Rauman yleiskaava

Kaupallinen selvitys

17.3.2011

UnitedLog

SANTASALO

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO 2

2 KAUPAN NYKYTILAN KARTOITUS JA KUVAUS 3

2.1 Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti 3
2.2 Ostovoima ja ostovoiman siirtymät 4
2.3 Kaupan palveluiden sijoittuminen keskustassa 7
2.4 Rauman kaupallinen palveluverkko 9

3 KAUPAN KEHITYS- JA LAAJENTUMISTARPEET RAUMALLA 16

3.1 Rauman markkina-alueen ostovoiman kehitysennusteet 16
3.2 Liiketilatarpeet vuoteen 2030 18
3.3 Liikerakentamishankkeet Raumalla 23
3.4 Kaupan näkemys keskustan ja muiden kaupan alueiden kehittämisestä 23

4 KAUPAN YLEISET KEHITYSNÄKYMÄT SUOMESSA JA RAUMALLA 27

4.1 Kaupan yleinen kehitys Suomessa 27
4.2 Kaupan konseptien kehitys Suomessa 29
4.3 Kaupan konseptit ja klusterit Raumalla 31

5 RAUMAN KAUPALLINEN KEHITTÄMINEN YLEISKAAVASSA 33

5.1 Rauman keskustan kaupallinen kehittäminen 33
5.2 Muut kaupan keskittymät Raumalla 36
5.3 Pt-kaupan verkko Raumalla 39

6 YHTEENVETO JA SUOSITUKSET YLEISKAAVAAN 42

Liite Haastattelut 44

1 JOHDANTO

Rauman kaupunki on aloittanut yleiskaavan laatimisen koko kaupungin alueelle. Yleiskaavan pohjaksi Eriksson Arkkitehdit Oy on parhaillaan laatimassa maankäytön strategista visiota. Tammi-helmikuussa 2011 ovat nähtävillä Rauman yleiskaavan rakennemallit, joissa esitetään erilaisia maankäytön vaihtoehtoja. Näiden pohjalta on tarkoitus luoda vuonna 2011 yksi visio. Se kertoo, miten kaupunkia tullaan kehittämään seuraavat vuosikymmenet.

Tämä kaupallinen selvitys on tehty yleiskaavan taustaselvitykseksi. Tavoitteena on selvittää, miten kaupungin eri kaupallisia alueita tulee tulevaisuudessa kehittää. Tavoitteena on ohjata kaupan kehitystä alueellisesti ja toiminnallisesti siten, että kuluttajien tarpeet voidaan tulevaisuudessa tyydyttää eikä Vanhan Rauman kaupallisia toimintamahdollisuuksia häiritä.

Selvityksen ovat tehneet Rauman kaupungin toimeksiantamana UnitedLog Consulting Finland Oy ja Santasalo Ky. Selvityksen asiantuntijoina ovat Dipl.ekon. Steen Manelius UnitedLog Consulting Oy:stä sekä KTM Tuomas Santasalo ja KTM Katja Koskela Santasalo Ky:stä. Työtä ovat Rauman kaupungista ohjanneet kaupunkisuunnittelupäällikkö Juha Eskolin ja kaavoitusarkkitehti Outi Virola.

2 KAUPAN NYKYTILAN KARTOITUS JA KUVAUS

Nykyistä Rauman keskustan kaupallista palveluverkkoa tarkastellaan tässä tilastojen ja kartoitusten pohjalta. Toimipaikat ja myynnit ovat Tilastokeskuksen kuntakohtaisesta yritystilastosta. Tilastosta saadaan myyntitietoja koko vähittäiskaupasta ja niistä toimialoista, joissa on toimipaikkoja vähintään 3. Pienempien toimialojen myyntitiedot on arvioitu yleisten tilastojen pohjalta, niin että kokonaissumma on sama kuin Tilastokeskuksen tilastossa vähittäiskaupan myynti. Tilastotietoja on myös autokaupasta sekä ravintolatoiminnasta.

Kaupalliset palvelut keskustassa on kartoitettu kenttäkäynneillä lokakuussa 2010. Kartoituksesta on laskettu kaupallisten palveluiden liikemäärät ja pinta-ala, joka kuvaa rakennuksen pohjapinta-alaa. Liikkeiden pinta-alaan sisältyvät myymälän lisäksi takatilat ja varastot sekä seinät. Kauppakeskusten käytäviä ei pinta-alassa ole mukana. Hotelleista on laskettu mukaan vain ensimmäinen kerros. Tiedot ovat suuntaa-antavia, eivätkä täysin vastaa rakennuslupien pinta-alaa. Alueet ovat kuitenkin keskenään vertailukelpoisia.

2.1 Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti

Tilastokeskuksen uusimmat kuntakohtaiset tilastot vähittäiskaupan toimipaikoista ja myynnistä ovat vuodelta 2009.

Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti Raumalla vuonna 2009

	Toimi-paikat	Myynti milj.€
Päivittäistavarakauppa, Alkot ja kioskit	40	82
Tavaratalokauppa	4	84
Tilaa vaativa kauppa	42	52
Muotikauppa	33	19
Muu erikoiskauppa	113	60
Erikoiskauppa yhteensä	***188***	***131***
Vähittäiskauppa yhteensä	**232**	**297**

Lähde: Tilastokeskus

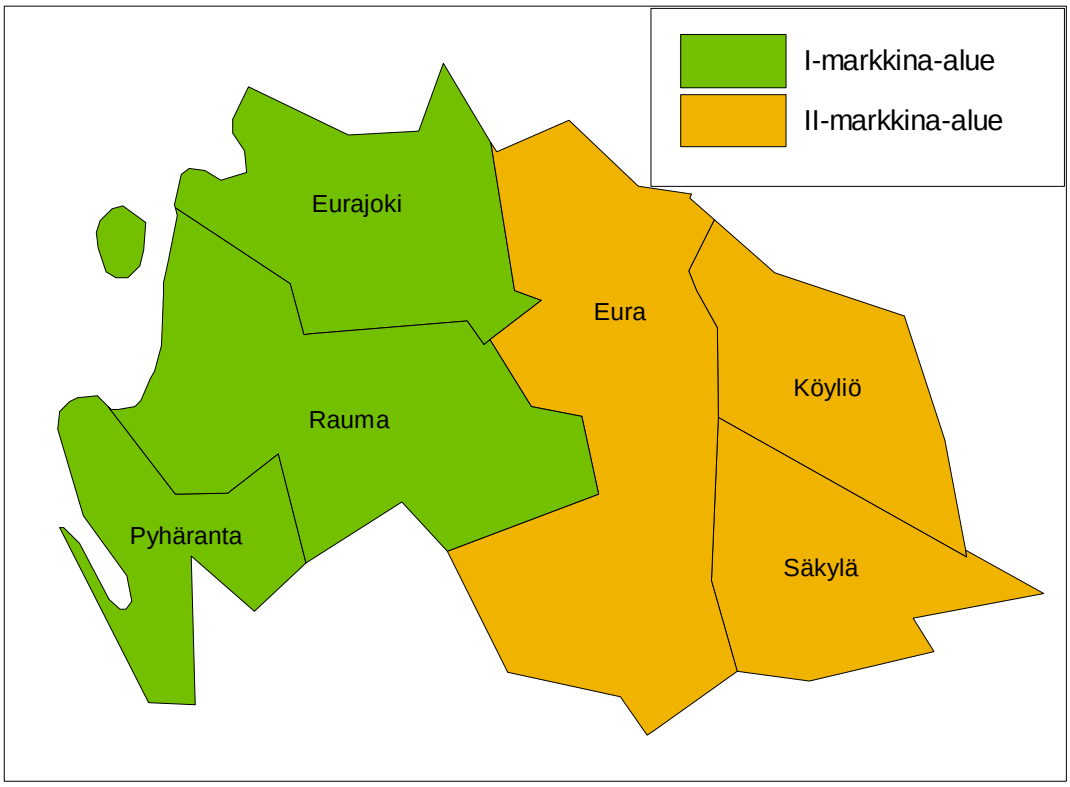
Vuonna 2009 Raumalla oli vähittäiskaupan toimipaikkoja 232, joista 40 eli vajaa viidennes oli päivittäistavarakauppoja (ml. kioskit ja Alko). Tavaratalokauppoja oli neljä, joista kaksi hypermarkettia ja kaksi muuta pienempää laajan tavaravalikoiman myymälää. Erikoiskauppoja oli yhteensä 188, joista suurin osa oli keskustahakuisia erikoiskauppoja eli muotikauppoja ja muita erikoiskauppoja kuten kulta- ja kellokauppoja, optikoita, lahjatavaraliikkeitä, sisustuskauppoja, kirjakauppoja ja urheilukauppoja.

Tilastokeskuksen tilastosta saadaan liikevaihto, johon tässä on lisätty arvonlisävero. Näin myynti on verrannollinen ostovoiman kanssa. Vuonna 2009 vähittäiskaupan myynti Raumalla oli lähes 300 miljoonaa euroa. Myynnistä lähes 28 % muodostuu päivittäistavarakaupoissa ja hieman suurempi osa tavaratalokaupoissa, jotka myyvät sekä päivittäistavaraa että erikoistavaraa. Erikoiskauppojen myynti vuonna 2009 oli yhteensä 131 miljoonaa euroa. Tästä vajaa 40 % oli tilaa vaativaa kauppaa.

2.2 Ostovoima ja ostovoiman siirtymät

Ostovoima kuvaa markkina-alueen kysyntää. Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima on laskettu Tilastokeskuksen kulutustutkimuksen sekä vähittäiskaupan myyntitilastojen pohjalta. Ostovoima kertoo alueen väestön ostokyvystä ja sen kohdistumisesta kaupan eri toimialoille. Ostovoima kertoo alueen markkinapotentiaalin muttei sitä, missä asukkaat tämän potentiaalinsa käyttävät eli missä ostovoima toteutuu myyntinä.

Rauman pääasialliseen markkina-alueeseen kuuluvat TNS Gallup Oy:n Suuren vaikutusaluetutkimuksen mukaan Rauman ohella lähikunnat Eurajoki ja Pyhäranta. Näistä kunnista monipuoliset erikoiskauppaostokset tehdään pääosin Raumalla. Eurajoella on jonkin verran erikoiskauppoja, Pyhärannassa hyvin vähän. Päivittäistavaroita ostetaan valtaosin omasta kunnasta, mutta Rauman hypermarketit vetävät päivittäistavarakauppaostoksille naapurikuntalaisia etenkin viikonloppuisin.



Raumalla käydään ostoksilla myös Euralta, Köyliöstä ja Säkylästä. Euralla on kohtalaisen monipuolinen erikoiskaupan tarjonta, mutta ostoksia tehdään myös Raumalla, jossa tarjonta on vieläkin monipuolisempi. Toissijaiselta markkina-alueelta suuntautuu asiointimatkoja Raumalle jo vähemmän kuin ensisijaiselta markkina-alueelta. Raumalle suuntautuu myös ostovoimaa Laitilasta. TNS Gallupin mukaan Laitila kuuluu kuitenkin Turun markkina-alueeseen, joten pääasiointivirrat suuntautuvat Turkuun. Laitilasta siirtyvän ostovoiman osuus Rauman markkinoista jää sen verran pieneksi, ettei sitä ole otettu mukaan toissijaiseen markkina-alueeseen. Laitilan ostovoiman siirtymät Raumalle sisältyvät laajemmalta alueelta tulevaan ostovoiman siirtymään.

Vuonna 2010 Raumalla on laskelman mukaan vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa yhteensä 244 miljoonaa euroa. Vähittäiskauppaan, autokauppaan ja ravintoloihin kohdistuvaa ostovoimaa on kaupungissa 388 miljoonaa euroa. Kokonaisuudessaan ensisijaisella markkina-alueella on vähittäiskauppaan, autokauppaan ja ravintoloihin kohdistuvaa ostovoimaa noin 460 miljoonaa euroa ja koko markkina-alueella 645 miljoonaa euroa.

Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Rauman markkina-alueella vuonna 2010

milj. euroa	Rauma	Eurajoki	Pyhäranta	I-markkina-alue yht.	II-markkina-alue	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	119	16	7	141	57	198
Tilaa vaativa kauppa	45	6	3	53	21	75
Muu erikoiskauppa	80	10	5	95	37	132
Erikoiskauppa yhteensä	*125*	*16*	*7*	*148*	*59*	*207*
Vähittäiskauppa yhteensä	**244**	**32**	**14**	**289**	**116**	**405**
Autokauppa ja huoltamot	116	15	7	138	56	193
Ravintolat	29	4	1	34	13	47
Kauppa ja palvelut yhteensä	**388**	**51**	**22**	**461**	**184**	**645**

Lähde: Santasalo Ky

Ostovoiman siirtymiä analysoimalla arvioidaan, miten Rauman vähittäiskaupan tarjonta saavuttaa alueen kysynnän. Siirtymät saadaan vertaamalla vähittäiskaupan toimialoihin kohdistunutta ostovoimaa kaupungissa toteutuneeseen myyntiin. Tavaratalokaupan myynti on jaettu arvion mukaan päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan toimialoille.

Yleisesti päivittäistavarakauppa-asioinnit hoidetaan lähellä. Arkisin elintarvikeostot tehdään usein lähellä kotia ja lähinnä viikonloppuisin käydään herkemmin lähialuetta hieman kauempana monipuolisessa päivittäistavarakaupassa. Erikoiskaupan ostoksia haetaan tätäkin kauempaa. Mitä harvemmin tuotetta ostetaan, sitä yleisemmin sitä voidaan ostaa kaukaakin. Muotikauppa keskittyy suuriin kaupunkeihin ja näin keskittyvät ostoksetkin. Tilaa vaativa kauppa keskittyy myös, mutta yksittäisiä vetovoimaisia tilaa vaativan kaupan myymälöitä löytyy myös pienistä keskittymistä. Autokauppa keskittyy myös omille alueilleen, ja autokaupassa käydään myös yli maakuntarajojen.

Rauma on markkina-alueensa pääkeskus, jonne suuntautuu ostovoimaa oman kaupungin ulkopuolelta. Laskelmalla saadaan euromääräinen nettosiirtymä, mutta se ei kerro mistä siirtymä saadaan. Ostovoiman siirtymät on laskettu suhteessa raumalaisten ostovoimaan ja suhteessa pääasiallisen markkina-alueen ostovoimaan. Siirtymät ovat vuodelta 2009, koska tältä vuodelta ovat viimeisimmät myyntitiedot.

Vuonna 2009 Rauman vähittäiskapan myynti oli lähes 300 miljoonaa euroa. Kaupungissa vastaavasti oli ostovoimaa noin 244 miljoonaa euroa, eli vähittäiskaupan myynnistä noin 50 miljoonaa tulee kaupungin ulkopuolisilta asiakkailta. Ostovoiman siirtymät ovat erikoiskaupassa suuremmat kuin päivittäistavarakaupassa. Keskustahakuisessa erikoiskaupassa (muu erikoiskauppa) siirtymät ovat suuremmat kuin tilaa vaativassa kaupassa.

Ostovoiman siirtymät Raumalla 2009

suhteessa raumalaisten ostovoimaan

	Myynti milj. €	OV milj. €	OV-siirtymä milj. €	OV-siirtymä %
Päivittäistavarakauppa ja Alko	137	119	18	15 %
Tilaa vaativa kauppa	57	45	12	26 %
Muu erikoiskauppa	103	80	24	30 %
Erikoiskauppa yhteensä	160	125	35	28 %
Vähittäiskauppa yhteensä	**297**	**244**	**53**	**22 %**

Lähde: Santasalo Ky, Tilastokeskus

Ostovoiman siirtymät Raumalla 2009

suhteessa I-markkina-alueen ostovoimaan

	Myynti milj. €	OV milj. €	OV-siirtymä milj. €	OV-siirtymä %
Päivittäistavarakauppa ja Alko	137	141	-4	-3 %
Tilaa vaativa kauppa	57	54	3	6 %
Muu erikoiskauppa	103	94	9	10 %
Erikoiskauppa yhteensä	160	148	12	8 %
Vähittäiskauppa yhteensä	**297**	**289**	**8**	**3 %**

Lähde: Santasalo Ky, Tilastokeskus

Ensisijaisen markkina-alueen (Rauma, Eurajoki, Pyhäranta) ostovoimaan suhteutettuna ostovoiman siirtymät ovat positiiviset. Päivittäistavarakaupan siirtymät ovat kuitenkin negatiiviset, eli osa pt-kaupan ostovoimasta jää Eurajoelle ja Pyhärantaan. Erikoiskaupassa siirtymät ovat positiiviset. Tämä vahvistaa sitä, että Rauma palvelee vieläkin laajempaa markkina-aluetta eli ostovoimaa virtaa kaupunkiin myös toissijaiselta markkina-alueelta.

Erikoiskaupan myynti on laskelman mukaan 12 miljoonaa euroa suurempi kuin ensisijaisen markkina-alueen ostovoima. Tämä vastaa noin 8 % kaupunkilaisten ostovoimasta. Osa eurajokelaisten ja pyhärantalaisten ostovoimasta jää kuitenkin omaan kuntaan ja osa siirtyy Poriin, joten toissijaiselta markkina-alueelta suuntautuu ostovoimaa Raumalle jonkin verran tätä enemmän.

2.3 Kaupan palveluiden sijoittuminen keskustassa

Kaupan palvelut ovat keskittyneet keskustaan. Kauppapalveluiden rungon on muodostanut Vanha Rauma ja siitä kauppapalvelut ovat laajentuneet länteen Kanalin yli Valtakadun alueelle. Market-alue keskusten pohjoisreunalle on rakentunut viimeisen 10 vuoden aikana. Rauman kauppapalvelut ovat hyvin keskittyneet suhteellisen pienelle alueelle keskustaan ja keskustan reunaan.

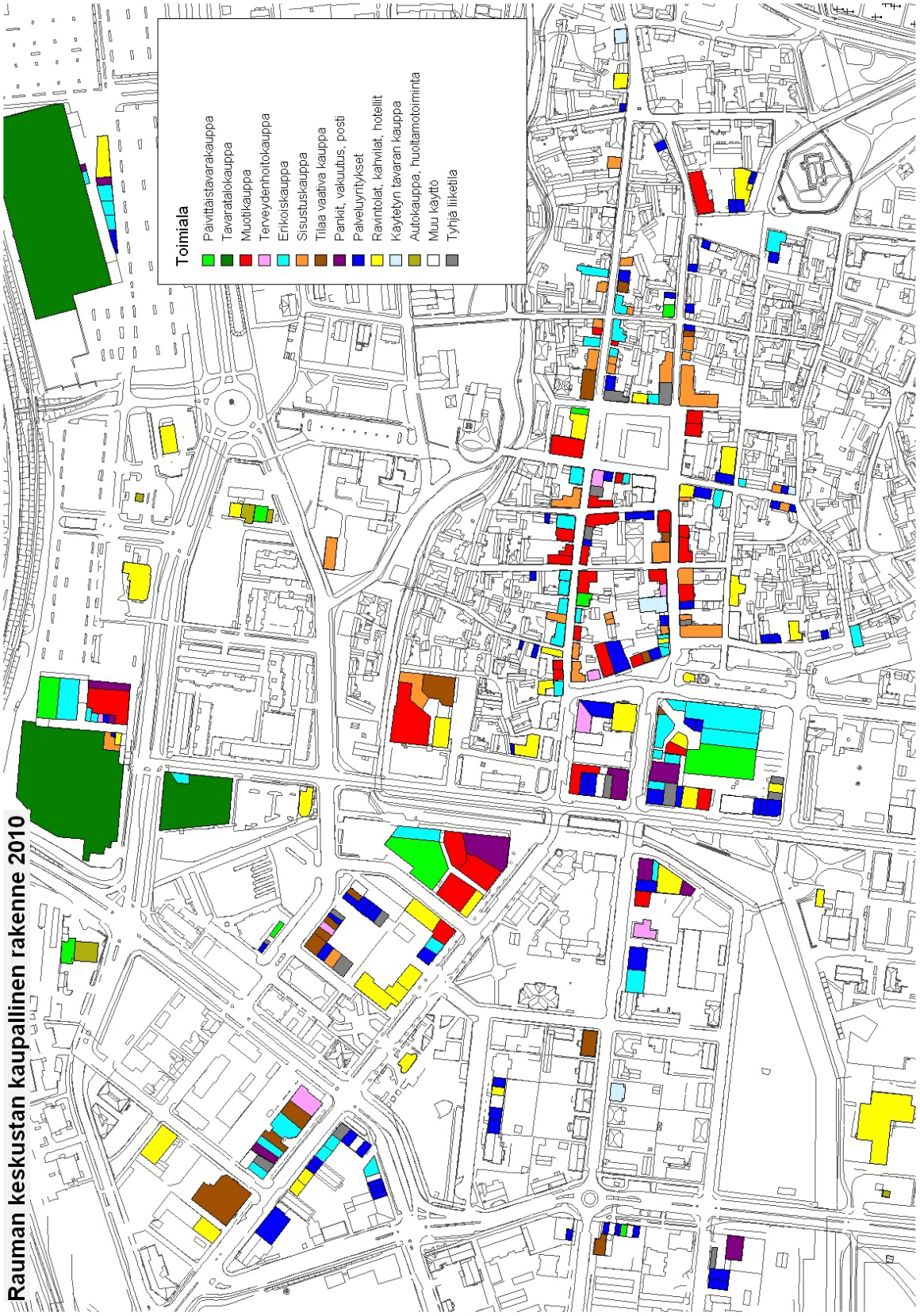
Vanhan Rauman pääkauppakadut ovat rinnakkaiset Kuninkaankatu ja Kauppakatu. Näiden väliset poikkikadut eivät ole kaupallisesti kovin aktiivisia. Intensiivisin kauppa-alue ulottuu Kanalilta aina torin reunaan asti. Uudemman kaupunginosan kauppapalvelut keskittyvät Valtakadun ympäristöön.

Rauman keskustassa on kolme pienehköä liikekeskusta, Tarvontori, Potkuri ja Suvituuli, joissa kaikissa on katettu kauppakäytävä. Tarvontorin ja Potkurin kaupallinen rakenne painottuu pitkälti päivittäistavarakauppaan. Tarvontorilla on lisäksi mm. muutamia muoti-kauppoja ja Potkurissa muuta erikoiskauppaa ja palveluita. Keskustassa on myös yksi keskustatavaratalo Sokos, joka jää jo hieman irralleen muusta ydinkeskustan kaupallisesta rakenteesta.

Keskustan pohjoisosan market-alueella on pari hypermarkettia ja näiden yhteydessä erikoiskauppaa. Näiden erikoiskauppojen merkitys keskustan erikoiskaupassa jää pieneksi. Lisäksi alueella on Tokmannin laajan tavaravalikoiman myymälä. Market-alueen viereen on rakentunut tilaa vaativan kaupan ja autokaupan alue, joka jatkuu aina Valtatie 8 risteyksen yli. Alueella on toinen laajantavaravalikoiman myymälä Hong Kong sekä mm. S-market. Toinen tilaa vaativan kaupan alue on Papinhaanalue, jossa on myös pt-market, Lidl.

Keskustakauppa jatkuu Valtakatua koilliseen Syväraumankadulle, jonka kaupallinen rakenne on jo toisen tyyppinen kuin aivan ydinkeskustassa. Kadun varrelle on keskittynyt reuna-alueen kaupallisia palveluita mm. kampaamoja, kauneushoitoloita ja hierontaliikkeitä. Osa liiketiloista on muussa käytössä kuten toimistoina. Alueella on myös yksi pieni päivittäistava-rakauppa lähialueen asukkaita palvelemassa. Myös keskustan eteläosissa on palveluiden alue, joka ei enää toiminnallisesti kuulu aivan kaupalliseen ytimeen.

Keskustassa on myös lähipalveluita sijoittunut mm. Monnankadun varrelle ja Otanlahdesta etäämmälle Syväraumankadun varrelle.

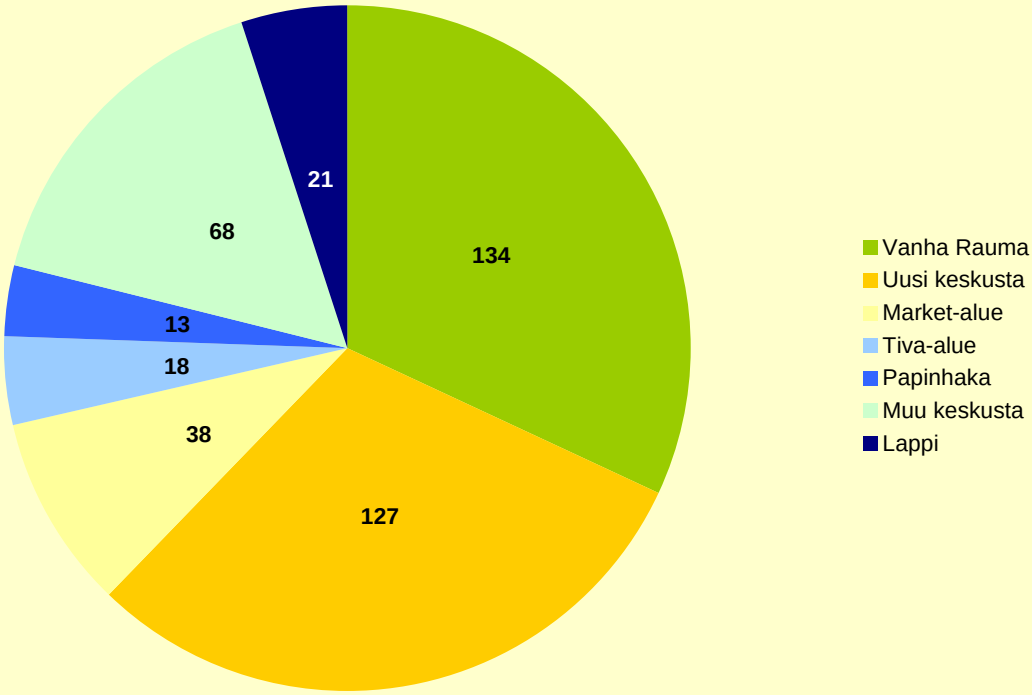

Toimiala
Päivittäistavarakauppa
Tavaratalokauppa
Muotikauppa
Terveydenhoitokauppa
Erikoiskauppa
Sisustuskauppa
Tilaa vaativa kauppa
Pankit, vakuutus, posti
Palveluyritykset
Ravintolat, kahvilat, hotellit
Käytetyn tavaran kauppa
Autokauppa, huoltamotoiminta
Muu käyttö
Tyhjä liiketila
Rauman keskustan kaupallinen rakenne 2010

2.4 Rauman kaupallinen palveluverkko

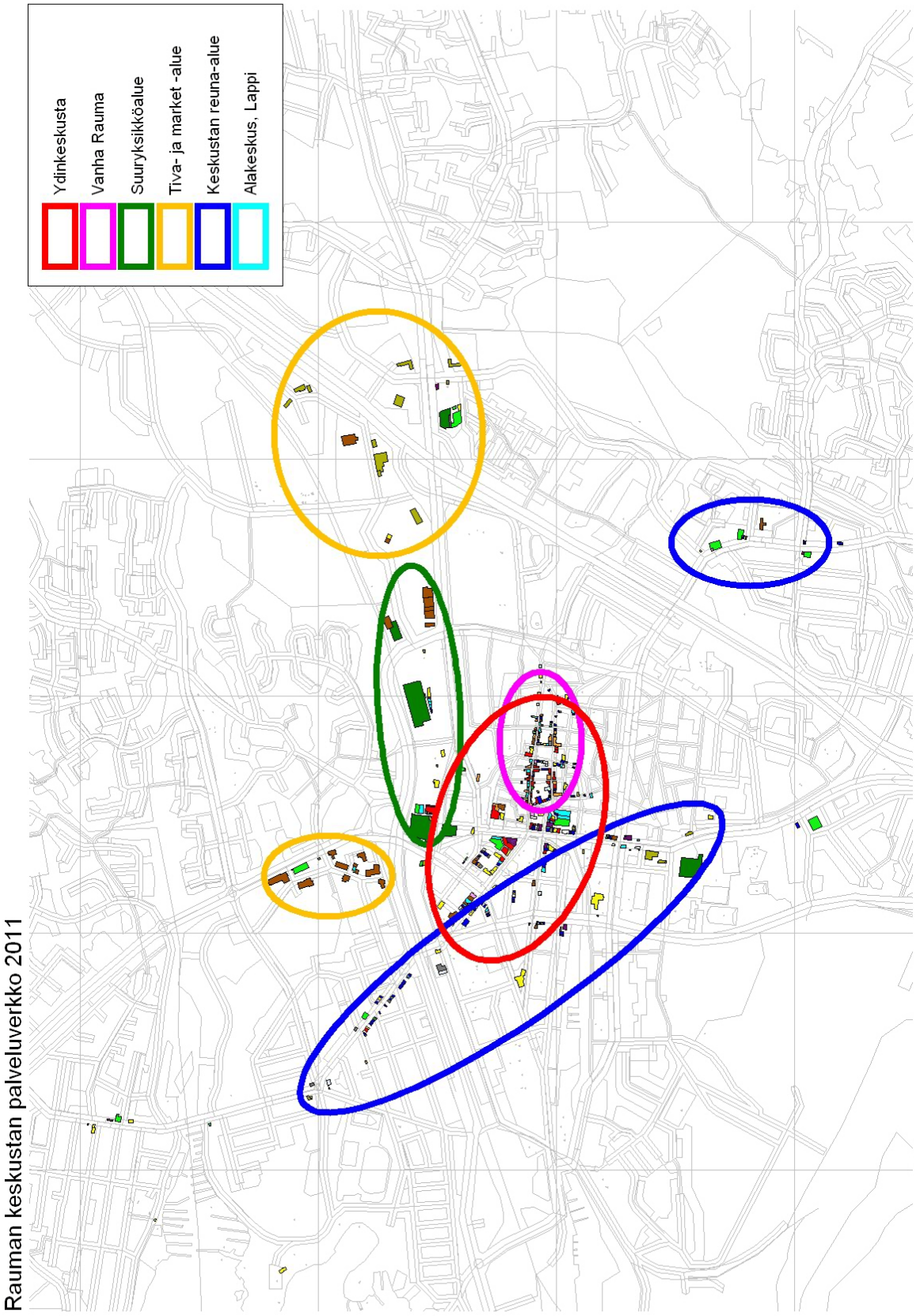
Pääosa Rauman kaupallisista palveluista on sijoittunut keskustaan ja sen tuntumaan. Keskusta voidaan jakaa eri tyyppisiin kaupan alueisiin. Ydinkeskustassa on valtaosa kaupan palveluista, alueesta voidaan erottaa Vanha Rauma, jonka rakenne on toisen tyyppinen kuin Valtakadun alueella eli uudessa keskustassa. Ydinkeskustaa reunustavat lähinnä kaupungin koillis- ja eteläpuolella keskustan kaupalliset reuna-alueet. Keskustan pohjoispuolelle sijoittuu market- ja tilaa vaativaa kauppaa. Tilaa vaativaa kauppaa on kahdella erillisellä alueella valtatie 12:n ja Luoteisväylän risteysalueen tuntumassa market alueen vieressä ja Papinhaan alueella.

Raumalla on yksi alakeskus, Lapin entinen kuntakeskus. Lapin keskuksessa on monipuolisesti paikallispalveluita alueen asukkaille. Alueen asukkaiden lähipalvelut löytyvätkin omasta keskuksesta. Erikoiskauppoja on kuitenkin vähän, ja erikoiskauppaostoksilla käydään Rauman pääkeskuksessa.

Kaupallisten palveluiden lukumäärä Raumalla 2010



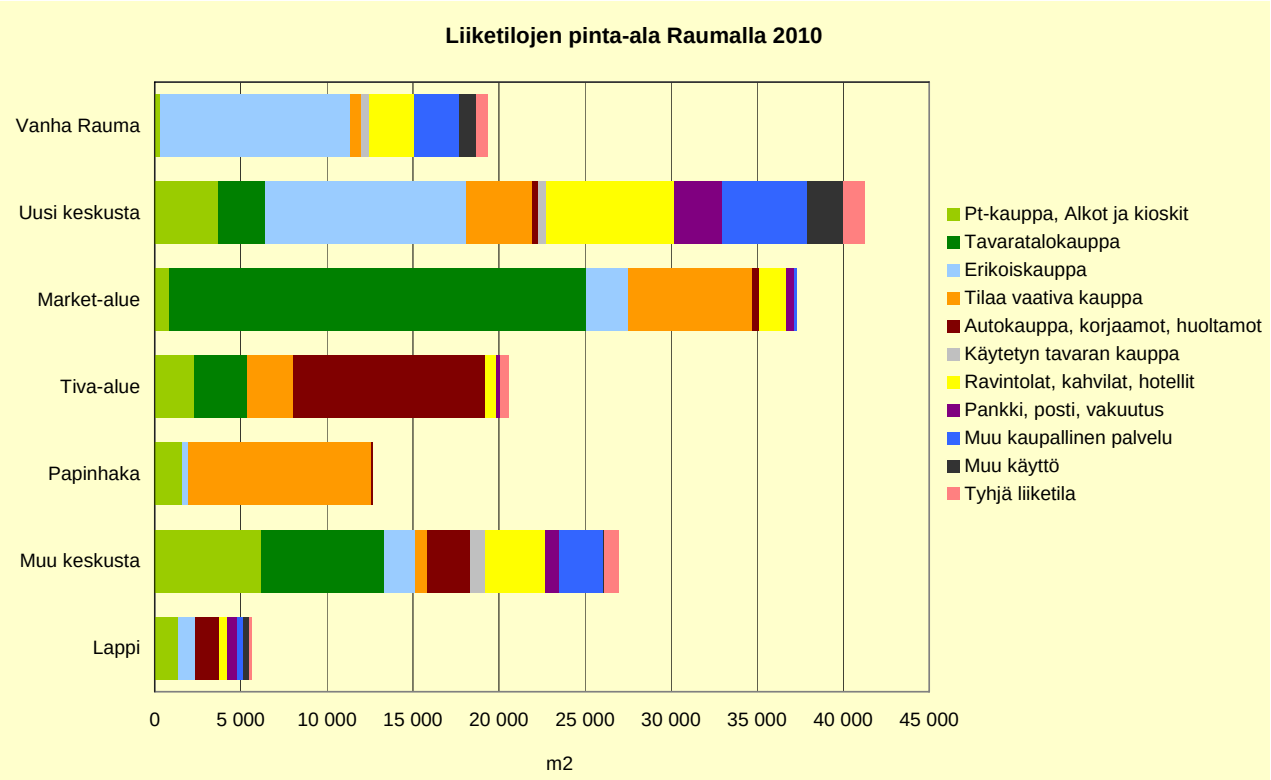
Kaupallisia palveluita Raumalla on kartoituksen mukaan yhteensä lähes 470 kpl. Ydinkeskustassa palveluita on selvästi kaikkein eniten, yhteensä noin 300, josta puolet Vanhassa Raumassa ja puolet uuden keskustan alueella. Market-alueella on palveluita yhteensä 38 kpl ja tilaa vaativan kaupan alueilla (tiva-alue ja Papinhaka) 31 kpl. Muun keskustan alueella palveluita on 67 kpl. Palveluiden määrä kertoo alueen kaupallisesta intensiivisyydestä. Mitä enemmän liikkeitä sen intensiivisempää kauppa näillä alueella on.



Rauman keskustan palveluverkko 2011

Pinta-alojen vertailu kertoo lukumäärän ohella osaltaan kauppapalveluiden tarjonnan määrästä ja luonteesta. Varsinaisissa keskustoissa on monipuolisesti kaupan tarjontaa, mutta liikkeet ovat pääosin pieniä. Keskustan ulkopuolisilla alueilla on vastaavasti vähemmän liikkeitä, mutta liikkeiden koko on keskimääräistä suurempi.

Raumalla on liiketilaa yhteensä yli 160.000 k-m2, josta tyhjiä tiloja on pari prosenttia ja muussa esim. toimistokäytössä myös pari prosenttia. Kaupallisten palveluiden käytössä Raumalla on liiketilaa noin 154.000 k-m^2. Liiketilojen pinta-ala keskustan eri osissa jakautuu eri tavoin kuin kaupallisten palveluiden lukumäärä. Alueiden luonne paljastuu hyvin pinta-alavertailussa. Alueilla on tyyppisesti hyvin erityyppinen toimialarakenne.



Liiketilaltaan suurimmat kaupan alueet ovat market- ja tilaa vaativan kaupan alueet, joissa on liiketilaa yhteensä noin 70.000 k-m^2. Liikkeiden lukumäärä on vähäinen ja liiketilat keskimäärin suuria. Market-alueella liiketilaa on yhteensä 37.000 k-m^2, josta valtaosa on tavaratalokauppaa. Market-alueella on myös vähän erikoiskauppaa ja kohtalaisen paljon tilaa vaativaa kauppaa. Tiva-alueella ja Papinhaassa on liiketilaa yhteensä 33.000 k-m^2. Papinhaan toimialarakenne painottuu tilaa vaativaan kauppaan ja valtatie 12:n ja Luoteisväylän risteysalueen kauppa autokauppaan. Alueella on myös pt-kauppaa ja tavaratalokauppaa (Hong Kong).

Ydinkeskustassa liiketilaa on hieman vähemmän kuin market- ja tilaa vaativan kaupan alueilla yhteensä. Liiketilaa ydinkeskustassa on noin 60.000 k-m^2, josta noin 20.000 k-m^2 sijoittuu Vanhan Rauman puolelle ja 40.000 k-m^2 uuteen keskustaan. Vanhassa Raumassa liiketilat ovat pääosin pieniä. Alueen toimialarakenne painottuu erikoiskauppaan. Myös pt-kaupat alueella ovat pieniä erikoiskauppoja. Uuden keskustan alueella on päivittäistavara-kauppaa sekä tavaratalokauppaa, alueen toimialarakenne painottuu kuitenkin vahvasti erikoiskauppaan ja palveluihin. Alueella on myös jonkin verran tilaa vaativaa kauppaa.

Muun keskustan kauppapalvelut sijoittuvat keskustan reuna-alueille. Alueella on merkittä-västi päivittäistavarakauppaa ja laajan tavaravalikoiman myymälä (Pick'n Pay). Keskustaha-kuista erikoiskauppaa on vähän ja toimialarakenne painottuu autokauppaan ja muihin kaupallisiin palveluihin. Keskustan reuna-alueilla on liiketilaa yhteensä 25.000 k-m^2 eli noin 15 % koko kaupungin liiketilamäärästä.

Lapin alakeskuksessa liiketilaa on vähän, yhteensä noin 5600 k-m^2. Kaupallisia palveluita on kuitenkin lukumääräisesti paljon (21 kpl) pienelle alakeskukselle. Päivittäistavarakaupan pinta-alaa on eniten ja autokaupan ja huoltamotoiminnan pinta-alaa toiseksi eniten, mutta muutoin toimialarakenne on hyvin tasaisesti jakautunut. Kaupalliset palvelut ovat pääosin keskustassa. Ne ovat sijoittuneet pitkänomaisesti Sahamäentien ja Meijeritien varrelle. Autokauppa ja huoltamotoiminta on sijoittunut valtatien varrelle samoin yksi kahvila-/erikois-liike.

Lapin keskustan kaupallinen rakenne 2010

Kaupallisten palveluiden lukumäärä Raumalla 2010

	Vanha-Rauma	Uusi keskusta	Market-alue	Tiva-alue	Papin-haka	Muu keskusta	Lappi	Yhteensä
Pt-kauppa, Alko ja kioskit	3	6	2	2	1	9	2	25
Tavaratalokauppa	0	1	3	1	0	1	0	6
Apteekit ja terveyskauppa	3	4	1	0	0	2	1	11
Muotikauppa	24	10	1	0	0	1	0	36
Sisustuskauppa	26	4	1	0	0	2	2	35
Tilaa vaativa kauppa	5	12	6	2	10	1	0	36
Muu erikoiskauppa	22	18	8	0	1	4	4	57
Erikoiskauppa yhteensä	**80**	**48**	**17**	**2**	**11**	**10**	**7**	**175**
Käytetyn tavaran kauppa	3	2	0	0	0	2	0	7
Vähittäiskauppa yhteensä	**86**	**57**	**22**	**5**	**12**	**22**	**9**	**213**
Autokauppa, korjaamot, huoltamc	0	2	3	10	1	6	2	24
Ravintolat, kahvilat, hotellit	14	21	5	2	0	13	3	58
Pankki, posti, vakuutus	0	7	4	1	0	3	3	18
Muu kaupallinen palvelu	34	40	4	0	0	24	4	106
Kaupalliset palvelut yhteensä	48	70	16	13	1	46	12	206
Vähittäiskauppa ja palvelut yht.	**134**	**127**	**38**	**18**	**13**	**68**	**21**	**419**
Liiketila muussa käytössä	8	12	0	0	0	1	2	23
Tyhjät liiketilat	5	11	0	1	0	7	1	25
Liiketilat yhteensä	**147**	**150**	**38**	**19**	**13**	**76**	**24**	**467**

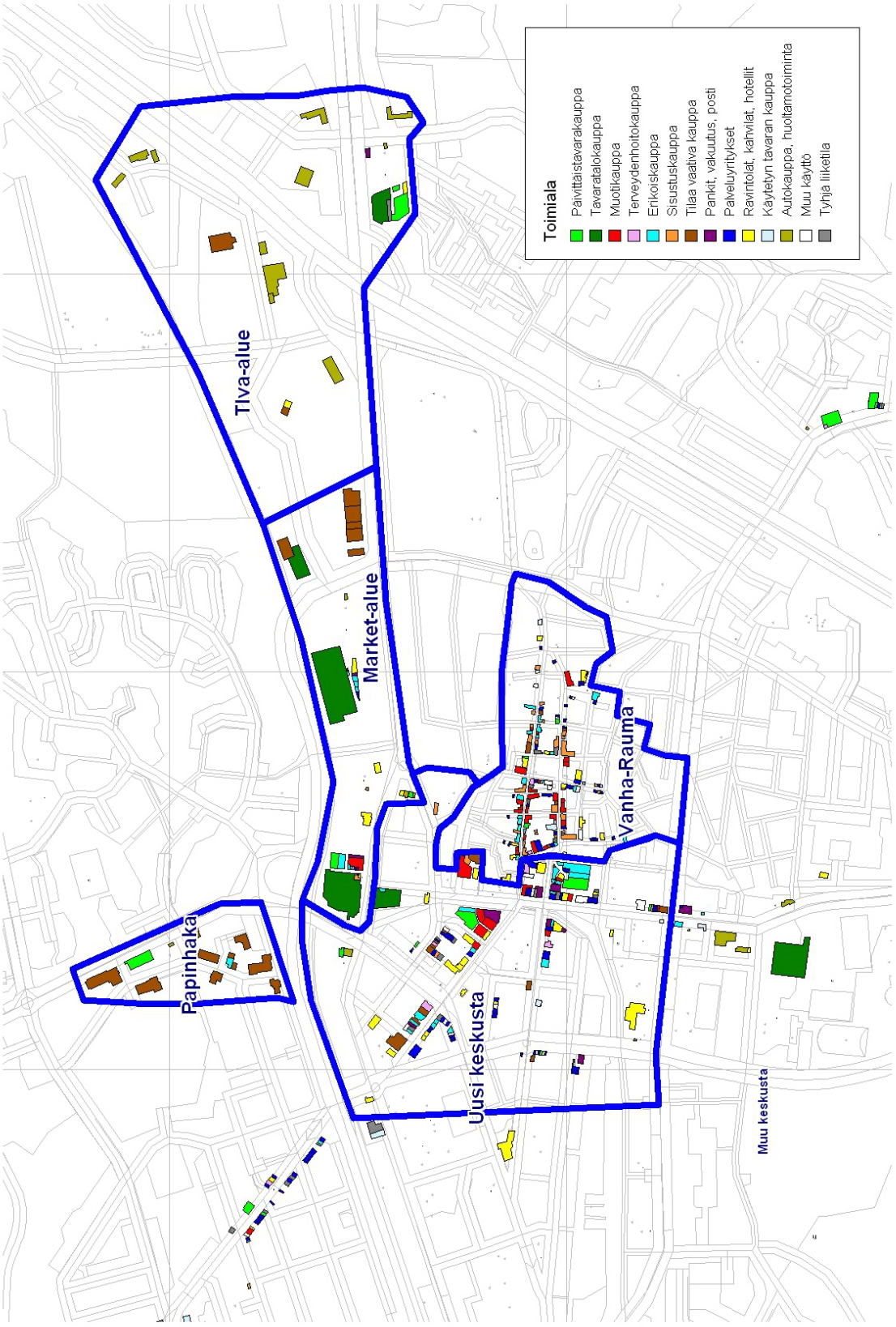
Lähde: Santasalo Ky

Kaupallisten palveluiden pinta-ala Raumalla 2010

	Vanha-Rauma	Uusi keskusta	Market-alue	Tiva-alue	Papin-haka	Muu keskusta	Lappi	Yhteensä
Pt-kauppa, Alko ja kioskit	300	3 700	800	2 300	1 600	6 200	1 400	16 300
Tavaratalokauppa	0	2 800	24 200	3 000	0	7 200	0	37 200
Apteekit ja terveyskauppa	300	1 000	0	0	0	200	100	1 600
Muotikauppa	4 300	4 500	900	0	0	200	0	9 900
Sisustuskauppa	3 800	1 000	200	0	0	900	200	6 100
Tilaa vaativa kauppa	600	3 800	7 200	2 700	10 700	700	0	25 700
Muu erikoiskauppa	2 700	5 100	1 300	0	300	400	700	10 500
Erikoiskauppa yhteensä	**11 700**	**15 400**	**9 600**	**2 700**	**11 000**	**2 400**	**1 000**	**53 800**
Käytetyn tavaran kauppa	500	400	0	0	0	800	0	1 700
Vähittäiskauppa yhteensä	**12 500**	**22 300**	**34 600**	**8 000**	**12 600**	**16 600**	**2 400**	**109 000**
Autokauppa, korjaamot, huoltamc	0	400	400	11 100	100	2 500	1 300	15 800
Ravintolat, kahvilat, hotellit	2 600	7 500	1 600	600	0	3 500	500	16 300
Pankki, posti, vakuutus	0	2 700	400	300	0	800	600	4 800
Muu kaupallinen palvelu	2 700	4 900	200	0	0	2 600	300	10 700
Kaupalliset palvelut yhteensä	5 200	15 500	2 600	12 000	100	9 400	2 800	47 600
Vähittäiskauppa ja palvelut yht.	**17 800**	**37 800**	**37 200**	**20 000**	**12 700**	**26 000**	**5 100**	**156 600**
Liiketila muussa käytössä	1 000	2 100	0	0	0	100	400	3 600
Tyhjät liiketilat	600	1 300	0	500	0	800	100	3 300
Tyhjien tilojen osuus	3 %	3 %	0 %	2 %	0 %	3 %	2 %	2 %
Liiketilat yhteensä	**19 400**	**41 200**	**37 200**	**20 500**	**12 700**	**26 900**	**5 600**	**163 500**

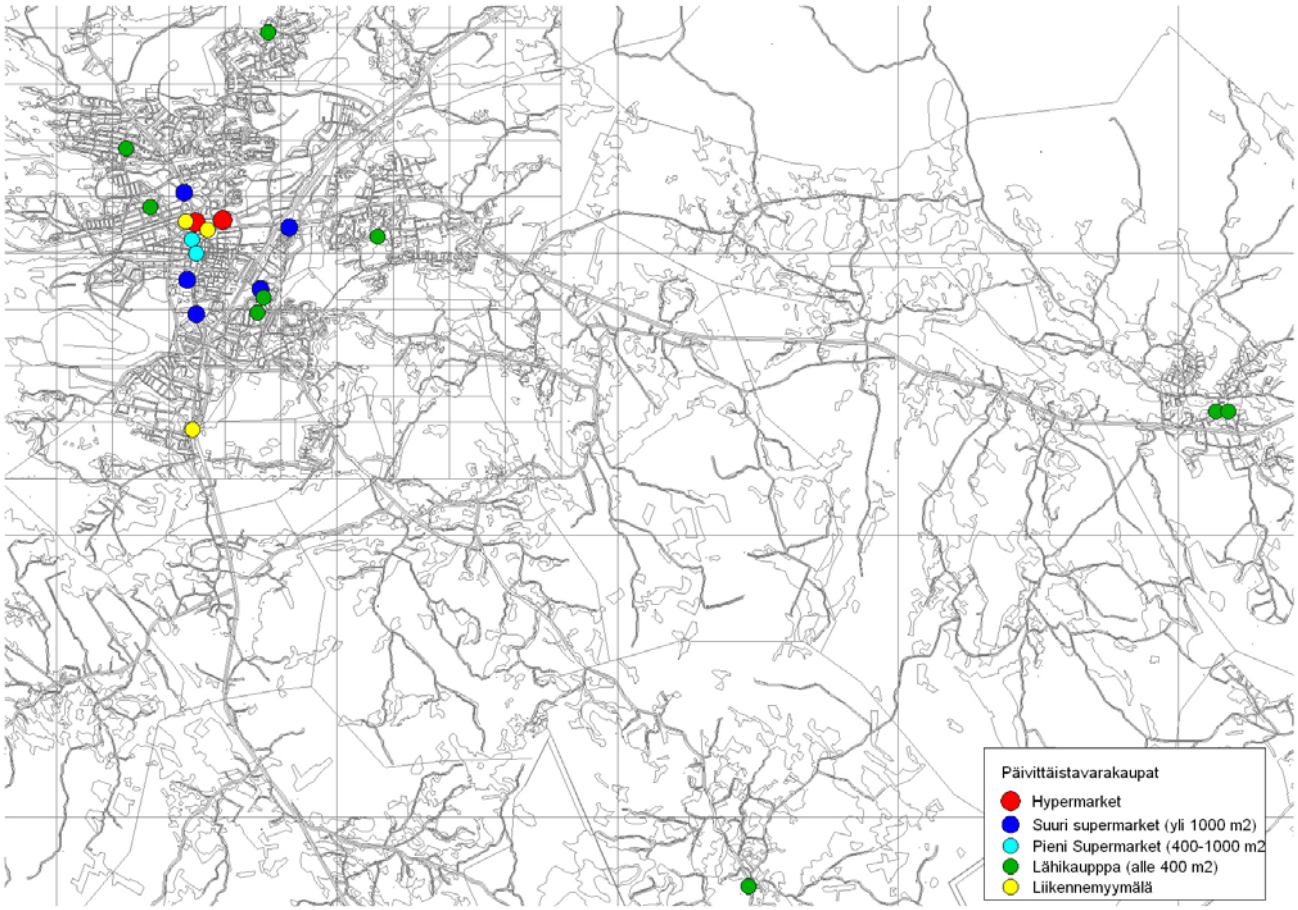
Lähde: Santasalo Ky

Kaupan alueet Rauman keskustassa



Päivittäistavarakaupat ovat Raumalla sijoittuneet varsin kiinteästi muuhun kaupan palveluverkkoon. Valtaosa päivittäistavarakaupoista on Rauman ydinkeskustassa ja sen reuna-alueilla, missä suurin osa asukkaistakin on. Lapin keskustassa on pari pientä lähikauppaa ja Kodisjoella yksi. Liikenneasemien yhteydessä on päivittäistavarakauppoja keskustassa sekä keskustan eteläpuolella Kortelassa valtatie 8:n varrella.

Suuret päivittäistavarakaupan yksiköt, hypermarketit ovat keskittyneet market-alueelle. Suuria supermarketteja on keskustan reuna-alueilla, lähinnä kokoojakatujen varrella. Näitä täydentää lähikauppojen verkko, joka sijoittuu enemmän asutusalueille.



Päivittäistavarakaupan verkko Raumalla 2010

3 KAUPAN KEHITYS- JA LAAJENTUMISTARPEET RAUMALLA

Kaupan kehitystä Raumalla tarkastellaan tässä markkina-alueen ostovoiman kasvun pohjalta. Markkina-alueen väestö ei ole kasvussa, mutta koska ostovoiman ennustetaan kasvavan asukasta kohden, ostovoima alueella on yhä kasvussa. Tämä luo positiivisia kehitysodotuksia kaupalle Raumalla.

Laskelmien lisäksi on kartoitettu haastatteluilla kaupan, kauppiaiden ja ketjujohtajien näkemyksiä kaupan kehittämisestä Raumalla.

3.1 Rauman markkina-alueen ostovoiman kehitysennusteet

Ostovoiman kehitykseen vaikuttaa markkina-alueen väestönkehitys. Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaan Rauman markkina-alueella väestön määrä hienoisesti vähenee. Tällä hetkellä Raumalla on asukkaita lähes 40.000 ja koko markkina-alueella 68.000. Markkina-alueen väestön painopiste on Raumalla ja ensisijaisella markkina-alueella.

Väestön kehitys Rauman markkina-alueella 2000 - 2030
Toteutunut 2000 - 2009 ja ennuste 2010 - 2030

	2000	2005	2009	2010	2020	2030	Muutos 09-30	Vuosi-muutos 09-30
Rauma	41 001	40 381	39 793	39 422	38 268	37 508	-2 285	-0,3 %
Eurajoki	5 910	5 834	5 874	5 910	6 063	6 103	229	0,2 %
Pyhäranta	2 311	2 218	2 233	2 231	2 216	2 208	-25	-0,1 %
I-markkina-alue	**49 222**	**48 433**	**47 900**	**47 563**	**46 547**	**45 819**	**-2 081**	**-0,2 %**
Eura	12 957	12 807	12 554	12 495	12 182	11 997	-557	-0,2 %
Köyliö	3 010	2 948	2 852	2 838	2 758	2 764	-88	-0,1 %
Säkylä	5 108	4 937	4 721	4 679	4 444	4 328	-393	-0,4 %
II-markkina-alue	**21 075**	**20 692**	**20 127**	**20 012**	**19 384**	**19 089**	**-1 038**	**-0,3 %**
Markkina-alueet yht.	**70 297**	**69 125**	**68 027**	**67 575**	**65 931**	**64 908**	**-3 119**	**-0,2 %**

Lähde: Tilastokeskus

Väestö vähenee alueella noin 0,2 % vuosivauhdilla ja vuonna 2030 Raumalla ennustetaan olevan asukkaita 37.500 eli lähes 2.300 vähemmän kuin nyt. Koko markkina-alueella arvioidaan olevan asukkaita vuonna 2030 yhteensä 65.000.

Vaikka väestö hieman vähenee, ostovoima on pitkällä tähtäimellä kasvussa, sillä kulutus asukasta kohden kasvaa. Ostovoiman kehityksen arviointi pohjautuu kulutuksen kasvuun ja sen rakenteen muutokseen. Erikoiskauppaan kohdistuva ostovoima kasvaa nopeammin kuin päivittäistavarakaupan. Erityisesti tilaa vaativa erikoiskauppa on voimakkaasti kasvava erikoiskaupan toimiala.

2000-luvulla ostovoima on kasvanut usean prosentin vuosivauhdilla. Toimialoittaiset vaihtelut ovat suuria. Pitkällä aikavälillä kulutuksen ennustetaan yhä kasvavan, mutta tähänastista hillitymmällä vauhdilla. Vuosina 2010 - 2030 ostovoiman ennustetaan kasvavan asukasta kohden päivittäistavarakaupassa (sis. Alko) keskimärin noin prosentin vuodessa ja erikoiskaupassa keskimäärin pari prosenttia vuodessa (vaihtelee toimialoittain). Keskimääräistä nopeammin kasvavat tilaa vaativa erikoiskauppa, tietotekninen erikoiskauppa, terveyskauppa, urheilukauppa ja sisustuskauppa. Ennuste on positiivinen mutta realistinen, jos tarkastellaan vähittäiskaupan toteutunutta kehitystä. Aikaisempiin kehityslukuihin tuskin kuitenkaan enää pitkällä aikajaksolla päästään.

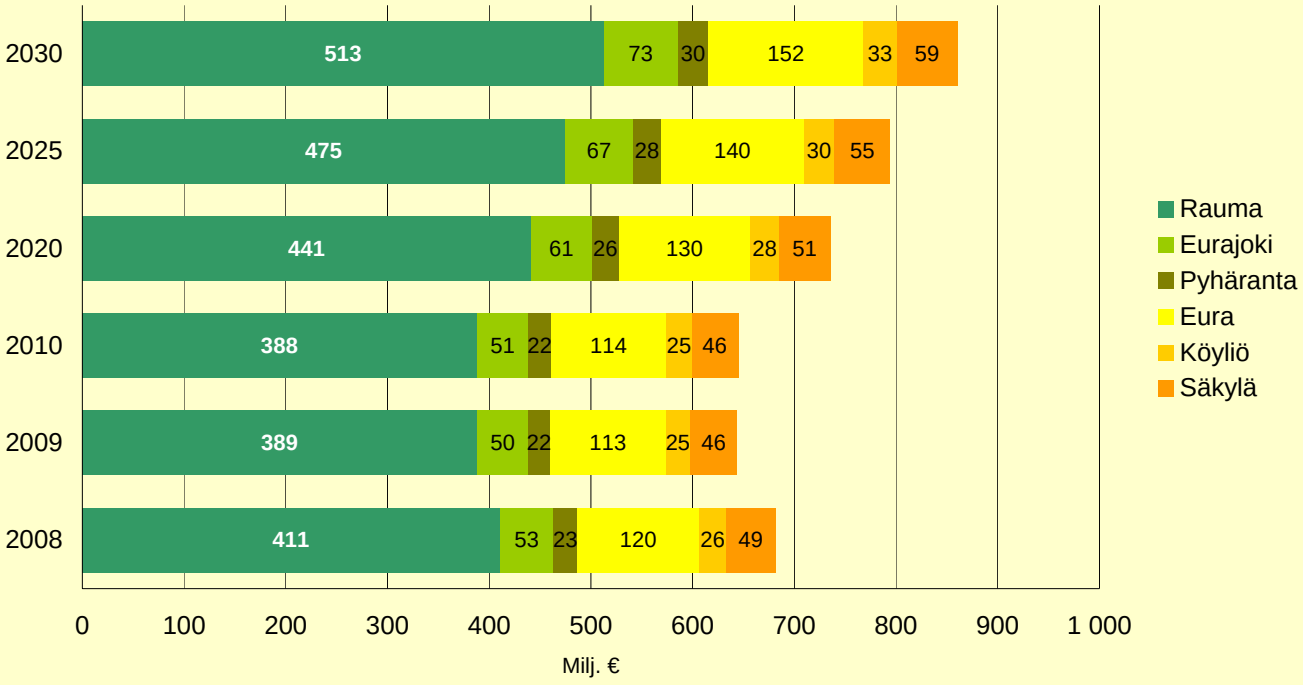
Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Rauman markkina-alueella vuonna 2030

milj. euroa	Rauma	I-markkina-alue (sis. Rauman)	II-markkina-alue	Yhteensä	Vuosikasvu per asukas
Päivittäistavarakauppa ja Alko	136	163	65	228	0,9 %
Tilaa vaativa kauppa	63	76	30	107	2,0 %
Muu erikoiskauppa	113	136	53	189	2,0 %
Erikoiskauppa yhteensä	*177*	*212*	*84*	*296*	*2,0 %*
Vähittäiskauppa yhteensä	**313**	**376**	**149**	**525**	**1,5 %**
Autokauppa ja huoltamot	168	203	81	284	2,1 %
Ravintolat	32	37	14	52	0,7 %
Kauppa ja palvelut yhteensä	**513**	**616**	**244**	**860**	**1,7 %**

Lähde: Santasalo Ky

Vuonna 2030 laskemme markkina-alueella olevan vähittäiskauppaan, autokauppaan ja ravintoloihin kohdistuvaa ostovoimaa nykyrahassa yhteensä 860 miljoonaa euroa. Valtaosa kasvusta tapahtuu Raumalla. Vuonna 2030 Raumalla on vähittäiskauppaan, autokauppaan ja ravintoloihin kohdistuvaa ostovoimaa yhteensä 513 miljoonaa euroa ja muissa kunnissa lähes 350 miljoonaa euroa.

Vähittäiskauppaan, autokauppaan ja ravintolatoimintaan kohdistuva ostovoima Rauman markkina-alueella



3.2 Liiketilatarpeet vuoteen 2030

Ostovoiman kasvu vaikuttaa vähittäiskaupan toimintamahdollisuuksiin positiivisesti. Ostovoiman kasvun pohjalta arvioidaan tulevaa liiketilan lisätarvetta kaupungissa. Laskelma pohjautuu raumalaisten ostovoiman kasvuun. Kaupunkilaisten ostovoiman lisäksi on otettu huomioon markkina-alueen muissa kunnissa tapahtuva ostovoiman kasvu ja lisäksi matkailijoiden ja kesäasukkaiden tuoma lisäpotentiaali.

.

Osa markkina-alueen muiden kuntien liiketilatarpeesta suuntautuu siis Raumalle, osa muihin kuntiin tai muihin seudullisiin keskittymiin. Pienimmissä kunnissa ei todennäköisesti merkittävää uusperustantaa tapahdu, vaan ostovoiman kasvu suuntautuu suuriin keskittymiin. Muiden markkina-alueen kuntien liiketilantarpeesta lasketaan suuntautuvan Raumalle 10 - 66 %. Suuntautuminen on päivittäistavarakaupassa pienempää kuin erikoiskaupassa ja lähialueilta suurempaa kuin toissijaiselta markkina-alueelta.

Ostovoiman kasvu on suhteutettu pinta-alaksi siten, että laskelmassa on käytetty toimialoittaisia keskimääräisiä myyntitehokkuuksia, jotka on laskettu vähittäiskaupan myynnin ja erilaisten kartoitusten pohjalta. Tehokkuus vaihtelee toimialoittain. Päivittäistavarakaupassa (sis. Alko) käytetty myyntitehokkuus on keskimäärin 5900 €/k-m^2 (n.7400 €/my-m^2), tilaa vaativassa kaupassa 2000 €/k-m^2 (2500 €/my-m^2) ja muussa erikoiskaupassa 2900 €/k-m^2 (3600 €/my-m^2).

Osa ostovoiman kasvusta toteutunee nykyisissä myymälöissä, kun nämä kehittävät toimintaansa. Vähimmäistarvelaskelmassa tämä on otettu huomioon siten, että ostovoiman kasvusta osan on laskettu menevän nykyisille myymälöille ja osan uusiin myymälätiloihin joko uusille toimijoille tai nykyisten toimijoiden laajennuksille.

Vähimmäistarvelaskelmassa päivittäistavarakaupan ostovoiman kasvusta noin kahden kolmasosan odotetaan toteutuvan uusien myymälöiden muodossa ja erikoiskaupan ostovoiman kasvusta puolet. Päivittäistavarakaupassa osuus on suurempi siksi, että toimialalla on laajentumistarvetta vaikkei ostovoima kasvaisikaan. Tuotevalikoimat laajenevat, joten päivittäistavarakaupat tarvitsevat lisää pinta-alaa säilyttääkseen kilpailukykynsä markkinoilla. Myymäläpinta-alan kasvu voi joissain tapauksissa heikentää pinta-alaan suhteutettua myymälätehokkuutta lyhyellä aikavälillä.

Vähimmäistarvelaskelma on nettolaskelma, johon kaavoituksessa tulisi vähintään varautua, jotta nykyinen palvelutaso kunnassa säilyisi. Mikäli kuntaan ei saada lisää liiketilaa, virtaa kunnasta ulos nykyistä enemmän ostovoimaa. Vähimmäistarvetta suuremmallekin pinta-alalle saattaa olla kysyntää. Enimmäistarvelaskelma asettaa rajan sille, mihin ostovoiman kasvu riittää.

Vähimmäistarve ostovoiman kasvun pohjalta laskettuna on Raumalla vuoteen 2030 mennessä yhteensä 27.000 k-m^2. Matkailijoiden ja kesäasukkaiden lisäpotentiaaliksi on laskettu 10 % raumalaisten potentiaalista. Raumalaisten oma ostovoiman kasvu tuottaa lisätilantarvetta 20.000 k-m^2, muu tarve siirtyy Raumalle kaupungin ulkopuolelta.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Raumalla 2010 - 2030

Vähimmäistarve k-m²	Rauma	Muut I-alueen kunnat*	II-markkina-alue**	Matkai-lijat**	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	2 000	100	100	200	2 400
Tilaa vaativa kauppa	4 800	800	800	500	6 900
Muu erikoiskauppa	5 600	900	900	600	8 000
Erikoiskauppa yhteensä	*10 400*	*1 700*	*1 700*	*1 100*	*14 900*
Vähittäiskauppa yhteensä	**12 400**	**1 800**	**1 800**	**1 300**	**17 300**
Autokauppa ja huoltamot	3 900	600	600	400	5 500
Ravintolat	600	100	100	100	900
Muut kaupalliset palvelut	2 400	400	400	200	3 400
Kauppa ja palvelut yhteensä	**19 300**	**2 900**	**2 900**	**2 000**	**27 100**

* Liiketilatarpeesta 20-66 % lasketaan suuntautuvan Raumalle

** Liiketilatarpeesta 10-33 % lasketaan suuntautuvan Raumalle

*** Matkailijoiden lisäpotentiaali ~ 10 %

Lähde: Santasalo Ky

Vähimmäistarvelaskelma on nettolaskelma, johon kaavoituksessa tulee vähintään varautua, jotta nykyinen palvelutaso kunnassa säilyy. Mikäli kuntaan ei saada lisää liiketilaa, virtaa kunnasta ulos nykyistä enemmän ostovoimaa. Vähimmäistarvetta suuremmallekin pinta-alalle saattaa olla kysyntää. Enimmäistarvelaskelma asettaa rajan sille, mihin ostovoiman kasvu riittää.

Enimmäistarvelaskelma pohjautuu ajatukselle, että koko ostovoiman kasvu suuntautuu uuteen liiketilaan. Tällöin nykyisten myymälöiden myynti kasvaa vain inflaation verran. Myymälät voivat toki laajentua ja näin kasvattaa myyntiään. Mikäli koko ostovoiman kasvu suuntautuu uuteen liiketilaan, tarvitaan kaupungissa lisää liiketilaa 52.000 k-m² vuoteen 2030 mennessä.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Raumalla 2010 - 2030

Enimmäistarve k-m²	Rauma	Muut I-alueen kunnat*	II-markkina-alue**	Matkai-lijat**	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	3 000	200	100	300	3 600
Tilaa vaativa kauppa	9 600	1 500	1 500	1 000	13 600
Muu erikoiskauppa	11 200	1 700	1 700	1 100	15 700
Erikoiskauppa yhteensä	*20 800*	*3 200*	*3 200*	*2 100*	*29 300*
Vähittäiskauppa yhteensä	**23 800**	**3 400**	**3 300**	**2 400**	**32 900**
Autokauppa ja huoltamot	7 700	1 200	1 200	800	10 900
Ravintolat	1 100	200	200	100	1 600
Muut kaupalliset palvelut	4 800	800	700	500	6 800
Kauppa ja palvelut yhteensä	**37 400**	**5 600**	**5 400**	**3 800**	**52 200**

* Liiketilatarpeesta 20-66 % lasketaan suuntautuvan Raumalle

** Liiketilatarpeesta 10-33 % lasketaan suuntautuvan Raumalle

*** Matkailijoiden ja kesäasukkaiden lisäpotentiaali ~ 10 %

Lähde: Santasalo Ky

Tilantarvelaskelma ei osoita, mihin kaupalliseen keskittymään tilantarve suuntautuu. Tähän vaikuttavat mm. nykyisten kauppapaikkojen kehittäminen ja mahdollisuudet uusiin kauppapaikkoihin. Liiketilalaskelman suuntautumista on tarkennettu siten, että siitä on erotettu keskustahakuisten toimintojen osuus ja muiden alueiden eli pääasiassa tilaa vaativan kaupan alueiden osuus. Keskusta-alueille suuntautuu suuri osa päivittäistavarakaupan tarpeesta ja suurin osa muotikaupan ja muun keskustahakuisen erikoiskaupan tarpeesta. Vastaavasti muille alueille suuntautuu suurin osa tilaa vaativan kaupan sekä autokaupan tarpeesta. Tilaa vaativan kaupan liiketilatarvetta kohdistuu pienessä mittakaavassa myös keskusta-alueille.

Oheisessa taulussa on Rauman lisäliiketilatarve jaettu karkeasti keskusta-alueille ja muille alueille. Lisäksi on tarkasteltu tarvetta vuosille 2010-20 ja 2020-30 sekä koko tarkastelujaksolle. Keskusta-alueiden lisätilantarve Raumalla on koko tarkastelujaksolla 13.000 - 25.000 k-m^2 ja keskustan ulkopuolisilla alueilla 14.000 - 28.000 k-m^2.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Raumalla 2010 - 2020

Väestön kehitys -0,3 %/vuosi (= Tilastokeskuksen ennuste)

K-m^2	Vähimmäistarve			Enimmäistarve		
	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	800	400	1 200	1 200	500	1 700
Muu erikoiskauppa, ravintolat ja palvelut	4 600	1 100	5 700	8 500	2 200	10 700
Tilaa vaativa kauppa ja auto-alan kauppa	600	4 800	5 400	1 200	9 000	10 200
Liiketilatarve yhteensä	**6 000**	**6 300**	**12 300**	**10 900**	**11 700**	**22 600**

Vähittäiskaupan lisätilantarve Raumalla 2020 - 2030

Väestön kehitys -0,2 %/vuosi (= Tilastokeskuksen ennuste)

K-m^2	Vähimmäistarve			Enimmäistarve		
	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	1 000	400	1 400	1 500	600	2 100
Muu erikoiskauppa, ravintolat ja palvelut	5 500	1 400	6 900	10 700	2 800	13 500
Tilaa vaativa kauppa ja auto-alan kauppa	800	6 400	7 200	1 500	12 700	14 200
Liiketilatarve yhteensä	**7 300**	**8 200**	**15 500**	**13 700**	**16 100**	**29 800**

Vähittäiskaupan lisätilantarve Raumalla 2010 - 2030

Väestön kehitys -0,25 %/vuosi (= Tilastokeskuksen ennuste)

K-m^2	Vähimmäistarve			Enimmäistarve		
	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	1 800	800	2 600	2 700	1 100	3 800
Muu erikoiskauppa, ravintolat ja palvelut	10 100	2 500	12 600	19 200	5 000	24 200
Tilaa vaativa kauppa ja auto-alan kauppa	1 400	11 200	12 600	2 700	21 700	24 400
Liiketilatarve yhteensä	**13 300**	**14 500**	**27 800**	**24 600**	**27 800**	**52 400**

Lähde: Santasalo Ky

Summat eroavat edellisestä taulusta hieman pyöristysten takia.

Edellinen laskelma pohjautuu Tilastoksekuksen väestöennusteeseen. Eli väestö vähenee vuosina 2010-2020 keskimäärin -0,3%/vuosi ja vuosina 2020-30 keskimäärin -0,2 %/vuosi.

Tilastokeskuksen väestöennuste pohjautuu toteutuneeseen väestönkehitykseen, eikä se ota huomioon aluetaloudellisia muutoksia. Raumalla tavoitteena on saada väestönlasku hallintaan. Mikäli Rauman väestön väheneminen saadaan pysäytettyä, ensisijaisella markkina-alueella ennustetaan olevan noin saman verran asukkaita kuin tällä hetkellä ja koko markkina-alueella noin 67.000 eli hieman vähemmän kuin nykyään.

Väestön kehitys Rauman markkina-alueella 2000 - 2030
Toteutunut 2000 - 2009 ja ennuste 2010 - 2030

	2000	2005	2009	2010	2020	2030	Muutos 09-30	Vuosi-muutos 09-30
Rauma	41 001	40 381	39 793	39 793	39 793	39 793	0	0,0 %
Eurajoki	5 910	5 834	5 874	5 910	6 063	6 103	229	0,2 %
Pyhäranta	2 311	2 218	2 233	2 231	2 216	2 208	-25	-0,1 %
I-markkina-alue	**49 222**	**48 433**	**47 900**	**47 934**	**48 072**	**48 104**	**204**	**0,0 %**
Eura	12 957	12 807	12 554	12 495	12 182	11 997	-557	-0,2 %
Köyliö	3 010	2 948	2 852	2 838	2 758	2 764	-88	-0,1 %
Säkylä	5 108	4 937	4 721	4 679	4 444	4 328	-393	-0,4 %
II-markkina-alue	**21 075**	**20 692**	**20 127**	**20 012**	**19 384**	**19 089**	**-1 038**	**-0,3 %**
Markkina-alueet yht.	**70 297**	**69 125**	**68 027**	**67 946**	**67 456**	**67 193**	**-834**	**-0,1 %**

Lähde: Tilastokeskus, Rauman tavoite +/-0 %

Selvityksessä lasketaan kaupan liiketilatarpeet myös väestön nollakasvulle Raumalla. Näin nähdään, miten tarve kasvaa, jos väestö ei kaupungissa vähenekään. Muiden kaupunkien ostovoimaennuste pohjautuu tässä vaihtoehdossa yhä Tilastokeskuksen väestöennusteeseen.

Mikäli Raumalla väestön väheneminen saadaan hallintaan yleiskaavan tavoitteiden mukaan, liiketilatarve kasvaa jonkin verran edellisestä laskelmasta. Vuosina 2010-20 Raumalla tarvitaan lisää liiketilaa 14.500-27.400 k-m^2 ja vuosina 2010-30 yhteensä18.000-34.000 k-m^2. Vuosina 2010-30 tilantarve on yhteensä 32.000-62.000 k-m^2, josta keskustaan suuntautuu 16.000-30.000 k-m^2 ja keskustan ulkopuolisille alueille 17.000-32.000 k-m^2.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Raumalla 2010 - 2020

Väestön kehitys 0 %/vuosi

K-m^2	Vähimmäistarve			Enimmäistarve		
	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	1 100	500	1 600	1 700	700	2 400
Muu erikoiskauppa, ravintolat ja palvelut	5 200	1 300	6 500	10 300	2 500	12 800
Tilaa vaativa kauppa ja auto-alan kauppa	700	5 700	6 400	1 400	10 800	12 200
Liiketilatarve yhteensä	**7 000**	**7 500**	**14 500**	**13 400**	**14 000**	**27 400**

Vähittäiskaupan lisätilantarve Raumalla 2020 - 2030

Väestön kehitys 0 %/vuosi

K-m^2	Vähimmäistarve			Enimmäistarve		
	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	1 300	600	1 900	1 800	800	2 600
Muu erikoiskauppa, ravintolat ja palvelut	6 500	1 600	8 100	12 400	3 100	15 500
Tilaa vaativa kauppa ja auto-alan kauppa	900	7 300	8 200	1 700	14 200	15 900
Liiketilatarve yhteensä	**8 700**	**9 500**	**18 200**	**15 900**	**18 100**	**34 000**

Vähittäiskaupan lisätilantarve Raumalla 2010 - 2030

Väestön kehitys 0 %/vuosi

K-m^2	Vähimmäistarve			Enimmäistarve		
	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	2 400	1 100	3 500	3 500	1 500	5 000
Muu erikoiskauppa, ravintolat ja palvelut	11 700	2 900	14 600	22 700	5 600	28 300
Tilaa vaativa kauppa ja auto-alan kauppa	1 600	13 000	14 600	3 100	25 000	28 100
Liiketilatarve yhteensä	**15 700**	**17 000**	**32 700**	**29 300**	**32 100**	**61 400**

Lähde: Santasalo Ky

Kaupan lisäliiketilantarve on määritelty lineaarisena kasvuna. Hankkeita ei kuitenkaan synny tasaisella vuosivauhdilla, vaan liiketilalisäys toteutuu sysäyksittäin hankkeiden kokoisina yksiköinä. Tarkastelujaksolla keskustassa näyttää uutta liiketilaa rakentuvan suhteellisen suurina kokonaisuuksina, mikä lyhyellä aikavälillä voi aiheuttaa ylikapasiteettia liiketilantarjonnassa. Näillä hetkellisillä ylitarjontavaiheilla ei ole suurta merkitystä, kun pitkällä aikavälillä liiketilan lisäys on mitoituksen rajoissa.

3.3 Liikerakentamishankkeet Raumalla

Rauman keskustassa on menossa tai käynnistymässä kahdenlaisia liikerakentamishankkeita, olemassa olevien liiketilojen saneerausta sekä hankkeita joissa saneerauksen lisäksi suunnitellaan kaupalle uutta liiketilaa. Tarvontorin hanke on suurin hanke, joka käsittää nykyisten tilojen lisäksi ainakin linja-autoaseman tontin. Tavoitteena on yhdistää hankkeeseen myös nykinen Sokoksen kortteli. Linja-autoaseman ja Tarvontorin hanketta vetää Skanska Oy. Alueelle on suunnitteilla uutta liiketilaa noin 23.000 k-m^2.

Myös Potkurin liikekeskusta uudistetaan. Nykyistä keskusta saneerataan. Lisäksi liikekeskusta laajennetaan jonkin verran. Uutta liiketilaa kauppakeskukseen on tulossa noin 3000 k-m^2.

Täysin uutta keskusta-liiketilaa on suunnitteilla Itä- ja Länsirannan alueilla yhteensä noin 26.000 k-m^2. Yllä mainitut hankkeet tukevat hyvin pyrkimyksiä lisätä keskustan erikoiskaupan tarjontaa. Keskustan ulkopuolella ei merkittäviä suuria hankkeita ole vireillä. Gigantti suunnittelee rakentavansa noin 1500 k-m^2 uutta liiketilaa Porintien varteen vuonna 2012.

3.4 Kaupan näkemys keskustan ja muiden kaupan alueiden kehittämisestä

Työn aikana haastateltiin kaupan eri alojen nykyisiä Raumalla jo toimivien kauppojen edustajia ja Raumalle mahdollisesti tulevien ketjujen edustajia. Haastateltavien nimet ovat raportin liitteessä.

Vanhan Rauman kauppiaat ovat pääsääntöisesti tyytyväisiä liiketoimintansa kehitykseen ja liiketoimintaedellytyksiin Vanhassa Raumassa. Vanha Rauma on museomaisuudestaan huolimatta aidosti toimiva erikoiskauppa-alue, joka ympäri vuoden palvelee raumalaisia ja kesällä myös matkailijoita.

Rauman keskustan välittömään läheisyyteen rakennettu market-alue aiheutti aikoinaan pelkoa ja keskustelua. Pelättiin, että se näivettää kaupankäynnin Vanhassa Raumassa. Kun se nyt on toteutunut, ollaan yleisesti sitä mieltä, että päivittäistavarakaupan hypermarketit ovat piristäneet Vanha Rauman erikoiskauppaa. Tämän erikoiskaupan kannalta hyvän tilanteen jatkuminen edellyttää kuitenkin, että market-alueelle ei sallita nykyistä laajemmin keskustatahakuisia erikoiskauppoja. Nettikaupan kehitys huolestuttaa joitakin kauppiaita, varsinkin niitä, joiden tuotteita on saatavana myös internetin kautta.

Vanhalle Raumalle kaivataan lisää erikoisliikkeitä valikoimalaajuutta lisäämään. Vanhassa Raumassa on avautunut Lumo-kauppa, jonka liikeideana on tarjota luomu- ja lähiruokatyyppisiä elintarvikkeita. Yleinen mielipide on, että tämä on lupaava alku, mutta päivittäistavaratarjontaa tulisi laajentaa saman konseptin puitteissa siten, että asiakkaalle ei tulisi välitöntä tarvetta hypermarkettäydennyksiin. Olemassa olevat ketju-lähikauppakonseptit eivät sovi sellaisenaan, vaan konsepti on räätälöitävä Vanhalle Raumalle sopivaksi. Tällainen kauppa lisäisi merkittävästi Vanhan Rauman vetovoimaa. Luontevana täydennyksenä elintarvikeliikkeille, lahjatavara- ja sisustusliikkeille nähtiin Alkon viinimyymälä

Vanhassa Raumassa koetaan, että Raumalle tulleet ns. halpahallit ovat jossain määrin vieneet joidenkin erikoisalueiden kauppaa, esim. kalastusvälineet. Muotivaatteita ja designsisustusta myyvät liikkeet toteavat, että halpahalliasiakkaat eivät käy Vanhassa Raumassa, joten heidän liiketoimintansa halpahallit eivät ole häirinneet.

Kauppiaiden näkemys on, että erikoiskaupan volyymi tulevaisuudessa tulee kasvamaan. Asiantuntijaselvitykset tukevat myös tätä näkemystä. Jotta tähän voidaan valmistautua,

tarvitaan enemmän liiketiloja sekä nykyiselle että Raumalle etabloituvalle erikoiskaupalle. Vanhassa Raumassa on vain rajalliset mahdollisuudet saada uutta liiketilaa. Kauppiaat näkisivät mielellään, että liiketilaa järjestyisi hyödyntämällä paremmin Vanhan Rauman sisäpihoja ja piharakennuksia kaupallisiin tarkoituksiin.

Liikenteen osittainen rajoittaminen mahdollistaisi katualueiden hyödyntämisen paremmin kuin tänä päivänä, esim. kesällä kahvilatoimintaan. Tämä edellyttää kuitenkin, että Vanhan Rauman välittömässä läheisyydessä on riittävästi parkkipaikkoja.

Vanhassa Raumassa on jonkin verran vapaata liiketilaa, mutta ei riittävästi tulevaisuuden tarpeita ajatellen. Varsinkin on puutetta isommista yli 500 m^2:n liiketiloista. Erikoiskaupalle tarvitaan Rauman keskustassa uusia liiketiloja, jotka voisivat varmistaa mm. kansainvälisten, lähinnä vaateketjujen tulon Raumalle. Varsinkin H&M-ketjua halutaan Raumalle, mahdollisimman lähelle Vanhaa Raumaa. H&M-ketjun tulo nähtiin tärkeäksi mm. siitä syystä, että H&M:n vetovoiman avulla saadaan keskustaan nuoria asiakkaita ja muita kansainvälisiä ketjuja elävöittämään myös nykyisiä Vanhan Rauman ja keskustan kauppoja.

Yleinen näkemys on, että keskustaan tarvitaan enemmän asuntoja, koska paikalliset tuovat ympärivuotisen leivän erikoiskaupalle. Uudet asuintalot saisivat mielellään olla puisia, Rauman puutaloperinteen jatkamiseksi.

Erikoiskaupalle tarvitaan uusia liiketiloja Vanhan Rauman välittömään läheisyyteen, mieluiten siten, että uudet liiketilat luontevalla tavalla yhdistäisivät Vanhan Rauman ja market-alueen. Moni haastateltava toi esille kanalinvarren ja Tarvontorin kehittämistarpeet. Kanali-alueen kehittämistä erityisesti erikoiskaupan tarpeita ajatellen nähtiin hyvänä asiana, edellyttäen että kehittämissuunnitelmat ottavat huomioon nykyisen Sokoksen tarpeet varsinkin kaupungin hallinnoimien pysäköintipaikkojen riittävyyden suhteen.

Todettiin myös, että nykyinen Potkuri kaipaisi saneerausta ja uutta konseptia. Mielipiteet siitä millaisia kaupan tiloja esim. Tarvontorille pitäisi rakentaa, menivät ristiin. Jotkut olivat sitä mieltä että kauppakeskusta ei Raumalle tarvita, vaan mieluummin ns. kivijalkamyymälöitä. Mainittiin, että kaupungintalon vanhan osan katutason tilat olisi saatava erikoiskaupan käyttöön. Jotkut taas olivat sitä mieltä, että Rauman keskustan ympäristöön räätälöity kauppakeskus vahvistaisi myös vanhan Rauman erikoisliikkeitä. Yhtä mieltä oltiin siitä, että ns. peltomarketteja ei Raumalla tarvita. Ne jos jotkut köyhdyttävät keskustan. Toisaalta oltiin suhteellisen tyytyväisiä Rauman market-alueeseen, joka tarjoaa nykyisellääkin pt-kaupalle kohtuullisesti laajenemismahdollisuuksia.

Kansainväliset ketjut, mm. ruotsalaiset vaatetusketjut ovat jossain määrin etabloituneet Raumalle. Nämä liikkeet toimivat kuitenkin pääsääntöisesti tiloissa, jotka eivät ole optimaalisia asiakasliikenteen ja sijaintinsa kannalta. Liiketilatarjonnan puutteesta johtuen ketjut ovat joko vuokranneet saatavana olevia ns. toiseksi parhaita tiloja tai jääneet toistaiseksi tulematta Raumalle.

Haastatellut ketjuedustajat totesivat, että kaipaavat moderneja tiloja ydinkeskustassa, jossa voidaan varmistaa kaupallinen menestys. Suurin osa vaatetusketjuista seuraavat H&M:n sijoittumista ja pyrkivät hankkimaan liiketiloja läheltä tätä ketjua. H&M ilmoitti hakevansa liiketilaa Raumalta. Valtakadun alkupää on tällä hetkellä ainut hyväksyttävä sijainti.
H&M:n ja myös muiden samantyyppisten ketjujen kauppapaikkakriteerit ovat: keskustaläheisyys, tärkeimmät laajan valikoiman kilpailijat oltava lähellä ja hyvä parkkipaikkatilanne. Tarvontori mahdollisena uudistettuna liikepaikkana kiinnostaa mm. H&M-ketjua. Kansainvälisten ketjujen edustajien mielestä keskustakauppakeskusta tarvitaan Raumalle. Siinä pitäisi erikoisliikkeiden lisäksi olla tasokkaita ravintoloita ja ehkä elokuvateatteri. Mainittiin että

Puolassa löytyy muutama sen tyyppinen kauppakeskus, joka sopisi Raumalla (Centrum Handlowe Bosnan Krakovassa).

Keskusliikkeiden kannalta suuri kysymys on tällä hetkellä, mikä nettikaupan vaikutus erikoiskauppaan tulee olemaan. Ulkomaiset nettikaupat nakertavat Suomen markkinoita ja vaikuttavat siten tulevaisuuden liiketilatarpeisiin, myös Raumalla. Keskusliiketaholta esitettiin näkemys, että pitkällä tähtäimellä (n. 15 vuotta) nykyisten päivittäistavara-hypermarkettien tilalle tulisi erikoisliikkeitä ja että hypermarketit muuttaisivat muualle.

Yleisesti ottaen ollaan pettyneitä Suvituulen liikekeskukseen ja sieltä etsiydytään muualle Raumaan, edellyttäen että 800 - 1000 m^2:n suuruisia tiloja löytyy.

Erikoistavaratalot ja muut laajan tavaravalikoiman kaupat Tokmanni ja Hong Kong ovat perustaneet tavaratalonsa Raumalle vasta viime vuosina. Nämä kaupat vaativat suuria ja mahdollisimman edullisia tiloja sekä riittävästi parkkipaikkoja. Muun muassa tästä ja kaavoituksellisista syistä ne ovat asettuneet keskustan ulkopuolelle.

Rauma koetaan kiinnostavana kauppapaikkana ja Raumalle ollaan kiinnostuneita etabloitumaan, jos liikettä ei vielä kaupungissa ole. Gigantti on tulossa Raumalle franchising liikkeellä, kunhan tonttiasiat saadaan lopullisesti sovittua. Liike rakennetaan Porintien varteen ja se avataan suunnitelmien mukaan vuonna 2012. Liikkeen koko tulee olemaan 1500 k-m^2. Clas Ohlson on kiinnostunut etabloitumisesta Raumalle, edellyttäen että sopivia tiloja löytyy keskustasta. Tilantarve on 1200- 1500 m^2. Biltema on ilmoittanut olevansa kiinnostunut etabloitumisesta Raumalle. Heidän tilatarpeensa on 1-1,5 ha tontti ja 2500-3500 m^2 liiketilaa.

Tärkeänä nähdään, että varmistetaan lähikauppapalvelut myös uusilla asuinalueilla. Tulevaisuudessa lähikaupankin valikoimat kasvavat. Tämä edellyttää sekä riittävän isoja tilavarauksia kaupalle että riittävästi asiakaspohjaa asuinalueilla kauppainvestointien kattamiseksi.

Yhteenvetona kaupan edustajien näkemyksistä:

- Keskustan kaupallinen tarjonta tulisi tiivistää alueellisesti siten, että keskustasta rakentuisi tiiviimpi kaupallinen kokonaisuus joka palvelisi sekä asiakkaita että kauppaa. Tiiviimpi keskusta tukisi myös Vanhan Rauman erikoiskauppoja ja market-alueen päivittäistavarakauppoja.
- Keskustaan olisi tavoiteltava "Kokonaisviihtyvyyttä", eli samaa persoonallisuutta ja viihtyvyyttä kuin mistä Rauma on tunnettu.
- Vanhan Rauman vetovoimaa ja kaupallisuutta pitäisi lisätä avaamalla pihoja kaupalliselle toiminnalle, järjestää liikenne jalankulkuystävällisemmäksi, täyttää tyhjät ja mahdollisesti tyhjenevät liiketilat ympäristöön sopivilla ja tarjontaa täydentävillä Raumalaisilla erikoisliikkeillä tms. palveluliikkeillä.
- Luomu- ja lähituotteet tulevat. Näitä valikoimia on pystyttävä laajemmin tarjoamaan Vanhassa Raumassa.
- Raumalta puuttuvat liiketyypit jotka tyypillisesti löytyvät korkealaatuisista kauppakeskuksista tai ydinkeskustoista, esim. vaatealan 500 - 1000 m^2 erikoisliikkeitä. Näille pitäisi järjestää mahdollisuus etabloitua mahdollisesti rakennettavaan keskustakauppakeskukseen.
- Keskustakauppakeskus
- Keskustakauppakeskukselle olisi tilaa. Sen koko pitäisi olla 15.000 m^2, mieluiten enemmän.
- Johtavina ajatuksina pitäisi olla, asiakaslähtöisyys, saavutettavuus, asioinnin helppous ja hyvät parkkitilat
- Suositeltavat sijoituspaikat: Linja-autoaseman tontti, Nordean tontti ja Potkuri.
- Autoliikkeitä tarvitaan lisää. Nyt puuttuvat laatumerkit kuten BMW, Audi ja Mercedes. Luonteva tila näille ja muille merkeille olisi Keskusautohallin läheisyydessä
- Motonet, Biltema tyyppiset, suhteellisen paljon tilaa vaativat liikkeet puuttuvat toistaiseksi. Näille olisi syytä varata tilaa.
- Rauma on tyypillisesti kaupunki, joka on kiinnostava erikoistavarataloketjuille, siinä vaiheessa kun he jo ovat perustaneet liikkeitä maan suurimpiin kaupunkeihin. Useat ketjut ovat pian siinä vaiheessa.

4 KAUPAN YLEISET KEHITYSNÄKYMÄT SUOMESSA JA RAUMALLA

Vähittäiskauppa on ollut viime vuosina voimakkaasti kehittyvä toimiala. Kehitykseen on vaikuttanut mm. hyvä yleinen taloudellinen kehitys, liiketyyppien kehittyminen sekä myös muutokset kulutus- ja asiointitavoissa. Yleinen kaupan kehitys Suomessa heijastuu myös Rauman kaupan kehitykseen.

4.1 Kaupan yleinen kehitys Suomessa

2000-luvulla on vähittäiskauppa kasvanut tasaisesti Suomessa. Kasvu on nyt taittunut ja vuosi 2009 oli ensimmäinen laskuvuosi vähittäiskaupassa 16 vuoteen. Vuonna 2010 kauppa on kääntynyt jälleen kasvuun. Vuoden alkupuolella tammikuusta elokuuhun vähittäiskaupan arvonlisäveroton myynti Tilastokeskuksen mukaan on kasvanut 3,1 prosenttia ja erikoiskauppa 4,5 %. Pitkällä aikavälillä yksityinen kulutus ja myös vähittäiskauppa kasvaa, vaikka välissä onkin jokunen taantumavuosi.

Päivittäistavarakaupassa yleinen suuntaus on ollut myymäläverkon harveneminen. Myymäläverkon supistuminen on kuitenkin viime vuosina hieman hidastunut varsinkin kaupunkiseuduilla. Pt-kaupan myynti painottuu isoihin yksiköihin hypermarketteihin ja suuriin supermarketteihin, joita myös aktiivisesti kehitetään. Yksikkökoon kasvuun vaikuttaa tuotevalikoimien kasvu, joka edelleen jatkuu. Uudet hypermarketit ovat pitkään olleet aina edeltäjiään suurempia. Nyt pienemmille markkinoille on alettu avaamaan myös alle 10.000 kerrosneliömetrin suuruisia hypermarketteja. Kaupparyhmillä on myös ollut tavoitteena pienien yksiköiden kehittäminen asuinalueilla tai liikennepaikoilla.

Erikoiskauppa on kasvanut päivittäistavarakauppaa nopeammin. Erityisesti kotiin ja vapaa-aikaan liittyvä kauppa on ollut vahvassa kasvussa. Alalle on tullut uusia liiketyyppejä ja nykyiset toimijat ovat laajentaneet tuotevalikoimiaan. Erikoiskaupassa on ollut myös trendinä myymäläkokojen kasvu. Muotikaupassa myymäläkoot ovat suurentuneet voimakkaan ketjuuntumisen seurauksena. Tilaa vaativan erikoiskaupan myymälät ovat kasvaneet sijoittuessaan keskustojen reunoille suuriin myymäläkeskittymiin. Myymäläkonsepteja on kehitetty yhä suurempia sekä monipuolisempia valikoimia ja esillepanoja suosiviksi. Erikoiskauppaan on tullut suurmyymälöitä, jotka ovat hintamielikuvaltaan edullisia. Tämä trendi näyttää jatkuvan.

Erikoiskaupan omistus keskittyy ketjuuntumisen myötä, mikä on ollut suutaus jo pitkään. Suomeen on tullut uusia ulkomaisia ketjuyrityksiä, mikä tuo lisää tarjontaa. Ketjuliikkeet ovat sijoittuneet kauppakeskuksiin ja keskeisille liikepaikoille keskustoissa. Samalla yksityisten kauppiaitten myymälöiden suhteellinen osuus on pienentynyt eivätkä ne ole päässeet ketjujen tavoin kauppakeskuksiin. Ketjun ulkopuolella toimiminen on kuitenkin onnistunut hyvin keskustoissa mm. erikoistuneilla ja oman alan asiantuntemukseen perustuvilla myymälöillä.

Vähittäiskaupan alueellinen keskittyminen on ollut myös voimakasta. Kauppa keskittyy kaupunki- ja kuntakeskustoihin, kauppakeskuksiin sekä keskustojen ulkopuolisiin kauppakeskittymiin. Erikoiskauppa hakeutuu lähelle toisiaan. Pienimmissä keskittymissä on tyypillisesti enää vain lähipalveluita. Monipuolisesti erikoiskauppaa on vain kaupunkien keskustoissa ja suurissa kaupan keskittymissä.

Keskustakauppa on suomalaisissa kaupungeissa kehittynyt. Keskustoihin rakennetaan kauppakeskuksia, kävelykeskustoja laajennetaan ja kortteleiden sisäosia otetaan kaupalliseen käyttöön. Keskustahakuisiin erikoiskauppoihin kuten muotikauppaan on tullut ulkomailta ketjuja ja nämä ovat hakeutuneet keskustojen parhaille liikepaikoille. Keskustojen

kehittymisen ongelmana suomalaisissa kaupungeissa on yleisesti ollut keskeisillä paikoilla toimivien liiketilojen puute. Tämä on vaikeuttanut keskustojen palveluiden monipuolistumista. Tyhjiä tiloja on, mutta ne ovat keskustojen reunoilla tai ne ovat kooltaan liian pieniä keskustamyymälöiden kannalta.

Kauppakeskusten suosio kauppapaikkoina on säilynyt vahvana ja trendi on jatkumassa. Kauppakeskuksista on tullut moniala-keskuksia, joissa on kaupan ja kaupallisten palveluiden lisäksi myös julkisia palveluita sekä viihde- ja vapaa-ajan palveluita. Esimerkiksi elokuvateatterit, keilahallit, kuntosalit ja kylpylät ovat sijoittuneet uusiin kauppakeskuksiin eli ne ovatkin siten yhä enemmän viihdekeskuksia. Keskustoihin ollaan myös kortteleihin saneerattu tai rakennettu keskustakauppakeskuksia. Niissä vetovoimaisina yrityksinä ovat erikoiskaupat eikä niinkään päivittäistavarakauppa. Näitä tulee koko ajan lisää suomalaisiin kaupunkeihin sitä mukaan kun rakennuksia ja kortteleita määrätietoisesti kehitetään.

Nouseva ilmiö markkinoilla on hypermarket-vetoisten liikekeskusten laajentuminen kauppakeskusmaisiksi kokonaisuuksiksi. Uusien hypermarkettien yhteyteen toteutetaan erikoisliikkeille tilaa enenemässä määrin ja vanhojen saneerattavien hypermarkettien laajennus koostuu pääosin erikoisliikkeille suunnitellusta lisäosasta. Kauppa- ja liikekeskuksia rakennetaan edelleen keskustojen ulkopuolelle ja tämä suuntaus näyttää myös jatkuvan vaikka maankäyttö- ja rakennuslain muutokset pyrkivät niiden rakentamista hillitsemään.

Tilaa vaativaan kauppaan painottuvia kauppakeskittymiä on syntynyt viime vuosina Suomeen lukuisia. Näitä on rakentunut suurten kaupunkien lisäksi myös keskisuurten ja pienten kaupunkikeskusten ohikulkuteiden varteen. Tilaa vaativaan kauppaan painottuvissa kauppakeskittymissä vetureina ovat huonekalu-, rauta-, kodintekniikka- ja puutarha-alan suuret tunnetut ketjumyymälät. Ilmiö on saanut vauhtia ulkomaisten ketjujen myötä. Myös suomalaiset huonekalukaupan ketjut ovat kehittäneet ja laajentaneet toimintaansa merkittävästi 2000-luvun lopulla. Samalla tilaa vaativan kaupan myymälät ovat myös laajentaneet tuotevalikoimiaan merkittävästi keskustahakuiseen kauppaan.

Tilaa vaativan kaupan keskittymiin on hakeutunut myös erikoistavarataloja eli ns. laajan tavaravalikoiman myymälöitä, joiden tavaravalikoimat muistuttavat yhä enemmän hypermarkettien erikoistavaravalikoimaa. Näiden erikoistavaratalojen kasvu on ollut voimakasta koko 2000-luvun. Tilaa vaativan kaupan luonne on sekin muuttunut yhä enemmän toiminnaksi, jossa tilaa vaatii suuri tuotevalikoima ei niinkään suurikokoiset tuotteet.

Liikennemyymälät ovat vauhdittaneet osaltaan kaupan sijoittumista keskustojen ulkopuolelle. Liikennemyymälöihin hakeutuu varsinaisen huoltamotoiminnan lisäksi päivittäistavarakauppaa ja ravintolatoimintaa. Lisäksi suuremmilla liikennepaikoilla asemille keskittyy myös erikoiskauppaa. Liikennemyymälät sijoittuvat usein tilaa vaativan kaupan keskittymiin, ja näin niiden ympärille keskittyy usein myös muutakin kaupan toimintaa.

Verkkokauppa on jatkanut kasvuaan, mutta kasvu on ollut usealla toimialalla huomattavasti hitaampaa, kuin mitä aikoinaan ennustettiin. Verkkokaupan kasvu osin häviää tilastoihin siksi, että myös kiinteät myymälät ovat ottaneet verkkokaupan yhdeksi myyntikanavakseen, jolloin niiden myynnit eivät tilastoidu verkkokauppaan. Verkkokauppa on voimakkaasti kasvanut informaatiotuotteiden ja aineettomien hyödykkeiden kuten esimerkiksi matkalippujen, teatterilippujen ja äänitteiden kaupassa, jossa jakelukanavana toimii tietokone, eikä tuotetta tarvitse erikseen hakea esimerkiksi postista. Fotokauppa on esimerkiksi muuttunut merkittävästi “digiaikaan” siirtymisen vuoksi. Valtaosa kuvien tulostamisesta hoidetaan nykyään verkkokaupan kautta. Tämä kehitys on näkynyt fotokauppojen määrän voimakkaana vähenemisenä.

Verkkokaupan merkitys kiinteille myymälöille on tullut yhä merkittävämmäksi. Joka neljäs kuluttaja tutustuu tuotteisiin verkossa ennen ostospäätöstä, vaikka suoraan verkosta ostaa alle 10 % kuluttajista. Erityisen merkittävänä verkkokaupan hyötynä on todettu tuotteen jälkimarkkinat ja käyttötiedon hakeminen verkossa ostamisen jälkeen. Ostajista 27 % käy hakemassa tietoa tuotteesta netin kautta otsotapahtuman jälkeen. Verkkoyhteys kauppaan on siten tullut merkittäväksi myyntiä ja jälkimarkkinointia edistäväksi ja tiedonjakokanavaksi.

Ilmastomuutoksen hillintä on kytketty vähittäiskaupan kehitykseen entistä enemmän ja kasvavaan asiointiliikenteeseen on alettu kiinnittää enemmän huomiota. Tällä on vaikutusta kaupan kehitykseen uusien kaupan säännösten muodossa. Hallitus on esittänyt muutoksia maankäyttö- ja rakennuslain vähittäiskauppaa koskeviin säännöksiin. Tavoitteena on kaupallisten palvelujen saatavuuden ja saavutettavuuden turvaaminen ja asiointiliikenteestä aiheutuvien haitallisten vaikutusten vähentäminen. Lisäksi vähittäiskaupan sijainnin ohjauksen keskeinen tavoite on keskustojen aseman tukeminen kaupan sijaintipaikkana ja ettei suunnitteluratkaisuilla edistetä sellaista kehitystä, joka on omiaan heikentämään keskustan olemassa olevaa palvelutarjontaa ja sen kehitysmahdollisuuksia.

Henkilöautosidonnaisuus ei vähittäiskaupassa kuitenkaan tule todennäköisesti seuraavan 10-15 vuoden aikana merkittävästi muuttumaan. Kaupassa käydään yhä merkittävästi henkilöautolla. Pienet lähikauppaostokset tehdään jalan tai pyörällä. Myös keskustaan tullaan usein shoppailemaan joukkoliikennevälineellä, mutta tällöin ei hankita päivittäistavaroita. Pitkiä kauppamatkoja ei kuitenkaan todennäköisesti tehdä kovin usein. Pidemmällä tulevaisuudessa sellaiset kaupalliset keskittymät, jonne pääsee helposti kävellen, pyörällä tai joukkoliikennevälineellä kasvattavat suosiotaan. Päivittäistavaroita haetaan lähetä kotia, kuten nykyäänkin.

4.2 Kaupan konseptien kehitys Suomessa

Vähittäiskaupan konseptit kehittyvät vauhdilla. Pääosa uusista konsepteista tulee ulkomailta ketjumyymälöiden mukana ja ne hakeutuvat keskustojen uudistuviin kauppapaikkoihin ja muille keskeisille paikoille. Mutta myös suomalaiset yritykset kehittävät liiketoimintamuotojaan ja vastaavat kilpailuun. Nykyisen tyyppiset myymälät kuitenkin jatkavat toimintaansa uusien rinnalla omalla tavallaan kehittyen.

Yhtenä kilpailukeinona vähittäiskaupassa ovat entistä laajemmat tuotevalikoimat. Perinteisten toimialojen rajat hämärtyvät. Nykyisin rautakaupassa myydään jo leluja ja kukkia, kodintekniikkakaupassa astioita ja puutarhakaupassa sisutustuotteita. Tuotevalikoimien laajennus yli toimialarajojen kasvaa. Tämä merkitsee yhä suurempia myymäläkokoja, jotta valikoimien kasvattaminen on mahdollista. Tunnettujen ketjujen suurmyymälöiden määrä kasvaa edelleen ja siksi ne hakeutuvat valtateiden varsille autolla saavutettavissa oleviin liikepaikkoihin.

Laajaan tuotevalikoimaan panostavat tehokkaat halpahintamyymälät eli erikoistavaratalot. Nämä myymälät ovat hyvin kookkaita, mutta pelkistetyn yksinkertaisia ja ne kilpailevat vahvasti hintamielikuvilla. Halpamyymälät ovat myös uhka tietyille erikoiskaupan toiminnoille, koska ne panostavat selkeästi vapaa-ajan kauppaan (urheilu, kalastus, kodin sisustus, rakentaminen), mikä kiristää kilpailua alan erikoisliikkeiden markkinoilla.

Kuluttajatuotteiden monimutkaistuminen, teknistyminen ja kuluttajien vaatimusten kasvu tarkoittaa toisaalta yhä erikoistuneempia myymälöitä. Nämä erikoismyymälät ovat usein hyvin pieniä, mutta tarjoavat hyvin syvän ja laajan tuotevalikoiman tietyssä tuotesegmentissä ja samalla toimialan asiantuntemusta. Näitä ovat mm. alan harrastajien erikoisliikkeet, luksusmerkkikaupat ja tiettyyn tuotteeseen erikoistuneet päivittäistavarakaupat kuten

esimerkiksi kahvi- ja teemyymälät. Lähiruokaan erikoistuminen näkyy kaupassa ja ravintola-toiminnassa enenemässä määrin, ja myös muita lähituotteita myyviä liikkeitä kehittyy.

Uusissa kaupan muodoissa vahvistuvat elämykselliset piirteet. Tulevaisuuden kaupassa tavataan ystäviä ja vietetään vapaa-aikaa koko perheen voimin. Tavaran ostaminen on vain osa elämystä, joka sisältyy erilaisten palveluiden sarjaan. Kaupassa vietetään esimerkiksi lastenjuhlia. Slow-shopping ilmiö rantautuu muiden slow-ilmiöiden ohella myös kauppaan. Ostamiseen liittyvä tehokkuusajattelu tällöin vähenee ja siihen sekoittuu muita toimintoja. Lisäksi kauppa tuottaa muitakin elämyksiä ja räätälöi tuotteita kuluttajan tarpeen mukaan. Asiakas nauttii ajasta myymälässä esimerkiksi joogaten tai maistellen lähituotannon herkku-ja. Norjassa on esimerkiksi Ikea, jonka hostelliin voi jäädä yöksi ja testata sänkyjen ja vuodevaatteiden toimivuutta.

Elämyskeitaat näkyvät jo kauppakeskusten viihde- ja vapaa-ajan tarjonnan kasvuna. Tavoitteena on, että kauppakeskuksessa voidaan viettää kokonainen päivä tai enemmänkin, jos sen yhteyteen on rakennettu hotelli. Suuria elämyskeskuksia viihdepuistoineen tai kylpylöineen tulee vain suurimpiin kaupunkeihin Suomessa, mutta Rauman seudullekin voi syntyä pienempiä oman tyylisiä elämyskokonaisuuksia.

Palveluiden kasvu näkyy myös vähittäiskaupassa. Tuotteiden ohelle vähittäiskauppaan ovat tulleet palvelut. Erikoiskaupoissa tarjotaan räätälöityjä tuotteita tai tuotteiden rinnalla toimialaan liittyvää palvelua. Huonekalukaupasta saa nykyään jo sisustussuunnittelua, puutarhakaupasta puutarhasuunnittelua ja rautakauppa tarjoaa asennuspalvelua. Syntyy myös myymälöiden ja palvelujen yhdistelmiä. Kahvilassa voidaan myydä esimerkiksi lahjatavaroita, jäätelöbaarissa leikkikaluja tai keittiövälinekaupassa toimii kokkikoulu.

Vanhojen rakennusten ja kalusteiden kunnostamista varten on perustettu erilaisia raken-nusapteekkeja mm. Bilnäsiin ja Turussa toimii restaurointikeskus. Hollolassa olevassa Antiikkikeskus Fasetissa myydään antiikkia, uusia huonekaluja sekä myös vanhojen huonekalujen kunnostamiseen tarkoitettuja tuotteita. Keskuksessa on myös ammattitaitoisia käsityöläisiä: kelloseppä, verhoilija, lamppujen korjaaja, taidemaalari, puuseppä ja kuvataiteilija. Keskukseen voi tuoda vanhoja esineitään entisöitäväksi ja sieltä voi tilata myös mittatilaustyönä uusia huonekaluja. Kaikilla näillä keskuksilla on verkkokauppa, jolla ne tavoittavat paikallista laajemman asiakaskunnan.

Päivittäistavarakaupassa suurten myymälöiden kasvu jatkuu osittain kasvavan tuotevalikoi-man vuoksi. Aukiololain muutokset saattavat vaikuttaa päivittäistavarakaupan verkkoon sitä jonkin verran harventaen. Toisaalta pienillä kaupoilla on nyt myös mahdollista laajentua. Pienemmissä kunnissa, jossa erikoiskaupan tarjonta on suppeaa, päivittäistavarakaupan valikoimat kasvavat käyttötavaran suuntaan.

4.3 Kaupan konseptit ja klusterit Raumalla

Liikeidea-ajattelulla tarkoitetaan tässä yhteydessä kaupan alueellisia klustereita, joissa kauppojen tarjonta, liikeidea ja toiminta-ajatus ovat samantyyppisiä ja toisiaan tukevia siitäkin huolimatta, että kaupat saattavat kilpailla toistensa kanssa. Tosiaan tukeva vaikutus tulee lähinnä klusterin tarjoamasta laajemmasta valikoimatarjonnasta, joka vetää asiakkaita puoleensa paremmin kuin yksittäinen kauppa (vrt. Vantaan Variston huonekaluliikekeskittymä.

Raumalla on jo joitakin klusterityyppisiä kaupunginosia, market-alue (päivittäistavarat), Vanha Rauma (pienet erikoisliikkeet maalauksellisessa ympäristössä) jne. Rauman tapauksessa on näkemyksemme mukaisesti mahdollista ja syytä yleiskaavan avulla vahvistaa tätä liikeideaklusteriajatusta luomalla ja vahvistamalla muitakin klustereita alueellisesti siten, että erilaiset lähinnä erikoiskaupan klusterit vuorostaan täydentävät olemassa olevia kaupallisia keskittymiä ja luovat yhtenäisen ja tiiviin keskustakaupan alueen.

Rauman keskustaan tarvitaan keskustakauppakeskus tiivistämään keskustakortteleita ja sitomaan yhteen Vanhan Rauman ja Valtakadun erikoiskauppoja market-alueeseen. Parhaiten soveltuvin alue uudelle keskustakauppakeskukselle on nykyinen Tarvontori laajennettuna linja-autoaseman alueella ja mahdollisuuksien mukaan myös Sokoksen kiinteistöllä. Myös Potkuria tulee kehittää raumalaisena kauppakeskuksena.

Uusi keskustakauppakeskus tarjoaisi lähinnä kansainvälisille ja valtakunnallisille ketjuille juuri sellaisia yhtenäisiä keskustatiloja, joita ovat tällä hetkellä vailla. Tämä mahdollistaisi myös sen että olisivat lähellä toisiaan, kuten ne toivovat. Kauppakeskukseen sijoittuvat tyypillisesti ketjuliikkeet, kun taas yksityiset yrittäjät jäävät usein kauppakeskusten ulkopuolelle. Tämä sopii myös Raumalle, jolloin Vanhassa Raumassa säilyisi nykyisen kaltainen liikerakenne eikä sen vetovoima heikentyisi. Kauppakeskuksen liikevalinnoissa tulisikin ottaa huomioon, että esimerkiksi sisustusliikkeitä ei tulisi suuressa määrin ohjata uuteen kauppakeskukseen. Sisustusliikkeillä on vetovoimainen keskittymä Vanhassa Raumassa ja tätä tulee vaalia.

Kauppakeskukseen sijoittuvat pääosin erikoiskaupan ketjuliikkeitä, muotikauppaa, urheilukauppaa, kodintekniikkakauppa ja muuta keskustahakuista erikoiskauppaa sekä kahvila- ja ravintolatoimintaa. Kauppakeskuksen johonkin osaan on mahdollista sijoittaa myös viihdepalveluja esimerkiksi elokuvateatteri, keilahalli ja kuntokeskus.

Kauppakeskukset voivat keskeisiltä osiltaan olla kaksikerroksisia. Kauppakeskuksen toiseen kerrokseen sopivat erikoisliikkeet, jotka tarvitsevat suhteellisen isoja, mutta hieman edullisempia tiloja, esim. Clas Ohlson. Lisäksi toiseen kerrokseen sopivat myös kaksikerroksiset muotikaupan suuret myymälät. Päivittäistavarakaupat sijoitetaan esim kellariin pysäköinnin yhteyteen tai muutoin hieman taustalle. Keskeisimmälle paikalle sijoitetaan vetovoimaisia erikoisliikkeitä.

Ketjuliikkeet tarvitsevat kauppakeskuksesta noin 500-1000 m^2:n kokoisia liiketiloja, jotka voi sijoittaa kahteen kerrokseen. Toisessa kerroksessa voi olla myös suuria liiketiloja yhdessä tasossa. Liiketilojen on oltava riitävän suuria, että ne sopivat ketjukonsepteille. Päivittäistavarakaupalle tulee myös varata riittävästi tilaa (2000 m^2). Muut liiketilat ovat yleensä pienempiä ja ne sijoitetaan katutasolle.

Kauppakeskusta suunnitellessa tulee ottaa huomioon raumalaisia erityspiirteitä sekä koon että viihtyisyyden suhteen. Näitä ovat yleisesti pienimuotoisuus ja hyvällä maulla toteutettu asiointiympäristö. Kauppakeskuksen toimiessa myös Rauman keskustaa yhdistävänä

kulkureittinä tulee erityisesti kiinnittää huomiota asiakasreitteihin siten, että kulku tapahtuu mahdollisimman paljon kauppakeskuksen tilojen kautta. Pysäköintitilat tulee sijoittaa joko maan alle tai kauppakeskuksen katolle.

Keskustakauppakeskuksen arkkitehtoniseen suunnitteluun tulee panostaa, jotta voidaan mahdollisimman hyvin varmistaa rakennuksen tai rakennusten sopivuus vaativaan ympäristöönsä.

Vanhassa kaupungissa kehitetään kaupan liikekonsepteja erikoispalvelujen suuntaan. Sisustuskaupan voimistunut trendi on lisännyt keskustassa sisustus- ja lahjatavaraliikkeiden määrää ja tavaravalikoimaa. Ne soveltuvat hyvin Vanhan Rauman rakennusten tarjoamaan miljööseen, mikä osaltaan vahvistaa niiden toimintaa. Sisustusmyymälöiden konseptin laajentaminen palveluihin (esim sisustussuunnittelu) tai panostaminen kaupassa viihtymiseen (olonurkkaukset, sisustuslehdet, kahvila) onnistuvat kohtuullisen helposti.

Toinen merkittävä trendi on ollut lähi- ja luomuruuan erikoismyymälöiden tuleminen katukuvaan. Suomessa lähiruokatarjonta tuli ensin maaseudulle, mutta viime vuosina niitä on perustettu pieniin myymälöihin kaupunkien keskustoihin. Tämä on käytännössä tarkoittanut liha- ja vihanneskauppojen sekä vanhojen sekatavarakauppojen paluuta keskustoihin. Vanhan Rauman myymäläkannassa jo löytyy näitä uusia tulokkaita, mutta niiden määrä tulee varmasti kasvamaan, jos trendi jatkuu nykyisellään.

5 RAUMAN KAUPALLINEN KEHITTÄMINEN YLEISKAAVASSA

Rauman yleiskaavan 2025 työ käynnistyi vuoden 2010 alussa. Yleiskaavan pohjaksi tulevaa maankäytön strategista visiota on laatimassa Eriksson Arkkitehdit Oy, joka on laatinut kolme erilaista maankäytön rakennemallivaihtoehtoa. Malleissa kaupan alueita on sijoitettu eri osiin kaupunkia. Kaupan alueet on merkitty rakennemalleihin palvelualueina. Palvelualueiden sisältöä ei vielä tässä vaiheessa ole määritelty. Osat näistä alueista eivät ole kaupan alueita, vaan sisältävät mm. julkisia palveluita kuten kouluja.

5.1 Rauman keskustan kaupallinen kehittäminen

Kaikissa rakennemalleissa keskusta-alue on merkitty yhtenäisesti. Keskustatoimintojen ja erikoiskaupan sijoittumisalue kattaa koko Vanhan Rauman sekä kaikki alueet rajautuen Porintiehen, Karjalankatuun, Luoteisväylään, Satamakatuun, Seminaarinkatuun, Vähämaanpuistoon, Aittakarinkatuun, Eteläkatuun ja Kaunisjärvenkatuun.

Keskustassa tärkeimmät kehittämisen kohteet ovat Vanhassa Raumassa kävelykeskustan kehittäminen ja kortteleiden sisäosien kaupallinen kehittäminen. Uuden keskustan puolella kaupallisen kehittämisen painopisteet ovat uusissa kauppakeskuksissa ja asiointiympäristön laadussa. Tärkeää on myös keskustan eri asiointialueiden välisen yhteyden vahvistaminen.

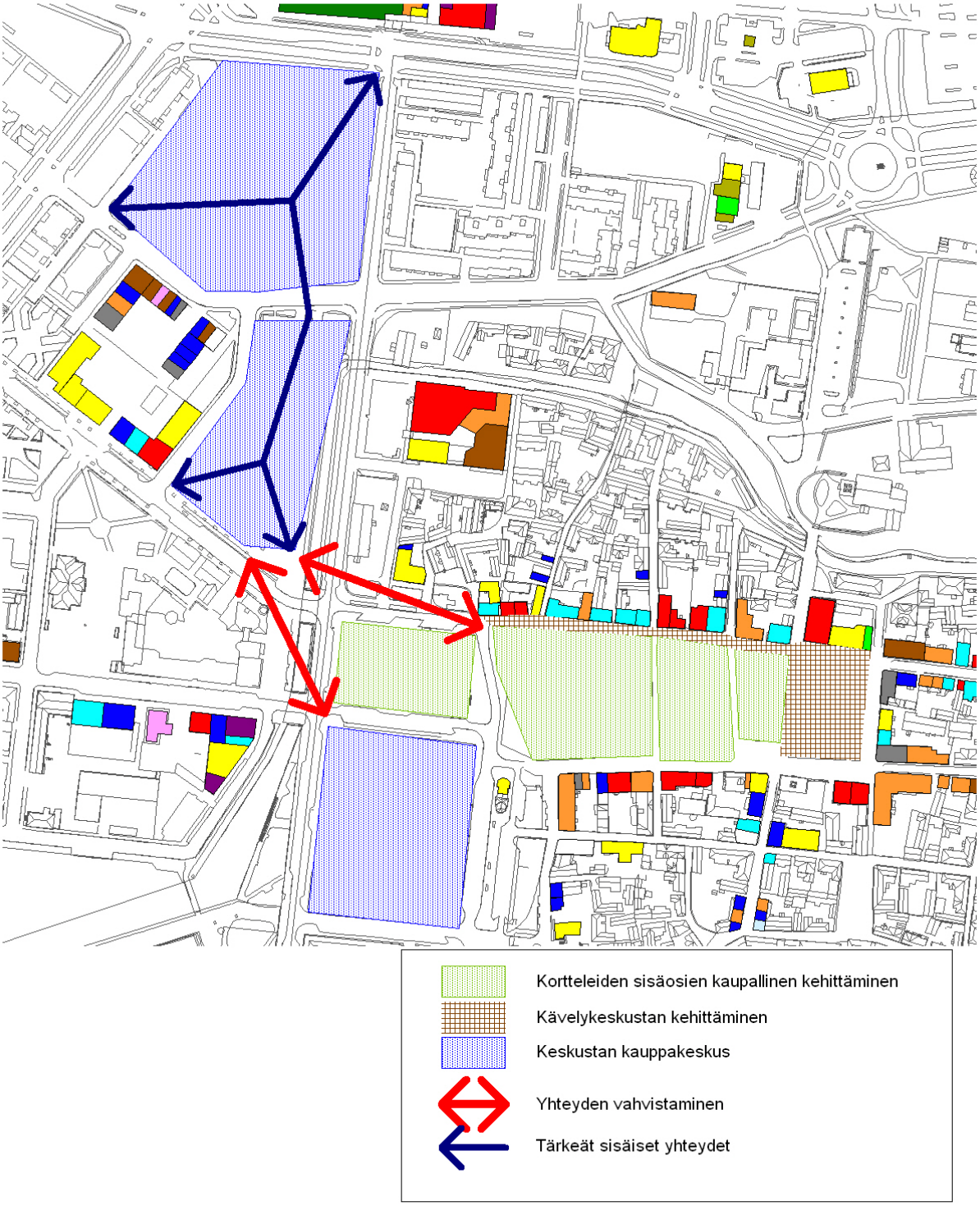
Vanhassa Raumassa pääkauppakadut ovat Kuninkaankatu ja Kauppakatu. Näiden väliset korttelialueet ovat vajaasti kaupallisessa käytössä. Vanhan Rauman kaupallista intensiteettiä voidaan kohottaa ottamalla näiden pääkatujen välisiä kortteleita kaupallisesti tehokkaampaan käyttöön. Kortteleihin voidaan rakentaa sisäisiä yhteyksiä ja näiden varrelle liiketiloja. Vanhan kaupungin luonne säilytetään kortteleissa.

Vanhan kaupungin läpi kulkeva liikenne heikentää alueen viihtyvyyttä. Kadut ovat kapeita, eikä kaikille kulkumuodoille jää riittävästi tilaa. Vanhassa Raumassa tulee edelleen kehittää kävelykeskustaa. Alueen katuja on jo nyt parannettu asiakkaiden näkökulmasta, ja tätä kehittämistä tulee jatkaa. Seuraavassa vaiheessa tulee tutkia Kuninkaankadun muuttamista kävelykaduksi, jolloin kadulle saadaan sellaista luonnetta ja asiointiympäristöä, joka alueelle sopii.

Potkurin kauppakeskusta kehitetään keskustamaiseksi kauppakeskukseksi. Samoin linja-autoaseman ja Tarvontorin alueita kehitetään kauppakeskukseksi. Näihin kortteleihin yhdistyy luontevasti myös Sokoksen kortteli, joka tulee ottaa jo alkuvaiheessa kehittämiseen mukaan. Korttelit tulee kehittää yhtenäisenä kokonaisuutena ja niiden väliset yhteydet tulee suunnitella huolella. Lisäksi kauppakeskuskorttelien yhteys muuhun keskusta-alueeseen tulee suunnitella luontevaksi. Rauman kauppakeskusten luonteesta on tarkemmin raportoitu luvussa 4.3.

Keskustassa lisäliiketilatarve on noin 25.000 - 30.000 k-m^2, josta kauppakeskuksiin suunnataan noin 20.000 k-m^2, muu tarve suunnataan Vanhaan Raumaan, Valtakadun ympäristöön ja lähikauppoihin. Kauppakeskusrakentaminen tulee keskustassa toteutumaan vaiheittain. Näin myös paremmin vastaamaan kasvavaan liiketilatarpeeseen.

Rauman keskustan kaupallinen kehittäminen



Tärkeää on, että kauppakeskus liittyy toiminnallisesti heti alkuvaiheessaan muuhun keskustaan ja erityisesti Vanhaan Raumaan. Näin ollen ensisijainen kehityskohde on Tarvontori. Mikäli linja-autoaseman kortteli toteutetaan ensin ja Tarvontorin kehittäminen jää, uusi kauppakeskus ei yhdisty Vanhaan Raumaan eikä Valtakadun ympäristöön. Tällöin Tarvontoria tulee saneerata vähintäänkin yhteyksien osalta, eli sen läpi tulee rakentaa uusi yhteys uuteen kauppakeskukseen suoraan koilliskulmasta.

Potkurin kehittämisen aikataulu ei ole sidoksissa länsirannan kauppakeskuksiin. Sen liiketilan nettolisäys on vähäinen, eikä ei muuta suuresti keskustan kaupallista rakennetta. Se kytkeytyy luontevasti Vanhan Rauman liiketoimintoihin.

Kauppakeskukset Rauman keskustassa monipuolistavat Rauman kaupallista rakennetta ja tuovat uusille liikkeille mahdollisuuden sijoittua Raumalle. Rauman kaupallinen vetovoima kasvaa. Mitä enemmän Raumalla on kaupallista tarjontaa, sen vähemmän on tarvetta mennä esimerkiksi Turkuun tai Poriin ostoksille.

Vanhan kaupungin vetovoima tulee säilymään. Alueen luonne on toinen kuin moderneissa kauppakeskuksissa eikä sitä voida korvata kauppakeskuksilla. Erityyppisiä kauppa-alueita tarvitaan kaupungissa. Vanhaan Raumaan hakeutuvat erityyppiset liikkeet kuin kauppakeskuksiin eikä Vanhaan Raumaan sovellu kaikki liiketyypit. Vanhaan Raumaan sijoittuu pieniä yksityisiä sisustusliikkeitä, muotiliikkeitä, kahviloita ja päivittäistavarakauppoja. Vanhan Rauman kehittämisellä parannetaan yhä alueen kaupallista vetovoimaa. Kauppakeskuksiin hakeutuu pääosin kansallisia ja kansainvälisiä ketjuliikkeitä, jotka hakutuvat toistensa seuraan. Kauppakeskuksiin sijoittuu yleensä vähemmän paikallisia yrityksiä.

Suvituulen liikekeskus jää todennäköisesti tarpeettomaksi uusien kauppakeskusten myötä. Se ei tälläkään hetkellä ole kovin houkutteleva liikepaikka, ja osa liikkeistä etsii uutta sijaintia. Uusien kauppakeskusten myötä uuttaa houkuttelevaa liiketilaa tulee keskustaan merkittävästi, ja todennäköisesti Suvituulen liikkeet hakeutuvat näihin. Suvituuli on hyvin keskeisellä paikalla, mutta jää kuitenkin Vanhan Rauman taakse. Lisäksi Kanaali erottaa Suvituulen myös Tarvontorista. Suvituulen paikalle voidaan tulevaisuudessa sijoittaa esimerkiksi sellainen laajan tavaravalikoiman myymälä, jonka tuotevalikoima painottuu keskustakauppaan ja/tai päivittäistavarakauppaan. Vaihtoehtoisesti paikalle voidaan rakentaa myös asuntoja.

Keskustan kehittämisessä on tärkeää vahvistaa Vanhan Rauman ja Valtakadun kaupallisen alueen sekä uusien kauppakeskusten välistä yhteyttä. Yhteyttä on jo parannettu merkittävästi keskustauudistamisen yhteydessä, mutta yhteyttä tulee edelleen vahvistaa. Kadut alueella on jo uudistettu. Nyt merkittävässä asemassa yhteyden kehittämisessä on Vanhan Rauman ja uuden kaupunginosan välisen korttelin sisäinen kehittäminen.

Keskustassa on kauppaa myös aivan keskusta-alueen ulkopuolella. Kaupan alue jatkuu tiiviisti lähes tauotta Valtakatua eteenpäin ja rautatien yli Syväraumankatua aina Urheilukadun risteykseen saakka. Alueelle sijoittuu lähikauppaa sekä pienimuotoisesti erikoiskauppaa ja kaupallisia palveluita. Suositeltavaa on, että Valtakadun ja Syväraumankadun varren kiinteistöjen katutaso suunnataan valtaosin liiketilakäyttöön. Alue suositellaan vahvistettavan yleiskaavassa kaupan ja palveluiden alueena, jotta alueen nykyinen kaupallinen ilme voi kehittyä.

Keskustan reuna-alue jatkuu myös Nortamonkatua etelään päin Karinkentän alueelle. Alueen palvelut painottuvat laajan tavaravalikoiman kauppaan sekä autokauppaan ja huoltamotoimintaan. Lisäksi alueella on pari erikoiskauppaa, muuta kaupallista palvelua sekä toimistoja. Palvelut ovat varsin yksittäisiä, mutta muodostavat kuitenkin omanlaisen

keskittymän aivan ydinkeskustan reunaan. Valtaosin alueen kaupan palvelut ovat sellaisia, jotka soveltuisivat myös market- ja tilaa vaativan kaupan alueille. Tulevaisuudessa onkin mahdollista, että ne luontevammin myös näille alueille sijoittuisivat. Toisaalta ei myöskään ole mitään estettä, että palvelut jäävät nykyisille paikoilleenkin. Varsinkin laajan tavaravalikoiman myymälä, joka painottuu pitkälti päivittäistavarakauppaan, sijoittuu hienosti asukkaiden lähiympäristöön. Kooltaan tämä laajan tavaravalikoiman myymälä ylittää vähittäiskaupan suuryksikön koon, joten se tulee kaavoituksessa ottaa huomioon.

Keskustan reunalla myös Monnankadun varrelle on keskittynyt kaupallisia palveluita. Alue on asuinaluetta, ja palvelut ovat pääosin lähipalveluita. Lisäksi alueella on yksi suuri supermarket (alle 2000 k-m^2), joka palvelee jonkin verran lähialuetta suurempaa aluetta. Alueen palveluita tarvitaan, sillä ei ole luontevaa, että asukkaat joutuisivat tekemään kaikki lähiostoksensa ydinkeskustassa. Aluetta kehitetään nykyisen kaltaisena lähi- ja paikallispalveluiden alueena. Yksittäisiä lähipalveluita on myös muualla keskustan alueella, mutta palvelut eivät muodosta varsinaisia keskittymiä. Lähipalveluita kuitenkin tarvitaan ja niiden asema tulee turvata.

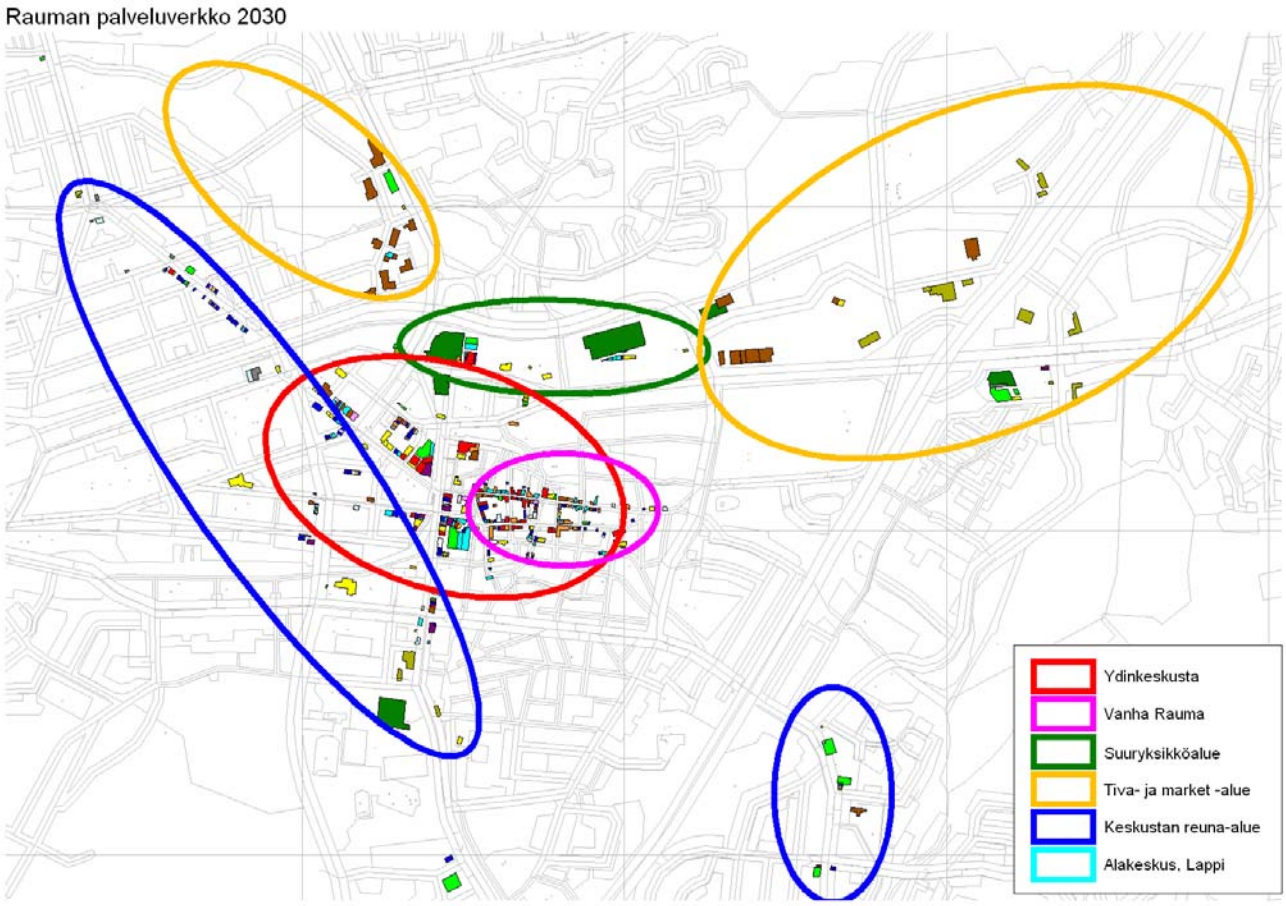
5.2 Muut kaupan keskittymät Raumalla

Rakennemallivaihtoehdoissa on useita palvelujen alueita. Tärkeimpiä kehittämiskohteita ovat market-alue ja sen läheiset tilaa vaativan kaupan alueet Porintien varrella sekä Papinhaassa.

Market-aluetta tulee kehittää Rauman kaupungin vähittäiskaupan suuryksikköalueena. Alue on tällä hetkellä kohtalaisen väljästi rakennettu laajoine pysäköintialueineen. Pysäköintiä on myös kellaritasossa, joten maanpäällisiä pysäköintialueita voidaan ottaa myös tehokkaampaan käyttöön. Nykylain mukaiset vähittäiskaupan suuryksiköt sijoitetaan Raumalla ensisijaisesti tälle alueelle. Alueella ei kuitenkaan ole tilaa uusille toimijoille, sillä alue on varattu nykyisten toimijoiden laajennuksille. Alueelle ei tule sijoittaa merkittävissä määrin keskustahakuisia erikoiskauppoja, vaan niiden paikka kaupungissa on ydinkeskustassa.

Citymarketin kiinteistön erikoiskaupoille on tulevaisuudessa luontevampi sijoittua uuteen linja-autoaseman/Tarvontorin kauppakeskukseen, jonne sijoittuu samantyyppistä ketjukauppaa. Näin Citymarket voi esimerkiksi laajentua ja market-alue kehittyisi oman luonteensa mukaisesti. Samalla alue tukee myös keskustakauppaa sijaiten aivan keskustan tuntumassa. Market alueelle sopii hyvin myös tilaa vaativa erikoiskauppa.

Tilaa vaativan kaupan alue jatkuu suoraan market-alueesta itään päin. Aluetta tulee kehittää kaupan alueena, joka kytkeytyy tiiviisti market-alueeseen. Tilaa vaativan kaupan alue voi jonkin verran laajentua nykyisestä itään/koilliseen.



Market-alueen eli suuryksikköalueen viereiselle tilaa vaativan kaupan alueelle suunnataan pääosin tilaa vaativaa kauppaa. Alueella on jo tällä hetkellä suuryksikön kokorajan ylittäviä tilaa vaativan kaupan myymälöitä, jotka alueelle hyvin sopivat. Tilaa vaativan kaupan ohella alueella on tällä hetkellä myös kaksi laajan tavaravalikoiman kauppaa, joista toinen on suuryksikkö ja toisen tuotevalikoima painottuu tilaa vaativaa kauppaan. Alueella suositellaan jatkossa sallittavan sellaiset vähittäiskaupan suuryksiköt, jotka ovat tilaa vaativia kauppoja ja sellaiset laajantavaravalikoiman myymälät, joiden tuotevalikoima painottuu tilaa vaativaan kauppaan. Hypermarket-tyyppistä kauppaa ei alueelle suositella, vaan sen paikka on market-alueella. Alueella on nyt suuri supermarket (alle 2000 k-m^2), joka palvelee mm. keskustaa ja itäisiä asuinalueita. Supermarket tuo hyvän vaihtoehdon hypermarket-asioinnille.

Papinhaan alueella on tällä hetkellä pääosin tilaa vaativaa kauppaa ja yksi market (alle 2000 k-m^2). Liikerakennukset ovat pääosin pienehköjä alle 2000 k-m^2:n suuruisia. Alueella on kuitenkin myös yksi rautakauppa, joka ylittää vähittäiskaupan suuryksikön rajan, mikäli hallituksen esitys uusista kaupan säännöksistä toteutuu.

Papinhaan aluetta tulee kehittää sen nykyisistä lähtökohdista eli tilaa vaativan kaupan alueena. Alueelle voi myös sijoittaa sellaisia vähittäiskaupan kaupan suuryksiköitä, jotka ohjataan pääosin tilaa vaativalle kaupalle. Keskustahakuista kauppaa ei alueelle tule merkittävissä määrin sijoittaa.

Papinhaka on tällä hetkellä kohtalaisen täyteen rakennettu. Yleiskaavan rakennemalleissa aluetta on laajennettu pohjoiseen. Vaihtoehdoissa kaksi ja kolme alue jatkuu katkotta, mikä on alueen toimivuuden kannalta parempia asia kuin vaihtoehdossa 1, jossa laajennusalue jää hieman irti nykyisestä kaupan alueesta.

Laajan tavaravalikoiman kauppoja suositellaan sijoitettavan eri alueille riippuen myymälän tuotevalikoimasta. Tällä hetkellä ns. halpahalli-tarjonta on kohtalaisen laajaa kaupungissa, eikä uusia myymälöitä kaupan rakenteen monipuolisuuden kannalta odoteta enää tulevan. Nyt laajan tavaravalikoiman myymälöitä (pl hypermarketit) on tilaa vaativan kaupan alueella ja keskustan reunassa.

Laajan tavaravalikoiman myymälät ovat eri tyyppisiä. Pick'n Pay on lähinnä päivittäistavarakauppaan painottunut market, Hong Kongin tuotevalikoima painottuu tilaa vaativaan kauppaan ja Tokmannin tuotevalikoima liikkuu näiden kahden välissä, tarjonta on pitkälle samantyyppistä kuin hypermarketeissa ilman elintarvikkeita. Tällä hetkellä liikkeet ovat toiminnallisista lähtökohdista oikeilla paikoilla kaupunkirakenteessa. Halpahallit eivät ole Vanhan Rauman erikoiskaupan kannalta oleellisia kilpailijoita, koska niiden asiakaskunta ja myös palvelutaso on toinen.

Tilaa vaativaan kauppaan painottuneet laajan tavaravalikoiman myymälät suunnataan joko Papinhakaan tai tilaa vaativan kaupan alueelle vt 8:n ja vt 12:n risteyksen tuntumaan. Market-alueelle voidaan sijoittaa myös laajan tavaravalikoiman myymälöitä.

Tulevaisuuden laajan tavaravalikoiman myymälöiden tarvetta ei voi suoraan määrittää. Tarve sisältyy liiketilatarpeeseen, josta osa voidaan suunnata laajan tavaravalikoiman myymälöille. Tavoitteena on, että vain pieni osa kasvutarpeesta suunnataan laajan tavaravalikoiman myymälöille ja suurin osa keskustan erikoiskaupan tarpeesta suunnataan varsinaisille keskustahakuisille erikoiskaupoille. Outlet-tyyppiselle keskittymälle ei Raumalla ole tarvetta. Keskustakauppa halutaan pitää keskustassa, eikä keskustan reuna-alueille suositella keskustankaupan kanssa kilpailevaa keskittymää.

Myös tilaa vaativan kaupan osalta on hyvä, ettei koko tarvetta suunnata laajan tavaravalikoiman myymälöihin vaan että suurin osa myymälöistä on palvelevia erikoismyymälöitä. Tilaa vaativaan kauppaan painottuvat laajan tavaravalikoiman myymälöiden tuotevalikoima koostuu pääasiassa tilaa vaativan kaupan tuoteryhmistä. Myymälöissä voidaan myydä myös pienessä mittakaavassa muuta erikoistavaraa. Pääosa voidaan määritellä esim. osuutena myymäläpinta-alasta. Tällaista on kuitenkin hankala valvoa, sillä myymälöiden tuotevalikoimat muuttuvat jatkuvasti esim sesongin mukaan. Tilaa vaativaan kauppaan painottuneita laajan tavaravalikoiman myymälöitä ovat mm. Biltema, Motonet, Hong Kong ja Clas Ohlson.

Yleiskaavassa on palvelujen alueita lisäksi mm. Kortelan alue kaupungin eteläosassa sekä Pohjoiskehän ja Porintien risteysalue. Molemmat soveltuvat hyvin esimerkiksi liikenneasemapalveluille ja teemaan liittyville muille kaupan palveluille. Suuria kaupan yksiköitä ei näille alueille tule rakentaa, ne hajottaisivat liikaa kaupan palveluverkkoa Raumalla.

Raumalla on tällä hetkellä yksi alakeskus Lappi. Lappi on hyvä paikalliskeskus alueen asukkaille ja se asemaa palveluverkossa tulee vahvistaa. Ilmastostrategian kannalta on hyvä, että paikallisasukkaat löytävät peruspalvelunsa läheltä. Alueen vahvuutena ovat alueen asukkaat, jotka myös asuvat aivan keskustassa. Näin ollen alue voidaan merkitä karttaan esimerkiksi keskustatoimintojen alakeskuksena.

Rakennemalleissa Kodisjoen ja Unajan kyläalueet on merkitty eri tavoin. Tällä hetkellä vain Kodisjoella on kaupallisia palveluita. Tärkeää on että alueella säilyisi lähikauppa. Säilyäk-

seen se tarvitsisi lisää asukkaita alueelle, jolloin sen toimintaedellytykset parantuisivat. Unajan kylässä ei ole kauppoja. Merkittävää kaupan uusperustantaa ei alueilla todennäköisesti tule tapahtumaan. Kaupallisten palvelujen kannalta ei täten ole kovin suurta merkitystä, miten alueet yleiskaavaan merkitään.

Rakennemallin vaihtoehto 3:ssa keskustan laajennusalue rantaan päin on osoitettu palvelujen alueeksi. Alue soveltuu paremmin asumisen ja palvelujen alueeksi, kuten malleissa 1 ja 2 alue osoitetaan. Kaupungissa ei ole tarvetta laajentaa puhdasta kauppaa näin laajalle alueelle, vaan alueen profiili tulee olla asukaspainotteinen. Alueen palvelut ovat pääosin lähipalveluita ja julkisia palveluita alueen asukkaille. Muut rakennemalleissa osoitetut palvelujen alueet painottuvat julkisiin palveluihin.

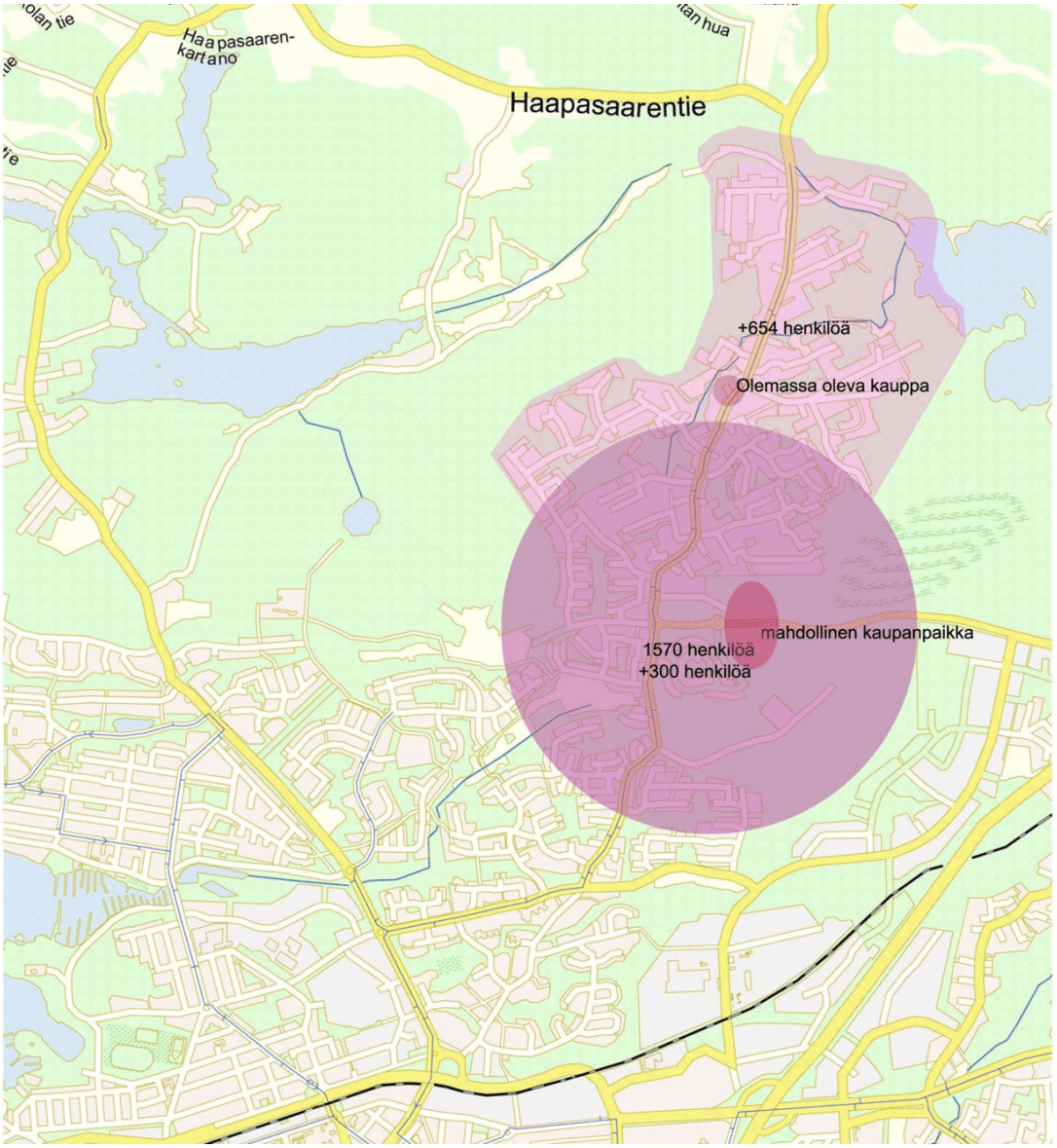
5.3 Pt-kaupan verkko Raumalla

Nykyinen päivittäistavarakaupan verkko Raumalla on kattava. Tosin päivittäistavarakaupat sijoittuvat valtaosin Rauman keskusta-alueelle ja sen tuntumaan. Hypermarketit ovat sijoittuneet keskustan pohjoispuolelle. Monipuoliset supermarketit ovat sijoittuneet lähinnä keskustan etelä- ja itäpuolelle. Haja-asutusalueella ei päivittäistavarakauppoja juurikaan ole.

Raumalla on suunniteltu kahta uutta päivittäistavarakauppaa. Lisäksi mikäli valtatie 8:n ja Pohjoiskehän risteysalueelle tulee liikenneasema, tänne sijoittuu myös päivittäistavarakauppa. Haapasaarentien varrelle tulevan Pohjoiskehän risteykseen suunnitellaan monipuolista markettia. Asukasmäärä lähialueella on kasvussa ja suurten markettien painopiste on Rauma eteläosissa, joten tämä kauppa tasapainottaa kaupungin päivittäistavarakaupan verkkoa.

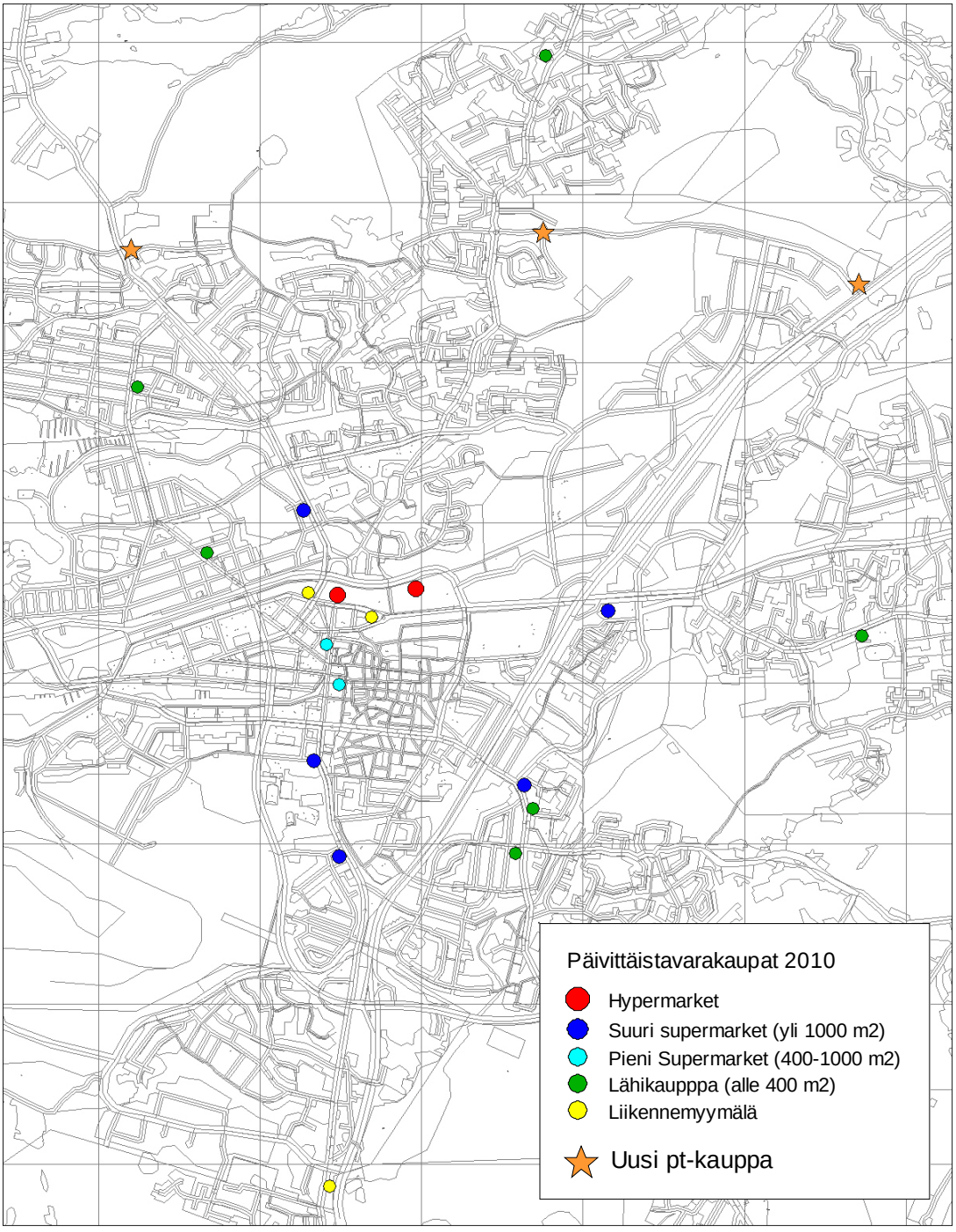
Pirttialhoon uuden asuinalueen reunaan suunnitellaan myös paikkaa uudelle lähikaupalle. Tällä hetkellä lähialueella ei ole päivittäistavarakauppoja. Hieman pohjoisemmassa on Kaarossa lähikauppa. Uuden kaupan lähialueella noin kilometrin säteellä asuu nyt lähes 1600 asukasta ja alueen asukasluku tulee kasvamaan noin 300:lla. Lähikaupalle alueella on selvä tarve. Kaaron lähikauppa ei juurikaan palvele Pirttialhon asukkaita, sillä se sijoittuu toiseen suuntaan luontevasta kauppa-asioinnista, joka suuntautuu ennemminkin alueelta etelään eli keskustan suuntaan. Uudella lähikaupalla saattaa olla jonkin verran haitallisia vaikutuksia Kaaron lähikaupan toimintaedellytyksiin, sillä uusi lähikauppa sijoittuu lähemmäksi väestön painopistettä ja on näin houkuttelevampi. Kaaro palvelee enemmän alueen pohjoisosaa, mutta lähialueen väestömäärä on tällä hetkellä kohtalaisen pieni, joten kauppa on haastavassa markkinatilanteessa.

Pohjoiskehän ja valtatie 8:n risteykseen suunnitellaan liikenneasemamyymälää. Liikenneaseman toimintakonsepti on toinen kuin perinteisen lähikaupan. Se palvelee valtatiellä liikkuvia sekä myös alueen lähiasukkaita. Lähellä ei tällä hetkellä ole lainkaan kauppoja, joten liikenneasema täydentää pt-verkkoa. Lähin kauppa tulee olemaan Pirttialhon lähikauppa, mutta sekin sijoittuu jo sen verran kauas, ettei kaupoilla ole suurta vaikutusta toistensa toimintaedellytyksiin.



Suunniteltu Pirttialhon uusi lähikauppa

Päivittäistavarakaupan lisäliiketilan tarve (Tilastokeskuksen väestöennusteen pohjalta) on Raumalla vuoteen 2030 mennessä noin 2600 - 3800 k-m^2. Tähän väliin mahtuu hyvin suunnitellut pt-kaupan yksiköt. Tarvetta riittää myös mahdollisille muille uusille pienemmille päivittäistavarakaupoille. Näille löytyy luontevia kehitysmahdollisuuksia sellaisilla alueilla, joiden asumiskäyttöä kehitetään. Uusilla alueilla, jonne sijoittuu uusia asuntoja, syntyy herkästi lähipalveluille ja näille on myös hyvä luoda mahdollisuus. Asuinalueille sijoitettavat uudet pt-kaupat täydentävät verkkoa ja tuovat lähipalveluita asukkaiden lähelle eivätkä syö merkittävissä määrin olemassa olevien kauppojen markkinoita.



Päivittäistavarakaupan verkko Raumalla ja mahdolliset uudet kauppapaikat
(pl Lappi ja Kodisjoki)

6 YHTEENVETO JA SUOSITUKSET YLEISKAAVAAN

Raumalla tarvitaan lisää liiketilaa vuoteen 2030 mennessä enimmillään noin 50.000 - 60.000 k-m^2 riippuen eri väestöennusteista. Yleiskaavan aikajänne on niin pitkä, että kaavan suositellaan mahdollistavan lasketun enimmäismäärän liiketilaa. Näin ollen yrityksille löytyy vaihtoehtoisia sijaintipaikkoja. Suurissa liiketilahankkeissa tulee asemakaavan yhteydessä tarkemmin tutkia kaupalliset vaikutukset.

Liiketilatarpeesta suuntautuu keskusta-alueelle noin 25.000 - 30.000 k-m^2. Tarve koostuu suurelta osin keskustahakuisen erikoiskaupan tarpeesta. Lisäksi keskustaan kohdistuu jonkin verran tilaa vaativan kaupan tarvetta. Tilaa vaativan erikoiskaupan liiketilat keskustassa ovat pienempiä kuin keskustojen ulkopuolella. Keskustaan suunnitellut kauppakeskukset kattavat hyvin keskusta-alueiden tarpeen. Lisäksi Vanhan Rauman puolelle jää mahdollisuuksia ottaa kortteleiden sisäosia kaupalliseen käyttöön. Vanhassa Raumassa liiketilan lisäys jää kuitenkin mittakaavaltaan vähäiseksi.

Keskustan ulkopuolisille alueille suuntautuu liiketilatarvetta noin 28.000 - 32.000 k-m^2. Tämä koostuu pääosin tilaa vaativan kaupan tarpeesta. Lisäksi keskustojen ulkopuolelle suuntautuu pienessä määrin muun erikoiskaupan tarvetta, joka toteutuu sekä laajan tavaravalikoiman myymälöissä että esimerkiksi hypermarkettien etumyymälöissä. Keskustahakuisia erikoiskauppoja ei alueille tule laajamittaisesti suunnitella. Keskustan ulkopuolisten alueiden tarve kohdistetaan pääosin nykyisille tilaa vaativan kaupan alueille ja niiden laajennuksille eli vt 8:n ja vt 12:n risteysalueelle ja Papinhakaan. Muut kehitettävät kaupan alueet ovat mitoitukseltaan pieniä.

Päivittäistavarakaupan tarve kaupungissa vuoteen 2030 mennessä on yhteensä enimmillään noin 4000 - 5000 k-m^2. Noin puolet tästä tarpeesta menee suunniteltuihin päivittäistavarakaupan hankkeisiin. Loppu kohdistuu asuinalueiden lähikauppoihin, keskustan erikoiskauppoihin ja ehkä yhteen uuteen suureen supermarkettiin. Keskustan eteläosaan voi syntyä tarvetta uudelle supermarketille, mikäli asukasmäärä alueella kasvaa. Näille pitää luoda kaavassa edellytyksiä. Päivittäistavarakaupan tarve ei riitä uuteen hypermarkettiin, ellei se ole vanhoja yksiköitä korvaava.

Kaupan alueita kehitetään yleiskaavassa eri lähtökohdista. Suosituksissa on otettu huomioon hallituksen esitys uusiksi kaupan säännöksiksi.

Vanha Rauma

Vanhaa Raumaa kehitetään sen luontaisista lähtökohdista. Luodaan mahdollisuus ottaa kortteleiden sisäosia kaupalliseen käyttöön ja kehitetään kävelykeskustaa.

Uusi keskusta

Kehitettään kauppakeskuksia Tarvontorin, linja-autoaseman ja Sokoksen kortteleissa sekä Potkurin korttelissa. Varmistutaan hyvistä yhteyksistä kauppakeskusten ja keskustan eri osien välillä.

Karinkenttä

Luodaan mahdollisuus nykyisten palveluiden säilymiselle alueella. Tilaa vaativa kauppa voi myös siirtyä kaupungin muille tilaa vaativan kaupan alueille. Alueella on tällä hetkellä vähittäiskaupan suuryksikkö, joka painottuu päivittäistavarakauppaan. Kauppa tuo palveluita alueen lähiasukkaille ja vaihtoehdon keskusta-asioinnille.

Muut keskustan reuna-alueet

Valtakadun ja Syväraumankadun kaupan alue suositellaan vahvistettavan kaavassa. Alueen kaupallinen ilme on omanlainen. Reuna-alueen kaupallisia palveluita tarvitaan kaupungissa ja lisäksi alue tarjoaa palveluja alueen lähiasukkaille. Monnankadun lähipalvelut pyritään myös säilyttämään.

Lapin alakeskus

Lapin alakeskus suositellaan merkittäväsi yleiskaavassa alakeskukseksi, jotta alueen merkitys palvelualueena vahvistuu ja alueen palveluille luodaan kehittämismahdollisuuksia.

Market-alue

Vähittäiskaupan suuryksikköalue, jonne ensisijaisesti sijoitetaan vähittäiskaupan suuryksiköt Raumalla. Alueelle ei suositella sijoitettavan merkittävissä määrin keskustahakuista erikois-kauppaa.

Tilaa vaativan kaupan alue, valtatie 8:n ja 12:n risteysalue (laajennettuna)

Alueelle sijoitetaan pääosin tilaa vaativaa kauppaa. Alueelle voidaan sijoittaa myös tilaa vaativan kaupan suuryksiköitä ja sellaisia laajan tavaravalikoiman suuryksiköitä, joiden tuotevalikoima painottuu tilaa vaativaan kauppaan. Alueelle ei suositella merkittävissä määrin keskustahakuista erikoiskauppaa eikä päivittäistavarakaupan suuryksiköitä. Alue voi laajentua nykyisestä kaupan alueesta koilliseen/itään.

Papinhaka

Alueelle sijoitetaan pääosin tilaa vaativaa kauppaa. Alueelle voidaan sijoittaa myös tilaa vaativan kaupan suuryksiköitä ja sellaisia laajan tavaravalikoiman suuryksiköitä, joiden tuotevalikoima painottuu tilaa vaativaan kauppaan. Alueelle ei suositella merkittävissä määrin keskustahakuista erikoiskauppaa eikä päivittäistavarakaupan suuryksiköitä. Alue voi laajentua nykyisestä kaupan alueesta pohjoiseen.

Valtatie 8:n ja pohjoiskehän risteysalue

Alueelle suositellaan sijoitettavan liikenneasemapalveluita. Alueelle voidaan sijoittaa myös pienissä määrin muuta kauppaa, ensisijaisesti tilaa vaativaa kauppaa. Aluetta ei suositella osoitettavan vähittäiskaupan suuryksikölle.

Kortelan palvelujen alue

Alueelle suositellaan sijoitettavan liikenneasemapalveluita. Alueelle voidaan sijoittaa myös pienissä määrin muuta kauppaa, ensisijaisesti tilaa vaativaa kauppaa. Aluetta ei suositella osoitettavan vähittäiskaupan suuryksikölle.

Liite

Haastattelut:

Karita Degerman, Hemtex
Tommy Dolivo, Biltema
Janne Einola, H&M
Juha Eskolin, Rauman kaupunki
Timo Frimodig Osuuspankki
Jaakko Hirvonsalo, Rauman kauppakamari
Olli Järstä, Hotelli Vanha Rauma
Tapio Kuittinen, Clas Ohlson
Taru Kuusniemi, Ideacca
Aila Laiho, Kotivakka
Heli Marjanen, Turun Yliopisto
Marko Markela vt. tj. Keula
Johanna Närvä, Kodinonni ja Rauman Yrittäjät ry.
Hannu Pärssinen, Rauma-isäntä
Irmeli Rytkönen, Gigantti
Jorma Sieviläinen, Kaupan valiokunta (ent. tj. Keula)
Olli Setänen, Kesko
Timo Smedsberg, Keskusautohalli
Outi Virola, Rauman kaupunki