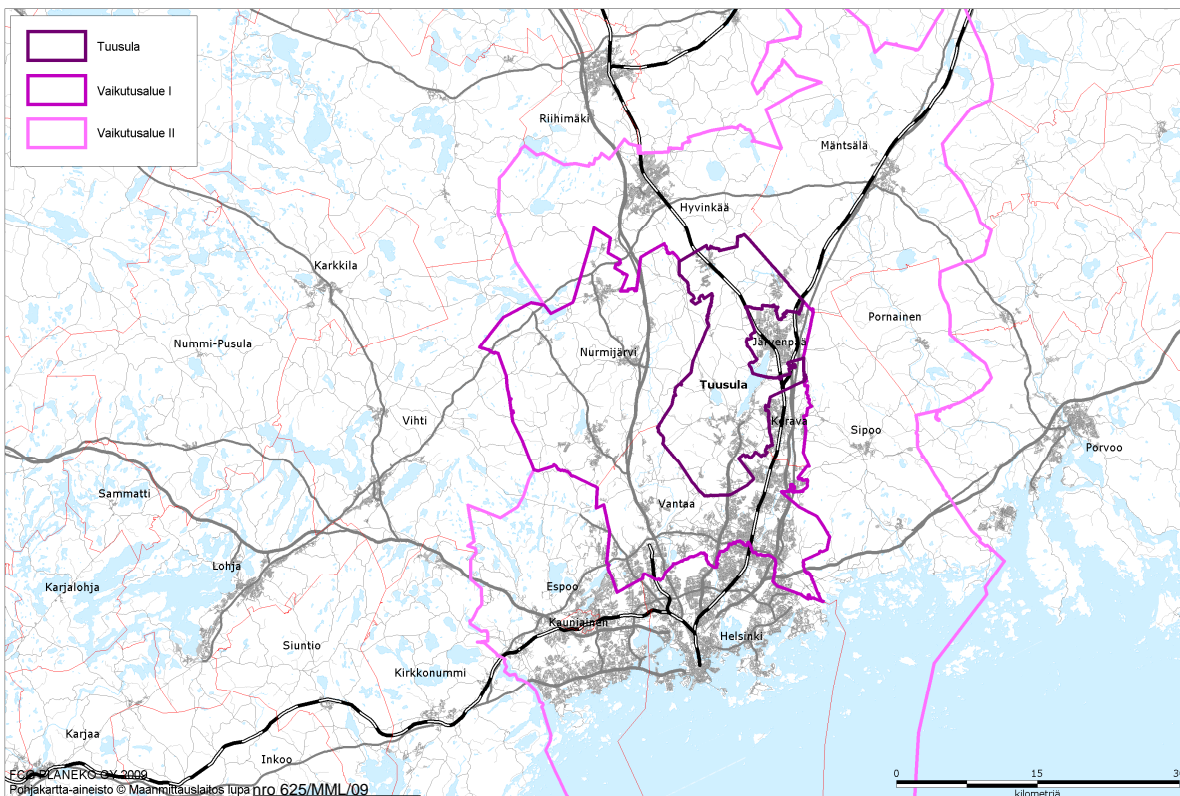
Vaikutusalue 1

- Järvenpää
- Kerava
- Nurmijärvi
- Vantaa

Vaikutusalue 2

- Espoo
- Helsinki
- Hyvinkää
- Kauniainen
- Mäntsälä
- Pornainen
- Sipoo

Muu Focus-alueen potentiaalinen asiakaskunta muodostuu Tuusulanväylän ja tulevan Kehä IV:n työmatkalaisista, matkailijoista ja muusta ohikulkuliikenteestä. Vaikutusalueen kaupallinen tilanne elää koko ajan, sillä kilpailevat keskuksat ja keskittymät naapurikunnissa, pääkaupunkiseudulla ja koko vaikutusalueella vahvistavat koko ajan kaupallista tarjontaansa. Lisäksi vaikutusalueella on vireillä lukuisia kaupan hankkeita.



Kuva 24. Focus-alueen kaupallinen vaikutusalue.

3.2.1 Kaupan palveluverkko

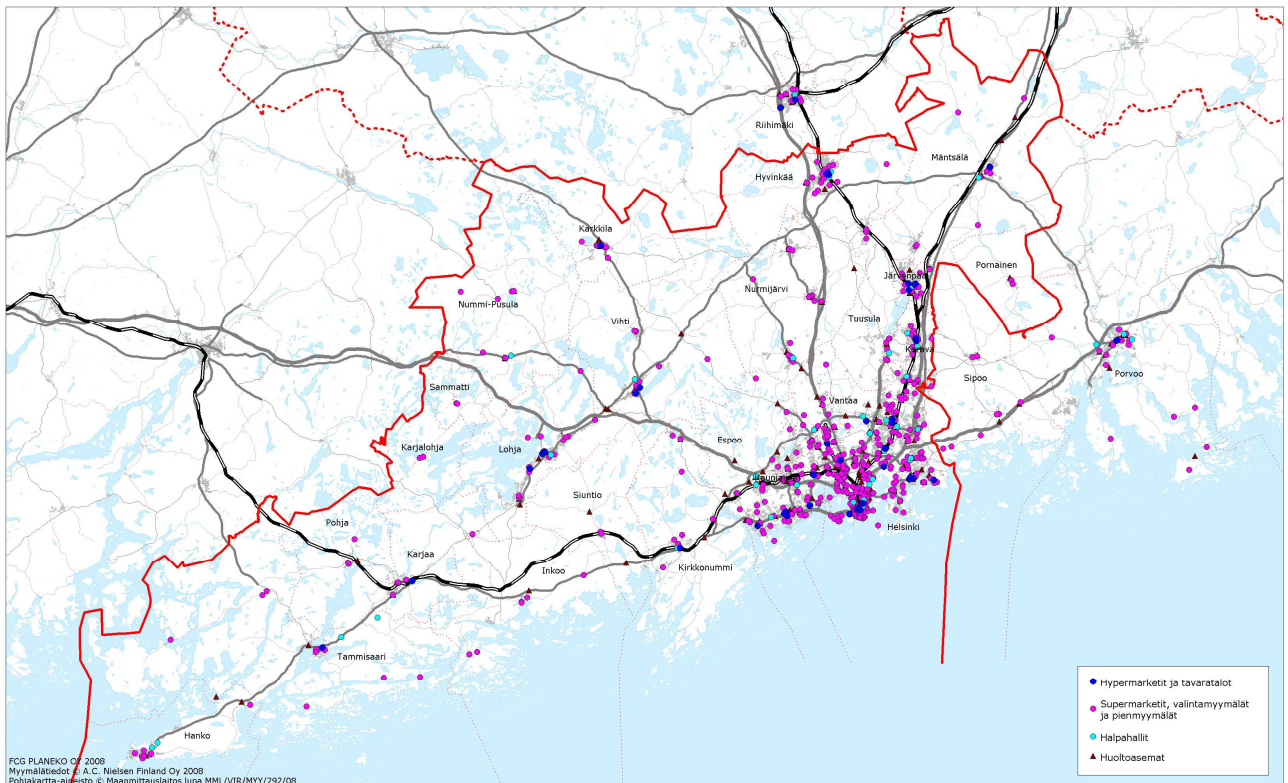
Vuoden 2007 lopussa vaikutusalueella 1 toimi yhteensä 148 **päivittäistavaramyymälää** (taulukko 6). Vaikutusalueella 2 myymälöitä oli yhteensä 465. Molemmilla vaikutusalueilla oli eniten isoja valintamyymälöitä (noin kolmasosa myymälöiden kokonaislukumäärästä). Tätä pienempien myymälätyyppien (pieni valintamyymälä, pienmyymälä ja päivittäistavaroiden erikoismyymälä) osuus myymälämäärästä oli 35 % vaikutusalueella 1 ja 42 % vaikutusalueella 2. Hypermarketteja oli toiminnassa vaikutusalueella 1 yhteensä 9 (6 % myymälöistä) ja vaikutusalueella 2 yhteensä 16 (3 %).

Taulukko 6. Tuusulan sekä vaikutusalueiden 1 ja 2 päivittäistavaramyymälät vuoden 2007 lopussa (A.C.Nielsen Finland Oy).

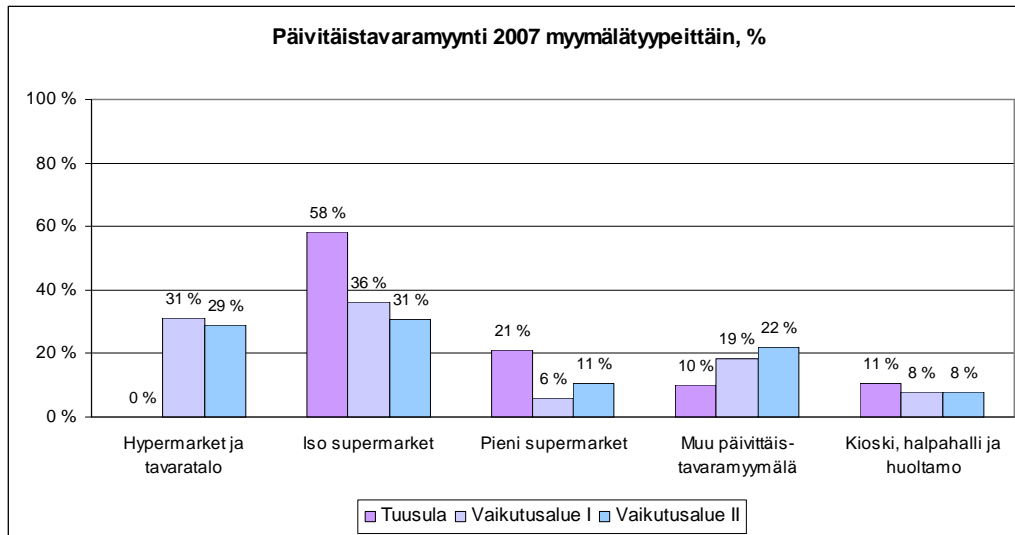
	Hypermarket	Tavaratalo	Supermarket		Valintamyymälä		Pienmyymälä	Erikoismyymälä	Kauppahalli/Suoramyyntihalli	Yhteensä
			Iso (>1000 m ²)	Pieni (400-999 m ²)	Iso (200-399 m ²)	Pieni (100-199 m ²)				
Tuusula	0	0	4	4	2	0	1	3	0	14
Vaikutusalue I	9	6	27	10	44	15	15	22	0	148
Vaikutusalue II	16	12	62	45	131	56	52	89	2	465
Yhteensä	25	18	93	59	177	71	68	114	2	627

Päivittäistavaramyynnistä suurin osa toteutui isoissa supermarketeissa, joihin myytiin 36 % vaikutusalueen 1 ja 31 % vaikutusalueen 2 päivittäistavaramyynnistä (kuva 26). Toiseksi eniten päivittäistavaramyyntiä oli hypermarketeissa, joiden osuus vaikutusalueen 1 päivittäistavaramyynnistä oli 31 % ja vaikutusalueen 2 päivittäistavaramyynnistä 29 %. Myyntipinta-alaltaan alle 400 m²:n myymälöiden osuus päivittäistavaramyynnistä oli 19 % vaikutusalueella 1 ja 22 % vaikutusalueella 2.

UUDENMAAN KAUPAN PALVELUVERKON SELVITYS



Kuva 25. Uudenmaan kuntien sekä Porvoon, Riihimäen ja Sipoon päivittäistavaramyymälät 2007 (A.C.Nielsen Finland Oy), lähde: Uudenmaan liitto 2009.



Kuva 26. Tuusulan sekä vaikutusalueiden 1 ja 2 päivittäistavaramyynni 2007 myymälätyypeittäin (A.C.Nielsen Finland Oy ja Tilastokeskus).

Tilastokeskuksen toimipaikkarekisterin mukaan vaikutusalueella 1 toimi 903 **erikoiskaupan** myymälää vuonna 2006 (taulukko 7). Vaikutusalueella 2 erikoiskauppoja oli yhteensä 3 294. Toimialoilla, jotka sisältävät pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä (huonekalu-, kodintekniikka- ja rautakauppa sekä muu tilaa vaativa kauppa kuten puutarha-alan kauppa ja venekauppa) vaikutusalueella 1 toimi yhteensä 245 myymälää ja vaikutusalueella 2 yhteensä 702 myymälää.

Muun erikoiskaupan alalla toimi yhteensä 658 myymälää vaikutusalueella 1 ja yhteensä 2 592 myymälää vaikutusalueella 2. Muuhun erikoiskauppaan kuuluvat Alkot, apteekit, kosmetiikkamyymälät ym., muotikaupat sekä ns. pienet erikoiskaupat kuten optikot, kelloliikkeet ja kukkakaupat.

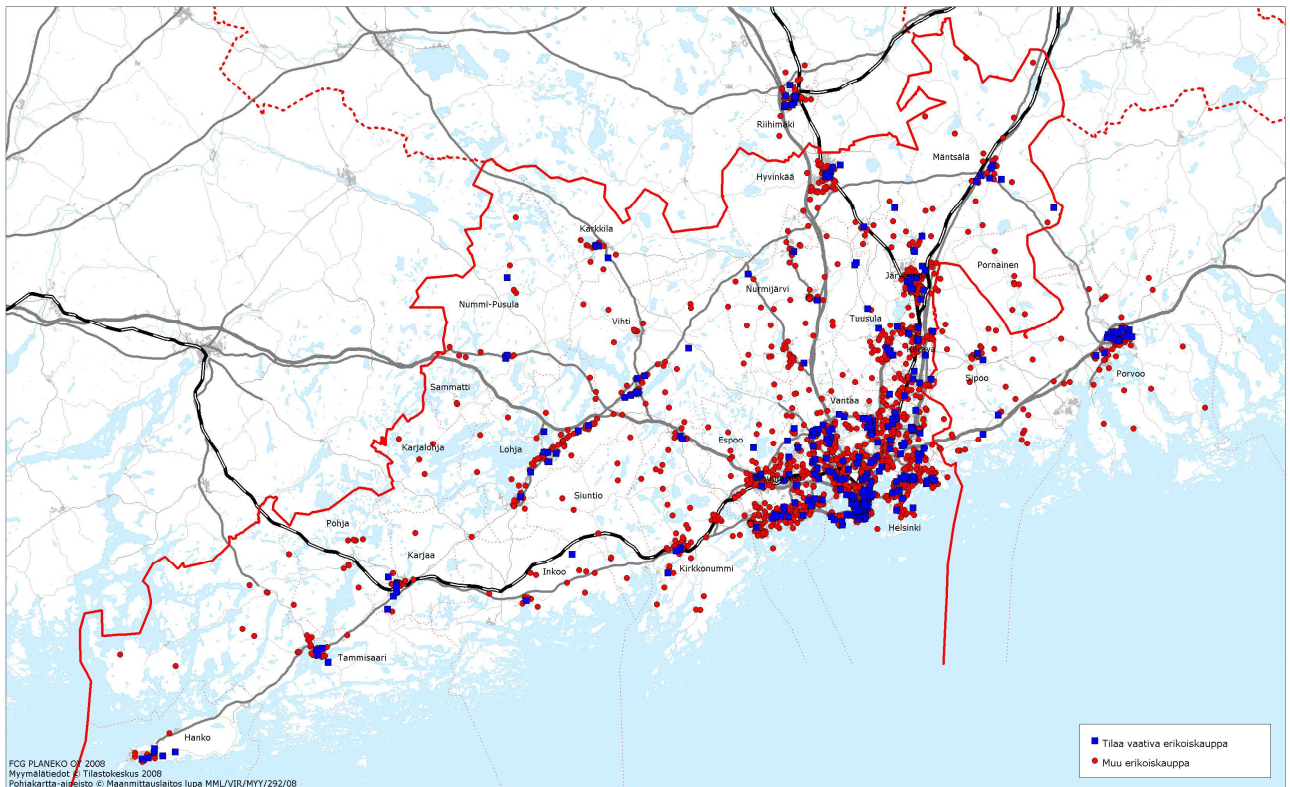
Taulukko 7. Tuusulan sekä vaikutusalueiden 1 ja 2 erikoiskaupan myymälät vuonna 2006 (Tilastokeskus).

	Huonekalu- kauppa	Kodin- tekniikka- kauppa	Rauta- kauppa	Muu tilaa vaativa kauppa	Alkot, apteekit ym.	Muoti- kauppa	Muu erikois- kauppa	Yhteensä
Tuusula	13	10	12	9	6	8	62	120
Vaikutusalue I	40	89	87	29	66	129	463	903
Vaikutusalue II	93	298	227	84	242	572	1 778	3 294
Yhteensä	146	397	326	122	314	709	2303	4317

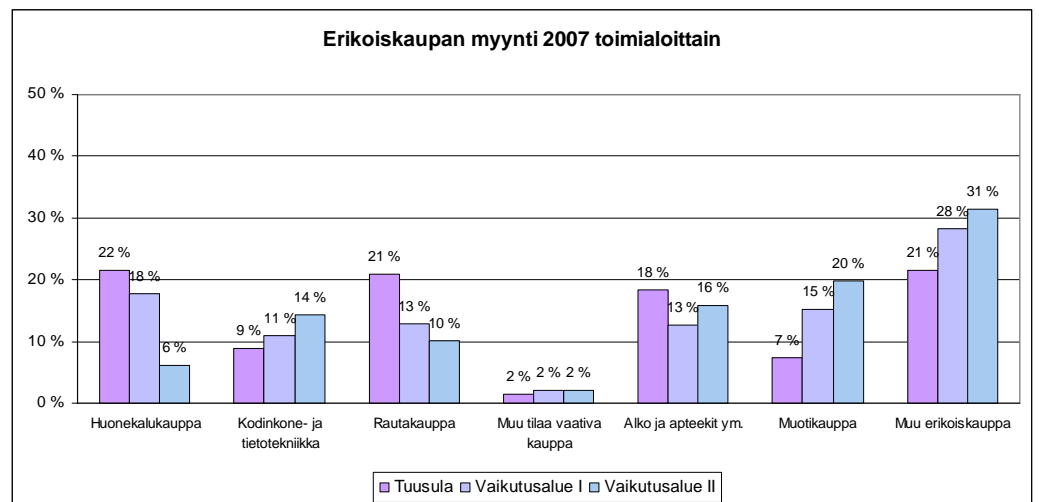
Toimialoittain tarkastellen eniten myymälöitä oli muun erikoiskaupan ja muotikaupan aloilla sekä vaikutusalueella 1 että vaikutusalueella 2. Muun erikoiskaupan ala kokonaisuutena oli myös myynniltään suurin toimialaryhmä molemmilla vaikutusalueilla (kuva 28). Myynniltään toiseksi suurin toimialaryhmä oli vaikutusalueella 1 huonekalukauppa ja vaikutusalueella 2 muotikauppa.

UUDENMAAN KAUPAN PALVELUVERKON SELVITYS

FCG Finnish Consulting Group
 Terve ja ympäristö



Kuva 27. Uudenmaan kuntien sekä Porvoon, Riihimäen ja Sipoon erikoiskaupan myymälät 2006 (Tilastokeskus), lähde: Uudenmaan liitto 2009.



Kuva 28. Tuusulan sekä vaikutusalueiden 1 ja 2 erikoiskaupan myynti 2007 toimialoittain (Tilastokeskus).

3.2.2 Väestö ja ostovoima

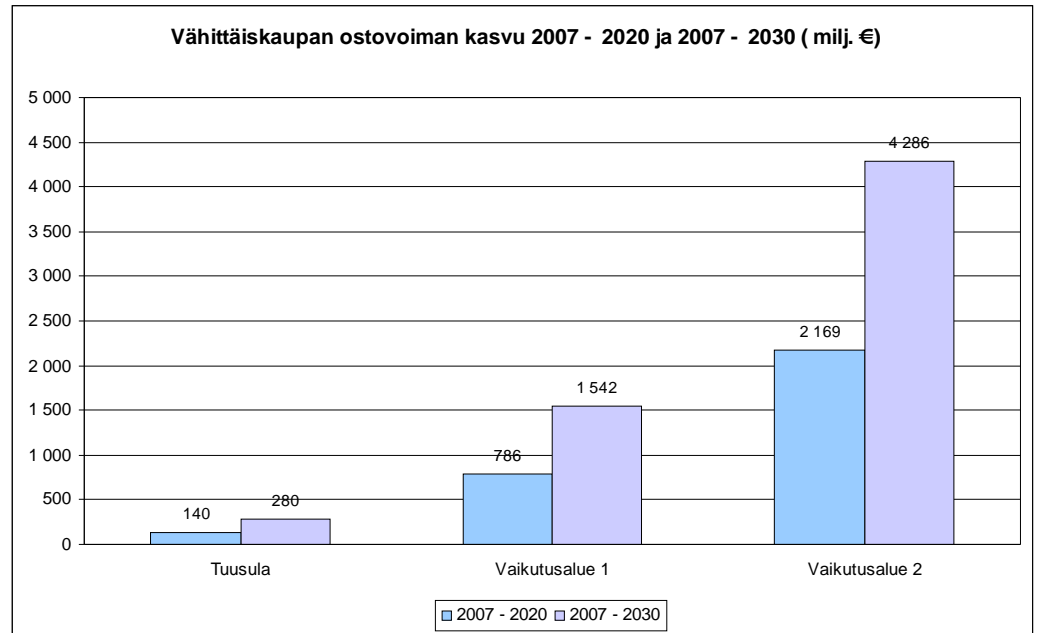
Vuonna 2007 vaikutusalueella 1 asui yhteensä noin 302 000 asukasta ja vaikutusalueella 2 yhteensä noin 903 000 asukasta. Uudenmaan liiton alustavan ja epävirallisen väestöennusteen mukaan vuonna 2030 vaikutusalueen 1 väestömäärä on noin 376 000 asukasta (+74 000 asukasta) ja vaikutusalueen 2 väestömäärä noin 1 089 000 asukasta (+186 000 asukasta).

Vaikutusalueiden vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima ja sen kehitys arvioitiin samoilla perusteilla kuin Tuusulassa (ks. kohta 2.3). Vaikutusalueen 1 vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima vuonna 2007 oli 1 912 miljoonaa euroa, josta 748 miljoonaa euroa kohdistui päivittäistavarakauppaan ja 1 164 miljoonaa euroa erikoiskauppaan (taulukko 8). Vuoteen 2020 mennessä vähittäiskaupan ostovoima kasvaa 786 miljoonalla eurolla. Päivittäistavarakaupassa ostovoiman kasvu on 227 miljoonaa euroa ja erikoiskaupassa 559 miljoonaa euroa. Vuoteen 2030 mennessä vähittäiskaupan ostovoima kasvaa 1 542 miljoonalla eurolla (päivittäistavarakauppa 422 milj. € ja erikoiskauppa 1 119 milj. €).

Taulukko 8. Ostovoima vuosina 2007, 2020 ja 2030.

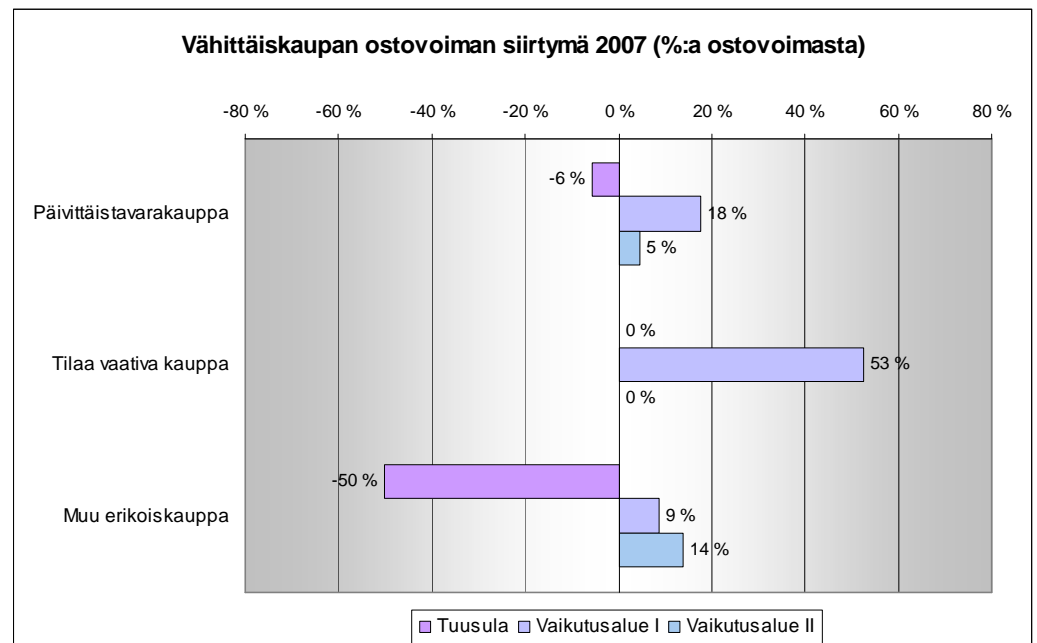
Ostovoima 2007 milj.€	Vähittäis- kauppa yhteensä	Päivittäis- tavara- kauppa	Erikois- kauppa yhteensä	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois- kauppa
Tuusula	227	89	138	49	89
Vaikutusalue I	1 912	748	1 164	416	748
Vaikutusalue II	5 711	2 235	3 476	1 242	2 234
Yhteensä	7 850	3 072	4 778	1 708	3 070
Ostovoima 2020 milj.€	Vähittäis- kauppa yhteensä	Päivittäis- tavara- kauppa	Erikois- kauppa yhteensä	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois- kauppa
Tuusula	367	133	234	84	151
Vaikutusalue I	2 698	975	1 723	616	1 107
Vaikutusalue II	7 880	2 847	5 033	1 799	3 234
Yhteensä	10 945	3 955	6 990	2 498	4 492
Ostovoima 2030 milj.€	Vähittäis- kauppa yhteensä	Päivittäis- tavara- kauppa	Erikois- kauppa yhteensä	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois- kauppa
Tuusula	508	172	336	120	216
Vaikutusalue I	3 454	1 170	2 283	816	1 467
Vaikutusalue II	9 997	3 388	6 609	2 362	4 247
Yhteensä	13 959	4 731	9 228	3 298	5 930

Vaikutusalueella 2 vähittäiskaupan ostovoima vuonna 2007 oli yhteensä 5 711 miljoonaa euroa: päivittäistavarakauppa 2 235 miljoonaa euroa ja erikoiskauppa 3 476 miljoonaa euroa. Ostovoiman kasvu vuoteen 2020 on koko vähittäiskaupassa 2 169 miljoonaa euroa, josta päivittäistavarakaupan osuutta on 612 miljoonaa euroa ja erikoiskaupan osuutta 1 557 miljoonaa euroa. Vuonna 2030 vähittäiskaupan ostovoima on 4 286 miljoonaa euroa suurempi kuin vuonna 2007 (päivittäistavarakauppa +1 153 milj. € ja erikoiskauppa +3 133 milj. €).



Kuva 27. Tuusulan sekä vaikutusalueiden 1 ja 2 ostovoiman kasvu vuoteen 2020 ja 2030.

Ostovoiman siirtymä päivittäistavarakaupassa vuonna 2007 oli positiivinen molemmilla vaikutusalueilla: siirtymän osuus alueen asukkaiden ostovoimasta oli 18 % vaikutusalueella 1 ja 5 % vaikutusalueella 2 (kuva 28). Tämä kertoo sen, että asukkaat käyttivät oman alueensa päivittäistavaramyymälöitä, minkä lisäksi alueen ulkopuoliset asiakkaat toivat alueen päivittäistavaramyymälöihin ostoseuroja. Päivittäistavaramyyntiin on laskettu mukaan varsinaisten päivittäistavaramyymälöiden myynnin lisäksi myös kioskien, huoltoasemien ja laajan tavaravalikoiman myymälöiden päivittäistavaramyynti.



Kuva 28. Päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan ostovoiman siirtymä vuonna 2007.

Tilaa vaativassa erikoiskaupassa ostovoiman siirtymä oli 53 % ostovoimasta vaikutusalueella 1 eli myynti oli selvästi suurempi kuin alueen asukkaiden oma ostovoima. Tilaa vaativan erikoiskaupan ostovoiman siirtymä oli positiivinen myös vaikutusalueella 2, tosin vain 0,1 %. Muussa erikoiskaupassa ostovoiman siirtymä oli positiivinen molemmilla alueilla. Siirtymän osuus ostovoimasta oli 9 % vaikutusalueella 1 ja 14 % vaikutusalueella 2.

3.2.3 Kaupan hankkeet

Uudellamaalla on vireillä lukuisia kaupan hankkeita. Ympäristöministeriön vuonna 2008 tekemän kaupan hankkeiden kartoituksen mukaan maakunnassa oli eriasteisessa hanke/suunnitteluvaiheessa lähes 50 seudullisesti merkittävää hanketta (kuva 29). Kuuma-kunnissa pieniä ja suuria kaupan hankkeita on suunnitteilla noin 40. Alle on koottu Tuusulan Focus-alueen kannalta merkittävimpiä suunnitteilla olevia kaupan investointihankkeita.

Järvenpää

- Perhelän kortteli (11 000 k-m²): tavaratalo, erikoiskauppoja ja pieni päivittäistavaramyymälä
- Lahdenväylän eteläisen liittymän itäpuoli (7 500 k-m²): liikennemyymälä, tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja pieni päivittäistavaramyymälä
- Lahdenväylän eteläisen liittymän länsipuoli: tilaa vaativaa erikoiskauppaa, kerrosalasta ei vielä ole tietoa

Kerava

- Kauppakeskus Aleksintori (16 200 k-m²): päivittäistavarakauppa, erikoisliikkeitä ja vapaa-ajantiloja
- Jäspilä/Keravanportti (20 000 k-m²): tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja Retail Park-myymlöitä

Nurmijärvi

- Perloksen alue (5 400 k-m²): supermarket, etumyymälöissä erikoiskauppaa
- Myllykukon alue (15 000 k-m²): liiketilan laajennusta (maakuntakaavan mukainen vähittäiskaupan suuryksikkö ilman päivittäistavaramyymälää)

Vantaa

- Hakunila (50 000 k-m²): kauppakeskus
- Marja-Vantaa (300 000 k-m²): kauppakeskus ja tilaa vaativaa erikoiskauppaa
- Veromies (24 000 k-m²): tilaa vaativaa erikoiskauppaa

Espoo

- Lommila (110 000 k-m²): kauppakeskus ja Retail Park
- Kulloonsilta (70 000 k-m²): tilaa vaativaa erikoiskauppaa
- Leppävaara (30 000 k-m²): Super Life Lab-hankkeen kaupalliset palvelut

Helsinki

- Itäkeskus (55 000 k-m²): laajennus
- Kannelmäki (52 000 k-m²): kauppakeskus Prisma
- Konala (40 000 k-m²): tilaa vaativaa erikoiskauppaa

Hyvinkää

- Keko ja Ykköskortteli (70 000 k-m²): kauppakeskus

Mäntsälä

- ydinkeskusta: nykyisen hypermarketin laajentaminen (noin 5 000 k-m²) ja uusi supermarket/hypermarket

Vihti

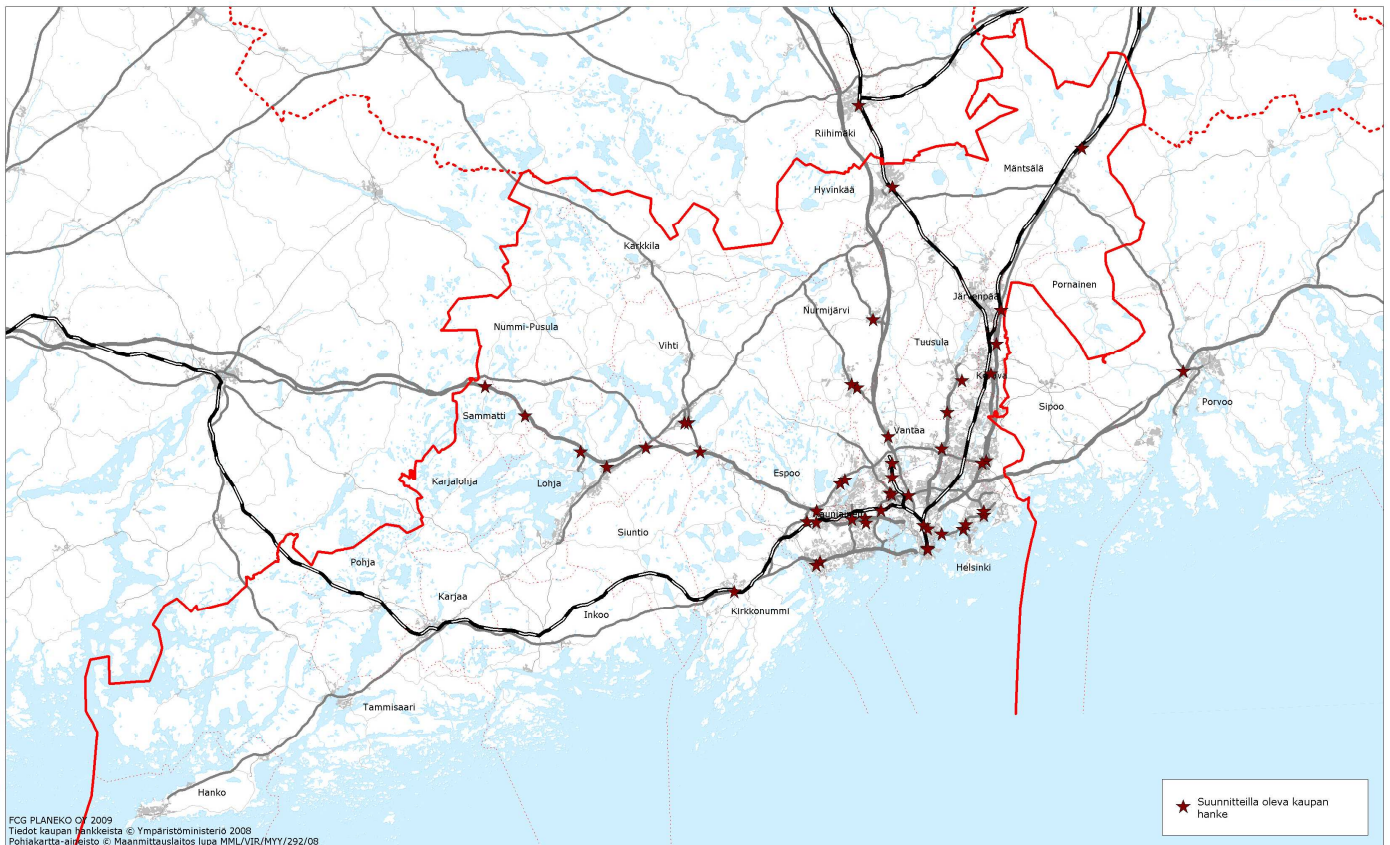
- Ideapark (150 000 k-m²)

Porvoo

- Kuninkaanportti (24 000 k-m², lisäksi tilaa vaativaa erikoiskauppaa)

UUDENMAAN KAUPAN PALVELUVERKON SELVITYS

FCG Finnish Consulting Group
Infra ja ympäristö



Kuva 29. Uudenmaan sekä Porvoon, Riihimäen ja Sipoon seudullisesti merkittävät kaupan hankkeet (ympäristöministeriö 2008 ja Uudenmaan liitto 2009).

3.3 Kaupalliset vaikutukset

3.3.1 Kaupan toimintaedellytykset ja kilpailutilanne

Focus -alueelle syntyy vahva erikoiskaupan keskittymä, joka tarjoaa kilpailukykyisen ja vetovoimaisen sijaintipaikan sinne sijoittuville yrityksille. Focus-alueen myötä kaupan pinta-ala Tuusulassa kasvaa merkittävästi, mikä nopeuttaa kaupan uudistumiskehitystä ja mahdollisuuksia vastata kuluttajien muuttuvaan kysyntään.

Ostovoiman kasvua ja sen pohjalta arvioitua liiketilan laskennallista lisätarvetta tarkastelemalla voidaan hahmottaa, kuinka suuri on se markkinoiden kasvu, jonka jakajaksi uusi liikerakentaminen tulee. Tuusulan ostovoiman kasvuun perustuva laskennallinen liiketilan lisätarve vuosina 2007 - 2030 on 126 000 k-m², josta päivittäistavarakaupan osuus on 19 000 k-m². Liiketilan tarvelaskelmassa ei ole otettu huomioon myymäläpoistumaa, joten todellinen liiketilan tarve on esitettyä suurempi. Tuusulan oma ostovoiman kasvu ja siihen perustuva laskennallinen liiketilan lisätarve eivät kuitenkaan yksinään kata Focus-alueen liiketilan lisäystä etenkin, kun otetaan huomioon myös muut Tuusulassa tiedossa olevat kaupan hankkeet (noin 45 000 k-m²).

Focus -alue on kuitenkin luonteeltaan seudullinen kaupan keskittymä, minkä vuoksi liiketilalisäystä on syytä tarkastella suhteessa Tuusulaa laajemman alueen ostovoimaan. Mikäli 15 % vaikutusalueen 1 ostovoiman kasvusta suuntautuu Focus-alueelle, laskennallinen liiketilan lisätarve yhdessä Tuusulan ostovoiman kasvun kanssa on noin 232 000 k-m². Tämä kattaa Focus-alueen liiketilalisäyksen ja muut Tuusulassa tiedossa olevat kaupan hankkeet.

Vaikutusalueella 1 "jäljelle jäävä 85 % ostovoiman kasvusta" merkitsee laskennallisena liiketilan lisäyksenä noin 600 000 k-m². Tämä kattaa vaikutusalueen 1 merkittävimpien kaupan hankkeiden liiketilalisäyksen, joka on noin 450 000 k-m². On kuitenkin syytä muistaa, että kaikki Tuusulan ja vaikutusalueen 1 hankkeet ja/tai niiden suunniteltu kerrosala eivät ole tiedossa. Toisaalta kaikki suunnitellut hankkeet eivät myöskään toteudu.

Mikäli Focus -alueen kaupan toimintojen mitoituksena on 100 000 - 150 000 k-m², sillä ei kokonaisuutena katsoen ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia kaupan toimintaedellytyksiin lähikunnissa, koska Tuusulan ja vaikutusalueen 1 markkinoiden kasvu ja liiketilan lisätarve riittävät kattamaan Focus-alueen liiketilalisäyksen ja mahdollistavat alueen toteutuksen. Tätä tukee myös se, että osa myös laajemman vaikutusalueen 2 ostovoimasta suuntautuu Focus-alueelle. Tämä ei kuitenkaan ole Focusin "perusostovoimaa", eikä sitä ole huomioitu yllä olevissa laskelmissa.

Vaikka ostovoiman kasvu mahdollistaa liiketilan lisäyksen, vaikuttaa uusi liikerakentaminen aina kaupan kilpailutilanteeseen erityisesti lyhyellä tähtämellä. Kilpailutilanteen kiristymisen mahdolliset kielteiset vaikutukset kohdistuvat voimakkaimmin kannattavuusrajalla ja erityisesti sen alapuolella toimiviin yrityksiin. Erikoiskaupan kilpailuasetelmaan vaikuttaa oleellisesti myös se, miten uusi liikerakentaminen jakautuu tilaa vaativan ja muun erikoiskaupan kesken. Focus -alueella on vaikutuksia myös muiden uusien hankkeiden toteutukseen. Se ei todennäköisesti ole esteenä hankkeiden toteutukselle, mutta voi vaikuttaa niiden toimialarakenteeseen ja ajoittumiseen sekä Tuusulassa että lähikunnissa.

Kaupan kilpailutilanteen muuttuminen ei kuitenkaan aina ja automaattisesti tarkoita kielteisiä vaikutuksia olemassa olevien myymälöiden toimintaedellytyksiin. Tuusulan ja sen lähikuntien kaupan palveluverkko uudistuu joka tapauksessa. Vanhoissa liiketiloissa toimivat myymälät uudistavat toimintakonseptejaan ja hakevat uusia sijaintipaikkoja. Erityisesti tilaa vaativa kauppa hakee uusia, saavutettavuudeltaan hyviä sijaintipaikkoja keskustojen ulkopuolelta. Focus -alue nopeuttaa uudistumiskehitystä ja tarjoaa uusia toimitiloja ja korvaavia sijaintipaikkoja yrityksille. Kaupan toimintaedellytysten kannalta onkin tärkeää, että kaavoituksella mahdollistetaan riittävä ja joustava liiketilarakentaminen ja laajentamismahdollisuudet myös pitkällä tähtämellä.

Focus -alueen vaikutukset kaupan toimintaedellytyksiin kohdistuvat voimakkaimmin Tuusulaan, Järvenpäähän, Keravalle ja Vantaalle. Mahdollisia haitallisia vaikutuksia voidaan ehkäistä toteuttamalla Focus -alue vaiheittain ja suunnittelemalla alueen toimialarakenne sellaiseksi, että se kilpailee mahdollisimman vähän nykyisten kaupan keskittymien kanssa. Pitempi toteutus-aika antaa nykyisille myymälöille paremmat mahdollisuudet kehittää omaa toimintaansa vastaamaan markkina-alueen kysyntään ja uuteen kilpailutilanteeseen. Myös kaupan keskittymien työnjaolla voidaan vähentää niiden välistä kilpailua ja sitä kautta haitallisia vaikutuksia. Mahdollisia haitallisia vaikutuksia lieventää myös se, että kaupan uudistumisen myötä Tuusulan ja Keski-Uusimaan kaupallinen tarjonta ja vetovoima kasvavat, jolloin alue

houkuttelee asiakkaita nykyistä laajemmalta alueelta ja toisaalta vähentää erikoiskaupan ostovoiman vuotoa pääkaupunkiseudulle.

3.3.2 Palvelurakenne

Focus -alueen toteuttaminen täydentää ja monipuolistaa Tuusulan palvelutarjontaa erityisesti erikoiskaupassa. Tämä vahvistaa Tuusulan kaupallista vetovoimaa, mikä puolestaan voi houkuttaa alueelle paitsi lisää asiakkaita myös uusia kaupan toimijoita. Vetovoiman vahvistuminen laajentaa kaupallista vaikutusalueetta, jolloin ostovoimaa tulee Tuusulaan nykyistä laajemmalta alueelta.

Seututasolla Focus-alue houkuttelee ostovoimaa erityisesti lähivaikutusalueelta, mutta se ei muuta oleellisesti vantaalaisten palvelutarjontaa varsinkin, kun otetaan huomioon Vantaalle suunnitellut uudet kaupan hankkeet. Toisaalta tarjonnan paraneminen vähentää ostovoiman vuotoa pääkaupunkiseudulle etenkin Tuusulasta, Järvenpäästä ja Keravalta. Focus -alue myös osaltaan parantaa palvelujen saavutettavuutta ja vähentää pääkaupunkiseudulle suuntautuvaa asiointiliikennettä.

Focus-alueen toteuttaminen pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan keskuksena tukee ja täydentää Hyrylän keskustan kaupan palvelujen tarjontaa. Toisaalta Focus -alue tuo mukanaan myös uusia. Hyrylän keskustan kehityksen kannalta keskeinen merkitys on Focus -alueen kokonaisuudella ja sillä, miten liikerakentaminen jakautuu tilaa vaativan ja muun erikoiskaupan kesken. Keskustahakuisen erikoiskaupan ja kaupallisten palvelujen laajamittainen sijoittuminen Focus -alueelle siirtäisi kaupan painopistettä Hyrylän keskustasta Focus -alueelle ja voisi siten olla uhka Hyrylän keskustan kehitykselle. Painopisteen siirtyminen Focus -alueelle voisi myös saada aikaan yritysten ja keskustatoimintojen laajamittaisen siirtymisen Hyrylän keskustasta Focus -alueelle, mikä heikentäisi Hyrylän keskustan kaupallista vetovoimaa entisestään.

Kunnan näkökulmasta on tärkeää kokonaisuuden hallinta niin, että luodaan edellytykset kaupan kehittymiselle sekä nykyisissä keskuksissa että uudella Focus -alueella. Erityisen tärkeää on kaupan keskittymien työnjaon ja profiilien määrittäminen niin, että keskittymät täydentävät toistensa palvelutarjontaa ja kilpailevat mahdollisimman vähän keskenään. Hyrylän keskustaa tulisi kehittää keskustahakuisen erikoiskaupan sekä kaupallisten, kulttuuristen ja julkisten palvelujen sijaintipaikkana. Focus-alue puolestaan tulisi toteuttaa pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan alueena. Alakeskusten ja asuntoalueiden palvelut täydentävät palveluverkkoa. Riippumatta Focus-alueen toteutuksesta tai toteuttamatta jättämisestä on tärkeää Hyrylän keskustan elinvoiman turvaaminen jatkuvilla kehittämistoimilla. Keskustan kaupan kehitykseen vaikuttavat hyvin monet tekijät, joista merkittävimpiä ovat liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen toimivuus, ympäristön viihtyisyys sekä liikkeen vetovoima ja aukioloajat.

Tuusulan kunnan maankäytön kehittämistavoitteiden, Uudenmaan maakuntakaavan kaupan ratkaisujen, kunnan ulkopuolelle nykyisin suuntautuvan erikoiskaupan asiointiliikenteen ja työmatkaliikenteen sekä Focus -alueen tilaa vaativaan erikoiskauppaan keskittyvän luonteen vuoksi Focus -alueella ei voida katsoa olevan nykyistä alue- ja yhdyskuntarakennetta hajauttavaa vaikutusta. Aluerakennetasolla Focus -alue tasapainottaa lisäksi osaltaan Uudenmaan nykyistä suhteellisen pääkaupunkiseutupainotteista erikoiskaupan palvelurakennetta ja tukee Hyrylän asemaa maakunnan keskusverkossa.

Yhdyskuntarakenteen kannalta tulevaan kehitykseen vaikuttaisi myönteisesti se, että Focus -alueella asioimiseen järjestettäisiin toimivat julkisen liikenteen yhteydet. Vetovoimaisen uuden kaupan keskittymän myötä linja-autoyhteyksien kehittymiseen on myös hyvät edellytykset. Pitkällä aikavälillä kyseeseen saattaa tulla myös raideliikenne. Toisaalta on kuitenkin muistettava, että tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöissä asioidaan pääsääntöisesti autolla tuotteiden suuren koon vuoksi.

Focus -alueen myötä vahvistuva kaupallinen vetovoima houkuttelee Tuusulaan ostovoimaa nykyistä enemmän ja laajemmalla alueella. Alue- ja yhdyskuntarakenteen kannalta tätä ei voida pitää kielteisenä asiana, koska Keski-Uudenmaan asukkaiden asiointimatkat suuntautuvat entistä useammin Tuusulaan pääkaupunkiseudun myymälöiden sijaan. Asiointimatkojen lyhentymisen myötä myös liikenne ja sen aiheuttamat ympäristöhaitat vähenevät.

Focus -alueen toteuttamisen muita vaikutuksia arvioidaan osayleiskaavan selostuksessa.

4 ETELÄ-TUUSULAN KAUPAN TAVOITETILA

4.1 Kaupan kehitystrendit

Pääkaupunkiseutu muodostaa selkeän Uudenmaan maakunnan kaupan pääkeskuksen, joka tarjoaa nyt ja tulevaisuudessa monipuolisesti vähittäiskaupan palveluja. Keski-Uudenmaan kaupungit ja kunnat alakeskuksineen muodostavat palveluverkon, jossa kullakin keskuksella on oma alueellinen ja osin seudullinen roolinsa ja merkityksensä. Erikoiskauppaan kohdistuva ostovoima on kasvamassa ja erikoiskauppaa lisäämällä etenkin kuntien keskuksset ja alakeskuksset voivat lisätä kaupallista painoarvoaan ja vetovoimaansa. Keskusten mahdollisuudet perustuvat etenkin erikoistumiseen tiettyihin kaupan toimintoihin, koska kaupan voimakas keskittyminen pääkaupunkiseudulle vaikuttaa erikoiskaupan kehitysedellytyksiin koko maakunnassa. Voimakkaimmin kasvavia aloja ovat todennäköisesti erikoiskaupan keskuksset, tilaa vaativa erikoiskauppa ja laajan tavaravalikoiman myymälät (halpahintamyymälät).

Päivittäistavarakaupassa hypermarkettien ja isojen supermarkettien merkitys kasvaa edelleen lähitulevaisuudessa. Hypermarkettien koko ei enää kasva oleellisesti ja markkinoille tulee myös aiempaa pienempiä hypermarketteja. Päivittäistavarakaupassa viime vuosien kehityspiirteisiin on kuulunut myös se, että on alettu perustaa uusia pienmyymälöitä, etenkin suurimmilla kaupunkiseuduilla. Laadukkaiden pienmyymälöiden merkitys on ollut kasvussa ja kasvaa edelleen tulevaisuudessa. Suurten ja pienten myymälöiden merkityksen kasvaessa keskikokoisten päivittäistavaramyymälöiden asema heikkenee.

Kuluttajakenteen muutosten (ikäntyminen, pienet kotitaloudet, maahanmuuttajat, auton käyttö jne.) myötä asuinalueiden lähikauppojen tarve lisääntyy. Myös myymälöiden erikoistumisen ja profiloitumisen merkitys kasvaa ja liikenneasemamyymälöiden, Deli-tyyppisten myymälöiden ja 24/7-kauppaketjujen kysyntä kasvaa.

Alle 400 m²:n myymälöiden toimintaedellytyksiä parantaa osaltaan mm. vapaa sunnuntaiaukiolo. Tämä etu saattaa kuitenkin tasoittua, mikäli aukiololaki muuttuu kaikkien päivittäistavarakauppojen sunnuntaiaukiolon sallivaan suuntaan. Myymäläverkon kehittymiseen tulevat vaikuttamaan myös pinta-alaltaan alle sadan neliön pienmyymälät, joiden suosio on ollut kasvussa viime aikoina. Näiden myymälöiden etuna ovat vapaat aukioloajat, jotka sallivat myymälän toiminnan kellon ympäri.

Nettikaupan merkitys tulee pitkällä ajanjaksolla kasvattamaan merkitystään myös päivittäistavarakaupassa. Edellytyksenä kuitenkin on, että kuljetuspalvelut saadaan logistisesti ja taloudellisesti kannattavaksi ja että myös tavaroiden vastaanottopää kehittyy. Tämä tarkoittaa sitä, että taloissa on riittävät ja tarkoitukseen soveltuvat tavaroiden vastaanottotilat. Esimerkiksi Espoon Suurpellossa osa kerrostaloista tullaan varustamaan tuotteiden vastaanottotiloilla, ns. palvelueteisillä.

Erikoiskaupassa nettikauppa vahvistuu nopeammin ja selkeämmin kuin päivittäistavarakaupassa, vaikka eri toimialojen välillä onkin eroja. Etenkin kansainvälinen nettikauppa kasvaa. Suomeen saattaa myös tulla nettikaupan näytemyymälöitä (esim. "tavarataloja", joissa on vain vaatteiden sovituskappaleet ja tuotteet tilataan netin välityksellä). Tällaisia näytemyymälöitä on jo esimerkiksi Saksassa.

Erikoiskaupassa myymälöiden valikoimat monipuolistuvat ja kasvavat. Tämä merkitsee mm. sitä, että myymäläkoko kasvaa ja kauppakeskukset vahvistuvat. Samalla erikoistuminen, niin yksittäisten myymälöiden kuin pienten kauppakeskustenkin, lisääntyy. Myös hybridikaupat lisääntyvät ja ”avaimet käteen -periaate” yleistyy. Nähtävissä on myös, että Suomeen tulee muutama suuri Outlet -keskus ja että hyvinvointi- ja vapaa-ajan palveluihin sekä elämyksellisyyteen liittyvä kauppa lisääntyy.

Tuusulassa muun Uudenmaan ja koko maan tapaan kaupan yleisenä kehitystrendinä on ollut kaupan keskittyminen ja palveluyksiköiden koon kasvu. Lisäksi pääteiden varsiin on syntynyt ja syntymässä uutta palvelutarjontaa ja tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Kaupallisten keskittyminen merkitys koko maassa onkin kasvanut ja kasvaa edelleen samalla kun irrallaan olevien myymälöiden asema heikkenee. Etenkin kaupunkirakenteeseen liittyvät kauppakeskukset menestyvät.

Tilaa vaativa erikoiskauppa on tällä hetkellä ja tulevaisuudessakin erittäin voimakkaasti kasvava erikoiskaupan toimiala. Tilaa vaativan kaupan alalle tulee jatkuvasti uutta tarjontaa ja uusia toimialakeskittymiä rakennetaan. Myös Tuusulassa tilaa vaativaan erikoiskauppaan kohdistuva ostovoima on voimakkaassa kasvussa.

4.2 Kaupan sijoittumisperiaatteet ja palveluverkko

4.2.1 Hyrylä on kunnan kaupallinen keskus

Tuusulan nykyinen kaupan palveluverkko muodostuu 14 päivittäistavaramyymälästä, kahdesta laajan tavaravalikoiman myymälästä ja 120 erikoiskaupan myymälästä, joista valtaosa sijoittuu Hyrylään. Myös jatkossa Hyrylä palvelee päivittäistavarakaupan, keskustahakuisen erikoiskaupan ja osaltaan myös tilaa vaativan erikoiskaupan keskuksena. Keskitetty kauppa pystyy parhaiten tarjoamaan monipuolisesti palveluitaan kaikille kuluttajaryhmille ja ennen kaikkea turvaamaan kuntalaisille laadukkaat palvelut. Hyrylän keskustan asema vahvana kauppapaikkana tulee turvata - Hyrylän roolina nyt ja tulevaisuudessa on olla kunnan kaupallinen pääkeskus, jossa on monipuolinen päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan tarjonta.

Hyrylässä asuu nykyisin noin 4 100 asukasta kilometrin etäisyydellä keskustasta. Kolmen kilometrin etäisyydellä asukkaita on jo 17 800. Kun lisäksi otetaan huomioon asuntorakentamisen mukanaan tuomat uudet asukkaat, lähtökohdat kaupan palvelujen säilymiselle ja kehittämiseksi ovat hyvät. Hyrylässä onkin suhteellisen monipuolinen päivittäistavaroiden tarjonta. Myös erikoiskaupan tarjonta on monipuolista, mutta ostovoimaa siirtyy muualle etenkin muotikaupassa, kodintekniikkakaupassa ja muussa erikoiskaupassa. Liiketilat sijaitsevat pääosin keskustassa, mutta osin ”hajallaan”. Tämä heikentää palvelujen saavutettavuutta kävelen.

Kehittämisen tavoitteeksi voidaan asettaa Hyrylän keskustan tiivistäminen, keskustatoimintojen lisääminen ja keskustahakuisen erikoiskaupan tarjonnan lisääminen. Tilaa vaativalle kaupalle pyritään osoittamaan sijaintipaikkoja ydinkeskustan ulkopuolelta, mm. Itäväylän ja Korverannantien varsilta. Kaupan palvelujen kehittäminen voi tarkoittaa nykyisten toimitilojen muutoksia ja laajennuksia sekä tarpeen mukaan toteutettavaa uusien toimitilojen rakentamista. Näin voidaan parhaiten hyödyntää olemassa olevia rakenteita (rakennukset, kunnallistekniikka jne.) sekä erilaisten palvelujen lähekkäisestä sijainnista syntyvää synergiaa (asiakkaat voivat hoitaa useita asioita yhdellä asiointikerralla).

Hyrylän keskustan kaupallinen asema saattaisi parantua entisestään ja kilpailuasetelma Focus -alueen kanssa tasoittua, mikäli Hyrylän keskustassa toimisi uusia ajanmukaisia päivittäistavaramyymälöitä. Ne voisivat toimia "vetureina", jotka tukisivat erikoiskaupan ja kaupallisten palvelujen toimintaa. Keskustan kehittämiseen vaikuttavat kuitenkin myös monet muut tekijät kuten:

- väestöpohjan vahvistaminen kaavoituksella ja kysyntää vastaavalla lisärakentamisella
- uusien toimitilatonttien kaavoittaminen ja/tai olemassa olevien tonttien käyttötarkoituksen muuttaminen kysynnän mukaan
- nykyisten liiketilojen uudistamistarpeen selvittäminen ja uudistamisen mahdollistaminen kaavamuutoksilla
- liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen toiminnan turvaaminen ja kehittäminen myymälöiden toimintaa tukevaksi (liikenteen sujuvuus ja pysäköintipaikkojen riittävyys)
- kevyen liikenteen yhteyksien parantaminen
- opastuksen parantaminen
- ympäristön viihtyisyyden parantaminen ja keskustan kehittäminen kokonaisuutena (kävely- ja autopainotteiset alueet, puistot, istutukset, katuvalaistus, liikkeiden mainoskyltit ja -valot, yleisten alueiden kunnossapito jne.)
- uusien liiketilojen sijoittaminen liikenteellisesti hyvin toimiviin paikkoihin, ei "pussin perälle"
- jatkuvan vuoropuhelun ylläpitäminen kauppiaiden, yrittäjien sekä kiinteistönomistajien ja -sijoittajien kanssa
- kaupallisten ja julkisten palvelujen sijoittaminen lähekkäin

Keskustasijainnin merkitys tulee entisestään kasvamaan ilmastomuutokseen varautumisen ja liikenteen vähentämistavoitteiden myötä. Keskustoissa kaupan palvelut ovat mahdollisimman monelle saavutettavissa myös kävelen/pyöräillen ja joukkoliikenteellä. Tavoitteellisessa palveluverkossa päivittäistavara- ja erikoiskaupan palvelut, muut kaupalliset palvelut sekä julkiset palvelut tulisi pyrkiä sijoittamaan tiiviisti toistensa läheisyyteen. Kaavoituksen tehtävä on hallita kokonaisuutta ja luoda kaupalle mahdollisimman hyvät toiminta- ja kehitysedellytykset.

4.2.2 Focus -alue täydentää Hyrylää

Focus -alueen rooli Tuusulan kaupan palveluverkossa on seudullinen tilaa vaativan kaupan keskittymä, joka täydentää Hyrylän keskustan kaupallista palvelutarjontaa. Tilaa vaativa erikoiskauppa tulee jatkossa sijoittumaan pääosin Focus -alueelle. Tilaa vaativan kaupan sijoittumisessa avainasioita ovat riittävän suuret tontit sekä hyvä saavutettavuus ja näkyvyys. Muu erikoiskauppa eli keskustahakuinen erikoiskauppa tulisi pyrkiä sijoittamaan Hyrylän keskustaan. Erikoiskaupassa kuluttajille tärkeitä asioita ovat monipuoliset valikoimat ja vertailumahdollisuudet. Riittävän monipuolisen valikoiman ylläpitäminen onnistuu parhaiten Hyrylässä.

Focus -alueelle soveltuvia, pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan toimialoja ovat esimerkiksi

- Factory Outlet -toiminta
- huonekalukauppa
- kodintekniikkakauppa
- rakentamis- ja sisustuskauppa
- puutarha-alan kauppa
- isojen vapaa-ajan tarvikkeiden kauppa

Suunnitelmien mukaan Focus -alueelle ei ole tulossa suurta päivittäistavaramyymälää eikä mittavassa määrin keskustahakuista erikoiskauppaa. Tämä ratkaisu mahdollistaakin parhaalla tavalla Focus -alueen ja Hyrylän keskustan toisiaan täydentävän kehittymisen. Iso päivittäistavaramyymälä voisi tosin toimia koko alueen veturina, mutta samalla sillä saattaisi olla haitallisia vaikutuksia nykyisten myymälöiden toimintaedellytyksiin. Kysymys on kuitenkin ainakin toistaiseksi lähinnä teoreettinen, sillä maakuntakaavamääräysten mukaan Focus -alueelle ei saa sijoittaa hypermarket -tyyppistä päivittäistavaramyymälää.

Focus -alueen osalta kaavoituksessa on tärkeää muistaa sen rooli seudullisena tilaa vaativan erikoiskaupan keskittymänä, joka palvelee tuusulalaisten lisäksi myös naapurikuntien asukkaita. Vetovoimaisen palvelukokonaisuuden ohella myös mm. liikenteellinen toimivuus ja pysäköinnin sujuvuus ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä. Myös saavutettavuus julkisella liikenteellä on hyvää ottaa aktiivisesti huomioon kauppakesittymää kehitettäessä.

4.2.3 Asuinalueiden lähikaupat täydentävät myymäläverkkoa

Etelä-Tuusulan nykyiset päivittäistavaramyymälät sijoittuvat Hyrylään, mutta suunnitelmien mukaan Lahelaan on tulossa kaksi uutta päivittäistavaramyymälää. Päivittäistavaroita tullaan todennäköisesti myymään myös Mäyräkorpeen, Korverannatielle ja Maantiekylään suunnitteilla olevilla liikenneasemilla. Nämä lähikaupat tulevat jatkossa täydentämään Etelä-Tuusulan päivittäistavarakaupan myymäläverkkoa.

Koko kuntaa ajatellen tärkeitä ovat myös Jokelassa, Kellokoskella ja Riikkalliossa toimivat päivittäistavaramyymälät, jotka toimivat asukkaiden lähikauppoina. Jokelassa ja Kellokoskella on myös vireillä uusia, nykytilannetta selvästi parantavia päivittäistavarakaupan hankkeita.

Tulevaisuudessa uusille ja täydentyville asuinalueille voi syntyä edellytykset päivittäistavaramyymälöiden toiminnalle, mikäli väestömäärä kasvaa riittävän suureksi (vähintään 2 000 - 3 000 asukasta). Riittävän väestöpohjan myötä voi syntyä edellytyksiä myös pienimittakaavaisille lähipalvelukeskitymille, joiden palvelutarjontaan voi päivittäistavarakaupan ohella kuulua esimerkiksi kukkakauppa ja lahjatavaraliike sekä kaupallisia palveluja kuten kampaamo, videovuokraamo, pizzeria jne.

4.3 Tavoitteellisen palveluverkon vaikutukset

Edellä kuvattu kolmesta pääelementistä (Hyrylä, Focus ja lähikaupat) koostuva kaupan tavoitteellinen palveluverkko tukee kaupan toiminta- ja kehitysedellytyksiä, vastaa alue- ja yhdyskuntarakenteen kehittymiselle kunnassa asetettuihin tavoitteisiin ja vähentää muihin kuntiin suuntautuvaa asiointiliikennettä. Kaupan palveluverkon kehittämisen kannalta oleellista on lisäksi vaikutus kaupan palvelujen saavutettavuuteen.

Saavutettavuuden käsite voidaan ymmärtää ja sitä voidaan mitata monin eri tavoin. Esimerkiksi etäisyys myymälään on helposti mitattavissa ja ymmärrettävissä, mutta se ei yksinään kerro koko totuutta. Lyhytkin kävely lähimpään myymälään voidaan kokea vaivalloisemmaksi kuin usean kilometrin ajomatka johonkin toiseen myymälään. Tämä kuvaa osuvasti liikkuvien ja suhteellisen helposti liikkumaan kykenevien kuluttajien kokemaa saavutettavuutta.

Muut kuin edellä mainitut kuluttajat voivat kokea saavutettavuuden hyvinkin eri tavalla. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi heikkokuntoiset vanhukset, liikuntarajoitteiset henkilöt ja autottomat (mukaan lukien mm. kotiäidit, joilla ei ole päivisin käytössään autoa). Tälle ryhmälle kulkutavan valinnan ohella ja jopa sijasta saavutettavuudessa voi olla kysymys myös asiointimahdollisuuksista. Tähän taas vaikuttavat mm. kauppamatkan pituus, palvelujen laatu, kulkuyhteydet ja -mahdollisuudet, käytettävissä olevat tulot ja myymälöiden hintataso.

Kaupan palvelujen saavutettavuutta voidaan siis tarkastella sekä fyysisenä ilmiönä (etäisyytenä myymälään) että koettuna saavutettavuutena, joka kuvaa asiaa pelkkää etäisyyttä moniulotteisemmin. Koettu saavutettavuus voidaan määritellä vaivaksi, jonka kotitalous kokee tavaroita hankkiessaan. Jos päivittäistavaroiden hankkiminen aiheuttaa paljon vaivaa, on saavutettavuus huono, mikäli se aiheuttaa vähän vaivaa, on saavutettavuus hyvä (Spåre ja Pulkkinen 1997).

Erikoistavaroiden koetulla saavutettavuudella tarkoitetaan kotitalouksille erikoistavaroiden hankkimisesta aiheutuvaa vaivaa, ajankäyttöä ja kustannuksia (Pulkkinen ja Spåre 1999). Kuluttajille tärkeitä asioita ovat lisäksi tiedon saanti tuotteesta, valikoimat ja vertailumahdollisuudet. Viimeksi mainittujen tekijöiden merkitys painottuu erikoiskaupassa selvästi päivittäistavarakauppaa enemmän.

Etelä-Tuusulan tavoitteellisen palveluverkon toteutuessa alueen päivittäistavarakaupan ja etenkin erikoiskaupan palvelutarjonta lisääntyy ja monipuolistuu merkittävästi. Tämä merkitsee ensinnäkin koetun saavutettavuuden paranemista sekä päivittäistavarakaupassa että erikoiskaupassa. Myös fyysinen saavutettavuus paranee. Erikoiskaupassa muutos on merkittävä, sillä pääkaupunkiseudun liikkeiden sijasta osa erikoiskauppaan kohdistuvasta asiointista voidaan tehdä Tuusulassa. Päivittäistavarakaupan osalta fyysisessä saavutettavuus paranee uusien myymälöiden myötä.

5 LÄHDELUETTELO

A.C.Nielsen Finland Oy (2008). Myymälä-, huoltoasema- ja halpahalvirekisteri 2007.

Kuuma-kunnat (2007). Kehitys- ja ympäristökuva. Kuuma-kunnat ja Suunnittelukeskus Oy.

Pulkkinen, Matti ja Harri Spåre (1999). Erikoistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus. LTT-tutkimus Oy. Sarja B 151. Helsinki 1999.

Santasalo, Tuomas ja Heli Heusala (2002). Erikoiskauppa kaavoituksessa. Tuomas Santasalo Ky. Hakapaino Oy. Helsinki.

Spåre, Harri ja Matti Pulkkinen (1997). Päivittäistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus. Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos. Sarja B 139. Helsinki 1997.

Tilastokeskus (2008). Toimipaikkarekisteri.

Tuusulan kunta (2009). Focus-alueen osayleiskaava. Yleiskaavaselostus/ehdotus.

Tuusulan kunta (2008). Tuusulan kunnan kaavoituskatsaus 2008.

Tuusulan kunta (2007). Hyrylän itäisen ohikulkutien yleissuunnitelman lähtökohtien selvitys - Tuusulan keskustan tieverkko selvitys. Tuusulan kunta, Tiehallinto ja Linea Konsultit Oy.

Uudenmaan liitto (2009). Uudenmaan kaupan palveluverkon selvitys, luonnos. Uudenmaan liitto ja FCG Planeko Oy.

Uudenmaan liitto (2007): Uudenmaan maakuntakaava, selostus. Uudenmaan liiton julkaisu A17 - 2007.

Ympäristöministeriö (2004). Kauppa kaavoituksessa. Ympäristöopas 115. Ympäristöministeriö, Alueidenkäytön osasto. Edita Prima Oy. Helsinki.

Liite 1. Erikoiskaupan toimialaryhmät ja toimialat (Tilastokeskuksen toimialaluokitus TOL 2002)

Alkot ja apteekit ym.

- 5225 Alkoholi- ja muiden juomien vähittäiskauppa
- 5231 Apteekit
- 5232 Terveystarvikkeiden vähittäiskauppa
- 5233 Kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa

Muotikauppa

- 52421 Naisten vaatteiden vähittäiskauppa
- 52422 Miesten vaatteiden vähittäiskauppa
- 52423 Turkisten ja nahkavaatteiden vähittäiskauppa
- 52424 Lastenvaatteiden vähittäiskauppa
- 52425 Lakkien ja hattujen vähittäiskauppa
- 52429 Vaatteiden yleisvähittäiskauppa
- 52431 Jalkineiden vähittäiskauppa
- 52432 Laukkujen vähittäiskauppa

Muu erikoiskauppa

- 52411 Kankaiden vähittäiskauppa
- 52412 Lankojen ja käsityötarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52413 Kodintekstiilien vähittäiskauppa
- 52442 Muu sisustustekstiilien ja -tarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52443 Sähkötarvikkeiden ja valaisimien vähittäiskauppa
- 52444 Kumi- ja muovitavaroiden vähittäiskauppa
- 52445 Taloustarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52452 Soittimien ja musiikkitarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52471 Paperi- ja toimistotarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52472 Kirjojen vähittäiskauppa
- 52473 Aikakausjulkaisujen ja lehtien vähittäiskauppa, lehtioskot
- 52481 Kukkien vähittäiskauppa
- 52482 Kukkakioskit
- 52484 Taideliikkeet
- 52485 Valokuvausalan vähittäiskauppa
- 52486 Optisen alan vähittäiskauppa
- 52487 Kultasepänteosten ja kellojen vähittäiskauppa
- 52488 Urheilualan vähittäiskauppa
- 52489 Mattojen vähittäiskauppa
- 52494 Lemmikkieläinten vähittäiskauppa
- 52495 Leikkikalujen ja askartelutarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52496 Lastenvaunujen ja -tarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52497 Lahjatavaroiden vähittäiskauppa
- 52499 Muualla mainitsematon vähittäiskauppa
- 52501 Antiikkiliikkeet
- 52502 Antikvariaattikauppa
- 52509 Muiden käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppa

Huonekalukauppa

- 52441 Huonekalujen vähittäiskauppa

Kodintekniikka- ja tietotekninen erikoiskauppa

- 52451 Kodinkoneiden ja viihde-elektroniikan vähittäiskauppa
- 52492 Tietokone- ja -laitteistojen vähittäiskauppa
- 52493 Tietoliikennevälineiden ja toimistokoneiden vähittäiskauppa

Rautakauppa

- 52461 Rauta- ja rakennustarvikkeiden yleisvähittäiskauppa
- 52462 Maalien vähittäiskauppa
- 52463 Keittiö- ja saniteettitilojen kalusteiden vähittäiskauppa
- 52464 Lukkoseppä- ja avainliikkeet
- 52469 Muu rauta- ja rakennusalan vähittäiskauppa

Muu tilaa vaativa kauppa

- 52483 Puutarha-alan vähittäiskauppa
- 52491 Veneiden ja veneilytarvikkeiden vähittäiskauppa
- 52498 Tapettien ja lattiapäällysteiden vähittäiskauppa