
KAUPALLINEN SELVITYS

20602252
IIN KUNTA

KAUPALLINEN SELVITYS IIN KUNNAN ALUEELLE - PAINOPISTEENÄ PENTINKANKAAN ALUE



17.5.2019
SWECO YMPÄRISTÖ OY
TURKU

Sisältö

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 1 | TYÖN TARKOITUS | 1 |
| 2 | NYKYTILAN KUVAUS | 2 |
| 2.1 | Nykyinen myymäläverkko | 2 |
| 2.2 | Kaupan palvelujen saavutettavuus | 5 |
| 2.3 | Ostovoima ja ostovoiman siirtymä..... | 8 |
| 3 | KEHITYSNÄKYMIEEN ANALYYSI | 9 |
| 3.1 | Kaupan kehitystrendit | 9 |
| 3.2 | Ostovoiman kehitys ja liiketilatarve | 11 |
| 3.3 | Kaupan kehittämissuunnitelmat ja investointihankkeet | 13 |
| 4 | KAUPAN TOIMINTA- JA KEHITYSEDELLYTYKSET PENTINKANKAAN ALUEELLA..... | 15 |
| 4.1 | Pentinkankaan alue | 15 |
| 4.2 | Kilpailuasetelma ja vaikutukset läheisen kuntakeskuksen kehittämiseen .. | 17 |
| 4.2.1 | Kilpailuasetelma | 17 |
| 4.2.2 | Vaikutukset kuntakeskuksen kehittämiseen | 18 |
| 4.3 | Tilaa vaativa kaupan alue ja liikenteellinen saavutettavuus | 21 |
| 4.4 | Kuntastrategian mukaiset tavoitteet ja alueen kehittämissuosituksset | 22 |
| 5 | LÄHTEITÄ | 24 |

Kannen kuva: GoogleMaps

1 TYÖN TARKOITUS

Työn tarkoituksena on tehdä kaupallinen selvitys lin kunnan alueelle, jossa painopisteenä on erityisesti Pentinkankaan alue. Keskeinen kysymys on, miten kaupallista toimintaa ja palveluja tulisi Pentinkankaan alueella kehittää suhteessa keskusta-alueeseen. Työssä selvitetään nykytila ja arvioidaan tulevaisuuden tarpeita, sekä tarkastellaan edellytyksiä erityisesti tilaa vaativan erikoistavarankaupan näkökulmasta.

Kaupallinen selvitys muodostuu kolmesta osa-alueesta:

1. Nykytilan kuvaus

- Nykyinen myymäläverkko
- Kaupan palvelujen saavutettavuus
- Ostovoima ja ostovoiman siirtymä

2. Kehitysnäkymien analyysi

- Kaupan kehitystrendit
- Kaupan kehittämissuunnitelmat ja investointihankkeet
- Ostovoiman kehitys ja liiketilatarve

3. Kaupan toiminta- ja kehitysedellytykset Pentinkankaan alueella:

- Kilpailuasetelma ja vaikutukset läheisen kuntakeskuksen kehittämiseen
- Tilaa vaativa kaupan alue ja liikenteellinen saavutettavuus
- Kuntastrategian mukaiset tavoitteet ja alueen kehittämissuosituks

Selvitystyön tuloksia voidaan hyödyntää Pentinkankaan kaupallisten palvelujen kehittämiseen kuntastrategian tavoitteiden mukaisesti. Selvityksen on toteuttanut KTT Nina Aarras yhteistyössä lin kunnan kanssa.

2 NYKYTILAN KUVAUS

2.1 Nykyinen myymäläverkko

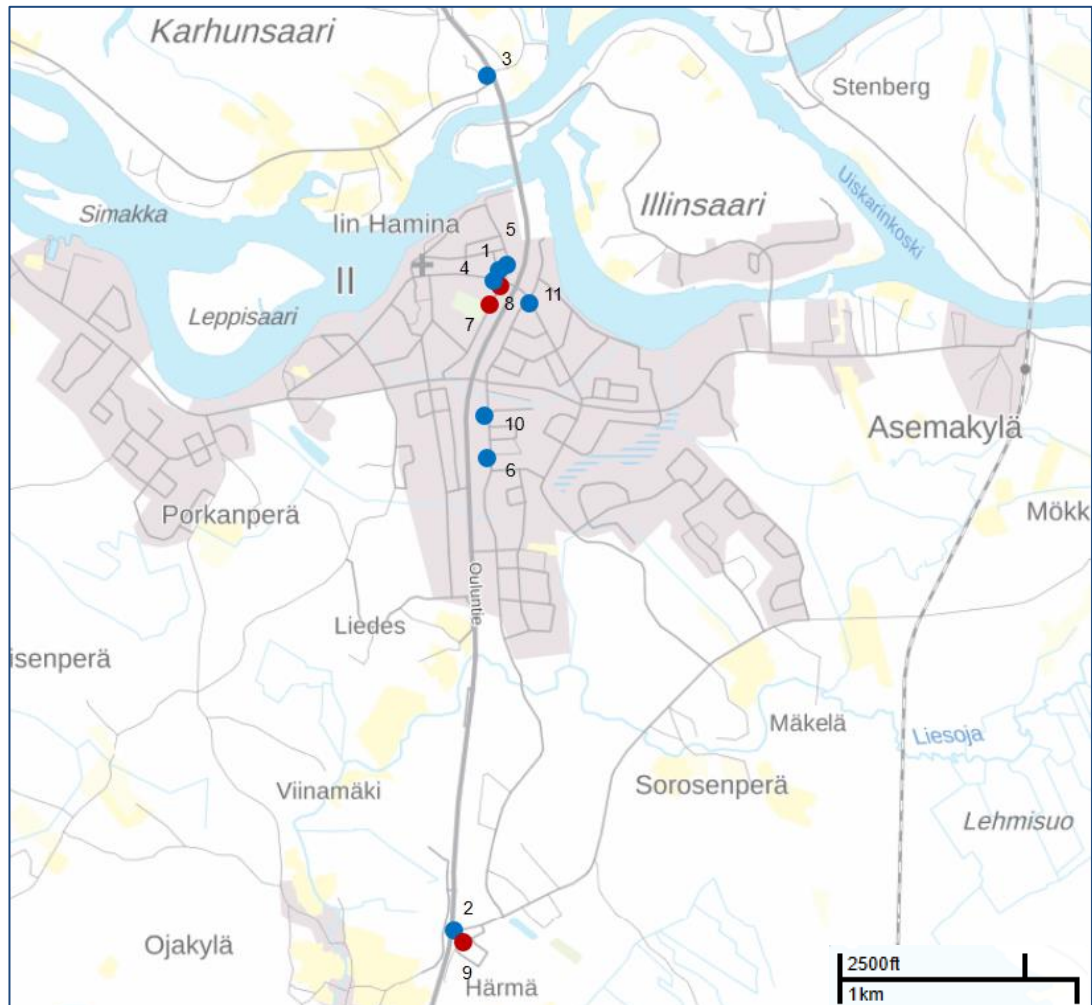
Vähittäiskauppa toimialana jaetaan päivittäistavarakauppaan ja erikoiskauppaan sekä kolmantena suurena toimialakokonaisuutena autokauppaan. Nämä päätoimialat jakautuvat lisäksi useisiin alaryhmiin. Päivittäistavarakauppa on elintarvikkeiden, juomien, kosmetiikkatuotteiden, pesuaineiden sekä muiden päivittäin käytettävien hyödykkeiden vähittäiskauppa. Päivittäistavarakaupan myymälätyyppejä ovat supermarketit, valintamyymälät, lähikaupat, kyläkaupat, kioskit ja elintarvikkeiden erikoiskaupat sekä hypermarketit ja tavaratalot. Hypermarketeissa ja tavarataloissa päivittäistavaroiden ja käyttötavaroiden myyntiosuudet vaihtelevat myymälän konseptin mukaan. Suomessa kaksi kolmasosaa päivittäistavaroiden markkinoista kulkee nykyään suurten myymälöiden eli hypermarkettien, tavaratalojen ja suurten supermarkettien kautta. (Santasalo ja Koskela 2015.)

lin kunnan kaupan palveluverkko muodostui vuonna 2016 viidestä päivittäistavaramyymälästä, yhdestä laajan tavaravalikoiman myymälästä, 17 erikoiskaupan myymälästä, viidestä autokaupan myymälästä ja 7 huoltoasemasta. Pentinkankaan alueella toimii lin tällä hetkellä ainoa vähittäiskaupan suuryksiköksi luokiteltava kaupparakennus, Tavaratalo Kärkkäinen (10 000 k-m²). Asemankylän alueella ei ole tällä hetkellä kaupallisia palveluja. Alue tukeutuu lin keskustaajaman palveluihin. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030.)

lin kunnan kaupan palveluverkko 2016:

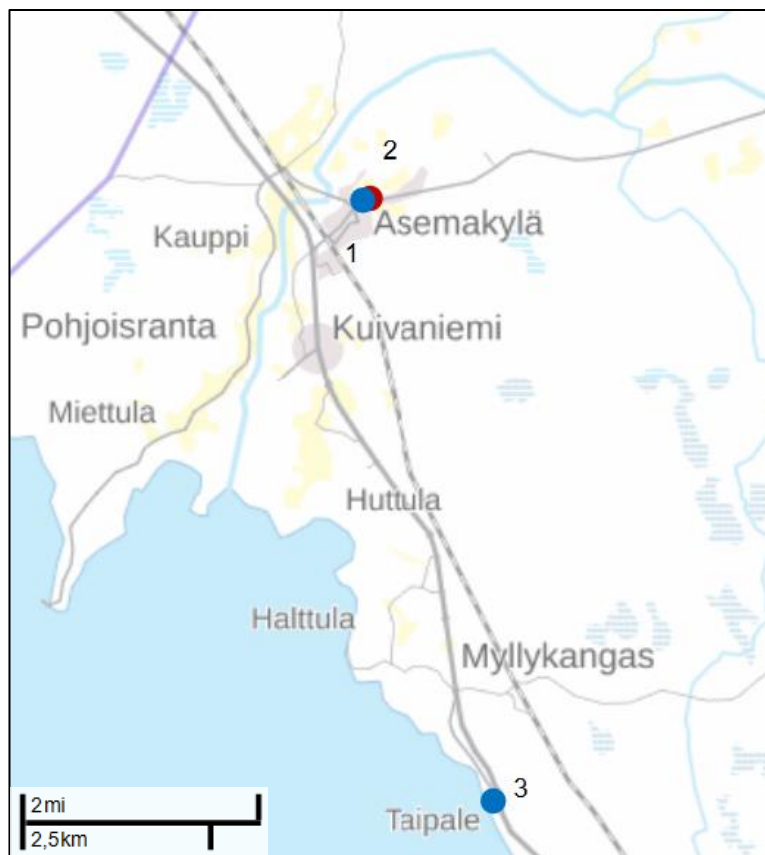
- 5 päivittäistavaramyymälää
- 1 laajan tavaravalikoiman myymälä
- 17 erikoiskaupan myymälää
- 5 autokaupan myymälää
- 7 huoltoasemaa

Seuraavissa kartoissa (kuva 1 ja kuva 2) on kuvattu lin vähittäiskaupan palvelujen sijoittumista. Elintarvikemyymälät näkyvät punaisena pisteenä ja muut myymälät sinisenä. Karttaa tarkastelemalla voidaan huomata, että lin vähittäiskaupan palvelut sijoittuvat pääosin keskustaajamaan.



| | Iin vähittäiskaupan palveluja | | Osoite |
|----|------------------------------------|------------------------------------|------------------------|
| 1 | Iin Apteekki | Apteekki | Laurintie 2, 91100 Ii |
| 2 | Kärkkäinen Ii | Tavaratalo | Sorosentie 2, 91100 Ii |
| 3 | Kalaliike H. Kuha | Kalakauppa | Konintie 4 a, 91100 Ii |
| 4 | Kulta-aalto | Korut, lahjatavarat | Kirkkotie 1, 91100 Ii |
| 5 | Kukkakauppa A. Kova Oy | Kukkakauppa | Haminantie 1, 91100 Ii |
| 6 | T:mi Seppo Keltamäki | Hiihto- ja suunnistustarvikekauppa | Kauppatie 14, 91100 Ii |
| 7 | S-market Ii | Elintarvikkeita | Kisatie 2, 91100 Ii |
| 8 | K-market Ii | Elintarvikkeita | Kisatie 1, 91100 Ii |
| 9 | K-market, autokeidas | Elintarvikkeita | Sorosentie 2, 91100 Ii |
| 10 | Iin Autotarvike | Autotarvikkeita | Kauppatie 6, 91100 Ii |
| 11 | Luontaistuntija Ii - Iin kemikalio | Luontaistuotteet, tekstiilit | Laksontie 1, 91100 Ii |

Kuva 1 Iin vähittäiskaupan palveluja (lähteet www.visitii.fi ja www.ii.fi).



| | Iin vähittäiskaupan palveluja, Kuivaniemi | | Osoite |
|---|---|-------------------------------------|--|
| 1 | Sale, Kuivaniemi | Elintarvikkeita | Kuivajoentie 15, 95100 Kuivaniemi |
| 2 | Kukka ja Kemikalio Pirtti | Lahjatavarat, kukat | Kuivajoentie 13 A 2, 95100 Kuivaniemi |
| 3 | Sievin Savi shop | Lahjatavarat, keramiikka, kengät | Rynkyntie 9, 95100 Kuivaniemi |

Kuva 2 lin vähittäiskaupan palveluja Kuivaniemessä (lähteet www.visitii.fi ja www.ii.fi).

2.2 Kaupan palvelujen saavutettavuus

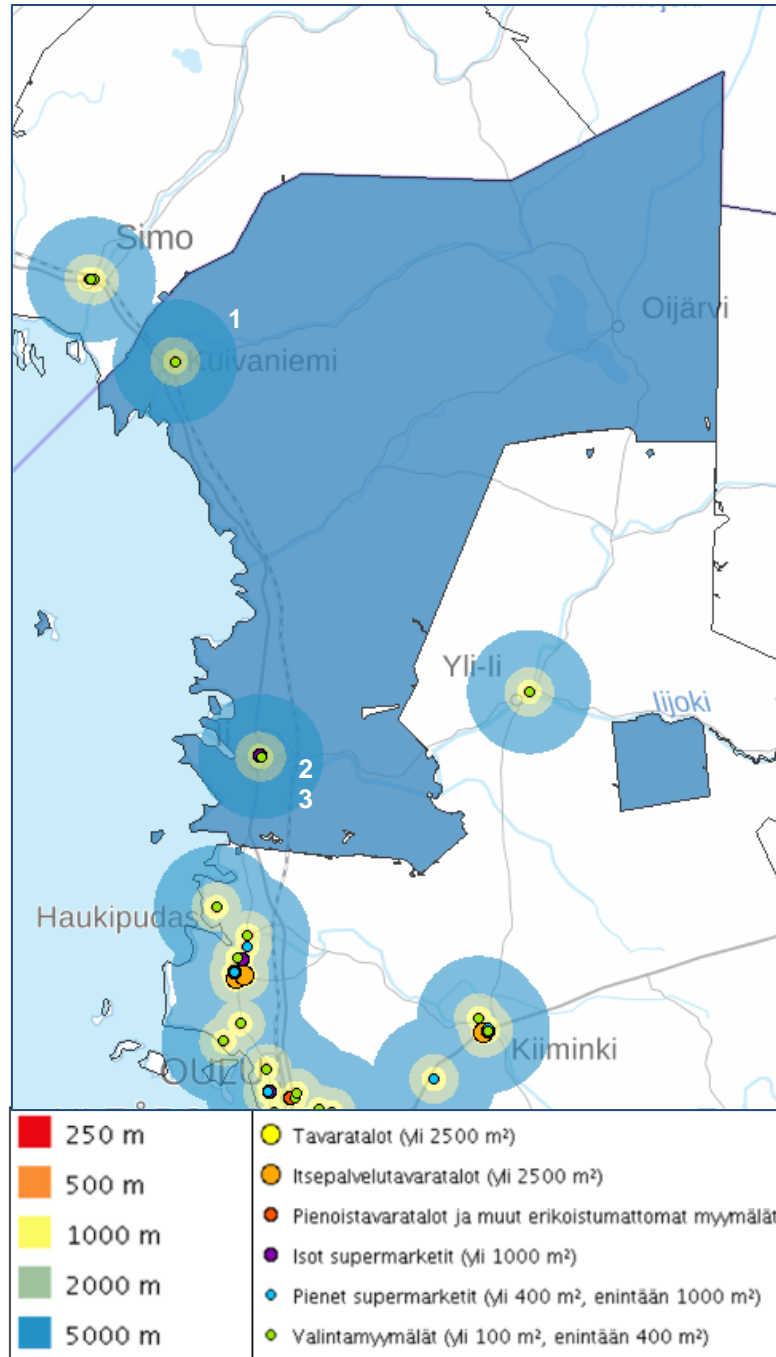
Hyvä saavutettavuus ja asiointin helppous ovat tärkeitä päivittäistavarakaupan menestystekijöitä myös tulevaisuudessa. Kaupan palvelujen liikenteellinen saavutettavuus on yksi menestyvän kauppapaikan avaintekijöistä. Viime aikoina on alettu yhä enemmän kiinnittää huomiota autolla saavutettavuuden lisäksi myös hyvään saavutettavuuteen joukkoliikenteellä sekä kävellen/pyöräillen. Tämä tukee kaupunkirakenteeseen liittyvien kauppapaikkojen menestymismahdollisuuksia.

Saavutettavuus joukkoliikenteellä ja kävellen/pyöräillen on tulevaisuudessa entistä tärkeämpää pyrittäessä hillitsemään ilmastonmuutosta ja vähentämään liikennettä. Yhdyskuntarakenteen eheyttäminen on tärkeää myös lähipalveluiden saatavuuden ja aluetalouden näkökulmista. Lin kunnassa yhdyskuntarakenteen eheyttämistä toteutetaan muun muassa täydennysrakentamalla keskustaajamaa ja Kuivaniemen taajamaa, sekä sijoittamalla uudet asuinalueet mahdollisimman suurelta osin olemassa olevien asuinalueiden yhteyteen. Yhdyskuntarakenteen eheyttämisen näkökulmasta tärkeitä ovat etenkin voimassa olevat lin keskustaajaman osayleiskaava ja lin keskustaajaman osayleiskaavan laajennus (Asemakylän osayleiskaava), joissa on osoitettu uusia asuntoalueita. (Lin maapoliittinen ohjelma 2018-2022.)

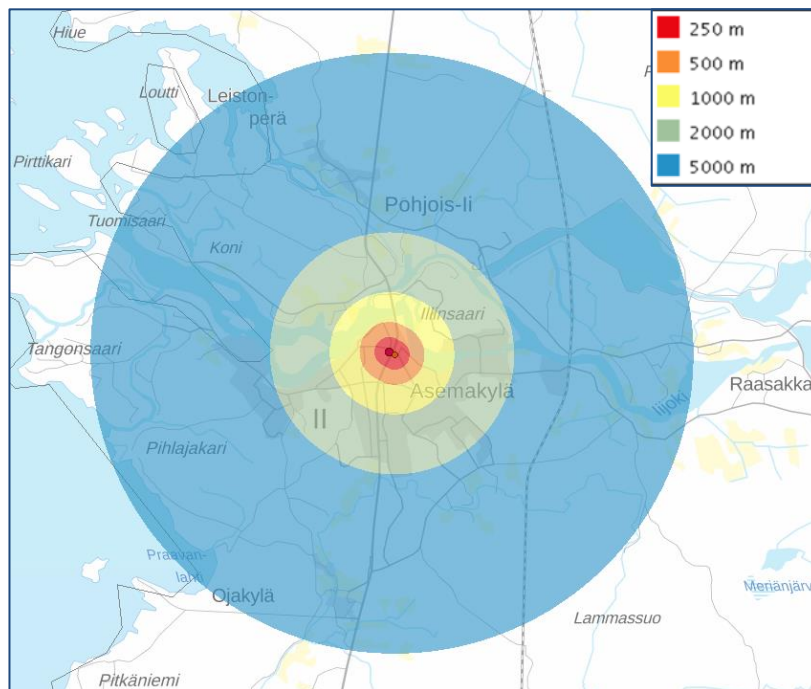
Päivittäistavarakaupat hakeutuvat lähelle asukkaita ja tiiviisiin väestökeskittymiin. Toisaalta suuria supermarketteja saattaa olla myös keskustojen ulkopuolella, paikoissa, jotka ovat autolla hyvin saavutettavissa. Päivittäistavarakaupan sijoittumisen kriteerejä ovatkin asukasmäärä sekä helppo saavutettavuus. Päivittäistavarakaupat pystyvät toimimaan ilman muuta vähittäiskaupan verkkoa, mutta usein päivittäistavarakauppojen yhteyteen sijoittuu myös muita palveluita vahvistamaan kauppapaikan vetovoimaa. (Santasalo ja Koskela 2015.)

Erikoiskauppa hakeutuu toimialan luonteesta riippuen erilaisiin kaupallisiin keskuksiin kuten kaupunkien ja kuntien keskustoihin, kävelykaduille, kauppakeskuksiin sekä erillisiin kauppakeskittymiin. Erikoiskauppa pyrkii sijoittumaan lähelle toisia kauppia. Keskittyminen muiden liikkeiden läheisyyteen tarjoaa erikoiskaupalle synergia- ja saavutettavuusetuja. Tietty erikoiskaupan toimialat sijoittuvat tyypillisesti keskustoihin tai kauppakeskuksiin, paikkoihin, missä myös kilpailijat toimivat. Tilaa vaativan kaupan toimialat kuten rautakauppa, huonekalu- sekä autokauppa ovat hakeutuneet kaupunkien reuna-alueille omiksi keskittymiksi, jotka ovat myös liikenteellisesti hyvin saavutettavissa. (Santasalo ja Koskela 2015.)

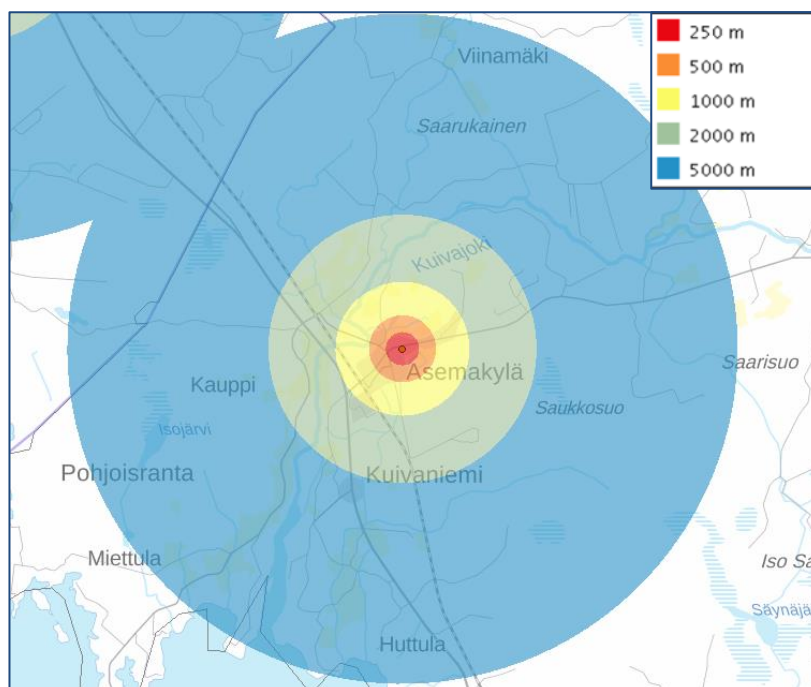
Päivittäistavarakaupan sijainti vaikuttaa keskeisesti kuluttajan ostospaikan valintaan. Päivittäistavarakaupan palveluiden saavutettavuutta tarkastellaan usein muiden palveluiden tapaan fyysisen saavutettavuuden näkökulmasta, eli miten kaukana palvelut sijaitsevat kuluttajasta. Pääasiallisesti käytetty ostospaikka ei silti välttämättä sijaitse fyysisesti lähimpänä. Ostoksia tehdään myös esimerkiksi työmatkojen yhteydessä, jolloin pääasiallisesti käytetty kauppa voi sijaita kilometrien päässä kodista ja sen lähimmästä palveluista. (Kohijoki 2013.) Seuraavissa kuvissa (3,4 ja 5) on tarkasteltu päivittäistavarakauppojen saavutettavuutta.



Kuva 3 Päivittäistavarakaupan saavutettavuusvyöhykkeet (Lähde: SYKE/Liiteri, 2018).



Kuva 4 Päivittäistavara-kaupan saavutettavuusvyöhykkeet, lin keskusta (Lähde: SYKE/Liiteri, 2018).



Kuva 5 Päivittäistavara-kaupan saavutettavuusvyöhykkeet, Kuivaniemi (Lähde: SYKE/Liiteri, 2018).

2.3 Ostovoima ja ostovoiman siirtymä

Ostovoima ja ostovoiman kehitys muodostavat perustan kaupan palveluverkon kehittymiselle ja kaupan investoinneille. Ostovoimalla mitataan sitä, kuinka paljon hyödykkeitä käytettävissä olevalla varallisuudella voi ostaa.

Ostovoimalla määritellään vähittäiskaupan markkinoiden arvo alueellisesti. Ostovoima asukasta kohden taas kuvaa kulutuksen tasoa kullakin alueella. Ostovoimatutkimus tuottaa alueellista tietoa vähittäiskauppaan kohdistuvasta ostovoimasta. Se kuvaa alueellista asukkaiden ostovoimaa vähittäiskaupan eri toimialoilla. Ostovoimatieto kuvaa alueittain alueella kauppaan kohdistuvaa kuluttajien ostovoimaa vuodessa.

Vuonna 2015 vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima oli Pohjois-Pohjanmaalla 2 571 milj. €, josta päivittäistavara-kauppaan kohdistui 1 240 milj. €. Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima asukasta kohden oli puolestaan 6 318 €/asukas, josta päivittäistavara-kauppaan kohdistui 3 047 €/asukas. (Santasalo Ky 2015.) Iin kunnan alueelle kohdistuvan vähittäiskaupan ostovoiman kehitystä arvioitiin Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvityksessä (taulukko 1).

Taulukko 1 Arvio kauppaan kohdistuvasta ostovoimasta vuonna 2016, milj.€

| Arvio ostovoimasta 2016, milj. € | Päivittäistä-varakauppa | Muu erikois-kauppa | Tilaa vaativa kauppa | Auto-kauppa ja huoltamot | Kauppa yhteensä |
|----------------------------------|-------------------------|--------------------|----------------------|--------------------------|-----------------|
| Ii | 29 | 22 | 10 | 23 | 84 |

Kun kuluttajien ostovoimaa tarkastellaan alueellisesti, niin keskeinen kysymys on, missä kuluttajien ostovoima toteutuu vähittäiskaupan myyntinä. Kuluttajat tekevät pääosin ostoksensa oman markkina-alueensa kaupoissa, mutta siirtävät myös osan ostovoimastaan markkina-alueen ulkopuolisiin kauppakeskittyymiin tai verkkokauppaan. (Santasalo ja Koskela 2015.)

Ostovoiman siirtymä lasketaan vähentämällä alueella tapahtuvasta myynnistä alueen väestön ostovoima. Mikäli ostovoima on myyntiä suurempi, tapahtuu alueelta ostovoiman ulosvirtaamista (ostovoiman siirtymä on negatiivinen). Jos taas myynti on ostovoimaa suurempaa, virtaa alueelle ostovoimaa muualta (ostovoiman siirtymä on positiivinen). Ostovoiman siirtymä kuvaa alueen kaupallista vetovoimaa ja omavaraisuutta. Se sisältää kaiken tarkasteltavalle alueelle alueen ulkopuolelta tulevan ostovoiman: vaikutusalueen asukkaiden, matkailijoiden, loma-asukkaiden ja ohikulkuliikenteen ostovoiman.

Iin kunnan alueella ostovoiman nettosiirtymä on ollut negatiivinen. Vuonna 2016 päivittäistavara-kaupan ostovoiman nettosiirtymä oli – 18%. Erikoiskaupan ostovoiman nettosiirtymä oli – 10% vuonna 2015. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030.) Nettosiirtymää selittää osittain työmatkapedelöinti. Lähes 1 300 iiläistä matkaa päivittäin listä Ouluun töihin. Kuusi kymmenestä iiläisestä pendelöi vakituisesti töihin tai kouluun Ouluun. (Mikkola 2017.) On luontevaa, että samalla tehdään Oulussa myös ostoksia.

3 KEHITYSNÄKYMIIEN ANALYYSI

3.1 Kaupan kehitystrendit

Pitkän aikasarjan tarkastelu kertoo havainnollisesti, miten kulutuksen muutos on muuttanut kaupan rakennetta, kun elämisen perustuotteiden eli päivittäistavaroiden merkitys kulutuksessa on pienentynyt. Erikoistavaroiden ja palveluiden kysynnän vahvistuminen on lisännyt erikoiskaupan ja palveluiden tarjontaa. Yhä pienempi osa kulutusmenoistamme kohdistuu nykyään välttämättömyyshyödykkeisiin. Kulutusmarkkinoiden kehitys näyttää johtavan tulevaisuudessa siihen, että yhä suurempi osuus kulutuksestamme kohdistuu tulevaisuudessa palveluihin ja niihin liittyviin tavarihin. Siksi kaupankin on sopeuduttava ja myytävä tavaroiden lisäksi yhä enemmän palvelua. (Santasalo ja Koskela 2015.)

Päivittäistavarakaupassa hypermarketit ja isot supermarketit säilyttävät asemansa myös lähitulevaisuudessa. Markkinoille tulee myös aiempaa pienempiä hypermarketteja. Päivittäistavarakaupassa viime vuosien aikana on voitu havaita, että on alettu perustaa uusia pienmyymälöitä. Laadukkaiden pienmyymälöiden merkitys on ollut kasvussa ja kasvaa edelleen tulevaisuudessa. Suurten ja pienten myymälöiden merkityksen kasvaessa keskikokoisten päivittäistavaramyymälöiden asema heikkenee. Kehityksessä on kuitenkin alueellisia eroja.

Kuluttajakentän muutosten, kuten väestön ikääntymisen ja pienten kotitalouksien yleistymisen myötä, myös asuinalueiden lähikauppojen tarve lisääntyy. Lisäksi myymälöiden erikoistumisen ja profiloitumisen merkitys kasvaa. Samalla liikenneasemamyymälöiden, Deli-tyyppisten myymälöiden ja 24/7-kauppaketjujen kysyntä kasvaa. Verkkokaupan merkitys tulee pitkällä ajanjaksolla kasvamaan myös päivittäistavarakaupassa. Edellytyksenä kuitenkin on, että kuljetuspalvelut kehittyvät logistisesti ja taloudellisesti kannattavaksi. Nettikaupan ja vähittäiskaupan yhdistelmät yleistyvät tulevaisuudessa. Myymälä voi olla verkkokauppaa tukeva nouto- ja palautuspiste. Digitalisoituminen vaikuttaa lähes kaikkiin kaupan toimintoihin: ostamiseen, logistiikkaan, verkkokauppasovelluksiin ja uudenlaiseen asiakaspalveluun myymälöissä.

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. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa on kehittynyt myös myymälöitä, joissa oman alan tuotevalikoiman lisäksi myydään muita tuotteita, esimerkiksi polkupyöriä kodinkoneliikkeessä. Nähtävissä on myös, että elämyksellisyyteen liittyvä kauppa lisääntyy. Kauppa elää tapahtumista ja myymälätilojen käyttötapa muuttuu ja kehittyä samalla elämyksellisemmäksi.

Kaupan rakennemuutokset ovat havaittavissa selkeimmin myymäläverkon muotoutumisena. Kauppa kehittää ja uudistaa olemassa olevia myymälöitään mahdollisuuksien mukaan sekä avaa uusia myymälöitä alueille, joihin on muodostunut selkeä markkina-aukko. Osa myymälöistä kuitenkin suljetaan kannattamattomina muun muassa epäedullisen sijainnin tai väestöpohjan vähentymisen vuoksi. (Kohijoki 2013.)

Kaupan yleisenä kehitystrendinä koko maassa on ollut kaupan keskittyminen ja palveluyksiköiden koon kasvu. Lisäksi pääteiden varsiin on syntynyt ja syntymässä tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Kaupallisten keskittymien merkitys on kasvanut ja kasvaa edelleen samalla kun irrallaan olevien myymälöiden asema heikkenee. Kaupunkirakenteeseen liittyvät kauppakeskukset ja kaupan keskittymät menestyvät. Päivittäistavarakauppojen ja erikoiskaupan ketjujen sijoittuminen keskusten yhteyteen parantaa niiden toimintaedellytyksiä. Tilaa vaativa erikoiskauppa mukaan lukien laajan tavaravalikoiman myymälät (halpahintamyymälät) on nyt ja tulevaisuudessa voimakkaasti kasvava erikoiskaupan toimiala. Tilaa vaativan kaupan alalle tulee jatkuvasti uutta tarjontaa ja uusia toimialakeskittymiä rakennetaan.

Hyvä saavutettavuus ja asiointin helppous ovat tärkeitä päivittäistavarakaupan menestystekijöitä myös tulevaisuudessa. Kaupan palvelujen liikenteellinen saavutettavuus on yksi menestyvän kauppapaikan avaintekijöistä. Viime aikoina on alettu yhä enemmän kiinnittää huomiota autolla saavutettavuuden lisäksi myös hyvään saavutettavuuteen joukkoliikenteellä sekä kävellen/pyöräillen. Tämä tukee kaupunkirakenteeseen liittyvien kauppapaikkojen menestymismahdollisuuksia. Saavutettavuus joukkoliikenteellä ja kävellen/pyöräillen on tulevaisuudessa entistä tärkeämpää pyrittäessä hillitsemään ilmastonmuutosta ja vähentämään liikennettä.

Ostovoiman kasvun vuoksi kaupan ja erityisesti erikoiskaupan liiketilan tarve kasvaa. Tilantarpeen lisäys voidaan ratkaista sekä nykyisiä tiloja laajentamalla että uusia yksiköitä ja kaupan keskittymiä rakentamalla. Kaupan uusiutumissykli on muuta rakentamisen sykliä nopeampaa, noin 15 vuotta. Tämän vuoksi yhdyskuntarakenteesta irrallaan olevan suurmyymälän ympärille syntyvä muu rakentaminen saattaa jäädä ”isännättömäksi”, kun suur-yksikön elinkaari päättyy. Nykyiseen rakenteeseen liittyvät suurinvestoinnit ovat tässä mielessä riskittämpiä kaupan tilanteen muuttuessa ja rakennusten mahdollista uusiokäyttöä ajatellen.

3.2 Ostovoiman kehitys ja liiketilatarve

Ostovoiman kehitys vuoteen 2030 ja vuoteen 2040 mennessä on arvioitu väestöennusteen ja yksityisen kulutuksen kasvuarvioiden pohjalta. Väestöennusteena on käytetty Tilastokeskuksen väestöennustetta (2015). Yksityisen kulutuksen kasvuarviona on käytetty päivittäistavara-kaupassa 1 % /vuosi ja erikoiskaupassa 2 % /vuosi. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvitys, 2017.)

Taulukko 2 Arvio kauppaan kohdistuvasta ostovoiman kehityksestä, milj. € (vuoden 2016 rahassa).

| Arvio kauppaan kohdistuvasta ostovoimasta, milj. € | Arvio ostovoimasta vuonna 2030 | Arvio ostovoimasta vuonna 2040 | Arvio ostovoiman kehityksestä vuosina 2016 - 2040 |
|--|--------------------------------|--------------------------------|---|
| Päivittäistavara-kauppa | 36 | 39 | 10 |
| Muu erikoiskauppa | 30 | 37 | 15 |
| Tilaa vaativa kauppa | 14 | 17 | 7 |
| Autokauppa ja huoltamot | 33 | 40 | 16 |
| Kauppa yhteensä | 112 | 133 | 48 |

lin oman väestön ostovoiman mukainen paljon tilaa vaativan erikoiskaupan ja autokaupan laskennallinen liiketilatarve on vuonna 2040 arviolta noin 18 000 k-m². lin nykyinen tilaa vaativan erikoiskaupan ja autokaupan pinta-ala on karkeasti arvioiden noin 2 000 k-m² (SYKE). Mikäli tavoitteena olisi kysynnän ja tarjonnan tasapaino, tarvittaisiin lissä uutta paljon tilaa vaativan erikoiskaupan ja autokaupan liiketilaa noin 16 000 k-m². Kaupan alueiden liikenteellinen sijainti mahdollistaa kuitenkin oman väestön lisäksi myös ohikulkuliikenteen ostovoiman hyödyntämisen. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvitys, 2017.)

Taulukko 3 Laskennallinen liiketilatarve vuonna 2040 ja liiketilan lisätarve vuosina 2016 – 2040.

| Laskennallinen liiketilan tarve | Laskennallinen liiketilatarve 2040, k-m ² | Laskennallinen liiketilan lisätarve vuosina 2016 - 2040, k-m ² |
|---------------------------------|--|---|
| Päivittäistavarakauppa | 9500 | 2 400 |
| Muu erikoiskauppa | 20 600 | 8 500 |
| Tilaa vaativa kauppa | 9 400 | 3 900 |
| Autokauppa ja huoltamot | 8 400 | 3 400 |
| Kauppa yhteensä | 47 900 | 18 200 |

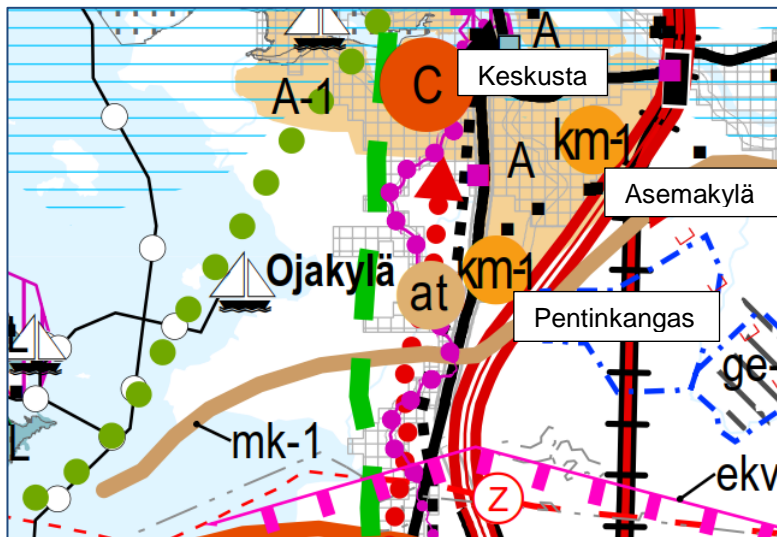
Laskelma perustuu oletukseen, että kaikki ostovoiman kasvu toteutuu uutena liiketilana. Käytännössä kuitenkin osa ostovoiman kasvusta kohdistuu olemassa olevien liikkeiden myynnin kasvuun ja vain osa vaatii uutta liiketilaa. Näin ollen uuden liiketilan tarve on laskelmassa esitettyä pienempi. Laskelmassa ei ole myöskään otettu huomioon myymäläkannan poistumaa, joka puolestaan lisää liiketilan tarvetta laskelmaan verrattuna. Keskeinen tilatarpeeseen vaikuttava tekijä on myös myyntitehokkuus. Laskelmassa on käytetty keskimääräisiä myyntitehokkuuksia. Myyntitehokkuus vaihtelee myymälätyypeittäin, toimialoitain ja alueittain, joten myös uusperustannan rakenne vaikuttaa liiketilatarpeeseen. Todennäköistä myös on, että kauppa pyrkii lisäämään myyntitehokkuutta, mikä vähentää liiketilatarvetta laskelmaan verrattuna.

Sekä ostovoiman että liiketilatarpeen kehityksen arviointiin liittyy huomattava määrä epävarmuustekijöitä. Yleinen talouskehitys ja kaupan toimintaympäristö voivat muuttua nopeastikin, mikä vaikuttaa ostovoiman kehitykseen ja sitä kautta liiketilatarpeeseen. Myös esimerkiksi nettikaupan lisääntyminen tulee vaikuttamaan liiketilatarpeeseen. Vaikutuksen suuruutta on kuitenkin tämän hetkisten tutkimustietojen pohjalta vaikea arvioida luotettavasti. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvitys, 2017.)

3.3 Kaupan kehittämissuunnitelmat ja investointihankkeet

Kaupan kehittämissuunnitelmien näkökulmasta lin kunnan alueella painottuvat kolme sijaintia: keskustan alue, Pentinkangas ja Asemakylä (kuva 6). Pentinkankaan alueella toimii lin tällä hetkellä ainoa vähittäiskaupan suuryksiköksi luokiteltava kaupparakennus, Tavara-talo Kärkkäinen. Asemankylän alueella ei ole tällä hetkellä kaupallisia palveluja ja alue tukeutuu lin keskustaajaman palveluihin.

Kaupan sijainnin ohjauksella on merkittävä rooli kehittämissuunnitelmien ja investointihankkeiden toteutumisessa. Kesäkuussa 2018 hyväksytyssä 3. vaihemaakuntakaavassa Pentinkankaan ja Asemankylän alueille on osoitettu erikoiskaupan suuryksikkö kohdemerkintä (km-1). Merkintä tarkoittaa, että alueelle voidaan sijoittaa paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppaa ja osoittaa yksi tai useampi merkitykseltään seudullinen erikoiskaupan suuryksikkö tai myymäläkeskittymä. Kaupan suuryksiköiden toteuttamisen ajoitus tulee sitoa muun yhdyskuntarakenteen ja toimivien liikenneyhteyksien toteuttamiseen. Tilaa vaativalla erikoiskaupalla tarkoitetaan toimialaluokituksen (TOL 2008) mukaista rauta- ja rakennustarvikkeiden, kodinkoneiden, huonekalujen, puutarha-alan, veneiden, moottoriajoneuvojen sekä muiden paljon tilaa vaativien erikoistavaroiden vähittäiskauppaa.



Kuva 6 Ote voimassaolevien maakuntakaavojen ja 3.vaihemaakuntakaavan ehdotuksen epävirallisesta yhdistelmäkartasta (ei mittakaavassa). (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2018.)

Vaihemaakuntakaava hyväksyttiin maakuntavaltuustossa kesäkuussa 2018. Maakuntakaavan mukaan Asemankylän ja Pentinkankaan yhteinen erikoiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus on 30 000 k-m².

Asemankylän erikoiskaupan suuryksikön toteutuminen on sidoksissa lin keskustan ohikulkutien rakentamiseen. Ohikulkutien toteuttamisesta ei ole päätöksiä, joten tien rakentaminen toteutunee todennäköisesti vasta pitkällä aikavälillä. Lyhyellä tähtämellä Pentinkankaan alueen kehittäminen on lin kunnan kaupallisten palvelujen kehittymisen näkökulmasta ensisijaista.

Lyhyellä tähtämellä mitoitusta voidaan toteuttaa Pentinkankaan alueella ja pitkällä tähtämellä Asemakylän alueella ohikulkutien valmistumisen jälkeen. Enimmäismitoitus voidaan osoittaa joko vähittäiskaupan suuryksikköalueen tai yksittäisen vähittäiskaupan suuryksikön enimmäiskerrosalana. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvitys, 2017.) Mikäli Asemakylälle osoitettua mitoitusta käytettäisiin osin Pentinkankaan alueella, saattaisi nykytilanteen 10 000 k-m² kasvaa yli kaksinkertaiseksi.

lin kuntastrategiassa 2025 esitetään, että Etelä-lilaakson alueelle rakentuu monipuolinen kaupan, teollisuuden ja logistiikan keskus, joka hyötyy uuden nelostien liittymästä. Osayleiskaavassa alue on osoitettu osin kaupallisten palveluiden alueena ja osin teollisuus- ja varastoalueena. Pentinkankaan alueella kesällä 2018 käynnistetyllä asemakaavamuutokselle tuetaan näitä tavoitteita ja vahvistetaan kunnan liiketonttien tarjontaa. Alueen kaavaa tarkistetaan siten, että alueelle on mahdollista sijoittaa teollisuuden lisäksi nykyistä enemmän myös kaupallista toimintaa ja palveluja.

Kuntastrategiassa tuodaan esiin myös lin kuntakeskuksen merkitys kunnan vetovoimaisuuden kannalta. Keskustan kauppapalveluiden kehittämisessä avainasemassa ovat kiinteistöjen omistajat sekä heidän investointihalukkuutensa. Tärkeää toteuttamisen kannalta on keskustaaajan osayleiskaavan aktiivinen toteuttaminen. Alkuvuonna 2018 hyväksytty kirkonseudun asemakaavan muutos mahdollistaa osaltaan kunnan keskustan kehittämisen.

Keskustan kehittämistyötä jatketaan myös asemakaavan muutoksen voimaan tulon jälkeen. Yksityiskohtaisempia suunnitelmia on tarpeen laatia mm. torin alueelle. Keskustassa on merkittävää kehittämispotentiaalia asuinalueena sekä kaupallisten palveluiden näkökulmasta. Torin alueen liiketonteille ja Kirkkotien varteen on lisätty rakennusoikeutta, joka mahdollistaa sekä asuin-, että liiketilojen yhdistelmiä (lin kuntatiedote 2/2018).

lin kunnassa kaupan ala on kehittynyt myönteisesti. Vastaavan kokoiisiin kuntiin verrattuna voidaan kuitenkin jossain määrin tunnistaa vajetta kaupallisten palveluiden määrässä. (lin kunta tilinpäätös 2016, 2017.) Tarve uusille kaupallisille investoinneille on siis olemassa. Kunnan mahdollisuudet vaikuttaa suoraan yritysten kilpailukykyyn ovat rajalliset. Kunta voi kuitenkin edesauttaa investointihalukkuutta esimerkiksi maankäytön suunnittelulla, infrastruktuurin rakentamisella, yritysneuvonnalla ja hankinnoilla.



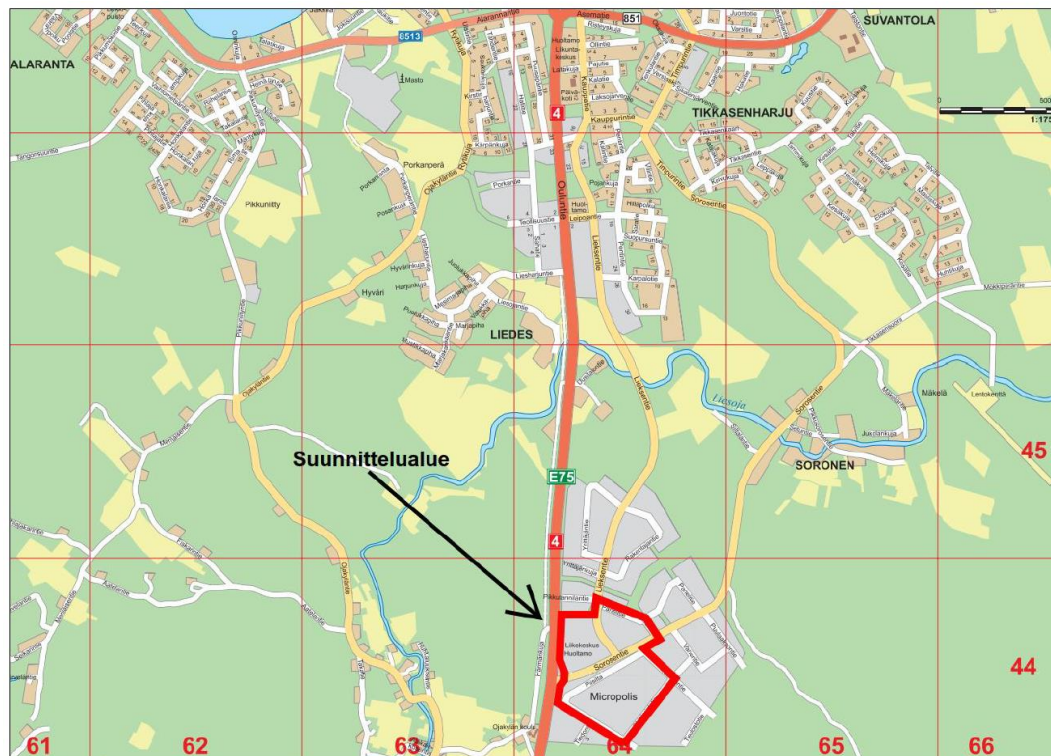
Kuva 7 Torin aluetta kehitetään yhdessä alueen toimijoiden kanssa (lin kuntatiedote 2/2018).

4 KAUPAN TOIMINTA- JA KEHITYSEDELLYTYKSET PENTINKANKAAN ALUEELLA

4.1 Pentinkankaan alue

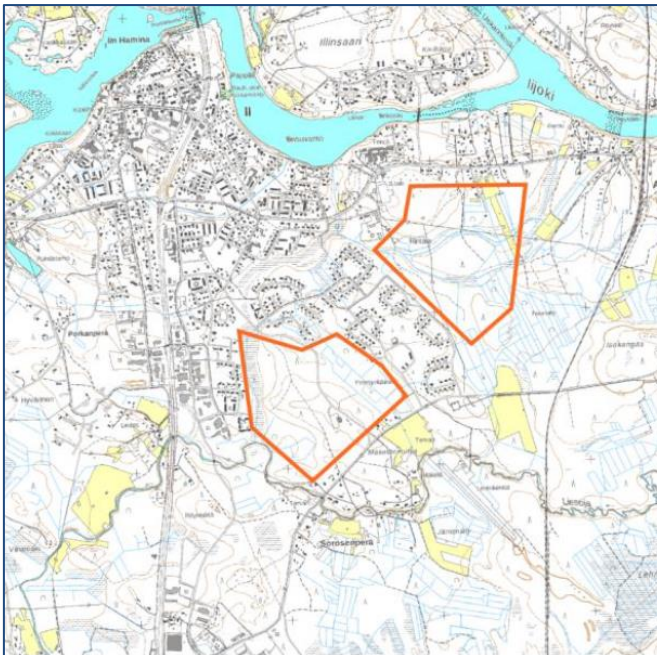
Pentinkankaan alueella on käynnistetty lin kunnan aloitteesta asemakaavan muutos. Kaavamutoksen tavoitteena on mahdollistaa Pentinkankaan kaupallisten palveluiden kehittäminen kuntastrategian tavoitteiden mukaisesti. Keskeisenä tavoitteena on mahdollistaa tilaa vaativan erikoiskaupan sijoittuminen alueelle. Tavoitteena on kaupallisesti vetovoimainen ja taajamakuullisesti korkeatasoinen tilaa vaativan kaupan alue, jossa on kiinnitetty huomiota eri liikennemuotoihin. Suurin osa Pentinkankaasta jää edelleen teollisuusalueeksi. Kaavamutoksen tavoitteet tarkentuvat prosessien edetessä. (OAS.)

Suunnittelualue sijaitsee lin keskustasta noin 3,5 kilometriä etelään. Suunnittelualue rajoittuu länsiosassa valtatiehen 4 ja sen pinta-ala on noin 20 hehtaaria. Suunnittelualueeseen kuuluvat korttelit 312, 315 ja 326. Alueella sijaitsee nykyisin Micropolis Oy, Kärkkäisen tavaratalo lukuisine oheispalveluineen, kolme bensa-asemaa sekä teollista toimintaa. Kunnallistekniikka on rakennettu osalle alueesta. Alueen liikenteen pääväylinä toimivat Sorosentie sekä Lieksentie. Alue on suurimmilta osin lin kunnan omistuksessa, mutta alueella on myös useita yksityisiä maanomistajia. (OAS.)



Kuva 8 Suunnittelualueen alustava rajaus (OAS).

Pentinkankaan alue sijoittuu YKR-taajama-alueen reunalle ja lähiasutuksen määrä vuoden 2016 lopussa oli melko vähäinen. Alle kolmen kilometrin etäisyydellä alueesta asuu noin 26 % lin kunnan asukkaista (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvitys, 2017.) Asutus alueen läheisyydessä tulee kuitenkin tulevaisuudessa lisääntymään, kun Tikkasenharjun asutus laajenee kohti Pentinkangasta. Lisäksi uutta asutusta on tulossa Liedekseen ja Ojankylään. Lin maanpoliittisessa ohjelmassa 2018-2022 on kuvattu keskustaajaman asumisalueiden lähitulevaisuuden suuntaa-antavat laajenemissuunnat (Kuva 9).



Kuva 9 Ote keskustaajaman asumisalueiden lähitulevaisuuden suuntaa-antavista laajenemissuunnitelmista (oranssilla) (lin maanpoliittinen ohjelma 2018-2022).

Kaupan näkökulmasta on suuri merkitys sillä, minkälaisia kuluttajia markkina-alueella asuu. Tämä vaikuttaa alueen kokonaiskulutukseen sekä siihen, mitä alueella on mahdollista kaupoissa tarjota. Päivittäistavaroihin kohdistuva kulutus on suunnilleen samansuuruisia lähes kaikissa kuluttajatalouksissa. Erikoistavaroiden ja niihin liittyvien palveluiden osalta kulutusmenot sisältävät suurempia eroavuuksia. (Santasalo ja Koskela 2015.)

Kulutuksesta suurin osa kohdistuu kulutustavaroihin ja niihin liittyviin palveluihin. Tältä osin alueellisesta kulutuksesta syntyy merkittävimmät erot alueellisessa kulutuksessa. Kun esimerkiksi opiskelijoiden kulut muotikauppaan ovat suurempia kuin keskimääräinen kulutus, alan yritykset hyötyvät suuremmasta opiskelijamäärästä paikkakunnalla. Auto-kauppa taas hyötyy, jos paikkakunnalla on enemmän yrittäjiä ja toimihenkilöitä. Eläkeläisten kulutus taas painottuu peruselintarvikkeisiin, joten suuri eläkeläisten osuus vahvistaa päivittäistavarakaupan markkinoita. (Santasalo ja Koskela 2015.)

4.2 Kilpailuasetelma ja vaikutukset läheisen kuntakeskuksen kehittämiseen

4.2.1 Kilpailuasetelma

Viime vuosina on erityisesti kiinnitetty huomiota myös kilpailuedellytysten toteutumiseen. Elinkeinoelämän toimintaedellytyksistä huolehtiminen sisältyy alueiden käytön suunnittelua koskeviin tavoitteisiin sekä maakunta- ja yleiskaavojen sisältövaatimuksiin. Kilpailun toimivuuden edistämisen kannalta on olennaista, että maankäytön suunnittelulla mahdollistetaan myös uusien toimijoiden alalle tulo ja uusien liikeideoiden kehittäminen. Kaavoituksen ja kaupan sijainnin suunnittelun yhdistäminen voi toisinaan olla haastavaa. Kauppa tekee päätöksiä markkinoiden mukaan ja markkinat saattavat muuttua hyvinkin nopeasti. Kaavoja laadittaessa asiaa halutaan tarkastella laajemmin ja ottaa huomioon koko palveluverkko. (Santasalo ja Koskela 2015.)

li on osa Oulun 250 000 hengen talousaluetta. Seudullisen kilpailuasetelman näkökulmasta Oulun vaikutus on merkittävä. Iin kunta kuuluu erikoiskaupassa Oulun asiointialueeseen (SYKE). Oulun vetovoimainen tarjonta heikentää Iin erikoiskaupan kehitysedellytyksiä. Oulun kaupan palveluverkko muodostui 122 päivittäistavaramyymälästä, 7 laajan tavaravalikoiman myymälästä, 515 erikoiskaupan myymälästä, 106 autokaupan myymälästä ja 24 huoltoasemasta vuonna 2016. Oulun kaupalliset palvelut keskittyvät Oulun keskustan alueelle sekä seudullisille kaupan alueille. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvitys, 2017.)

Keskustan ulkopuolelle syntyy erilaisia kaupallisia keskittymiä, jotka erikoistuvat joillekin kaupan sektoreille. Tyypillistä on, että sisustuskauppa tai tekninen kauppa keskittyy yhdelle alueelle. Myös autokaupalle on tyypillistä sijoittua yhdelle alueelle, johon kilpailijat sekä erilaiset lisäpalvelut ja huoltopalvelut sijoittuvat. Esimerkiksi Oulussa Limingantulli on muodostunut teknisen erikoiskaupan ja autokaupan alueeksi. Taka-Lyötty on taas kerännyt huonekaluja sisustamisen kauppaa alueelleen. (Oulun keskustan kaupallinen nykytila ja kehittäminen, 2016.) Nämä keskittymät vaikuttavat seudulliseen kilpailuasetelman muodostumiseen ja ostovoiman siirtymiseen.

Pentinkankaan alueen kaupallisten palvelujen kehittyminen voi tukea alueellisesti tasapainoisen kaupan palveluverkon kehitystä lisäten Oulun pohjoispuolisten alueiden palvelutarjontaa. Palvelutarjonnan lisääntyminen lissä vähentää asiointitarvetta Oulussa, jolloin asiointiliikenteen määrä ja sitä kautta myös liikenteen aiheuttamat päästöt mahdollisesti vähenevät. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvitys, 2017.) Ostovoiman vuodon vähentäminen luo mahdollisuuksia lissä paljon tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilaa lissä. Kaupallisia palveluja suunniteltaessa on kuitenkin syytä huomioida Oulun vahva palvelutarjonta ja markkina-alue. Kauppa haluaa sijoittua mahdollisimman edullisesti kilpailijoihin nähden. Erikoistuminen ja palvelutaso nousevat tässä yhä tärkeämmiksi tekijöiksi.

4.2.2 Vaikutukset kuntakeskuksen kehittämiseen

Vähittäiskaupan sijainnin ohjaukseen koskevien säännösten keskeisenä tavoitteena on kaupallisten palvelujen saatavuuden ja saavutettavuuden turvaaminen. Vähittäiskaupan sijainnin ohjauksen keskeinen tavoite on keskusta-alueiden aseman tukeminen kaupan sijaintipaikkana. Suunnitellulla maankäytöllä ei saa olla merkittäviä haitallisia vaikutuksia keskusta-alueiden kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen. Arvioitaessa suunnitteluratkaisun vaikutuksia keskustan kaupallisiin palveluihin otetaan huomioon muun muassa kaupan laatu. (Maankäyttö- ja rakennuslaki 71b §.)

Keskusta-alueille suuntautuu suuri osa päivittäistavarakaupan sekä muun erikoiskaupan ja palvelujen tarpeesta. Keskustakauppa tarjoaa myös elämyksiä sekä sosiaalista kanssakäymistä. Kokemuksellisuus ja elämyksellisyys ovat kaupan käynnissä tärkeitä tekijöitä. Keskustat ovat erikoiskaupan, viihteen, kulttuurin ja vapaa-ajan viettopaikkojen vetovoimapaikkoja. Keskeisellä paikalla liikepaikkoja tarvitaan siis jatkossakin.

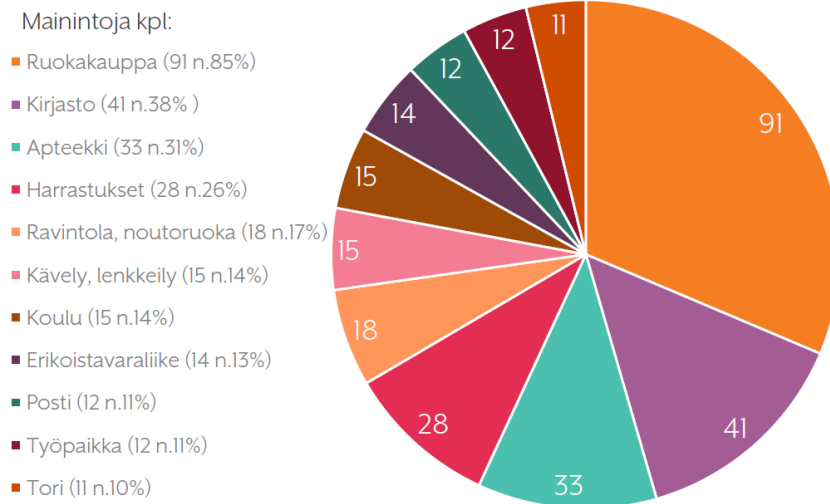
lin keskustan kehittämiseen liittyvässä projektissa asukkaat toivoivat mm. palveluiden tiivistämistä keskustan alueella, keskitettyä parkkeerausratkaisua ja lisää pyöräteitä. Torille toivottiin lisää tilaa, toimintaa ja tapahtumia. Projektissa toteutettiin myös kysely (n=107). Kyselyn tulosten perusteella voidaan huomata (kuva 10, s.19), että lin keskustassa käydään pääsääntöisesti ruokakaupassa (85%). Muita kaupallisia palveluja, joiden vuoksi käydään keskustassa, olivat apteekki (31%), erikoistavaraliike (13%) ja tori (10%). (lin keskustan kehittäminen -koosteraportti 2017.)

Muualta puolestaan haetaan laajempaa ja parempaa valikoimaa sekä palveluiden että tuotteiden osalta (kuva 11, s.19). Edullinen hinta oli myös merkittävä tekijä. Näitä kaupallisia palveluja olivat mm. erikoistavaraliike (46%), ruokakauppa (38%), Vaate- ja kenkäkauppa (34%) ja Kärkkäinen (10%). Erikoistavaraliikkeisiin lukeutuivat urheilu-, elektroniikka-, rauta-, kangas-, optikko, kosmetiikka -ja sisustusliike. (lin keskustan kehittäminen -koosteraportti 2017.)

Keskusta-alueen ulkopuolelle soveltuvia ovat esimerkiksi toimialat, jotka eivät kilpaile keskustaan sijoittuvan kaupan kanssa ja joiden sijoittaminen keskustaan on toiminnan luonteen ja ison tilatarpeen vuoksi vaikeaa. Keskustan kehittämiseen liittyvän kyselyn tulosten perusteella voidaan todeta, että lin keskustan kaupallinen profiili painottuu vahvasti ruokakauppaan ja palveluihin, kuten apteekki. Erikoistavaraliikkeiden osuus on vähäinen ja näissä liikkeissä asiointi tapahtuu valtaosin muualla kuin keskustassa.

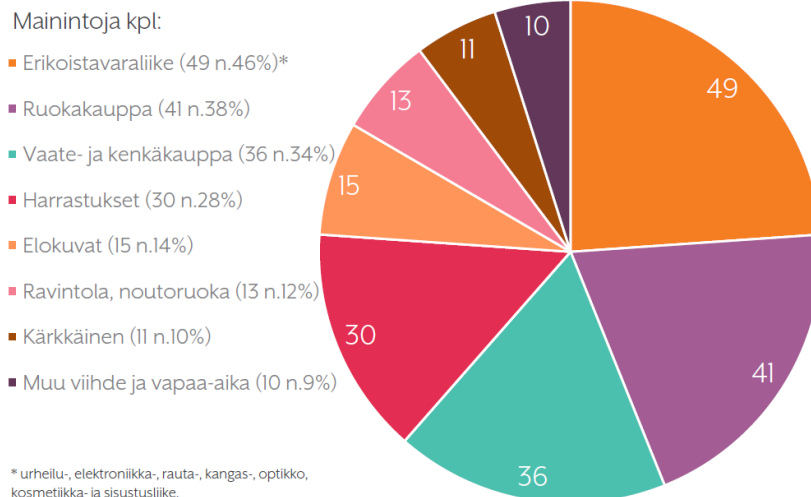
Kuten Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvityksessä (2017) todetaan, Pentinkankaan alue tarjoaa hyvän sijaintipaikan paljon tilaa vaativan erikoiskaupan seudullisille yksiköille. Mikäli alueelle ei sallita laajassa mitassa uutta päivittäistavarakaupan ja ns. keskustahakuisen erikoiskaupan liikerakentamista, ei alueen toteuttaminen aiheuta merkittäviä haitallisia vaikutuksia lin nykyisten myymälöiden toimintaan eikä lin ydinkeskustan kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen.

Miksi lin keskustassa käydään? (n=107)



Kuva 10 Miksi lin keskustassa käydään (lin keskustan kehittäminen -koosteraportti 2017).

Miksi käydään muualla? (n=107)



Kuva 11 Miksi käydään muualla (lin keskustan kehittäminen -koosteraportti 2017).

Pentinkankaan alueen mitoitus tulee suhteuttaa lin tilaa vaativan erikoiskaupan ostovoiman kehitykseen ja nykyiseen pinta-alaan. Kilpailun toimivuuden kannalta kaupalla tulee olla myös vaihtoehtoisia sijaintipaikkoja. Mikäli kaavat tehdään liian tiukalla mitoituksella, osa kysyntää vastaavasta liiketilasta saattaa jäädä toteutumatta.

Nimensä mukaisesti paljon tilaa vaativa erikoiskauppa tarvitsee toiminnalleen isot tilat sekä rakennuksina että usein pihatiloina. Myynnissä olevat tavarat ovat pääosin isokokoisia kuten autot, huonekalut ja rakennustarvikkeet. Ne vaativat isot varastot, raskaat kuljetukset ja kotiinkuljetukseen usein auton. Sijoittumispäätökseen vaikuttavat tilatarpeen lisäksi mm. maan hinta sekä tilojen neliövuokra - keskustojen myymälätilat ovat yleensä niille liian pieniä ja kalliita. Myymälöiden toiminta edellyttää myös hyviä liikenneyhteyksiä ja näkyvää sijaintipaikkaa. Tilaa vaativa erikoiskauppa keskittyy yleensä omille alueilleen, jolloin ne hyötyvät muiden samantyyppisten liikkeiden läheisyydestä (Limingan kaupan palveluverkko 2040, 2015). Tilaa vaativan erikoiskaupan päämyyntituotteita eli pääsääntöisesti suurikokoisia tuotteita ovat mm.:

- huonekalut ja muut kodin kalusteet
- matot, sälekaihtimet, rullaverhot
- liedet, jääkaapit, pesukoneet eli niin kutsutut valkoiset kodinkoneet
- televisiot ja stereot
- rauta- ja rakennustavarat sekä tapetit ja lattianpäällysteet
- puutarha-alan ja maatalousalan tuotteet
- autot ja muut moottoriajoneuvot sekä veneet
- raskaat koneet (maansiirtokoneet ym.)
- polkupyörät

Kiinnittämällä huomiota kaupan laatuun voidaan varmistaa, ettei Pentinkankaan kaupallinen kehittäminen luo kielteisiä vaikutuksia kunnan keskustan palvelurakenteen kehittämiseen. Kaupallisten keskusten erilaisissa konsepteissa ja toimintamalleissa on viime vuosien aikana yleistyneet ns. retail park -kokonaisuudet. Ne perustuvat lähinnä erikoiskaupan toimialojen osalta suurmyymälöiden keskittämiseen yhteen keskukseen. Suomen retail park -keskusten koko vaihtelee markkinoista ja kilpailutilanteesta riippuen. Pienimmät retail park -konseptit ovat kooltaan n. 15.000 m². (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2003.)

Retail parkit pyritään suunnittelemaan ja toteuttamaan yhtenä kokonaisuutena. Parhaimmillaan konsepti tarjoaa tilaa vievälle erikoiskaupalle kokonaisuutena suunnitellun, toimivan ja kaupallisesti vetovoimaisen toimintaympäristön. Tietyille kaupan sektoreille erikoistunut retail park saattaisi olla mahdollinen myös Pentinkankaan alueella. Mahdollisuuksia voisi olla esimerkiksi rautakaupan, huonekalukaupan tai autokaupan aloilla. Jo olemassa olevan kaupallisen rakenteen tulisi kuitenkin sulautua kestäväällä tavalla uuteen kokonaisuuteen. Kokonaisuuden tulisi tukea jo olemassa olevia toimintoja, kuten esimerkiksi Pentinkankaalla sijaitsevaa tavaratalo Kärkkäistä. Moderni kuluttajien ostoskäyttäytyminen tukee saman alan kauppojen keskittymistä pienelle alueelle. Uusien yritysten tulo keskittymään tuo myös uusia asiakkaita.

4.3 Tilaa vaativa kaupan alue ja liikenteellinen saavutettavuus

Paljon tilaa vaativa erikoiskauppa hakeutuu useimmiten keskustojen ulkopuolelle. Vaikutusten arvioinnissa korostuvat palvelujen etäisyys asutuksesta, mahdollisuus käyttää eri liikkumismuotoja ja muut seikat, jotka vaikuttavat liikenteen määrään (mm. kaupan laatu ja siitä aiheutuva asiointitiheys). Erikoiskaupassa erityisesti paljon tilaa vaativa kauppa hakee uusia, saavutettavuudeltaan ja näkyvyydeltään hyviä sijaintipaikkoja keskustan ulkopuolelta etenkin säännöllisen työmatkaliikenteen pääreittien varressa.

Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöihin suuntautuva asiointi on luonteeltaan henkilöautoiluun perustuvaa. Henkilöauton käyttö kaikilla asiointimatkoilla on muutenkin varsin yleistä. Liikenneviraston henkilöliikennetutkimuksen mukaan vuonna 2012 Suomessa ostos- ja asiointimatkojen matkasuoritteesta 65 % tehtiin henkilöautolla kuljettajana, 22 % henkilöautolla matkustajana, 4 % kävellen tai pyörällä ja 5 % julkisella liikenteellä. (Liikennevirasto 2014).

Uudet erikoiskaupan keskittymät ovat vaikutusalueeltaan seudullisia ja näin useiden kuntien alueelle ulottuvia yksiköitä. Pitkällä aikavälillä oleellinen osa esimerkiksi Oulun seudun ostovoiman kasvusta keskittyy juuri Vt4:n tuntumaan. (Pohjois-Pohjanmaan liito 2003.) Liikennemäärät ovat kasvaneet tieliikenteessä. Iissä tämä näkyy sekä lisääntyneenä ohikulkuliikenteenä että lisääntyneenä lin ja Oulun välisenä työmatkaliikenteenä (lin kunta 2017). Arviolta 600 oululaista matkaa päivittäin lihin töihin (lin kuntatiedote 3/2018). Tässä suhteessa kaupan sijoittuminen valtatie liittymän ääreen on johdonmukaista.

Pentinkankaan alue on henkilöautolla hyvin saavutettavissa eri puolilta kuntaa. Lin alue- ja yhdyskuntarakenne huomioon ottaen asiointimatkat alueelle ovat valtaosalle kunnan asukkaista kohtuullisia. Pentinkankaan alueelle on myös toteutettu kevyen liikenteen yhteydet lin keskustan suunnasta valtatie 4:n alikulkuineen. (Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030 selvitys, 2017.)

Pentinkankaan lähiasutuksen määrä on tilaa vaativan erikoiskaupan toiminnan kannalta vielä suhteellisen vähäinen, mutta ohikulkuliikenteen määrä on huomattava. Alueen rajaava nelostien liikennevirta on n. 5 000 000 autoa vuodessa (lin kunta). Vuoden 2019 alussa toteutetun liikennelaskennan mukaan koko vuorokauden liikennemäärä oli suunnitelualueella 10 258 ajoneuvoa. Alueen kysyntä on ohjattu pääosin valtatie kautta. Tarkastelussa ei kuitenkaan kuvattu Kärkkäiseltä Lieksentielle olevaa liittymää. (Kauppinen 2019.)

Keskustan ulkopuolisille alueille voidaan sijoittaa sellaisia laajan tavaravaliikoiman myymälöitä, jotka eivät sovi keskustoihin. Toimialan tyypillinen asiointitiheys ja sitä kautta liikenteen määrä on keskeinen kysymys. Esimerkiksi Pentinkankaalla sijaitseva tavaratalo Kärkkäinen on avoinna päivittäin ja siellä vieraillee arviolta 1,5 miljoonaa asiakasta vuosittain eli hieman yli 4 000 kävijää päivässä. Valtatie liittymän valottomuus on jo pitkään rajoittanut Kärkkäisen alueen asiakasmäärää, etenkin pohjoisesta etelän suuntaan matkaavilla poikkeaminen on ollut hankalaa (Kauppinen 2019).

4.4 Kuntastrategian mukaiset tavoitteet ja alueen kehittämissuositukset

lin kuntastrategiassa 2025 on asetettu tavoitteeksi, että kunnan eteläosaan valtatie 4 varrelle sijoittuvan Etelä-lilaakson alueelle rakentuu monipuolinen kaupan, teollisuuden ja logistiikan keskus. Pentinkankaan alueella on tärkeä rooli kehittämistyössä. Keskeisenä tavoitteena on mahdollistaa tilaa vevän erikoiskaupan sijoittuminen alueelle.

lissä tavoitteena on kaavoittaa ennakoivasti hyödyntäen kaavoituksen profilointia. Maankäytön suunnittelu ja maanhankinta tukevat kasvavia asumisen ja palvelujen keskuksia. lin väestönkehitys on ollut pitkään positiivinen. Tilastokeskuksen ennusteen mukaan lin väestömäärä kasvaa 6% vuosina 2016-2040. Lisäksi lin kunnan kauppaan kohdistuva ostovoima kasvaa vuosiin 2030 ja 2040 mennessä painottuen erikoiskauppaan. Väestökehitys luo yhdyskuntarakenteelliset suuntaviivat paitsi asumiselle, niin myös kuntalaisten palveluille. Pentinkaankaan lähiasutuksen määrä tulee tulevaisuudessa lisääntymään, ja todennäköisesti myös alueen ohikulkuliikenteen määrä. Kaupan sijainti Pentinkankaalla mahdollistaa oman väestön lisäksi myös ohikulkuliikenteen ostovoiman hyödyntämisen. Nämä tekijät tukevat tilaa vevän erikoiskaupan sijoittumista Pentinkankaan alueelle.

lin kuntastrategiassa 2025 tuodaan esiin lin kuntakeskuksen merkitys kunnan vetovoimaisuuden kannalta. Keskustassa nähdään merkittävää kehittämispotentiaalia kaupallisten palveluiden näkökulmasta. Keskusta-alueille suuntautuu suuri osa päivittäistavarakaupan ja palvelujen tarpeesta. lin keskustassa käydään pääsääntöisesti ruokakaupassa ja käytetään palveluja. Keskustan kehittämistyötä tulee jatkaa yhteistyössä alueen toimijoiden kanssa. Kaupallisten palvelujen näkökulmasta keskeisinä kehittämiskohteina ovat mm. torin alue ja kaupan saavutettavuutta parantavat liikennejärjestelyt. Tämän myötä päivittäistavarakauppa vastaa entistä paremmin kuluttajien tarpeisiin keskustassa ja houkuttelee myös ohikulkuliikenteen käyttämään iiläisiä palveluita.

Muulla kuin keskustassa asioidaan etenkin erikoistavaraliikkeissä, kuten elektroniikka-, rauta- tai sisustusliikkeissä. Keskusta-alueen ulkopuolelle soveltuvat toimialat, jotka eivät kilpaile keskustaan sijoittuvan kaupan kanssa ja joiden sijoittaminen keskustaan on toiminnan luonteen ja ison tilatarpeen vuoksi vaikeaa. Pentinkankaan alue tarjoaa hyvän sijaintipaikan paljon tilaa vaativan erikoiskaupan seudullisille yksiköille. Mikäli alueelle ei sallita laajassa mitassa uutta päivittäistavarakaupan ja ns. keskustahakuisen erikoiskaupan liikerakentamista, ei alueen toteuttaminen aiheuta merkittäviä haitallisia vaikutuksia lin nykyisten myymälöiden toimintaan eikä lin ydinkeskustan kaupallisiin palveluihin tai niiden kehittämiseen.

Yksi mahdollisuus on retail park -konsepti, joka tarjoaisi tilaa vevälle erikoiskaupalle kokonaisuutena suunnitellun kaupallisesti vetovoimaisen toimintaympäristön. Mahdollisuuksia voisi olla esimerkiksi rautakaupan, huonekalukaupan tai autokaupan aloilla. Kehittämällä erikoiskaupan tarjontaa voidaan myös vähentää ostovoimavuotoa Ouluun.

lin kunnan tavoitteena on yhdyskuntarakenteen eheyttäminen, jota toteutetaan muun muassa täydennysrakentamalla keskustaajamaa ja Kuivaniemen taajamaa, sekä varmistamalla riittävän palvelu- ja tonttitarjonta. Yhdyskuntarakenteen eheyttäminen on tärkeää muun muassa ilmastonmuutoksen ehkäisyn, lähipalveluiden saatavuuden ja aluetalouden näkökulmista. Eheämmällä yhdyskuntarakenteella mahdollistetaan myös joukkoliikenteen kehittäminen mukaan lukien raideliikenteen toimintaedellytysten parantaminen. Suunnitellun maankäytön on edistettävä sellaisen kaupan palveluverkon kehitystä, jossa asiointimatkojen pituudet ovat kohtuullisia ja liikenteen haitat mahdollisimman vähäisiä. Kaupan alueiden on mahdollisuuksien mukaan oltava saavutettavissa joukkoliikenteellä ja kevyellä liikenteellä.

Kuntastrategiassa 2025 on asetettu tavoitteeksi lin rautatieaseman avaaminen uudelleen junaliikenteelle. Riittävä asukasmäärä aseman läheisyydessä luo edellytykset kannattavalle junaliikenteelle ja tämän vuoksi uusien asuinalueiden kaavoitusta suunnataan aseman läheisille alueille. Myös lin ohitustielinjaus kulkee samalla alueella, joten rakentamisen painopisteen siirtäminen kohti rautatietä on tästäkin näkökulmasta luontevaa. Lin asema sijaitsee noin kolmen kilometrin etäisyydellä kunnan keskustasta, joten tärkeää on myös kehittää alueen liikenne- ja pysäköintiratkaisuja, sekä myös pyöräily- ja kävelyolosuhteita. Asemakylän erikoiskaupan suuryksikön toteutuminen on sidoksissa lin keskustan ohikulkutien rakentamiseen. Tien rakentaminen toteutuu todennäköisesti kuitenkin vasta pitkällä aikavälillä.

Paljon tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöihin suuntautuva asiointi on luonteeltaan henkilöautoiluun perustuvaa. Pentinkankaan alue on henkilöautolla hyvin saavutettavissa eri puolilta kuntaa. Lin alue- ja yhdyskuntarakenne huomioon ottaen asiointimatkat alueelle ovat valtaosalle kunnan asukkaista kohtuullisia. Pentinkankaan alueelle on myös toteutettu kevyen liikenteen yhteydet lin keskustan suunnasta valtatie 4:n alikulkuineen. Asemakaavan muutoksen mahdollistama kaupan kehittyminen ja sen aiheuttama asiointiliikenteen kasvu tulee huomioida suunnittelussa niin, etteivät ympäristön laatu tai alueen saavutettavuus kärsi. Tällöin Pentinkankaan alue voi tarjota liikenteellisesti hyvän ja näkyvän sijaintipaikan paljon tilaa vaativan erikoiskaupan yksiköille.

Elinkeinoelämän suuri merkitys on nostettu kuntastrategiassa esille. Kunnan tavoitteena on kasvattaa lin alueelle sijoittuvien yritysten määrää ja toimia hyvässä yhteistyössä kunnassa jo toimivien yritysten kanssa. Lin kunnassa kaupan ala on kehittynyt myönteisesti, mutta kaupallisten palveluiden lisäämiselle on kuitenkin tarvetta. Kunta voi edesauttaa kaupan investointihalukkuutta toiminnalle suotuisalla maankäytön suunnittelulla ja infrastruktuurin rakentamisella, eli toisin sanoen parantamalla toimintaympäristön houkuttelevuutta. Pentinkankaan asemakaavamuutoksella vahvistetaan kunnan liiketonttien tarjontaa ja näin se tukee myös kuntastrategian elinkeinoelämän kehittämisen tavoitteita. Alueen toteutuminen paljon tilaa vaativan erikoiskaupan alueena lisää ja monipuolistaa lin erikoiskaupan palvelutarjontaa, sekä näin vahvistaa kunnan kaupallista vetovoimaa.

5 LÄHTEITÄ

lin keskustan kehittäminen -koosteraportti (2017) Palvelumuotoilu Palo, 28.2.2017.

http://www.ii.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/ii/embeds/iwwstructure/20728_lin-KeskustanKehittaminen_LYHYTKooste.pdf

lin kunta (2017) Talousarvio 2018 ja taloussuunnitelma 2019-2020.

lin kuntatiedote 3/2018. http://ii.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/ii/embeds/iwwstructure/21908_Hyvät_Tuulet_20.9.2018.pdf

lin maapoliittinen ohjelma 2018-2022 (2018)

Kohijoki, Anna-Maija (2013). Onko kauppa kaukana? Päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus Turun seudulla– ikääntyvien kuluttajien näkökulma. A-15:2013. Turun yliopisto.

Liikennevirasto (2014). Liikkumisen ohjaus kaupan alalla, esiselvitys. Liikenneviraston tutkimuksia ja selvityksiä 16/2014. Ramboll.

Limingan kaupan palveluverkko 2040 (2015). Limingan kunta ja Sweco.

Kauppinen, Erkki (2019) Pentinkankaan asemakaavamuutoksen liikenneselvitys.

Mikkola, Arja (2017) li kehittää nopeaa mallia työmatkalaisille – testibussi kulkee 35 minuutissa listä Ouluun. Kaleva. <https://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/ii-kehittaa-nopeaa-mallia-tyomatkalaisille-testibussi-kulkee-35-minuutissa-iista-ouluun/776065/>

OAS 2018. Pentinkankaan asemakaavan muutos kortteleissa 312, 315 ja 326. Osallistumis- ja arviointisuunnitelma 25.6.2018. lin kunta.

Pohjois-Pohjanmaan kaupan palveluverkko 2030, täydennysselvitys tavoitevuoteen 2040. (2017) Pohjois-Pohjanmaan liitto ja FCG.

Santasalo, Tuomas - Koskela, Katja. (2015) Vähittäiskauppa Suomessa 2015. Palvelu-alojen Ammattiliitto ry. Santasalo Ky.

Santasalo Ky (2015).

https://tuomassantasalo.fi/wp-content/uploads/2018/02/OVmaakunnat_2015.pdf

Oulun keskustan kaupallinen nykytila ja kehittäminen (2016) WSP.

<https://www.ouka.fi/documents/64220/fd72856b-6aa1-4411-bd58-8ecfa25daf28>

Suomen ympäristökeskus (2012). Yhdyskuntarakenteen toiminnalliset alueet Suomessa. SYKE rakennetun ympäristön yksikkö. Helsinki 2012.

Pohjois-Pohjanmaan liitto (2003).

<https://docplayer.fi/17464659-Kauppa-suuryksikoiden-sijoittuminen-ouluun-seudulla.html>

Ympäristöministeriö (2000). Suositus paljon tilaa vaativan erikoiskaupan tulkinnasta. Maankäyttö- ja rakennuslaki 2000 -julkaisusarjan opas 2.