



Rauman kaupallinen selvitys

Päivitetty yhdistelmä kaupallisista selvityksistä 2011 - 2015

2.5.2016

Sisällysluettelo

Sisällysluettelo.....	2
1. Selvityksen tausta ja tavoitteet.....	3
2. Kaupan nykytila Raumalla	4
2.1. Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti Raumalla.....	4
2.2. Ostovoiman siirtymät Raumalla	5
2.3. Rauman kaupallinen rakenne	7
2.4. Kaupallisessa rakenteessa tapahtuneita muutoksia.....	11
3. Kaupan markkinoiden kehitys	12
3.1. Väestön kehitys.....	13
3.2. Ostovoiman kehitys.....	13
3.3. Liiketilän lisätarve.....	15
3.4. Liiketilän lisätarpeen suuntaaminen keskusta-alueille ja muille alueille	17
3.5. Kaupan yleinen kehitys	19
3.6. Verkkokaupan kehitys ja merkitys	20
4. Kaupan kehittäminen Raumalla	23
4.1. Kaupan näkemys Rauman kehittämistä	23
4.2. Kaupan konseptit Raumalla	26
4.3. Rauman ydinkeskustan kaupallinen kehittäminen.....	27
4.4. Liiketilöjen kehittäminen Vanhassa Raumassa	28
4.5. Ydinkeskustan reuna-alueet	29
4.6. Muut kaupan keskittymät Raumalla.....	30
5. Kanalin Länsirannan kauppakeskus	32
5.1. Kauppakeskuksen vaikutukset.....	34
5.2. Kaupan ja palvelutarjonnan muutosten vaikutukset Rauman keskustassa.....	37
6. Johtopäätökset.....	40

1. Selvityksen tausta ja tavoitteet

Raumalla on vireillä koko kaupunkia koskevan yleiskaavan laatiminen sekä valmisteilla kauppaa koskevia asemakaavoja. Viimeisten vuosien aikana on Raumalla tehty useita kaupan selvityksiä. Kaavoitusta varten on ilmennyt tarve koota yhteen tehdyt selvitykset ja päivittää oleellimmat markkinoilla tapahtuneet muutokset.

Rauman kaupallisissa selvityksissä on tarkasteltu kaupan markkinatilannetta ja markkinoiden kehitysnäkymiä aina vuodesta 2009 lähtien. Selvityksiä on tehty eri lähtökohdista sekä asemakaavoja ja yleiskaavoja varten. Yhdistelmätyössä on tarkoitus selvittää kaupan kehitys tilastoaineiston avulla vuoden 2014 tasolle ja päivittää alueen ostovoimatiedot ja ennusteet (markkinoiden arvo).

Työssä ovat mukana seuraavat kauppaa koskevat selvitykset:

- Rauman yleiskaava, Kaupallinen selvitys 2011
- Vanhan Rauman osayleiskaava, Kaupallinen selvitys 2012
- Rauman tilaa vaativan kaupan alue, Kaupallinen selvitys 2012
- Rauman tilaa vaativan kaupan alueiden osayleiskaava, Seudullisuuden alaraja 2013
- Rauman tilaa vaativan kaupan alue, Kaupallisen selvityksen päivitys 2014
- Rauman kaupallisen selvityksen päivitys, Kanalin Länsirannan asemakaavan muutosta varten 2014
- Länsirannan kauppakeskus, Lausunto 2014
- Rauman keskustan kauppakeskuksen liiketaloudelliset vaikutukset - kaupan ja palveluyritysten asiointimäärien muutokset Rauman keskustassa 2015

Kaupallisessa selvityksessä tutkitaan Rauman vähittäiskaupan markkinoiden kehitystä. Selvityksessä kootaan tiedot Rauman vähittäiskaupasta sekä markkina-alueen ostovoimasta ja kilpailutilanteesta. Ostovoiman kehityksen pohjalta arvioidaan markkina-alueen liiketilan lisätarpeita vuoteen 2025 ja 2035. Lisäksi päivitetään kaupan yleistä kehitystä ja verkkokauppaa kuvaavat luvut.

Markkinatietojen päivityksen lisäksi selvitykseen kootaan yhteen aikaisemmissa selvityksissä esitetyt kaupan edustajien näkemykset keskustan ja Vanhan Rauman kehittämisestä sekä vaikutusarviot ja asiakasvirta-analyysit Länsirannan kauppakeskuksesta. Kaupan nykytilan sekä kaupan markkinoiden kehityksen pohjalta arvioidaan kaupan kehittämispotentiaalia Raumalla.

Rauman kaupallisen selvityksen päivityksen on tilannut WSP Finland Oy:ltä Rauman kaupunki. Selvityksen yhteyshenkilönä on toiminut kaupungin puolelta kaavoitusjohtaja Juha Eskolin. Selvityksestä vastaavat KTM Tuomas Santasalo ja KTM Katja Koskela.

2. Kaupan nykytila Raumalla

Rauman kaupan nykytilaa analysoidaan tässä sekä tilastojen että kartoituksen pohjalta. Tilastosta saadaan vähittäiskaupan myynti ja toimipaikat. Myynnin ja ostovoiman avulla lasketaan ostovoiman siirtymät, eli se kuinka hyvin alueen kauppa myy suhteessa paikalliseen ostovoimaan.

Kaupan sijoittumista Raumalla analysoidaan eri selvityksissä tehtyjen kartoitusten pohjalta. Kartoituksilla on koottu tietoa vähittäiskaupan ja muiden kaupallisten palveluiden käytössä olevista liikepinta-aloista. Viimeisimmässä selvityksessä on tarkasteltu, mitä merkittäviä muutoksia Rauman kaupallisessa rakenteessa on tapahtunut edellisiin kartoituksiin nähden.

2.1. Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti Raumalla

Vähittäiskaupan myyntiä ja toimipaikkoja on tarkasteltu Tilastokeskuksen yritystilaston pohjalta. Tilastokeskuksen yritystilastosta on saatu liikevaihto, johon on laskettu päälle arvonlisävero. Tällöin myynti on verrannollinen ostovoimaan, joka myös pitää sisällään arvonlisäveron. Viimeisimmät yritystilaston tiedot ovat vuodelta 2014.

Mikäli jollakin toimialalla on alle kolme toimipaikka, ei myyntitietoja ole saatavilla. Nämä myyntitiedot on arvioitu toimialojen keskimyyntien pohjalta niin, että vähittäiskaupan kokonaissumma on sama kuin vähittäiskaupan myynti Tilastokeskuksen tilastossa.

Yritystilasto on tehty toimialaluokituksen TOL 2008 mukaisesti. Päivittäistavarakauppaan kuuluvat päivittäistavaramarketit ja lähikaupat, Alkot, päivittäistavarakaupan erikoismyymälät (mm. leipomot, makeiskaupat, jäätelökioskit, kalakaupat, luontaistuotekaupat) sekä kioskit. Tavaratalokauppa-luokassa ovat hypermarketit, tavaratalot ja muut laajantavaravalikoiman myymälät.

Tilaa vaativaan erikoiskauppaan sisältyvät rauta- ja rakennustarvikekauppa, kodintekniikkakauppa, puutarhakauppa, huonekalukauppa ja venekauppa. Muuhun erikoiskauppaan sisältyy keskustahakuinen erikoiskauppa eli mm. muotikauppa, urheilukauppa, kulta- ja kellokauppa, kukkakauppa, apteekit, sisustuskauppa, matkapuhelinkauppa ja optikot. Vähittäiskaupan lisäksi tarkastellaan autokauppaa ja ravintolatoimintaa. Autokauppa sisältää autokaupan, varaosakaupan, autohuollon ja huoltamotoiminnan (pl. automaattiasemat).

Vähittäiskaupan ja palveluiden toimipaikat ja myynti Raumalla

	Toimipaikat		Myynti milj. e	
	2013	2014	2013	2014
Päivittäistavarakauppa, Alkot ja kioskit	37	39	110	107
Tavaratalokauppa	4	4	83	62
Tilaa vaativa kauppa	39	38	52	51
Muu erikoiskauppa	137	134	85	77
Erikoiskauppa yhteensä	176	172	137	128
Vähittäiskauppa yhteensä	217	215	330	297
Auto-, varaosa- ja rengaskauppa	36	37	72	71
Huoltamot (ei automaatteja)	8	8	23	28
Auton huolto ja korjaus	52	52	19	21
Autokauppa yhteensä	96	97	113	121
Ravintolat ja kahvilat	84	86	36	40

Lähde: Tilastokeskus

Vuonna 2014 Raumalla oli yhteensä 215 vähittäiskaupan toimipaikkaa. Autokaupan toimipaikkoja oli yhteensä 37 ja ravintola- ja kahvilapalveluiden 52. Vähittäiskaupan myynti Raumalla oli vuonna 2014 yhteensä lähes 300 miljoonaa euroa. Autokaupan ja huoltamotoinnin myynti oli yhteensä noin 100 miljoonaa euroa ja ravintolatoiminnan lähes 40 miljoonaa euroa.

Vuoteen 2013 verrattuna on vähittäiskaupan myynti Raumalla jonkin verran laskenut. Laskua on erityisesti tavaratalokaupassa, mutta myös muussa erikoiskaupassa.

Rauman vähittäiskaupan ja autokaupan liikevaihdon kehitystä on verrattu koko maan sekä Porin vähittäis- ja autokaupan liikevaihdon kehitykseen. Edelliseen taulukkoon verrattuna liikevaihtotieto sisältää myös autokaupan liikevaihdon. Kaupan kehityksestä on tietoa vuosilta 2007 – 2012 sekä 2013 - 2014. Viimeisimpien tilastovuosien 2013 - 14 tiedot eivät ole aikasarjana verrannollisia edellisiin vuosiin johtuen Tilastokeskuksen tilastointiuudistuksesta vuonna 2013. Tilastouudistuksen myötä estimoitavien toimipaikkojen osuus toimipaikkarekisteristä kasvoi.

Vuosien 2007 - 2012 aikana vähittäis- ja autokaupan liikevaihto kasvoi Raumalla yhteensä noin 18 %, kun koko Suomessa vastaava kasvu oli vain 11 %. Porissa vähittäiskaupan ja autokaupan kasvoi samassa ajassa 13 %. Vuonna 2014 vähittäis- ja autokaupan liikevaihto vastaavasti laski Raumalla merkittävästi edellisvuoteen verrattuna, vastaava lasku tapahtui myös Porissa, kun taas koko Suomessa vähittäis- ja autokaupan liikevaihto säilyi edellisvuoden tasolla.

Vähittäiskaupan ja autokaupan liikevaihdon kehitys 2007 - 2012

Ind. 100 = 2007

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Kasvu yht.	Vuosi- muutos	2013	2014
Rauma	100	110	105	109	117	118	18 %	3,3 %	100	93
Pori	100	105	98	103	111	113	13 %	2,5 %	100	95
Koko Suomi	100	105	100	103	109	111	11 %	2,1 %	100	100

Lähde:Tilastokeskus

Vähittäiskaupan ja autokaupan liikevaihdon muutos edellisvuodesta

	2008	2009	2010	2011	2012	2013-2014
Rauma	9,6 %	-4,5 %	4,1 %	7,0 %	0,8 %	-6,7 %
Pori	4,6 %	-5,9 %	4,3 %	8,4 %	1,9 %	-5,2 %
Koko Suomi	5,0 %	-5,2 %	3,7 %	5,8 %	1,6 %	0,4 %

Lähde:Tilastokeskus

2.2. Ostovoiman siirtymät Raumalla

Ostovoima kuvaa yksityisen kulutuksen kysyntää. Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima on laskettu Tilastokeskuksen kulutustutkimuksen sekä vähittäiskaupan myyntitilastojen pohjalta. Ostovoima kertoo alueen paikallisväestön ostokyvystä ja miten se kohdistuu kaupan eri toimialoille. Ostovoima kertoo alueen asukkaiden markkinapotentiaalin, mutta ei sitä, missä asukkaat todellisuudessa rahansa käyttävät, eli missä ostovoima toteutuu myyntinä.

Yleisesti päivittäistavarakauppa-asioinnit hoidetaan lähellä. Arkisin elintarvikeostot tehdään usein lähellä kotia ja lähinnä viikonloppuisin käydään lähialuetta hieman kauempana monipuolisessa päivittäistavarakaupassa. Erikoiskaupan ostoksia haetaan kauempaakin. Mitä harvemmin tuotetta ostetaan, sitä herkemmin voidaan asioida myös kauempaa. Muotikauppa keskittyy suuriin kaupunkeihin ja niin keskittyvät ostoksetkin. Erikoiskaupan ostosmatkojen yhteydessä hoidetaan myös

päivittäistavarakauppa-asiointia, mikä lisää päivittäistavarakaupan siirtymiä monipuolisiin keskittyisiin. Vaikka tilaa vaativa kauppa keskittyy, vetovoimaisia tilaa vaativan kaupan myymälöitä on myös pienissä keskuksissa. Autokauppa keskittyy omille alueilleen, ja autokaupassa käydään myös yli maakuntarajojen.

Ostovoiman siirtymiä analysoimalla arvioidaan, miten Rauman vähittäiskauppa palvelee kaupunkilaisiaan. Siirtymät saadaan vertaamalla vähittäiskaupan toimialoihin kohdistunutta ostovoimaa toteutuneeseen myyntiin. Myynnin lähteenä on käytetty Tilastokeskuksen yritystilastoa. Tavaratalokaupan myynti on jaettu päivittäistavarakauppaan, tilaa vaativaan kauppaan ja muuhun erikoiskauppaan. Ostovoiman siirtymät on laskettu vuosille 2013 ja 2014. Koska vähittäiskaupan myynti Raumalla laski vuonna 2014 nopeammin kuin ostovoiman arvioidaan laskeneen, pienenivät myös ostovoiman siirtymät. Autokaupassa ostovoiman lasketaan vähentyneen myyntiä enemmän, joten ostovoiman siirtymien arvioidaan Raumalle kasvaneen.

Rauman ostovoiman siirtymät ovat positiiviset eli ostovoimaa siirtyy Raumalle lähialueen pienemmistä kunnista. Vastaavasti jonkin verran ostovoimaa siirtyy myös Raumalta mm. Poriin ja Turkuun. Ostovoiman siirtymät ovat positiivisimmat erikoiskaupassa, kun taas tilaa vaativassa kaupassa siirtymät ovat negatiiviset.

Vähittäiskaupan ostovoiman siirtymät Raumalla

2014

	Myynti milj.€	Ostovoima milj. €	OV-siirtymä	
			milj.€	% ov:sta
Päivittäistavarakauppa ja Alko	145	142	3	2 %
Tilaa vaativa kauppa	55	58	-3	-5 %
Muu erikoiskauppa	97	86	11	13 %
Erikoiskauppa yhteensä	153	144	8	6 %
Vähittäiskauppa yhteensä	297	286	11	4 %
Auto- varaosa- ja rengaskauppa	71	60	11	18 %

2013

	Myynti milj.€	Ostovoima milj. €	OV-siirtymä	
			milj.€	% ov:sta
Päivittäistavarakauppa ja Alko	151	141	10	7 %
Tilaa vaativa kauppa	60	61	0	-1 %
Muu erikoiskauppa	119	92	26	28 %
Erikoiskauppa yhteensä	179	153	26	17 %
Vähittäiskauppa yhteensä	330	294	36	12 %
Auto- varaosa- ja rengaskauppa	72	64	8	12 %

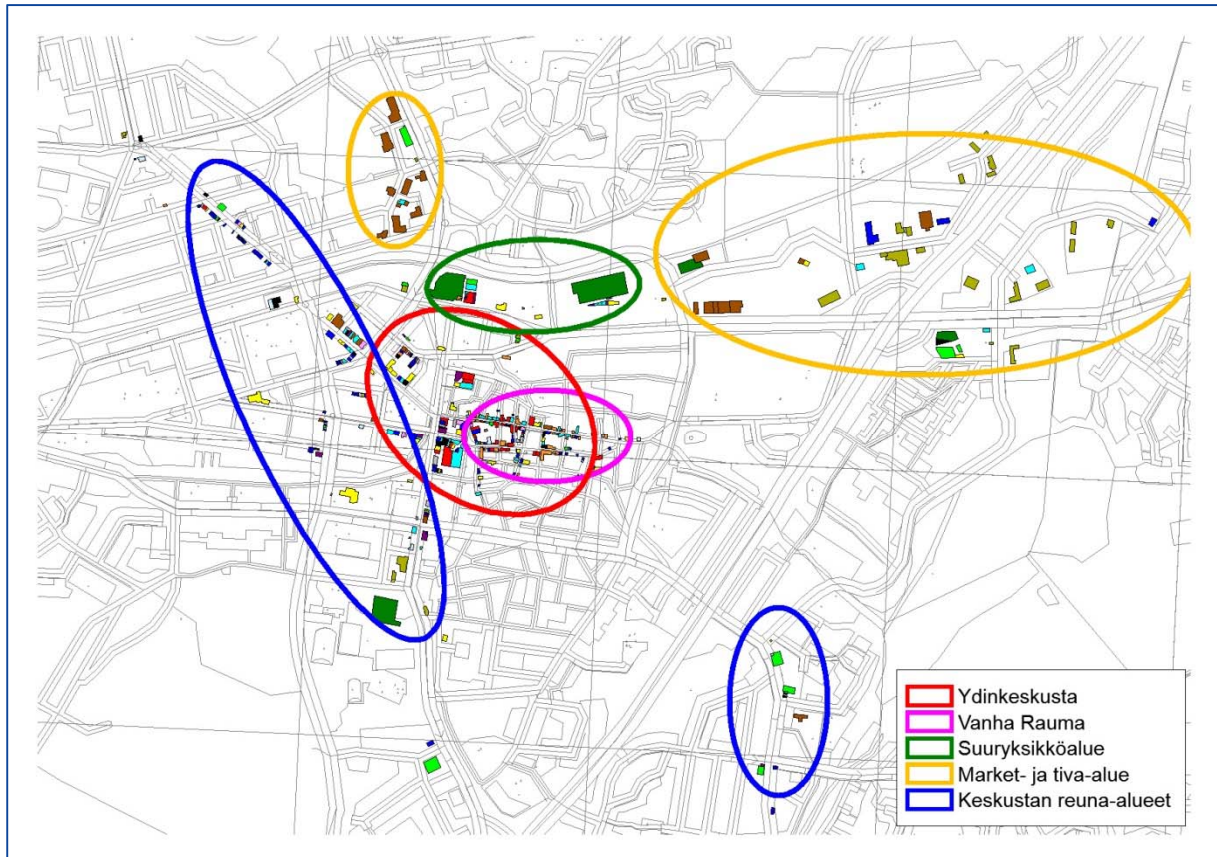
Lähde: Tilastokeskus, Santasalo Ky

Verrattuna edelliseen kaupan selvitykseen sekä vuoteen 2013 ovat ostovoiman siirtymät Raumalla pienentyneet. Erikoiskaupan myynti on Raumalla laskenut erityisesti tavaratalokaupan käyttötavarakaupan negatiivisen kehityksen myötä, mutta myös varsinaisissa erikoiskaupan myymälöissä myynti vuonna 2014 laski.

Rauma vetää edelleen ostovoimaa markkina-alueensa pienemmistä kunnista, mutta aikaisempaa enemmän raumalaisten ostovoimaa virtaa ulos kaupungista, mm. Poriin ja Turkuun. Mahdollisesti myös osa potentiaalista on suuntautunut vähittäiskaupan sijaan myös muuhun kulutukseen tai säästöön.

2.3. Rauman kaupallinen rakenne

Rauman keskustassa on useita erityyppisiä kaupallisia keskittymiä. Ydinkeskustan kuuluu Vanha Rauma sekä uusi keskusta. Ydinkeskustan pohjoispuolella on suuryksikköalue ja tämän itäpuolella tilaa vaativan kaupan alue, jossa on myös market-kauppaa. Samantyyppinen kaupallinen keskittymä on myös Papinhaka. Myös ydinkeskustan reuna-alueilla on paljon kauppaa ja palveluita. Raumalla on myös yksi alakeskus, Lapin entinen kuntakeskus. Lisäksi Kodisjoella toimii lähikauppa.



Kaupalliset keskittymät Rauman keskustassa 2015

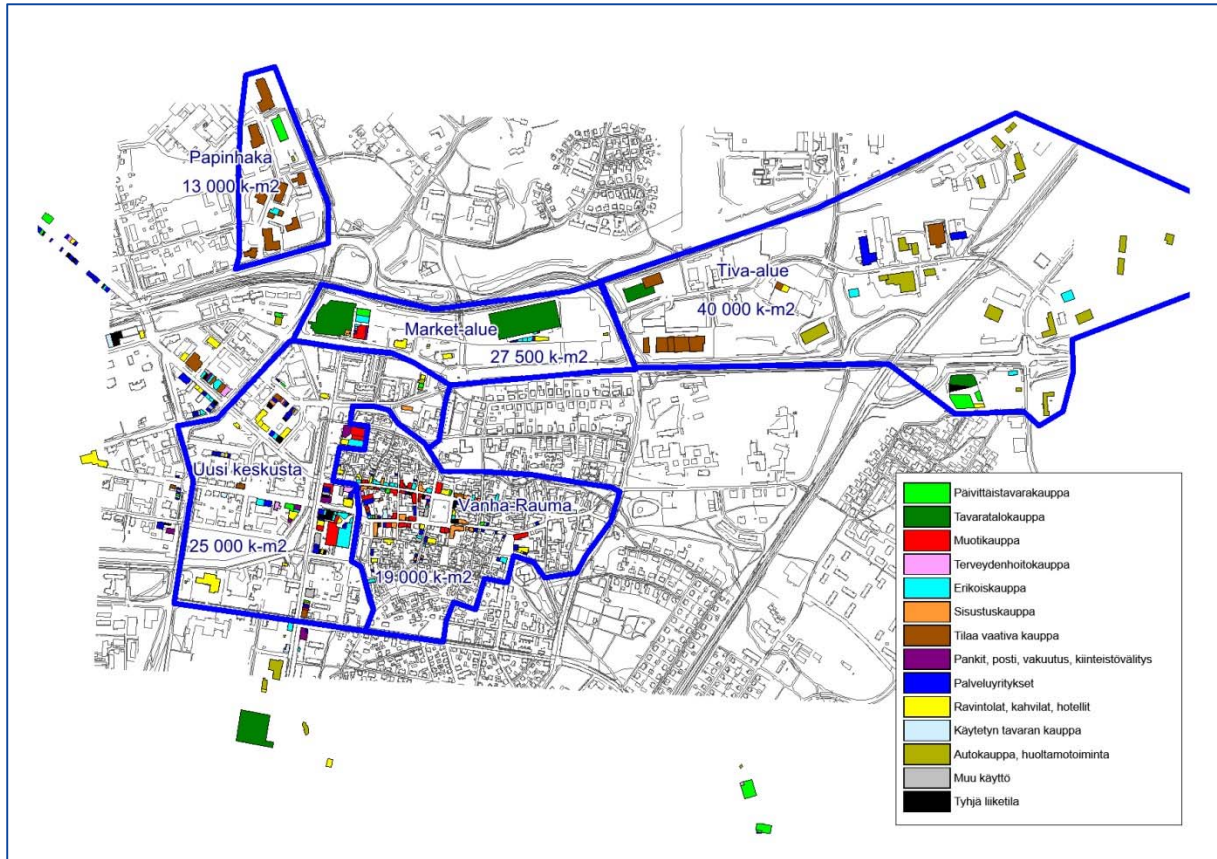
Rauman kaupallinen rakenne on selvitetty kenttäkartoituksella. Kartoitukset on tehty pääosin edellisten kaupan selvitystöiden yhteydessä vuosina 2010 - 2012. Uusimpia päivityksiä on tehty kaupungilta saatujen tietojen pohjalta lähinnä Länsirannan asemakaava-alueen, Kauppakeskus Wännin ja Potkurin osalta.

Kartoituksen pohjalta on laskettu kaupallisten palveluiden pinta-ala. Liikkeen pinta-ala on laskettu rakennuksen pohjapinta-alan mukaan ja se pitää sisällään myymälätilan lisäksi mm. takatilat, varastot, porraskäytävät sekä seinät. Hotelleista on karttaan piirretty ensimmäinen kerros. Pinta-ala ei ole yhtenevä rakennusluvan kerrosalan kanssa, mutta liikkeiden pinta-alat ovat kuitenkin alueittain keskenään verrannolliset.

Kartoitus kuvaa aina tiettyä ajankohtaa. Tilanne kuitenkin elää, liikkeet lopettavat, tilalle tulee uusia tai liikkeet vaihtavat paikkaa. Uusien liiketilojen rakentaminen on kuitenkin pidempiaikainen prosessi, joten kokonaiskuva alueen liiketilakannasta pysyy kohtalaisen vakaana pidemmän aikaa.

Kaupan palvelut ovat keskittyneet keskustaan. Kauppapalveluiden rungon on muodostanut Vanha Rauma ja siitä kauppapalvelut ovat laajentuneet länteen Kanalnin yli Valtakadun alueelle.

Keskustakauppa jatkuu Valtakattua 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 päivittäistavarakauppa lähialueen asukkaita palvelemaan. Myös keskustan eteläosissa on kaupan palveluiden alue, joka ei enää toiminnallisesti kuulu aivan kaupalliseen ytimeen.



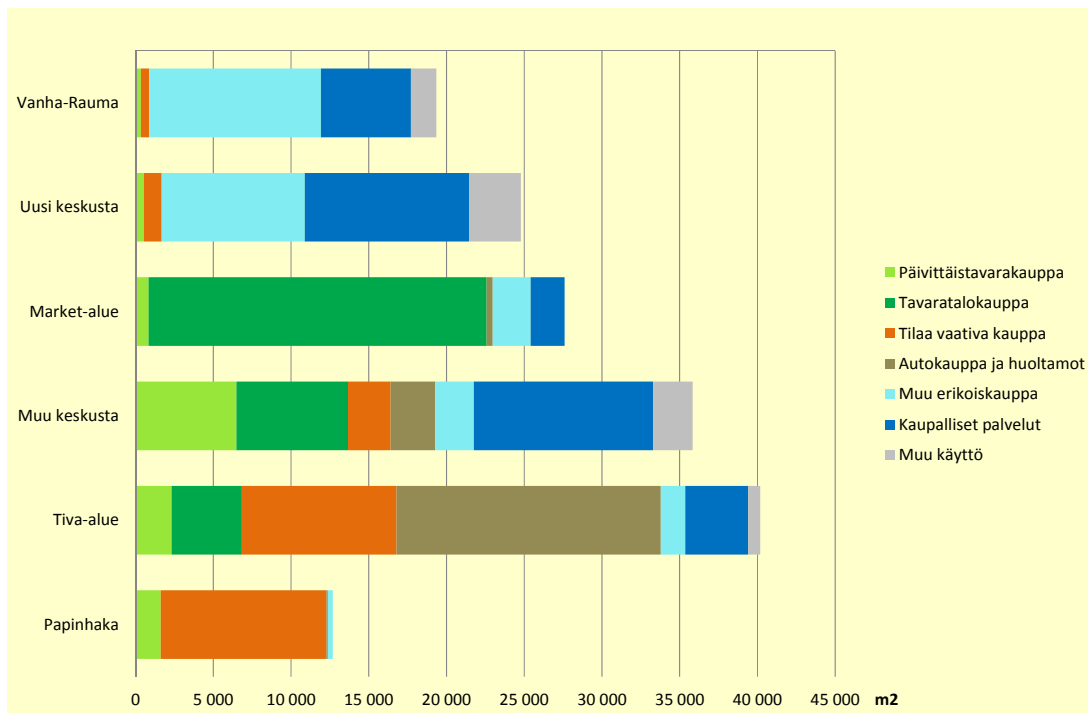
Kaupallisten palveluiden liikeilat 2010, 2012, 2015, 2016

Lähde: Santasalo Ky kartoitukset ja Rauman kaupunki päivitykset

Market-alueella on hypermarket-kauppaa ja näiden etuliikkeinä erikoiskauppaa ja palveluita. Market-alueen viereen on rakentunut tilaa vaativan kaupan ja autokaupan alue, joka jatkuu aina Valtatie 8 risteyksen yli. Alueella on pari laajantavaravalikoiman myymälää Tokmanni ja Hong Kong sekä mm. S-market. Toinen tilaa vaativan kaupan keskittymä on Papinhaan alue, jossa on myös Lidlin päivittäistavarakauppa.

Vanhan Rauman kaupallinen rakenne painottuu erikoiskauppaan ja palveluihin, samoin kuin uuden keskusta-alueenkin. Uudella keskusta-alueella on palveluita enemmän kuin Vanhassa Raumassa, ja vastaavasti Vanhassa Raumassa on kauppaa hienoisesti enemmän. Market-alueella tarjonta painottuu hypermarket kauppaan. Erikoiskaupan ja palveluiden määrä jää selvästi vähäisemmäksi kuin keskusta-alueella.

Keskustan reuna-alueilla on päivittäistavarakauppaa, laajan tavaravalikoiman kauppaa ja palveluita. Alueella on myös vähäisesti erikoiskauppaa sekä myös tilaa vaativaa kauppaa ja autokauppaa. Tiva-alueen palvelurakenne painottuu tilaa vaativaan kauppaan ja autokauppaan. Papinhaassa on tilaa vaativaa kauppaa, mutta ei autokauppaa.

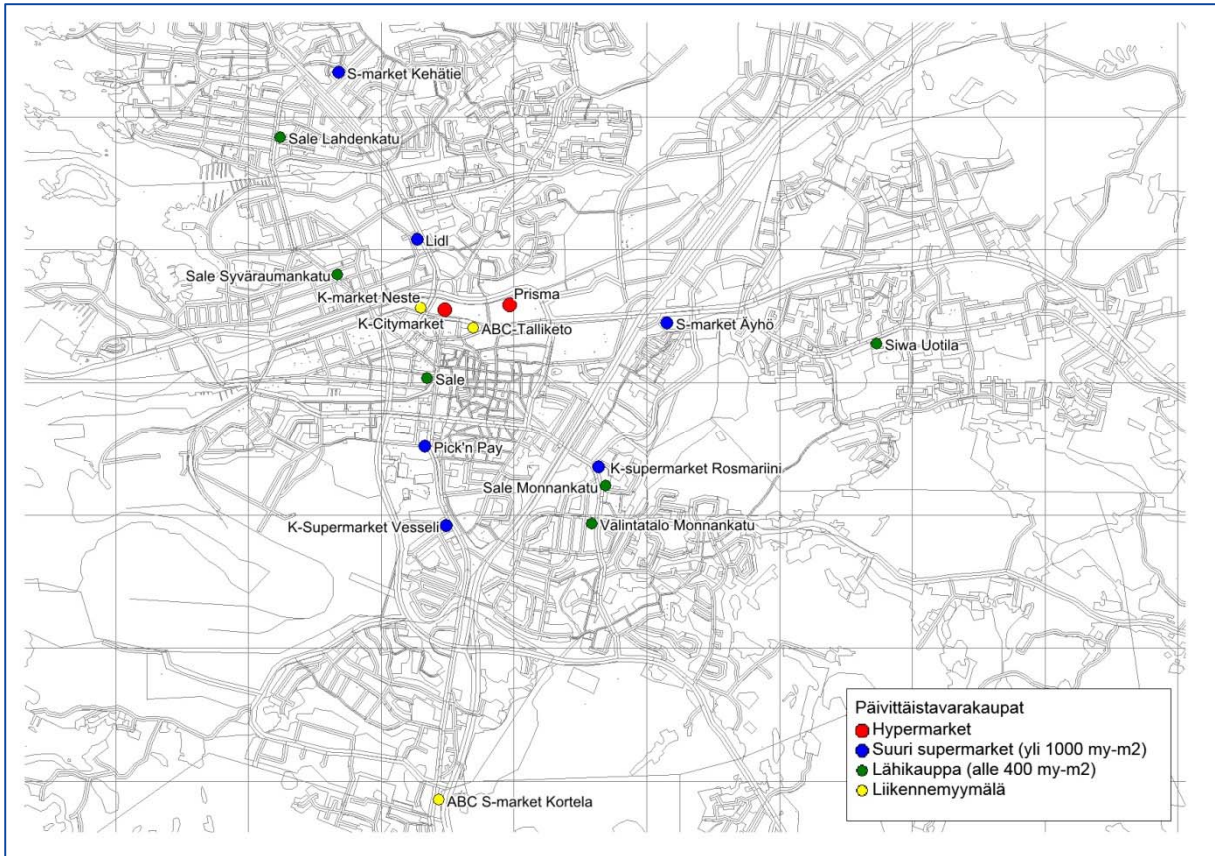


Kaupallisten palveluiden pinta-ala Rauman keskustassa

Lähde: Santasalo Ky kartoitukset 2010, 2012 ja Rauman kaupunki päivitykset 2015 ja 2016

Lapin vanhassa kuntakeskuksessa on monipuolisesti paikallispalveluita alueen asukkaille. Alueen asukkaiden lähipalvelut löytyvätkin omasta keskuksesta. Erikoiskauppoja on kuitenkin vähän, ja erikoiskauppaostoksilla käydään Rauman pääkeskuksessa. Valtatien 12 varressa on paikallisia asukkaita laajempaa asiakaskuntaa palveleva autokauppa ja huoltamopalveluita. Liiketilaa Lapissa on yhteensä noin 5000 k-m².





Päivittäistavarakaupan verkko 2016

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

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

Viiden vuoden aikana Raumalta on lopettanut muutama päivittäistavarakauppa, S-market Tarvontorilla ja Valintatalo Potkurissa. Molemmat ovat kokoluokaltaan olleet pieniä supermarketteja (400–1000 my-m²) ja sijainneet ydinkeskustassa. Lopettaneiden tilalle on tullut uusi Sale Kalliokadulle kaupungintaloa vastapäätä. Lisäksi uusi S-market on avattu Kehätielle maaliskuussa 2016.

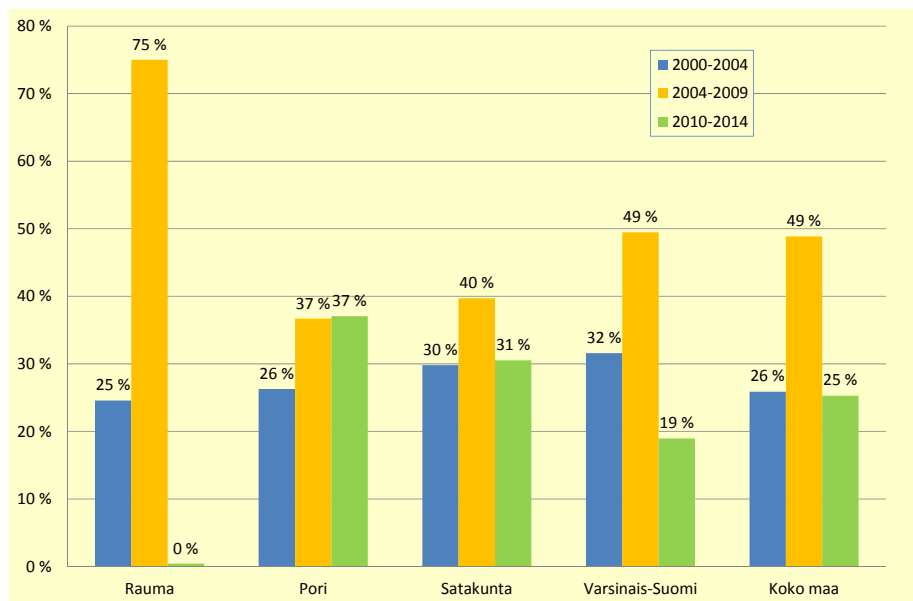
2.4. Kaupallisessa rakenteessa tapahtuneita muutoksia

Rauman ydinkeskustassa on tapahtunut jonkin verran muutoksia lähivuosien aikana. Sokos on lopettanut ja Kauppakeskus Tarvontori on tyhjentynyt vireillä olevan Länsirannan kauppakeskuksen myötä. Osa liikkeistä on siirtynyt keskustassa muihin tiloihin. Kauppakeskus Suvituuli on uudistunut kauppakeskus Wänniksi, myös Potkuria on kehitetty ja molempien kauppakeskusten liiketilakanta on uudistunut.

Syke on selvittänyt valmistuneiden myymälä- ja liikerakennusten määrää viimeisten 15 vuoden aikana väestökisterikeskuksen väestötietojärjestelmän rakennustiedoista. Myymälä- ja liikerakennukset eivät sisällä kuin osan vähittäiskaupan sijaintirakennuksista, monet paljon tilaa vaativien erikoistavaroiden kaupat voivat sijoittua esim. varastorakennuksiin ja autokaupat saattavat sijoittua kulkuneuvojen suojarakennuksiin. Pääosa uudesta kaupan rakentamisesta on kuitenkin viime vuosina tapahtunut myymälä- ja liikerakennuksissa.

2000-luvulla liikerakentaminen on painottunut Raumalla vuosille 2004-2009, kun taas Porissa ja muualla Satakunnassa rakentaminen on ollut tasaisempaa. Yleisesti Suomessa on viime vuosien aikana rakentunut vähemmän liikerakennuksia kuin edellisen viisivuotiskauden aikana.

Viimeisten vuosien aikana Raumalle on rakentunut ainoastaan uusi S-market Kehätien varteen. Se ei vielä näy tilastossa, koska valmistui vasta tänä vuonna. Ydinkeskustaan ei ole rakentunut uutta liiketilaa lainkaan. Enemminkin liiketiloja on poistunut käytöstä sekä Tarvontorin että Sokoksen myötä noin 8500 k-m². Tämä merkitsee sitä, että Raumalla liikerakentaminen ei ole pysynyt keskimääräisessä liikerakentamisen vauhdissa ja patoutunutta kysyntää uudisrakentamiseen on lasketun liiketilatarpeen lisäksi.



2000-luvulla valmistuneet liikerakennukset, osuus alueen liikerakentamisesta

Lähde: Syke, Tilastokeskus, VTJ/VKR

3.1. Väestön kehitys

Raumalla on tällä hetkellä asukkaita lähes 40.000. Tilastokeskuksen uusimman väestöennusteen mukaan vuonna 2035 asukkaita on suunnilleen saman verran kuin nykyäänkin. Rauman markkina-alueella Eurajokea ja Laitilaan lukuun ottamatta asukasmäärä on laskussa.

Kokonaisuudessaan Rauman I-markkina-alueella on tällä hetkellä asukkaita noin 48.000 ja vuonna 2035 lähes saman verran. Koko markkina-alueella on asukkaita noin 76.000 ja asukasmäärän ennustetaan laskevan 74.500 asukkaaseen. Eurajoen väestön kuvataan tässä nykykuntajaon mukaisesti, koska kuntaan vuonna 2017 liittyvä Luvia kuuluu Porin asiointialueeseen.

Väestön kehitys Rauman markkina-alueella 2014 - 2035

	2014	2015	2020	2025	2030	2035	Muutos 2015-35	Vuosi- muutos 2015-35
Rauma	39 970	39 809	40 069	40 192	40 225	40 136	327	0,0 %
Eurajoki	5 954	5 938	6 007	6 033	6 002	5 951	13	0,0 %
Pyhäranta	2 136	2 136	2 017	1 935	1 866	1 801	-335	-0,8 %
I-markkina-alue	48 060	47 883	48 093	48 160	48 093	47 888	5	0,0 %
Eura	12 314	12 128	12 059	11 893	11 744	11 596	-532	-0,2 %
Säkylä	7 186	7 070	6 768	6 557	6 406	6 286	-784	-0,6 %
Laitila	8 542	8 520	8 650	8 736	8 789	8 807	287	0,2 %
II-markkina-alue	28 042	27 718	27 477	27 186	26 939	26 689	-1 029	-0,2 %
Markkina-alueet yht.	76 102	75 601	75 570	75 346	75 032	74 577	-1 024	-0,1 %

Lähde: Tilastokeskus

3.2. Ostovoiman kehitys

Ostovoiman kehitykseen vaikuttavat väestönkehitys sekä muutokset kulutuksessa. Ostovoiman kehityksen arviointi pohjautuu yksityisen kulutuksen kasvuun ja sen rakenteen muutokseen. Erikoiskauppaan kohdistuva ostovoima kasvaa pitkällä aikavälillä nopeammin kuin päivittäistavarakaupan.

2000-luvulla vähittäiskaupan myynti/ostovoima on kasvanut usean prosentin vuosivauhdilla. Viime vuosina kaupan kehityksessä on tapahtunut muutos. Vuoden 2012 loppupuoliskolta lähtien kaupan myynti on hiipunut yhtäjaksoisesti. Edelliskerran kaupan myynti supistui vuonna 2009, mutta lasku jäi noin vuoden mittaiseksi, mutta nyt kasvu on pysähtynyt nykyiselle tasolle.

Toimialoitteiset vaihtelut kaupan kehityksessä ovat suuria. Keskimääräistä nopeammin kasvavat kodinkonekauppa, terveyskauppa ja urheilukauppa. Pitkällä aikavälillä kulutuksen ennustetaan yhä kasvavan, mutta tähänastista selvästi hillitymmällä vauhdilla. Pitkän aikavälin ennusteeseen mahtuu sekä nousuja että laskuja. Tämänhetkisen taantumaa ei siten odoteta olevan merkittävä pitkällä aikavälillä tarkasteltuna. Yleisesti taantumaa seuraa aina jossain vaiheessa voimakas kasvu, taantumavuosien aikana ostotarpeet patoutuvat ja tämän jälkeen saattavat lähteä purkautumaan joillakin toimialoilla voimakkaastikin. Kasvun odotetaan pitkällä tähtäimellä hidastuvan aikaisemmasta.

Ostovoiman kasvua on arvioitu kahden eri mallin pohjalta, ns. perinteisen kasvuennusteen sekä hitaan kasvun pohjalta. Ostovoiman kehitystä on tässä selvityksessä siten arvioitu hieman maltillisemmin kuin edellisissä kaupan selvityksissä. Perinteisessä kasvuennusteessa ostovoiman arvioidaan kasvavan vuoteen 2035 päivittäistavarakaupassa prosentin vuosivauhdilla ja erikoiskaupassa pari prosenttia vuodessa. Hitaan kasvun mallissa ostovoima kasvaa päivittäistavarakaupassa puolen prosentin vuosivauhdilla ja erikoiskaupassa alle prosentin vuosivauhdilla.

Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Rauman markkina-alueella
2015

milj. euroa	Muu I-		I-alue	II-alue	Koko ma- alue
	Rauma	alue			
Päivittäistavarakauppa ja Alko	140	25	165	92	258
Tilaa vaativa kauppa	58	11	69	39	108
Muu erikoiskauppa	87	16	103	58	160
Erikoiskauppa yhteensä	145	26	171	97	268
Vähittäiskauppa yhteensä	285	51	337	189	526
Autokauppa ja huoltamot	116	21	137	78	215
Ravintolat	36	6	43	0	43
Kauppa ja palvelut yhteensä	437	79	516	267	783

Lähde: Santasalo Ky

I-alue: Rauma, Eurajoki, Pyhäranta

II-alue: Eura, Säköylä, Laitila

Ostovoiman kasvu per asukas Raumalla 2015 - 2035

	Perinteinen	Hidas
	2015-35	2015-35
Päivittäistavarakauppa ja Alko	1,0 %	0,5 %
Tilaa vaativa kauppa	1,6 %	0,8 %
Muu erikoiskauppa	1,9 %	0,9 %
Erikoiskauppa yhteensä	1,8 %	0,9 %
Vähittäiskauppa yhteensä	1,4 %	0,7 %
Autokauppa ja huoltamot	1,3 %	0,6 %
Ravintolat	1,0 %	0,5 %
Kauppa ja palvelut yhteensä	1,4 %	0,7 %

Ennusteet ovat positiivisia mutta realistisia, jos tarkastellaan vähittäiskaupan toteutunutta kehitystä. 1990-luvun lopun ja 2000-luvun alun kehityslukuihin tuskin kuitenkaan päästään pitkällä aikajaksolla. Ennusteet on tehty varovaisesti ottaen huomioon kaupan kasvun hidastuminen/pysähtyminen sekä kasvun vuosivaihtelut, joten ennusteet eivät ole herkkiä yksittäisille taantumavuosille. Tähän mennessä vähittäiskauppaan kohdistuva kulutus on pitkällä tähtäimellä ollut jatkuvassa kasvussa. Pidemmällä tulevaisuudessa kasvua tulee suuntautumaan kuitenkin enemmän palveluihin ja osa vähittäiskaupan ostovoimasta suuntautuu kaupan myymälöiden sijaan verkkokauppaan.

Ostovoiman kasvu kuvaa reaalista kasvua eli määrällistä kasvua. Esitetty ostovoima ei siten pidä sisällään inflaatiota.

Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Rauman markkina-alueella

2025 milj. euroa	Perinteinen ostovoiman kasvu				
	Rauma	Muu I- alue	I-alue yhteensä	II-alue	Koko ma- alue
Päivittäistavarakauppa ja Alko	157	27	184	100	284
Tilaa vaativa kauppa	68	12	81	44	125
Muu erikoiskauppa	105	19	124	68	192
Erikoiskauppa yhteensä	174	31	205	113	317
Vähittäiskauppa yhteensä	331	58	389	213	602
Autokauppa ja huoltamot	132	24	155	86	242
Ravintolat	40	7	47	25	73
Kauppa ja palvelut yhteensä	502	89	591	324	916

2035

milj. euroa	Muu I-		I-alue yhteensä	II-alue	Koko ma- alue
	Rauma	alue			
Päivittäistavarakauppa ja Alko	173	30	203	109	312
Tilaa vaativa kauppa	81	14	95	52	147
Muu erikoiskauppa	128	22	150	81	231
Erikoiskauppa yhteensä	209	36	245	133	378
Vähittäiskauppa yhteensä	382	66	448	242	690
Autokauppa ja huoltamot	151	27	177	98	275
Ravintolat	44	8	52	27	79
Kauppa ja palvelut yhteensä	577	100	677	367	1 044

I-alue: Rauma, Eurajoki, Pyhäranta

II-alue: Eura, Säköylä, Laitila

Hidas ostovoiman kasvu

Rauma	Muu I-		I-alue yhteensä	II-alue	Koko ma- alue
	alue	alue			
149	26	175	95	270	
63	11	75	41	116	
96	17	113	62	175	
159	28	188	103	291	
308	54	363	199	561	
124	22	146	81	227	
38	7	45	24	69	
470	83	554	304	857	

Rauma	Muu I-		I-alue yhteensä	II-alue	Koko ma- alue
	alue	alue			
157	27	183	98	282	
68	12	80	44	124	
105	18	123	67	190	
174	30	204	111	314	
330	57	387	209	596	
131	23	155	85	239	
40	7	47	25	72	
502	86	588	319	907	

3.3. Liiketilän lisätarve

Ostovoiman kasvun pohjalta arvioidaan tulevaa liiketilän lisätarvetta Raumalla. Laskelma pohjautuu alueen asukkaiden ostovoiman kasvuun. Liiketilän lisätarve on laskettu vuosille 2025 ja 2035. Ostovoiman kasvu on suhteutettu pinta-alaksi toimialoittaisten keskimääräisten myyntitehokkuuksien avulla. Myyntitehokkuus on arvioitu vähittäiskaupan myynnin ja kartoitettujen liiketilöiden pohjalta. Myyntitehokkuus vaihtelee toimialoittain.

Liiketilän lisätarve on laskettu keskimääräisillä nykyisillä myyntitehokkuuksilla. Mikäli myyntiteho kasvaa paljon, myös kaupan investointihalukkuus uuteen liiketilaan kasvaa, ja tämä taas laskee myyntitehoa. Koska tietoa myyntitehokkuuden kehityksestä ei ole, ja koska kaavoituksen tulee pikemmin olla mahdollistavaa kuin rajoittavaa, ei tässä selvityksessä ole oletettu myyntitehokkuuden kasvavan. Oletuksena on, että kaupan kehitysmahdollisuuksia halutaan alueella tukea eli kaavoitetaan sopivia kauppapaikkoja ja luodaan mahdollisuuksia kaupan kasvulle.

Käytetty myyntitehokkuus

	€/k-m ²	€/my-m ²
Päivittäistavarakauppa ja Alko	5 600	7 300
Tilaa vaativa kauppa	2 400	3 100
Muu erikoiskauppa	3 400	4 500
Autokauppa ja huoltamot	6 400	8 300
Ravintolat	2 700	3 500

Liiketilän lisätarve esitetään kerrosalana. Kaupan kerrosalan lasketaan olevan 1,3-kertainen myyntipinta-alaan nähden. Laskelmaan sisältyvät varsinaiset myymälät, jotka ovat asiakkaiden käytössä asiakaspalvelutiloina. Lisäksi kerrosala sisältää myymälätiloihin liittyvät takatilat ja varastot. Kauppakeskuksen käytävät, aulat ja pysäköintilaitokset eivät ole mukana laskelmissa, koska ne ovat ns. puolijulkista tilaa, jota voi verrata katutilaan eikä suoraan yrityksen käyttämään liiketilaan. Kivijalkatilojen osalta ei tällaista tilaa edes ole käytössä. Laskelmat eivät myöskään sisällä toimisto- ja muita yritystiloja.

Vähittäiskaupan lisäksi myös kaupalliset palvelut tarvitsevat liiketilaa. Palveluiden liiketilatarpeen on laskettu suuntaa-antavasti olevan 20 % kaupan tarpeesta. Lisäksi palveluiden tarpeeseen lisätään ravintolapalvelut. Keskustoissa palveluiden tilantarve on suurempi, noin 50 %, kuin muilla kaupan alueilla. Tulevaisuudessa palvelujen osuus voi olla laskettua suurempikin, mikäli ostovoimaa suunnataan tuoteostojen sijaan palveluihin. Tällöin vastaavasti kaupan tarve olisi pienempi, joten kokonaismitoitukseen ei tällä lasketa olevan vaikutusta.

Enimmäistarve kuvaa pinta-alan lisätarvetta, jossa koko ostovoiman kasvu on suunnattu uusiin neliöihin. Tällöin nykyisten myymälöiden myynti voi kasvaa inflaation verran. Myymälät voivat toki laajentua ja näin kasvattaa myyntiään, mutta laajennus on uutta pinta-alaa. Osa ostovoiman kasvusta toteutunee nykyisissä myymälöissä, kun nämä kehittävät toimintaansa.

Vähimmäistarvelaskelmassa osa ostovoiman kasvusta on laskettu menevän nykyisille myymälöille. 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.

Liiketilän lisätarve ei ole suoraan kaavallinen mitoitus. 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. Kaavallinen mitoitus voi olla myös suurempi kuin liiketilän

lisätarve, koska osin kaavat jäävät toteutumatta. Kaupan käytöstä poistuvat tai uudella korvautuvat liiketilat lisäävät tarvetta, mitä ei laskelmassa ole otettu huomioon. Kilpailun toimivuuden kannalta kaupalla tulee olla myös vaihtoehtoisia sijaintipaikkoja. Mikäli kaavat tehdään liian tiukalla mitoituksella, osa kysyntää vastaavasta liiketilasta saattaa jäädä toteutumatta.

Enimmäistarve

Raumalle suuntautuva liiketilan lisätarve vuoteen 2025

Ostovoiman perinteinen kasvuennuste

Enimmäistarve k-m ²	Muu		I-alue yhteensä	Matkai-		Yhteensä
	Rauma	I-alue		II-alue	lijat	
Päivittäistavarakauppa ja Alko	2 900	100	3 000	200	300	3 500
Tilaa vaativa kauppa	5 200	500	5 700	1 000	500	7 200
Muu erikoiskauppa	6 200	600	6 800	1 200	600	8 600
Erikoiskauppa yhteensä	11 400	1 100	12 500	2 200	1 100	15 800
Vähittäiskauppa yhteensä	14 300	1 200	15 500	2 400	1 400	19 300
Autokauppa ja huoltamot	3 000	300	3 300	600	300	4 200
Ravintolat	1 500	100	1 600	300	200	2 100
Muut kaupalliset palvelut	2 900	300	3 200	500	300	4 000
Kauppa ja palvelut yhteensä	21 700	1 900	23 600	3 800	2 200	29 600

Hidas kasvu

Rauma	Muu		I-alue yhteensä	Matkai-		Yhteensä
	I-alue	II-alue		lijat	Yhteensä	
1 300	0	1 300	100	100	1 500	
2 200	100	2 300	300	200	2 800	
2 600	200	2 800	400	300	3 500	
4 800	300	5 100	700	500	6 300	
6 100	300	6 400	800	600	7 800	
1 200	100	1 300	200	100	1 600	
700	100	800	100	100	1 000	
1 200	100	1 300	200	100	1 600	
9 200	600	9 800	1 300	900	12 000	

Raumalle suuntautuva liiketilan lisätarve vuoteen 2035

Ostovoiman perinteinen kasvuennuste

Enimmäistarve k-m ²	Muu		I-alue yhteensä	Matkai-		Yhteensä
	Rauma	I-alue		II-alue	lijat	
Päivittäistavarakauppa ja Alko	5 900	200	6 100	300	600	7 000
Tilaa vaativa kauppa	9 800	900	10 700	1 700	1 000	13 400
Muu erikoiskauppa	11 400	1 100	12 500	2 100	1 100	15 700
Erikoiskauppa yhteensä	21 200	2 000	23 200	3 800	2 100	29 100
Vähittäiskauppa yhteensä	27 100	2 200	29 300	4 100	2 700	36 100
Autokauppa ja huoltamot	5 600	500	6 100	1 000	600	7 700
Ravintolat	3 100	300	3 400	500	300	4 200
Muut kaupalliset palvelut	5 400	500	5 900	900	500	7 300
Kauppa ja palvelut yhteensä	41 200	3 500	44 700	6 500	4 100	55 300

Hidas kasvu

Rauma	Muu		I-alue yhteensä	Matkai-		Yhteensä
	I-alue	II-alue		lijat	Yhteensä	
2 900	100	3 000	100	300	3 400	
4 600	300	4 900	600	500	6 000	
5 300	500	5 800	800	500	7 100	
9 900	800	10 700	1 400	1 000	13 100	
12 800	900	13 700	1 500	1 300	16 500	
2 500	100	2 600	300	300	3 200	
1 500	100	1 600	200	200	2 000	
2 500	200	2 700	400	300	3 400	
19 300	1 300	20 600	2 400	2 100	25 100	

I-alue: Rauma, Eurajoki, Pyhärinta; Liiketilatarpeesta 20-66 % lasketaan suuntautuvan Raumalle

II-alue: Eura, Säskylä, Laitila; Liiketilatarpeesta 10-33 % lasketaan suuntautuvan Raumalle

*** Matkailijoiden lisäpotentiaali ~ 10 %

Liiketilan lisätarve on laskettu sekä ostovoiman perinteiselle että hitaalle kasvulle. Raumalaisten ostovoiman kasvun pohjalta laskettuna liiketilan enimmäisliisätarve vuoteen 2025 mennessä vaihtelee ostovoiman kasvusta riippuen 9.000 – 22.000 k-m² välillä ja vuoteen 2035 mennessä 19.000 – 41.000 k-m².

Raumalla asioidaan myös markkina-alueen muista kunnista. Markkina-alueen pienimmissä kunnissa ei todennäköisesti merkittävää uusperustantaa tapahdu ainakaan erikoiskaupassa, 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. Matkailijoiden ja kesäasukkaiden lisäpotentiaaliksi on karkeasti arvioitu 10 % raumalaisten potentiaalista. Kokonaisuudessaan liiketilan enimmäisliisätarve Raumalla koko markkina-alue huomioon ottaen on ostovoiman kasvusta riippuen vuoteen 2025 mennessä noin 12.000 – 30.000 k-m² ja vuoteen 2035 mennessä noin 25.000 – 55.000 k-m².

Vähimmäistarvelaskelmassa osa ostovoiman kasvusta suuntautuu nykyisiin myymälöihin, jolloin ne kasvattavat myyntiään. Tällöin myös myyntiteho kasvaa. Vähimmäistarve Raumalla vuoteen 2025 mennessä on koko markkina-alue huomioon ottaen noin 7.000 – 16.000 k-m² ja vuoteen 2035 noin 13.000 – 29.000 k-m².

Vähimmäistarve

Raumalle suuntautuva liiketilan lisätarve vuoteen 2025

Ostovoiman perinteinen kasvuennuste

Vähimmäistarve k-m ²	I-alue		II-alue	Matkailijat	Yhteensä	
	Rauma	Muu I-alue yhteensä				
Päivittäistavara kauppa ja Alko	1 900	100	2 000	100	200	2 300
Tilaa vaativa kauppa	2 600	300	2 900	500	300	3 700
Muu erikoiskauppa	3 100	300	3 400	600	300	4 300
Erikoiskauppa yhteensä	5 700	600	6 300	1 100	600	8 000
Vähittäiskauppa yhteensä	7 600	700	8 300	1 200	800	10 300
Autokauppa ja huoltamot	1 500	200	1 700	300	200	2 200
Ravintolat	800	100	900	200	100	1 200
Muut kaupalliset palvelut	1 500	200	1 700	300	200	2 200
Kauppa ja palvelut yhteensä	11 400	1 200	12 600	2 000	1 300	15 900

Hidas kasvu

Rauma	I-alue		II-alue	Matkailijat	Yhteensä
	Muu I-alue	yhteensä			
900	0	900	100	100	1 100
1 100	100	1 200	200	100	1 500
1 300	100	1 400	200	100	1 700
2 400	200	2 600	400	200	3 200
3 300	200	3 500	500	300	4 300
600	100	700	100	100	900
400	100	500	100	0	600
600	100	700	100	100	900
4 900	500	5 400	800	500	6 700

Raumalle suuntautuva liiketilan lisätarve vuoteen 2035

Ostovoiman perinteinen kasvuennuste

Vähimmäistarve k-m ²	I-alue		II-alue	Matkailijat	Yhteensä	
	Rauma	Muu I-alue yhteensä				
Päivittäistavara kauppa ja Alko	3 900	100	4 000	200	400	4 600
Tilaa vaativa kauppa	4 900	500	5 400	900	500	6 800
Muu erikoiskauppa	5 700	600	6 300	1 100	600	8 000
Erikoiskauppa yhteensä	10 600	1 100	11 700	2 000	1 100	14 800
Vähittäiskauppa yhteensä	14 500	1 200	15 700	2 200	1 500	19 400
Autokauppa ja huoltamot	2 800	300	3 100	500	300	3 900
Ravintolat	1 600	200	1 800	300	200	2 300
Muut kaupalliset palvelut	2 700	300	3 000	500	300	3 800
Kauppa ja palvelut yhteensä	21 600	2 000	23 600	3 500	2 300	29 400

Hidas kasvu

Rauma	I-alue		II-alue	Matkailijat	Yhteensä
	Muu I-alue	yhteensä			
1 900	100	2 000	100	200	2 300
2 300	200	2 500	300	200	3 000
2 700	300	3 000	400	300	3 700
5 000	500	5 500	700	500	6 700
6 900	600	7 500	800	700	9 000
1 300	100	1 400	200	100	1 700
800	100	900	100	100	1 100
1 300	100	1 400	200	100	1 700
10 300	900	11 200	1 300	1 000	13 500

I-alue: Rauma, Eurajoki, Pyhäranta; Liiketilarpeesta 20-66 % lasketaan suuntautuvan Raumalle

II-alue: Eura, Köyliö, Säkö, Laitila; Liiketilarpeesta 10-33 % lasketaan suuntautuvan Raumalle

*** Matkailijoiden lisäpotentiaali ~ 10 %

3.4. Liiketilan lisätarpeen suuntaaminen keskusta-alueille ja muille alueille

Tilantarvelaskelma ei osoita, mihin kaupalliseen keskittymään tilantarve suuntautuu. Tähän vaikuttavat mm. nykyisten kauppapaikkojen kehittäminen ja mahdollisuudet uusiin kauppapaikkoihin. Liiketilarpeen 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 päivittäistavara kaupan tarpeesta ja suurin osa muotikaupan ja muun keskustojen erikoiskaupan tarpeesta. Vastaavasti muille alueille suuntautuu suurin osa tilaa vaativan kaupan sekä autokaupan tarpeesta. Tilaa vaativan kaupan liiketilarpeetta kohdistuu pienessä mittakaavassa myös keskusta-alueille.

Oheisessa taulussa on Raumalle suuntautuva liiketilan lisätarve jaettu karkeasti keskusta-alueille ja muille alueille. Keskusta-alueina tarkoitetaan tässä ydinkeskustaa (uusi ja vanha) sekä keskustan reuna-alueita. Erikoiskauppa hakeutuu pääsääntöisesti ydinkeskustaan, kun taas päivittäistavara kaupaa ja palveluita sijoituu suurempina yksikköinä herkästi myös keskustan reuna-alueille.

Muut alueet ovat market-alue, tiva-alueet sekä mahdolliset liikenneasema yms. alueet keskustan ulkopuolella. Näille alueille sijoituu tilaa vaativaa kaupaa ja autokauppaa, mutta alueelle voi pienimuotoisesti suunnata myös muuta erikoiskauppaa tilaa vaativan kaupan yhteyteen tai päivittäistavara kaupaa esim. liikenneasemien yhteyteen.

Liiketilän lisätarve Raumalla keskustoissa ja muilla alueilla vuoteen 2025

Ostovoiman perinteinen kasvuennuste

Enimmäistarve k-m ²	Muut		
	Keskustat	alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	3 200	400	3 500
Tilaa vaativa kauppa	700	6 500	7 200
Muu erikoiskauppa	6 900	1 700	8 600
Erikoiskauppa yhteensä	7 600	8 200	15 800
Vähittäiskauppa yhteensä	10 800	8 600	19 300
Autokauppa ja huoltamot	0	4 200	4 200
Ravintolat	1 700	400	2 100
Muut kaupalliset palvelut	3 200	800	4 000
Kauppa ja palvelut yhteensä	15 700	14 000	29 600

Ostovoiman hidas kasvu

Keskustat	Muut	
	alueet	Yhteensä
1 400	200	1 500
300	2 500	2 800
2 800	700	3 500
3 100	3 200	6 300
4 500	3 400	7 800
0	1 600	1 600
800	200	1 000
1 300	300	1 600
6 600	5 500	12 000

Liiketilän lisätarve Raumalla keskustoissa ja muilla alueilla vuoteen 2035

Ostovoiman perinteinen kasvuennuste

Enimmäistarve k-m ²	Muut		
	Keskustat	alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	6 300	700	7 000
Tilaa vaativa kauppa	1 300	12 100	13 400
Muu erikoiskauppa	12 600	3 100	15 700
Erikoiskauppa yhteensä	13 900	15 200	29 100
Vähittäiskauppa yhteensä	20 200	15 900	36 100
Autokauppa ja huoltamot	0	7 700	7 700
Ravintolat	3 400	800	4 200
Muut kaupalliset palvelut	5 800	1 500	7 300
Kauppa ja palvelut yhteensä	29 400	25 900	55 300

Ostovoiman hidas kasvu

Keskustat	Muut	
	alueet	Yhteensä
3 100	300	3 400
600	5 400	6 000
5 700	1 400	7 100
6 300	6 800	13 100
9 400	7 100	16 500
0	3 200	3 200
1 600	400	2 000
2 700	700	3 400
13 700	11 400	25 100

Luvut ovat pyöristetty 100 m2 tarkkuudella

Liiketilän lisätarve Raumalla keskustoissa ja muilla alueilla vuoteen 2025

Ostovoiman perinteinen kasvuennuste

Vähimmäistarve k-m ²	Muut		
	Keskustat	alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	2 100	300	2 300
Tilaa vaativa kauppa	400	3 300	3 700
Muu erikoiskauppa	3 500	900	4 300
Erikoiskauppa yhteensä	3 900	4 200	8 000
Vähittäiskauppa yhteensä	6 000	4 500	10 300
Autokauppa ja huoltamot	0	2 100	2 200
Ravintolat	900	200	1 200
Muut kaupalliset palvelut	1 600	400	2 200
Kauppa ja palvelut yhteensä	8 500	7 200	15 900

Ostovoiman hidas kasvu

Keskustat	Muut	
	alueet	Yhteensä
900	100	1 100
200	1 300	1 500
1 400	400	1 700
1 600	1 700	3 200
2 500	1 800	4 300
0	800	900
400	100	600
700	200	900
3 600	2 900	6 700

Liiketilän lisätarve Raumalla keskustoissa ja muilla alueilla vuoteen 2035

Ostovoiman perinteinen kasvuennuste

Vähimmäistarve k-m ²	Muut		
	Keskustat	alueet	Yhteensä
Päivittäistavarakauppa ja Alko	4 200	500	4 600
Tilaa vaativa kauppa	700	6 100	6 800
Muu erikoiskauppa	6 300	1 600	8 000
Erikoiskauppa yhteensä	7 000	7 700	14 800
Vähittäiskauppa yhteensä	11 200	8 200	19 400
Autokauppa ja huoltamot	0	3 900	3 900
Ravintolat	1 700	400	2 300
Muut kaupalliset palvelut	2 900	800	3 800
Kauppa ja palvelut yhteensä	15 800	13 300	29 400

Ostovoiman hidas kasvu

Keskustat	Muut	
	alueet	Yhteensä
2 100	200	2 300
300	2 700	3 000
2 900	700	3 700
3 200	3 400	6 700
5 300	3 600	9 000
0	1 600	1 700
800	200	1 100
1 400	400	1 700
7 500	5 800	13 500

Luvut ovat pyöristetty 100 m2 tarkkuudella

3.5. Kaupan yleinen kehitys

Päivittäistavarakaupan kehityksessä on yleinen pitkän ajan suuntaus ollut myymäläverkon harveneminen, mutta käytössä oleva liikepinta-ala on samaan aikaan kasvanut. Myymäläverkon supistuminen on viime vuosina hieman hidastunut varsinkin kaupunkiseuduilla ja uusia yksiköitä on rakennettu väestön kasvualueille. Taajamien ulkopuolella harvaan asutulla seudulla kauppojen väheneminen on yhä jatkunut.

Vielä viime vuosikymmenellä kehitettiin aktiivisesti hypermarketteja. Nykyään uusia hypermarketteja rakennetaan enää harvoin ja lähinnä vain suuriin asustuskeskuksiin. Vanhojen hypermarkettien uudistuessa on niiden käyttötavaraosastoja usein pienennetty. Tilaa on jaettu joko päivittäistavarakaupan laajennukselle tai yhteistyöyritysten käyttöön. Päivittäistavarakaupan kehittämisen painopiste on tällä hetkellä suurissa supermarketeissa, joita rakennetaan väestön painopistealueille hyvin saavutettavissa oleviin paikkoihin. Suurten yksiköiden kehittämiseen vaikuttavat tuotevalikoimien kasvu sekä kuluttajien vaatimukset monipuolisesta tarjonnasta. Myös lähikauppoja kehitetään tiiviillä keskusta- ja asuinalueilla. Kaupan aukiolorajoitusten poistuttua pieniä päivittäistavarakaupan myymälöitä tullaan varmasti kasvattamaan myymäläkantaa uudistettaessa.

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 trendinä myymäläkokojen maltillinen kasvu. Muotikaupassa myymäläkoot ovat suurentuneet voimakkaan ketjuuntumisen seurauksena. Tilaa vaativan erikoiskaupan myymälät ovat kasvaneet sijoituessaan keskustojen reunoille suuriin myymäläkeskittymiin. Viimeisin suuntaus on tehdä kaupunkien keskustoihin pieniä tilaa vaativan kaupan city-myymlöitä. Erikoiskaupan myymäläkonsepteja on kehitetty yhä suurempia sekä monipuolisempia valikoimia ja esillepanoja suosiviksi. Erikoiskauppaan on tullut suurmyymälöitä, jotka ovat hintamielikuvaltaan edullisia.

Erikoiskaupan omistus keskittyy ketjuuntumisen myötä. Suomeen on tullut uusia ulkomaisia ketjuyrityksiä, mikä tuo lisää tarjontaa. Ketjuilikkeet 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 myös voimakasta. Kauppa keskittyy kaupunki- ja kuntakeskustoihin, kauppakeskuksiin sekä keskustojen ulkopuolisiin kauppakeskittymiin. Erikoiskauppa hakeutuu lähelle toisiaan. Pienimmissä keskittymissä on tyypillisesti enää vain paikallisia lähipalveluita. Monipuolisesti erikoiskauppaa on vain kaupunkien keskustoissa ja suurissa kaupan keskittymissä.

Keskustakauppa on suomalaisissa kaupungeissa kehittynyt keskieuropalaisen esimerkin mukaisesti. Keskustoihin rakennetaan kauppakeskuksia, kävelykeskustoja kehitetään ja kortteleiden sisäosia otetaan kaupalliseen käyttöön. Keskustahakuisiin erikoiskauppoihin kuten muotikauppaan on tullut ulkomailta ketjuja ja nämä ovat hakeutuneet keskustojen parhaille liikepaikoille. Kauppa kehittyy hyvillä liikepaikoilla, ja tyhjiä tiloja löytyy lähinnä keskustojen reuna-alueilta tai muutoin huonoilta liikepaikoilta. Taantuma on lisännyt tyhjien liiketilojen määrää erityisesti niillä alueilla, jossa kaupan rakentaminen on ollut voimakasta.

Kauppakeskusten suosio kauppapaikkoina on säilynyt vahvana ja trendi on jatkumassa. Kauppakeskuksista on tullut monialakeskuksia, 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, jotka ovatkin yhä enemmän viihdekeskuksia. Kaupunkien keskustoissa on kortteleihin saneerattu tai rakennettu keskustakauppakeskuksia. Niissä vetovoimaisina yrityksinä ovat erikoiskaupat eikä niinkään päivittäistavarakauppa. Näitä tulee koko ajan lisää suomalaisiin kaupunkeihin sitä mukaa kun rakennuksia ja kortteleita määrätietoisesti kehitetään.

Nouseva ilmiö markkinoilla on hypermarket-vetoisten liikekeskusten laajentuminen kauppakeskusmaisiksi kokonaisuuksiksi usein myös hypermarkettien omaa liiketilaa pienentämällä. Uusien hypermarkettien yhteyteen toteutetaan erikoisliikkeille tilaa enenemässä määrin ja vanhojen saneerattavien hypermarkettien laajennus koostuu pääosin erikoisliikkeille suunnitellusta lisäosasta. Näillä haetaan keskuksille lisää asiakaskuntaa kovenevassa kilpailussa, kun hypermarketit ovat menettäneet käyttötavaramarkkinoitaan.

Tilaa vaativaan kauppaan painottuvia kauppakeskittymiä syntyi viime vuosikymmenellä Suomeen lukuisia. Niitä on rakentunut suurten kaupunkien lisäksi myös keskisuurten ja pienten kaupunkikeskusten ohikulkuteiden varteen. Tilaa vaativaan kauppaan painottuvissa kauppakeskitymissä vetureina ovat huonekalu-, rauta-, kodintekniikka- ja puutarha-alan suuret ketjumuymälät. Samalla tilaa vaativan kaupan myymälät ovat myös laajentaneet tuotevalikoimiaan keskustahakuiseen kauppaan. Taantuman myötä tilaa vaativan kaupan keskuksia ovat menettäneet vetovoimaansa varsinkin, jos alue on asutuksesta syrjässä tai alueelta puuttuvat päivittäistavarakaupan palvelut.

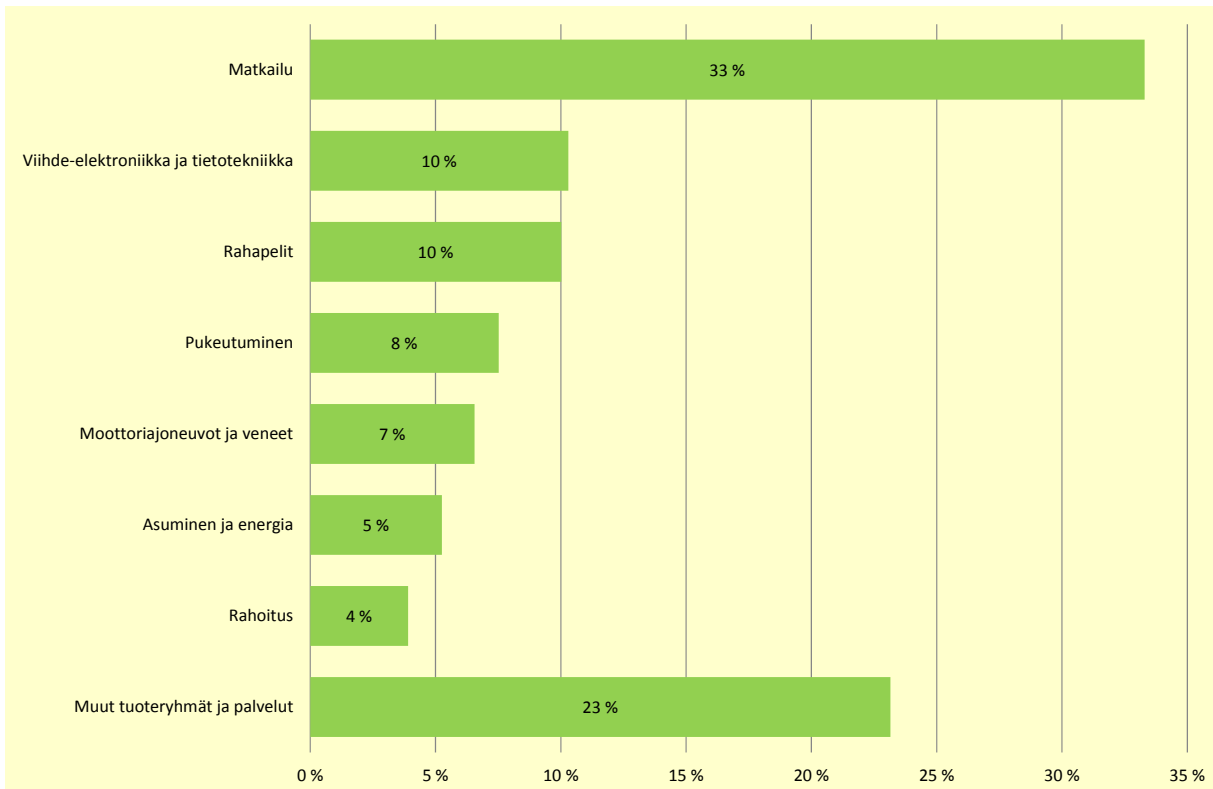
Tilaa vaativan kaupan keskittymiin on hakeutunut myös erikoistavarataloja eli ns. laajan tavaravalikoiman myymälöitä, joiden tavaravalikoimat muistuttavat yhä enemmän hypermarkettien käyttötavaravalikoimaa. Näiden erikoistavaratalojen kasvu on voimakasta. Tilaa vaativan kaupan luonne on muuttunut yhä 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 suurille liikenneasemille keskittyy myös erikoiskauppaa ja matkailupalveluita, joiden vetovoima ei useinkaan ole kuitenkaan yltänyt toivotunlaiseksi. Liikennemyymälöiden ympärille keskittyy usein myös muutakin kaupan toimintaa.

3.6. Verkkokaupan kehitys ja merkitys

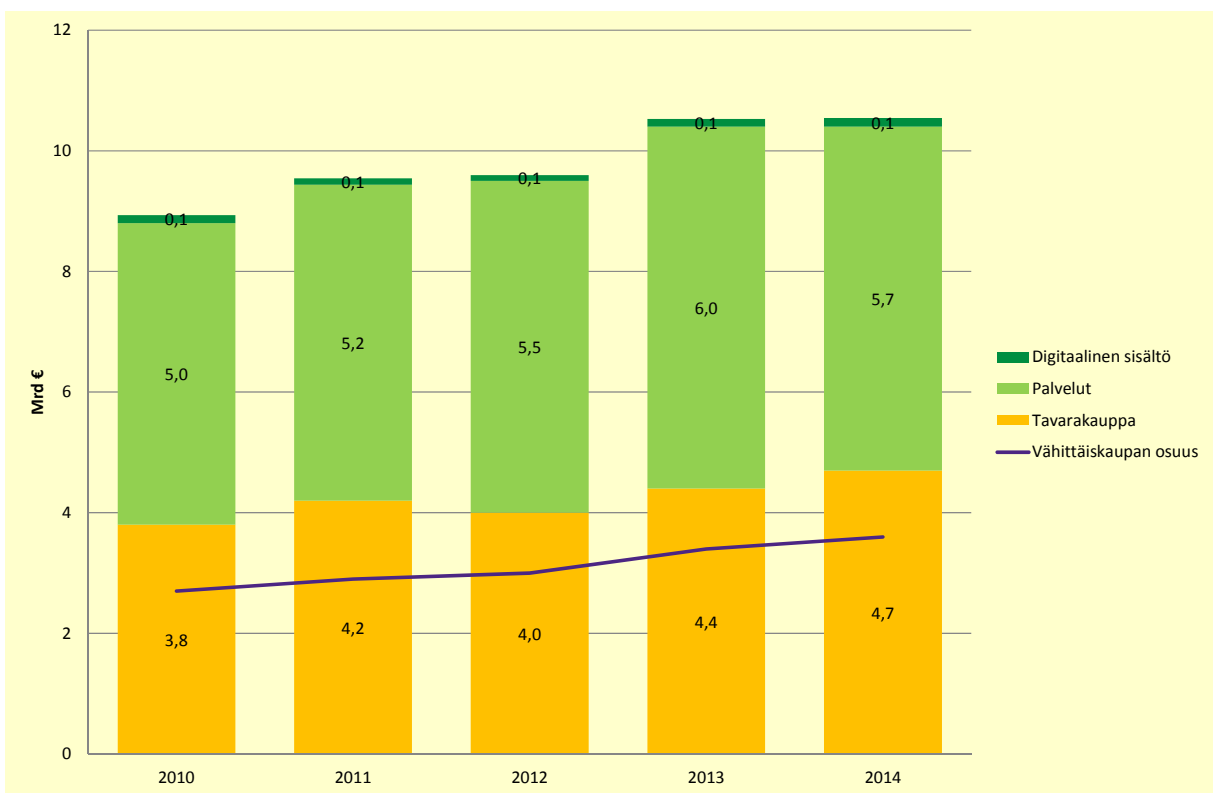
Verkkokauppa on Suomessa kasvanut nopeasti, ja se on edelleen kasvussa. Verkkokauppa on viime vuosina kasvanut erityisen voimakkaasti informaatiotuotteiden ja aineettomien hyödykkeiden kuten esimerkiksi matkalippujen, teatterilippujen, erilaisten tietokone- ja mobiilipelien sekä rahapelien kaupassa, jossa tuote liikkuu tiedonvälityksellä eikä tuotetta tarvitse erikseen hakea esimerkiksi postista. Verkkokaupasta ostetaan kuitenkin paljon myös tavaraa ja tavaroiden osuus on kasvussa. Suosituimmat vähittäiskaupan tuoteryhmät verkkokaupassa ovat viihde-elektronikka ja tietotekniikka, pukeutuminen sekä moottoriajoneuvot ja veneet. Päivittäistavarakaupan tuotteita ostetaan verkosta harvoin.

Kokonaisuudessaan verkkokaupan arvo vuonna 2014 oli yhteensä 10,5 miljardia euroa, josta vähittäiskaupan osuus oli kolmannes eli 3,6 miljardia euroa. Vähittäiskaupan kokonaisarvoon suhteutettuna verkkokaupan osuus on noin kahdeksan prosenttia. Osuus on kuitenkin kasvussa, sillä verkkokauppa kasvaa nopeammin kuin koko vähittäiskauppa, jonka kasvu on viimeisten vuosien aikana ollut hidasta.



Verkkokaupan suurimmat tuoteryhmät 2014

Lähde: Verkkokauppatilasto 2014; ASML, Kaupan liitto, TNS Gallup



Verkkokaupan kehitys 2010-2014 ja vähittäiskaupan osuus verkkokaupasta

Lähde: Verkkokauppatilasto 2014; ASML, Kaupan liitto, TNS Gallup

Verkkoa kuluttajat käyttävät paljon perinteisen kaupan rinnalla. Kuluttajat tutustuvat tuotteisiin verkossa ennen ostospäätöstä. Erityisen merkittävänä verkkokaupan hyötynä ovat myös tuotteen jälkimarkkinat ja käyttötiedon hakeminen verkossa ostamisen jälkeen. Verkkoyhteys kauppaan on siten tullut merkittäväksi myyntiä ja jälkimarkkinointia edistäväksi tiedonjakokanavaksi, vaikka itse ostaminen tapahtuukin myymälästä.

Kiinnostava kysymys kaavoituksen kannalta on, kuinka paljon verkkokauppa tulevaisuudessa syö liiketilaa. Tutkimuksia ja perusteltuja arvioita ei tästä ole julkaistu. Suuressa mittakaavassa verkkokauppa ei vielä näytä vaikuttaneen kokonaisliiketilamäärään. Vaikka verkkokauppa on 2000-luvulla kasvanut nopeasti, on myös liiketilamäärä ollut kasvussa. Joillakin toimialoilla verkkokaupan kasvu ja tuotteiden digitalisoituminen näkyy kuitenkin myymäläkannassa. Matkatoimistojen määrä on vähentynyt, kun matkailupalvelujen myynti on pitkälle siirtynyt verkkoon, samoin on käynyt pankkikonttoreille. Vähittäiskaupassa digitalisoitumisen vaikutus näkyy ehkä merkittävästi mm. fotokaupassa, tietotekniikkakaupassa sekä muussa kodintekniikkakaupassa. Myös levykauppojen vähenemisen syynä on osin musiikin ja tallenteiden digitalisoituminen.

On myös toimialoja, joissa kasvu ei juuri suuntaudu verkkoon. Näitä ovat mm. henkilökohtaiset palvelut eli kampaajat, kauneushoitolat jne. Myös terveystaluuissa sekä liikunta- ja hyvinvointipalveluissa verkkokaupan vaikutus liiketilamäärään jäänee marginaaliseksi, vaikka tietyntyyppisiä palveluketjun osia voi verkkoon siirtyäkin. Autokaupassa verkossa valikoimaan tutustuminen on jo arkipäivää, mutta ostotapahtuma toteutuu pääosin myymälässä. Autoja halutaan esitellä ja tutustua myymälöissä. Myöskään huoltamo- ja korjaamotoimintaa ei voida siirtää verkkoon.

Suuri osa vähittäiskaupan myymälöistä toimii sekä verkossa että kiinteissä myymälöissä. Myyntiä saadaan kumpaakin kautta ja liiketilaa tarvitaan, vaikka osa myynnistä saadaan verkkokaupan kautta. Varsinaiset verkkokaupat ovat myös avanneet kivijalkamyymälöitä. Ne ovat usein isoja ja niissä asioidaan myös lähialuetta kauempaa. Toimivana esimerkkinä ovat Verkkokauppa.comin myymälät. Tulevaisuudessa menestyvät parhaiten ne jotka osaavat yhdistää oikealla konseptilla verkon ja myymälän.

Verkkokaupan noutopisteet myös lisäävät liiketilan tarvetta, erityisesti kun posti on vähentänyt toimipisteitään. Tulevaisuudessa tarvitaan verkkokaupan takia enemmän noutopisteitä, josta tuotteita noudetaan. Noutopisteiden tulee olla helposti saavutettavissa olevissa paikoissa ja paikoissa, joissa asioidaan muutoinkin. Päivittäistavarakaupat ja kioskit ovat kehittäneet toimintaansa välittämällä posti- ja pakettipalveluita, jotta asiakkaat saavat verkkokauppojen tuotteet noudettua. Tämä on kasvattanut pienten myymälöiden tilantarvetta 10 - 30 m². Luonteva verkkokaupan tuotteiden noutopaikka on yrityksen oma myymälä, jolloin asiakas voidaan saada tekemään lisäostoja myymälässä.

Vähittäiskauppa uskoo yhä myymälään ainakin, jos tätä arvioidaan liiketilahankkeiden kautta. Kuluttajien kauppa-asiointi ei ole ainoastaan tuotteiden ja tavaroiden noutoa kaupasta, vaan asiointiin sisältyy mm. elämyksiä, sosiaalisia kontakteja ja asiantuntemusta, joten pääosa kaupasta tulee edelleenkin toteutumaan myymälöissä. Nykyistä kehitystä sekä tulevaisuuden arvioita peilaten verkkokauppa ei todennäköisesti tule syömään liiketilatarvetta ainakaan suorassa suhteessa myynnin volyyymiin.

Koska verkkokaupan kilpailuetu usein painottuu hintaan ja verkkokaupasta puuttuu henkilökohtainen palvelu, se kilpailee todennäköisesti eniten suurten itsepalveluun perustuvien kauppojen kanssa. Ulkomailta on arvioitu, että mm. hypermarkettien laajat käyttötavaraosastot tulevat kasvavan verkkokaupan myötä pienenemään. Henkilökohtaisia palveluita tarjoaviin pienempiin kauppoihin verkkokaupalla olisi vähemmän vaikutusta, varsinkin jos ne itse onnistuvat toimimaan verkossa. Koska ihmiset odottavat kaupalta/asiointilta myös elämyksiä ja viihdettä, tarvitaan mm. keskustakauppoja ja -palveluita edelleen tulevaisuudessa. Britanniassa tehdyn tutkimuksen (konsultointiyritys Deloitte) mukaan keskustojen kaupat ovat hyvin joustavia ja uudistumiskykyisiä. Ne voivat olla voittajia meneillään olevassa rakenteellisessa muutoksessa. Sen sijaan, että internet veisi asiakkaat kauppoista pois, se työntää heidät takaisin kauppoihin noutamaan verkosta tilattuja tuotteita.

4. Kaupan kehittäminen Raumalla

Kaupan kehittämisestä Raumalla vastaa pääosin kaupan toimijat ja kiinteistönomistajat. Kaupunki ohjaa lähinnä kaupan sijoittumista kaavoituksen keinoin. Kaavoituksella tulisi mahdollistaa mahdollisimman hyvät edellytykset kaupan toimijoille kehittää raumalaista vähittäiskauppaa. Raumalaisena erityispiirteenä on Vanhan Rauman keskusta monipuolisena kauppapaikkana, jota tulee kehittää osana keskustaa.

Kaupan kehittämisen taustaksi tehtiin Rauman yleiskaavan ja Vanhan Rauman selvitysten yhteydessä eri toimijoiden haastatteluja. Niiden tarkoituksena oli selvittää, millaisia odotuksia toimijoilla on kaavoitukselta liiketoimintojen kehittämisessä.

4.1. Kaupan näkemys Rauman kehittämistä

Ensimmäisen Rauman yleiskaavaa koskevan selvityksen yhteydessä haastateltiin kaupan eri alojen nykyisiä Raumalla jo toimivien kauppojen edustajia ja Raumalle mahdollisesti tulevien ketjujen edustajia. Haastattelut on tehty vuoden 2010 - 2011 vaihteessa. Myös Vanhan Rauman osayleiskaavan kaupan selvitystyön aikana vuonna 2012 haastateltiin Vanhan Rauman yrittäjiä ja Rauman kauppakamarin kaupan valiokuntaa. Heidän lisäksi käytiin neuvottelu Museoviraston erikoisasiantuntija Margaretha Ehrströmin kanssa maailmanperintökohteiden erityispiirteistä.

Vanhan Rauman kauppiaat ovat olleet pääsääntöisesti tyytyväisiä liiketoimintansa kehitykseen ja liiketoimintaedellytyksiin Vanhassa Raumassa. Vanha Rauma on suojeltuna historiallisena ympäristönä kuitenkin aidosti toimiva erikoiskaupan ja palveluiden alue, joka ympäri vuoden palvelee raumalaisia ja kesällä erityisesti matkailijoita.

Rauman keskustan välittömään läheisyyteen rakennettu market-alue aiheutti aikoinaan pelkoa ja keskustelua. Pelättiin, että se näivettää kaupankäynnin Vanhassa Raumassa. Kun se toteutui, oltiin yleisesti sitä mieltä, että päivittäistavarakaupan hypermarketit piristivätkin Vanha Rauman erikoiskauppaa. Tilanteen jatkuminen edellyttää kuitenkin, että market-alueelle ei sallita nykyistä laajemmin keskustahakuisia erikoiskauppoja. Nettikaupan kehitys huolestuttaa joitakin kauppiaita, varsinkin niitä, joiden tuotteita on saatavana myös internetin kautta.

Vanhalle Raumalle kaivataan lisää erikoisliikkeitä valikoimien laajuutta lisäämään. Vanhassa Raumassa on Lumo-kauppa, jonka liikeideana on tarjota luomu- ja lähiruokatyypisiä elintarvikkeita. Yleinen mielipide on, että tämä on lupaava alkua ja 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 viinimymälä

Vanhassa Raumassa koetaan, että Raumalle tulleet ns. halpahallit ovat jossain määrin vieneet joidenkin erikoisalueiden kauppaa, esim. kalastusvälineissä. Muotivaatteita ja design-sisustusta 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 liiketiloihin sekä nykyiselle että Raumalle etabloituvalla erikoiskaupalla. 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 m²: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 kauppiaita.

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 Kanalin varren ja Tarvontorin sekä Potkurin kehittämistarpeet.

Jotkut haastatellut olivat sitä mieltä että kauppakeskusta Tarvontorin tilalle ei Raumalle tarvita, vaan uutta liiketilaa olisi mieluummin toteutettava ns. kivijalkamyymälöitä. Mainittiin esimerkiksi, että kaupungintalon vanhan osan katutaso 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 kaupallista toimintaa. Toisaalta oltiin suhteellisen tyytyväisiä Rauman market-alueeseen, joka tarjoaa nykyiselläänkin 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 he kaipaavat moderneja tiloja ydinkeskustassa, jossa voidaan varmistaa kaupallinen menestys. Suurin osa vaatetusketjuista seuraa H&M:n sijoittumista ja pyrkii hankkimaan liiketiloja läheltä tätä ketjua. H&M on ilmoittanut 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, riittävän suuri liiketila 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).

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

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

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

Maa- ja kaupunkitieteellisen näkökulmasta Vanhan Rauman liikemaailman kehittämisessä on lähtökohtana kaupungin säilyminen elävänä kauppapaikkana. Liiketoimintaa tulee voida kehittää, jotta se säilyy, mutta liiketoiminta ei voi voimakkaasti muovata kaupunkirakennetta, vaan sen on elettävä osana Vanhaa

Raunaa. Suojavyöhykkeellä voidaan sen sijaan vapaammin kehittää liiketoimintaa ja kaupunkirakennetta. Suojavyöhykkeellä on tarkoitus kuitenkin sovittaa liike- ja muu rakentaminen niin, ettei synny vahvoja kontrasteja suojavyöhykkeen ja Vanhan Rauman välille. Suojavyöhykkeen kaupallisten toimintojen kehittämällä tulee osaltaan tukea Vanhan Rauman keskustakaupan toimivuutta.

Rauman kauppakamarin kaupan valiokunta piti tärkeänä turvata kaupan kehittäminen niin Vanhan Rauman alueella kuin suojavyöhykkeellä. Tärkeänä nähtiin uusien mahdollisuuksien rakentaminen suojavyöhykkeen alueella, jossa on kaupan rakentamiseen hyvin soveltuvia alueita. Kun keskitetään keskustahakuista kauppaa uuden keskustan alueelle, koetaan tämän vahvistavan kaupan toimintaedellytyksiä koko ydinkeskustan alueella.

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 m² erikoisliikkeitä. Näille pitäisi järjestää mahdollisuus etabloitua mahdollisesti rakennettavaan keskustakauppakeskukseen.
- Keskustakauppakeskukselle olisi kysyntää keskustassa ja sen koko pitäisi olla vähintään 15.000 k-m². Johtavina ajatuksina pitäisi olla, asiakaslähtöisyys, saavutettavuus, asiointin helppous ja hyvät parkkitilat. Suositeltavat sijoituspaikat: Linja-autoaseman tontti, Nordean tontti ja Potkuri.
- Autoliikkeitä tarvitaan lisää. Nyt puuttuvat laatu- ja hinta-merkit kuten BMW, Audi ja Mercedes. Luonteva tila näille ja muille merkeille olisi Keskusautohallin läheisyydessä.
- Motonet, Biltema tyypiset, 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.

4.2. Kaupan konseptit Raumalla

Liikeidea-ajattelulla tarkoitetaan tässä yhteydessä kaupan alueellisia keskittymisiä, joissa kauppojen tarjonta, liikeidea ja toiminta-ajatus ovat samantyyppisiä ja toisiaan tukevia. Tosiaan tukeva vaikutus tulee lähinnä keskittymän tarjoamasta laajemmasta valikoimatarjonnasta, joka vetää asiakkaita puoleensa paremmin kuin yksittäinen kauppa.

Raumalla on jo joitakin kaupan keskittymiä, market-alue (päivittäistavarat), Vanha Rauma (pienet erikoisliikkeet maalauksellisessa ympäristössä) jne. Rauman tapauksessa on näkemyksemme mukaisesti mahdollista ja syytä yleiskaavan avulla vahvistaa tätä liikeideakeskittymiä vahvistamalla alueellisia keskittymiä siten, että erikoiskaupan keskittymät vuorostaan täydentävät olemassa olevia kaupallisia keskittymiä ja luovat yhtenäisen sekä tiiviin keskustakaupan alueen.

Rauman keskusta on tarvittava 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. Myös Potkuria tulee kehittää raumalaisena kauppakeskuksena.

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 tulisi 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 ketjuliikkeitä kuten muotikauppaa, urheilukauppaa, kodintekniikkakauppaa ja muuta keskustahakuista erikoiskauppaa sekä kahvila- ja ravintolatoimintaa. Kauppakeskuksen johonkin osaan on mahdollista sijoittaa myös viihdepalveluja esimerkiksi elokuvateatteri, keilahalli ja kuntokeskus.

Ketjuliikkeet tarvitsevat kauppakeskuksesta noin 500-1000 m²:n kokoisia liiketiloja, jotka voi sijoittaa kahteen kerrokseen. Toisessa kerroksessa voi olla myös suuria liiketiloja yhdessä tasossa. Liiketilojen on oltava riittävän suuria, että ne sopivat ketjukonsepteille. Päivittäistavarakaupalle tulee myös varata riittävästi tilaa (2000 m²). Muut liiketilat ovat yleensä pienempiä ja ne sijoitetaan katutasolle.

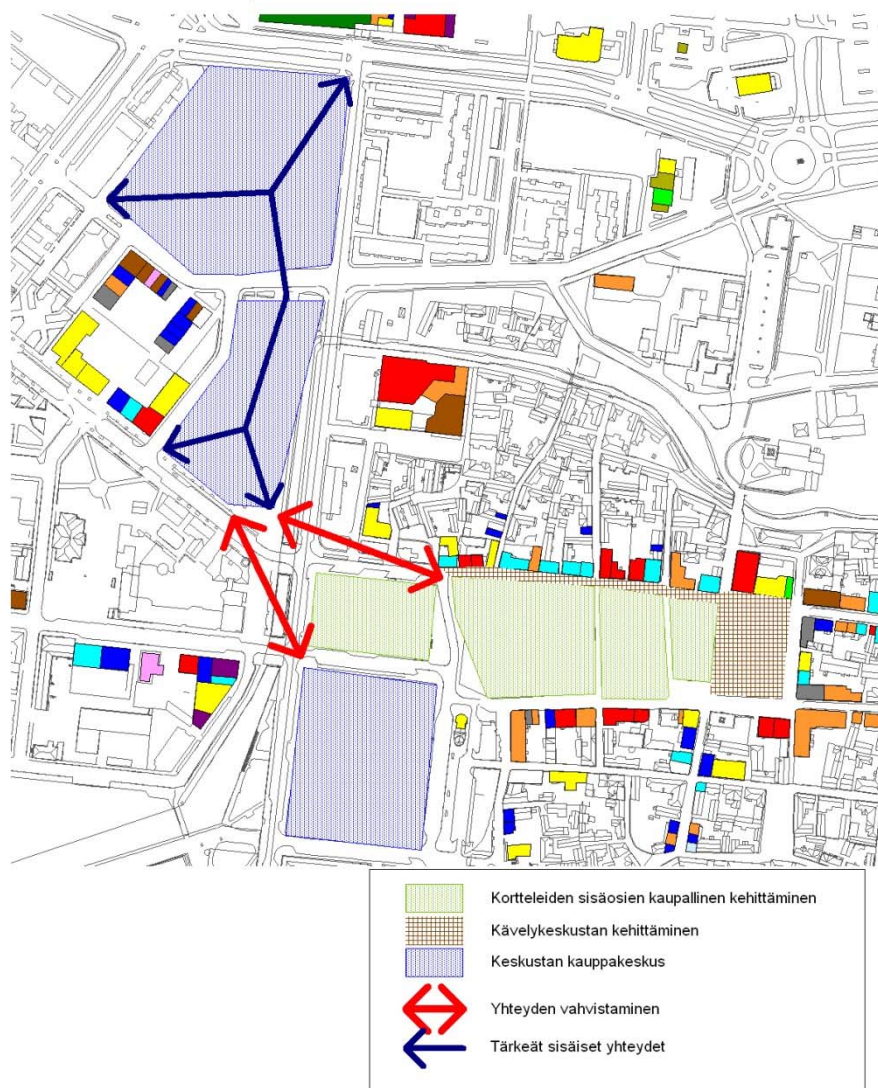
Vanhassa kaupungissa kehitetään kaupan liikekonsepteja erikoispalvelujen suuntaan. Sisustuskaupan voimistunut trendi on lisännyt keskustassa sisustus- ja lahjatavaraliikkeiden määrää ja tavaravaliikkeitä. Ne soveltuvat hyvin Vanhan Rauman rakennusten tarjoamaan miljööseen, mikä osaltaan vahvistaa niiden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

4.3. Rauman ydinkeskustan kaupallinen kehittäminen

Rauman ydinkeskusta on keskustatoimintojen ja erikoiskaupan sijoittumisaluetta ja kattaa koko Vanhan Rauman sekä kaikki alueet rajautuen Porintiehen, Karjalankatuun, Luoteisväylään, Satamakatuun, Seminaarinkatuun, Vähämaanpuistoon, Aittakarin-katuun, 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.

Nykyistä Potkurin kauppakeskusta kehitetään edelleen keskustamaisena kauppakeskuksena. Samoin linja-autoaseman ja Tarvontorin alueita kehitetään kauppakeskuksena. Näihin kortteleihin yhdistyy luontevasti myös vanha Sokoksen kortteli. Korttelit tulee kehittää yhtenäisenä kokonaisuutena ja niiden väliset yhteydet tulee suunnitella huolella. Lisäksi kauppakeskuskorttelien yhteys muuhun keskusta-alueeseen tulee suunnitella luontevasti toimivaksi asiointialueeksi.

Rauman keskustan kaupallinen kehittäminen



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

Wännin liikekeskus keskustassa on hieman syrjässä luontevista asiointivirroista. Se ei ole ollut kovin houkutteleva liikepaikka, koska se jää vähän irti Vanhan Rauman liiketiloista. Lisäksi Kanali erottaa keskuksen myös Tarvontorin korttelista. Uudistuksen myötä liikekeskuksen vetovoima on kuitenkin kasvanut ja liiketilat toimivat nyt hyvin väistötiloina Tarvontorissa olleille liikkeille.

Keskustan kehittämisessä on tärkeää vahvistaa Vanhan Rauman ja Valtakadun kaupallisen alueen sekä 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.

4.4. Liiketilojen kehittäminen Vanhassa Raumassa

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 viihtyisyyttä. 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. Tulee edelleen tutkia Kuninkaankadun muuttamista kävelykaduksi, jolloin kadulle saadaan sellaista luonnetta ja asiointiympäristöä, joka tulee alueen liiketoimintoja.

Vanhan kaupungin vetovoima tulee säilymään, kun alueen luonne on toinen kuin moderneissa kauppakeskuksissa. Erityyppisiä kauppa-alueita tarvitaan kaupungissa. Vanhaan Raumaan hakeutuvat erilaiset 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 vähemmän paikallisia yrityksiä.

Nykyinen liiketilakanta Vanhan Rauman ja suojavyöhykkeen alueella on yhteensä yli 70.000 k-m², josta Vanhassa Raumassa on vajaa 20.000 k-m², suojavyöhykkeellä uudessa keskustassa 25.000 k-m² ja market-alueella 27.500 k-m². Tihein liiketilarakenne on Vanhan Rauman alueella. Suojavyöhykkeellä liikerakentaminen on hajallaan useassa korttelissa tai kaupallisessa keskittymässä. Market-alueella taas liiketilat ovat sijoittuneet pääosin kahteen suureen liikerakennukseen.

Keskustaan sijoittuvaa liiketilatarvetta on yleiskaavan enimmäislaskelman mukaan noin 30.000 k-m², josta erikoiskauppaa ja palveluita on noin 24.000 k-m². Vanhan Rauman kortteleihin voi olla vaikeaa osoittaa uutta rakentamista kauppapalveluille. Vanhan Rauman kortteleissa kaupan tilatarpeet tulevat toteutumaan pääosin olevan tilan käyttötarkoituksen muutoksen kautta.

Alueella on tärkeää kehittää ja säilyttää olevaa liiketilakantaa kaupan käytössä, vaikka ne ajoittain ovat muussa käytössä. Pääosa yleiskaavan liiketilan lisätarpeesta tulee kohdentaa ydinkeskustan alueelle. Jonkin verran keskustoihin sijoittuvaa liiketilan lisätarvetta, erityisesti palveluiden ja päivittäistavarakaupan tarvetta, tulee sijoittaa alakeskuksiin ja asuinalueille. Ydinkeskustan toimivuuden kannalta olisi tärkeää sijoittaa liiketilan lisätarpeet keskusta-alueelle. Tällöin uusi liiketila vahvimmin tukee Vanhan Rauman liiketoimintaa ja elinvoimaisuutta.

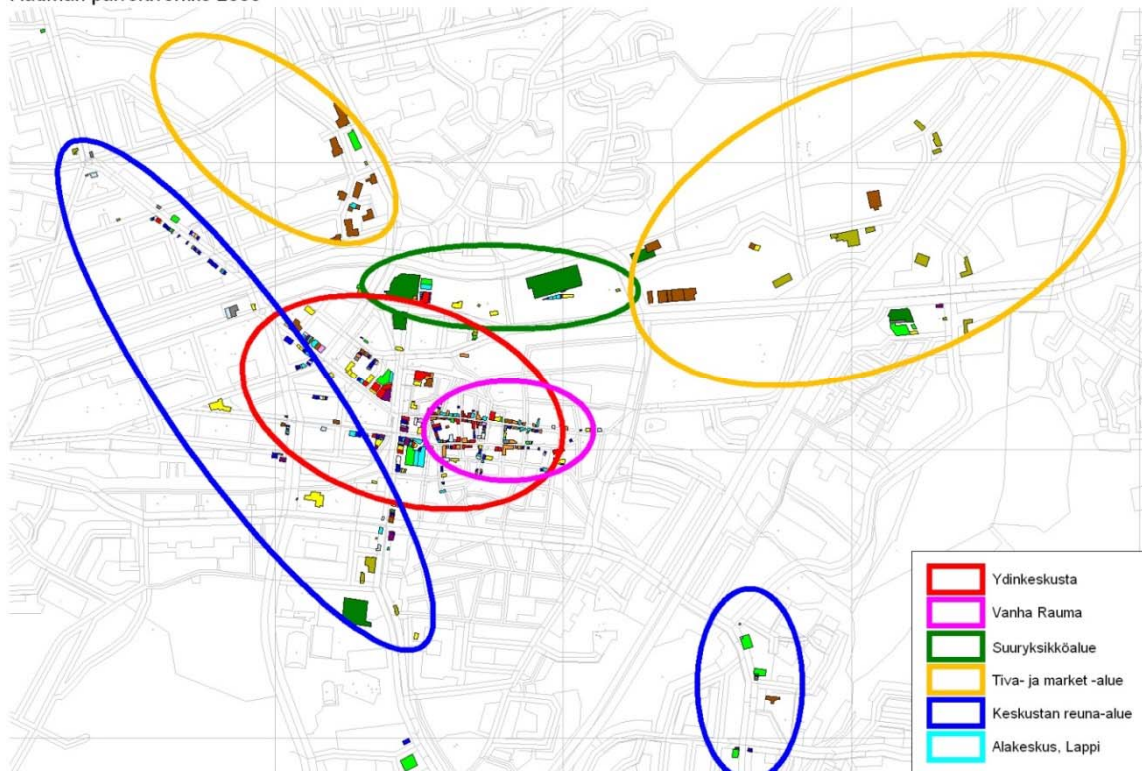
4.5. Ydinkeskustan reuna-alueet

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 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 paikoilleen. 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 asuinalueita, ja palvelut ovat pääosin lähipalveluita. Lisäksi alueella on yksi suuri supermarket (alle 2000 k-m²), 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.

Rauman palveluverkko 2030



4.6. Muut kaupan keskittymät Raumalla

Ydinkeskustan ulkopuolella on selkeästi hahmotettavissa kaupan alueita. Niistä tärkeimmät ovat market-alue ja sen läheiset tilaa vaativan kaupan alueet Porintien varrella sekä Papinhaassa. Market-alueella 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. Nykyisten kaavojen mukaan vähittäiskaupan suuryksiköt sijoitetaan Raumalla ensisijaisesti tälle alueelle. Alueella on rajallisesti tilaa uusille suurille toimijoille, sillä alue on varattu nykyisten toimijoiden laajennuksille. Alueelle tulee sijoittaa ensisijaisesti suuryksiköitä ja niiden laajennuksia. Keskustahakuisia erikoiskauppoja ja palveluita ei tule sijoittaa merkittävässä määrin, jottei keskustan kehittämistä vaaranneta.

Tilaa vaativan kaupan alueille suunnataan pääosin autokauppaa ja muuta tilaa vaativaa kauppaa, mutta myös jonkin verran muuta erikoiskauppaa ja päivittäistavarakauppaa. Päivittäistavarakauppaa voi sijoittaa esim. liikenneaseman yhteyteen johonkin tienristeykseen. Liikenneaseman sijoituspaikkaa ei ole selvityksissä tarkemmin tutkittu. Muun erikoiskaupan tulee olla erityyppistä kuin keskusta-alueella eli erikoiskaupan tulee olla sellaista, ettei se kilpaile keskustakaupan kanssa. Alueelle soveltuvat mm. lastentarvikeliikkeet, eläinkaupat, pyöräliikkeet ja hyvin erikoistuneet erikoiskaupat esim. metsästys- ja kalastusliikkeet sekä kumi- ja muovitarvikeliikkeet, joita jo tällä hetkellä on tarkasteltavalla alueella. Osa erikoiskaupasta voi toteutua laajan tavaravalikoiman myymälöissä. Yksittäisten erikoiskaupan myymälöiden sijoittuminen keskusta-alueen ulkopuolelle ei ole uhka keskustalle. Sen sijaan uhkana voidaan pitää kauppakeskusmaista rakennetta keskustan ulkopuolella.

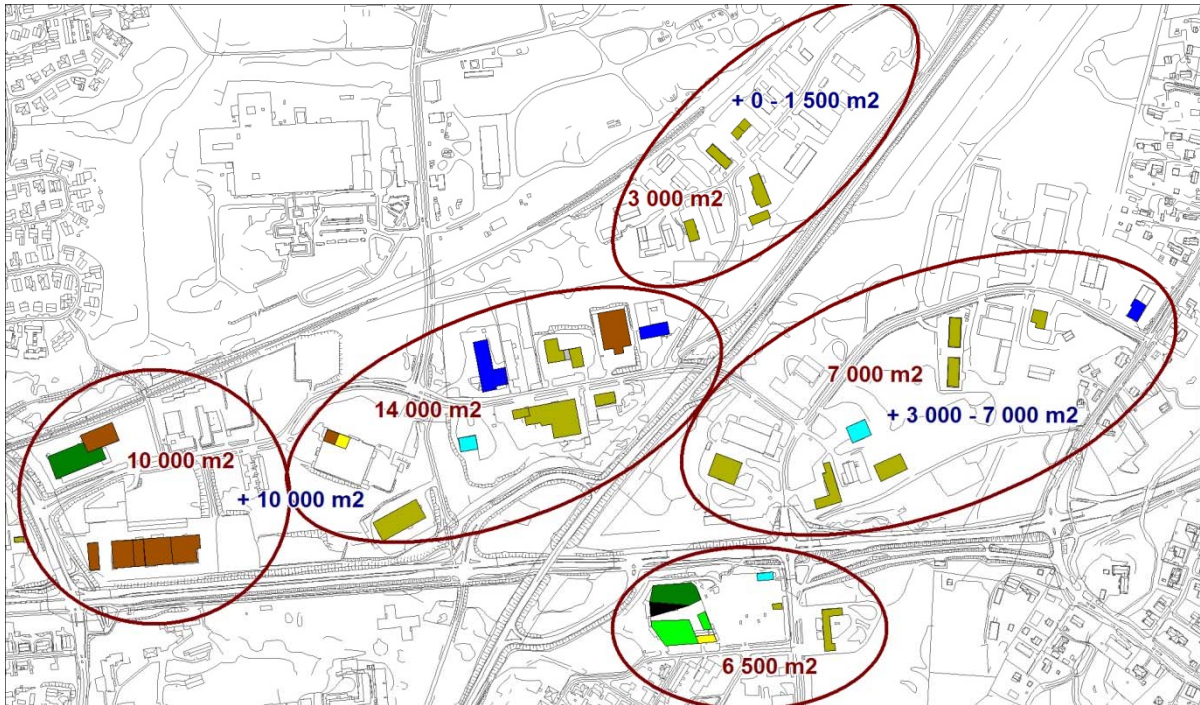
Kairakadun - Metallitien alue on tällä hetkellä laajin tilaa vaativan kaupan alue Raumalla. Alueella on kaupallisia palveluita noin 40.000 kerrosneliometriä. Alue on myös ensisijainen tilaa vaativan kaupan laajennusalue kaupungissa. Kauppaa suositellaan ensisijaisesti sijoitettavan Kairakadun - Metallitien alueella Kairakadun alku- ja keskiosaan sekä Metallitien alueelle. Kun kauppaa sijoittuu tiiviisti alku- ja keskiosaan, kaupalliset palvelut jatkuvat katkotta keskustasta suuryksikköalueelle ja täältä vielä tilaa vaativan kaupan alueelle.

Alku- ja keskiosaan sijoitetaan tilaa vaativaa kauppaa mm. huonekalu-, kodintekniikka- ja rautakauppaa ja autokauppaa. Alueelle voi pienimuotoisesti sijoittaa sellaista muuta erikoiskauppaa, joka ei kilpaile keskustan kanssa. Alue on korkealaatuinen ja tiivis tiva-kaupan alue, jonne sijoittuu vetovoimaisia tilaa vaativan kaupan ketjuliikkeitä. Alueelle voidaan sijoittaa myös tilaa vaativan kaupan suuryksiköitä. Suositeltavaa on, että kauppa keskittyy alueella liikekeskustyyppisesti, jolloin pysäköinti hoituu asiointimatalla yhdessä paikassa.

Metallitien aluetta kehitetään lähinnä autokaupan alueena. Alueelle voidaan sijoittaa sekä autoliikkeitä että korjaamotoimintaa. Tälle alueelle ei suositella sijoitettavan merkittävässä määrin muuta kauppaa kuin autokauppaa tai muuta tilaa vaativaa kauppaa. Alueella kaupan yksiköt voiva olla suuriakin eli suuryksikkörajan ylittäviä. Alueelle voidaan sijoittaa kauppaa liikekeskusmaisesti tai yksittäisinä liikerakennuksina.

Kairakadun loppuosaa voidaan laajentaa kaupallisilla palveluilla jonkin verran. Alue on huomattavasti saavutettavissa kuin alku- ja keskiosa, joten on luontevaa, että tälle alueelle sijoittuu vähemmän kauppaa. Aluetta voidaan täydentää nykyisen rakenteen mukaisesti. Kauppa sijoittuu hallityyppisiin liikkeisiin ja alue on vuokratasoltaan edullisempaa kuin korkealuokkaisissa ketjumyymälöitä suosivissa kauppakeskityksissä.

Äyhönjärventien aluetta ei suositella laajennettavan kaupallisesti. Ensisijaisesti kehitettävät tilaa vaativan kaupan alueet ovat Kairakatu tai Metallitie. Äyhönjärventien alueella sijaitsevan liikekiinteistön sisäosat voidaan kuitenkin ottaa nykyistä tehokkaampaan kaupan käyttöön esimerkiksi täydentämällä tyhjät tilat tilaa vaativan kaupan yksiköillä.



Tilaa vaativan kaupan alue

Punaisella nykyiset kaupan käytössä olevat pinta-alat alueella ja sinisellä viitteellisesti uuden liiketilan lisäysmahdollisuudet

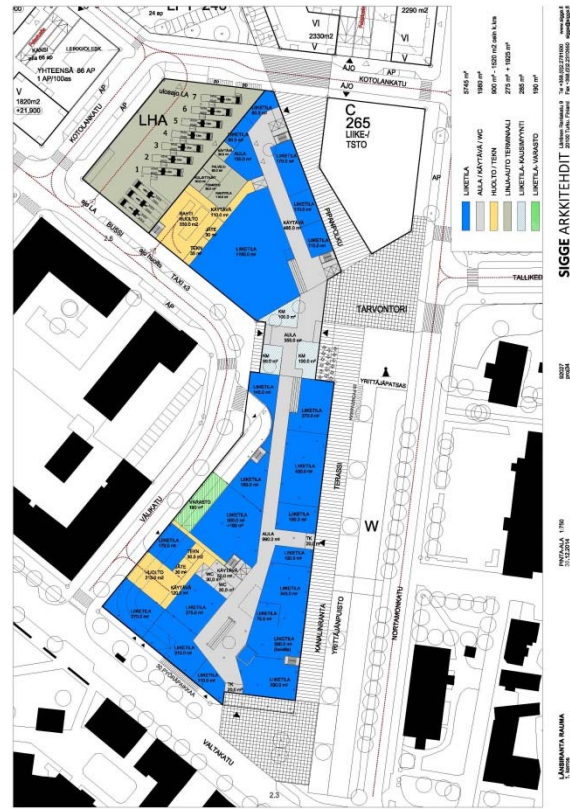
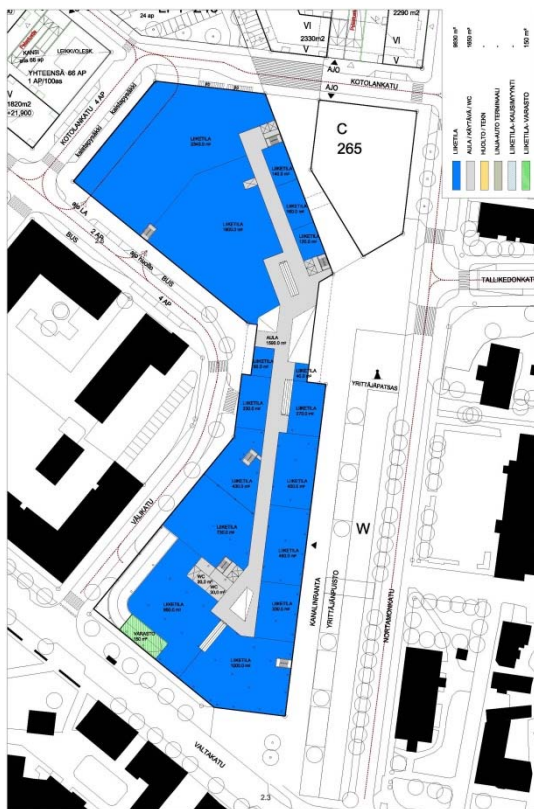
Yllä olevaan karttaan on viitteellisesti merkitty sinisellä uuden liiketilan lisäysmahdollisuudet. Pääosa eli yli 80 % uudesta liiketilasta tulee olla tilaa vaativaa kauppaa ja muu toiminta lähinnä alueen palveluita tukevaa kauppaa tai palveluyrityksiä. Tarkastelualueelle soveltuvat huonosti keskustahakuiset erikoiskaupat ja palvelut.

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.

5. Kanalin Länsirannan kauppakeskus

Kanalin Länsirannalle suunnitellaan kauppakeskusta. Kanalin Länsirannan asemakaavamuutos AK 01-097 hyväksyttiin kaupunginvaltuuston kokouksessa 23.11.2015 (KV 108 §). Hyväksymispäätöksestä valittiin hallinto-oikeuteen yhtenä perusteena valtuutetun esteellisyys. Hallinto-oikeus kumosi kaupunginvaltuuston päätöksen. Koska esteellinen valtuutettu on osallistunut kaavan valmisteluun ja päätöksentekoon koko prosessin ajan aloituspäätöksestä lähtien, on koko kaavaprosessi käytävä läpi uudelleen kaikkine maankäyttö- ja rakennuslain mukaisine vaiheineen. Näin ollen Kanalin Länsirannan asemakaavamuutosta ollaan käynnistämässä uudelleen. Tavoitteena on edelleen hyväksytyn asemakaavan mukainen kauppakeskus.

Asemakaava-alueen eteläosassa on liikerakennusten korttelialue (KM), jolle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikön. Merkintä mahdollistaa kauppakeskuksen rakentamisen. KM-kortteliin saa rakentaa puhdasta liiketilaa 16.500 kerrosneliometriä, sitä palvelevia käytävä-, aula- ja porrashuonetoilija 3350 kerrosneliometriä, kiinteistötekniistä huoltotilaa 3650 kerrosneliometriä ja pysäköintitilaa 7440 kerrosneliometriä. Liikerakentamisesta pienten alle 200 kerrosneliometrin liiketilojen yhteenlaskettu enimmäismäärä on 2010 kerrosneliometriä. Kauppakeskus rakentuu kahteen kerrokseen ja se voidaan toteuttaa vaiheittain.



Suunnitelmat Kanalinväylän Länsirannan kauppakeskuksesta, 1. ja 2. kerros
Sigge Arkkitehdit 30.12.2014

Suunnitelmassa oleva kauppakeskus on liiketilojen osalta kooltaan noin 16.500 k-m². Lisäksi kauppakeskuksessa on käytävä-, aula- ja porrashuonetiloja 3350 k-m², kiinteistötekniistä huoltotilaa 3650 k-m² ja pysäköintitilaa 7440 k-m².

Länsirannan kauppakeskuksen liikkeistä tulee ilmeisesti osa palaamaan uudistettuun kauppakeskukseen. Lisäksi kauppakeskus tulee tarjoamaan liiketilaa uusille yrityksille. Kauppakeskuksiin hakeutuvat liikkeet ovat pääosin ketjuliikkeitä ja niiden tilatarpeet ovat selvästi toimialojen keskikokoa suurempia. On ilmeistä, että kovin moni paikallinen yritys Rauman keskustasta ei tule siirtymään Tarvontorin laajennettuun kauppakeskukseen.

Kauppakeskuksissa olevien liikehuoneistojen kokoluokat ovat tyyppillisimmillään:

- Supermarket 2000 k-m², perus market 800 k-m² ja Alko 350 k-m²
- Muotikaupat 500 - 1500 k-m², voivat osittain sijoittua kahteen kerrokseen
- Urheilu- ja retkeilykaupat n. 1000 k-m²
- Kirjakauppa 500 k-m²
- Kodintekniikkakauppa 500 - 1000 k-m²
- Pienrauta/kodintekniikka tavaratalo 1500 k-m²
- Muut erikoiskaupat 60 - 400 k-m²
- Ravintolat ja kahvilat 50 - 300 k-m²

Liiketilojen koko kauppakeskuksissa on keskimääräistä suurempi, joten Vanhan Rauman liikkeille nämä liiketilat ovat selvästi suuria ja edellyttävät myös toimintastrategian muutosta. Kauppakeskusten vuokrataso on lisäksi 20 - 30 % korkeampi kuin muussa kaupunkirakenteessa, joten suuremmat liiketilat ja kalliimmat vuokrat nostavat merkittävästi liiketoiminnan kustannustasoa.

Kauppakeskuksen liiketiloja suunniteltaessa käytännöllisin tapa estää liiketoimintojen siirtyminen Vanhan Rauman alueelta on sijoittaa kauppakeskukseen vain suuria liiketiloja. Pieniä alle 200 k-m² liiketiloja tulisi olla vain muutamia, yhteensä enintään noin 1000 k-m² verran, kauppakeskuksen keskeisissä osissa. Niillä turvattaisiin lähinnä muiden liiketilojen tarvitsemat tukipalvelut kuten pienet kahvilat tai asustekioskit.

Suunnitelmien mukaan kauppakeskuksen viereen saa toteuttaa liiketilaa CKP-korttelialueelle 2500 k-m², josta ennen vuotta 2025 saa rakentaa enintään 350 k-m². Kauppakeskuksen myötä poistunutta liiketilaa alueella on ollut noin 8500 k-m², näin ollen kauppakeskuksen osuus ns. uudesta liiketilasta on noin 8000 k-m² ja koko asemakaava-alueella saa uutta liiketilaa rakentaa ennen vuotta 2025 noin 8500 k-m².

Kanalin Länsirannan asemakaavan muutos

Liikerakentaminen

	k-m ²
Kauppakeskus	16 500
CKP-korttelialue	2 500
<i>josta ennen vuotta 2025</i>	350
Muuta liiketilaa	120
Liiketilaa yhteensä	19 120
Poistuvaa liiketilaa	8 500
Uutta liiketilaa	10 620
<i>josta ennen vuotta 2025</i>	8 470

5.1. Kauppakeskuksen vaikutukset

Kauppakeskuksen ja muiden suunnitelmien mitoitusta verrataan liiketilan lisätarpeeseen. Liiketilan lisätarve lasketaan kaupan ja kaupallisten palveluiden liiketilalle kerrosalana. Toimistotilat eivät sisälly liiketarvelaskelmaan, vaan ainoastaan sellaiset liiketilat, jotka ovat suoraan asiakkaiden käytössä asiakaspalvelutiloina. Koska tarve lasketaan kerrosalana, se sisältää varsinaisen myymälän lisäksi myymälän takatilat ja myymälän varastot. Kun verrataan uutta pinta-alaa liiketilan laskennalliseen lisätarpeeseen, ei käytäviä, aulatiloja tai pysäköintitilaa ole tarvetta ottaa mukaan laskelmaan. Nämä ovat osittain ns. puolijulkista tilaa, jota voi verrata esimerkiksi katutilaan. Vastaavaa pinta-alaa ei myöskään ole mukana liiketilalaskelmissa, kun tarkastellaan kivijalkaliiketilajoja tai myymälähalleja.

Luvussa 3.3 laskettua liiketilan tarvelaskelmaa voidaan käyttää hyvin suuntaa-antavana arviona liiketilan tulevasta kysynnästä. Uuden pinta-alan lisäystä verrataan enimmäistarpeeseen, koska se kertoo ostovoiman riittävydestä tulevaisuudessa. Vertailussa pitää ottaa huomioon, että lisätarve ei ole suoraan kaavallinen mitoitus, vaan kaavallisen mitoituksen tulisi olla suurempi kuin liiketilan lisätarve, koska osin kaavat jäävät toteutumatta. Kilpailun toimivuuden kannalta kaupalla tulee olla myös vaihto-ehdoisia sijaintipaikkoja. Mikäli kaavat tehdään liian tiukalla mitoituksella, osa kysyntää vastaavasta liiketilasta saattaa jäädä toteutumatta.

Vuoteen 2025 mennessä tarvitaan lisää liiketilaa Rauman keskusta-alueella ostovoiman kasvuvauhdista riippuen 6.600–15.700 k-m² ja vuoteen 2035 yhteensä 13.700–29.400 k-m². Koska Länsirannan kauppakeskukseen on alustavien suunnitelmien mukaan tulossa vain erikoiskauppaa ja palveluita, verrataan tarvetta erikoiskaupan ja palveluiden liiketilan lisätarpeeseen Rauman keskustassa, joka vuoteen 2025 mennessä on 5.000–11.800 k-m² ja vuoteen 2035 mennessä 10.000–21.800 k-m².

Liiketilan lisätarve Rauman keskusta-alueella 2025 ja 2035

Enimmäistarve k-m ²	2025		2035	
	Perinteinen kasvu	Hidas kasvu	Perinteinen kasvu	Hidas kasvu
Päivittäistavarakauppa ja Alko	3 200	1 400	6 300	3 100
Erikoiskauppa ja palvelut	11 800	4 900	21 800	10 000
Tilaa vaativa kauppa ja autokauppa	700	300	1 300	600
Kauppa ja palvelut yhteensä	15 700	6 600	29 400	13 700

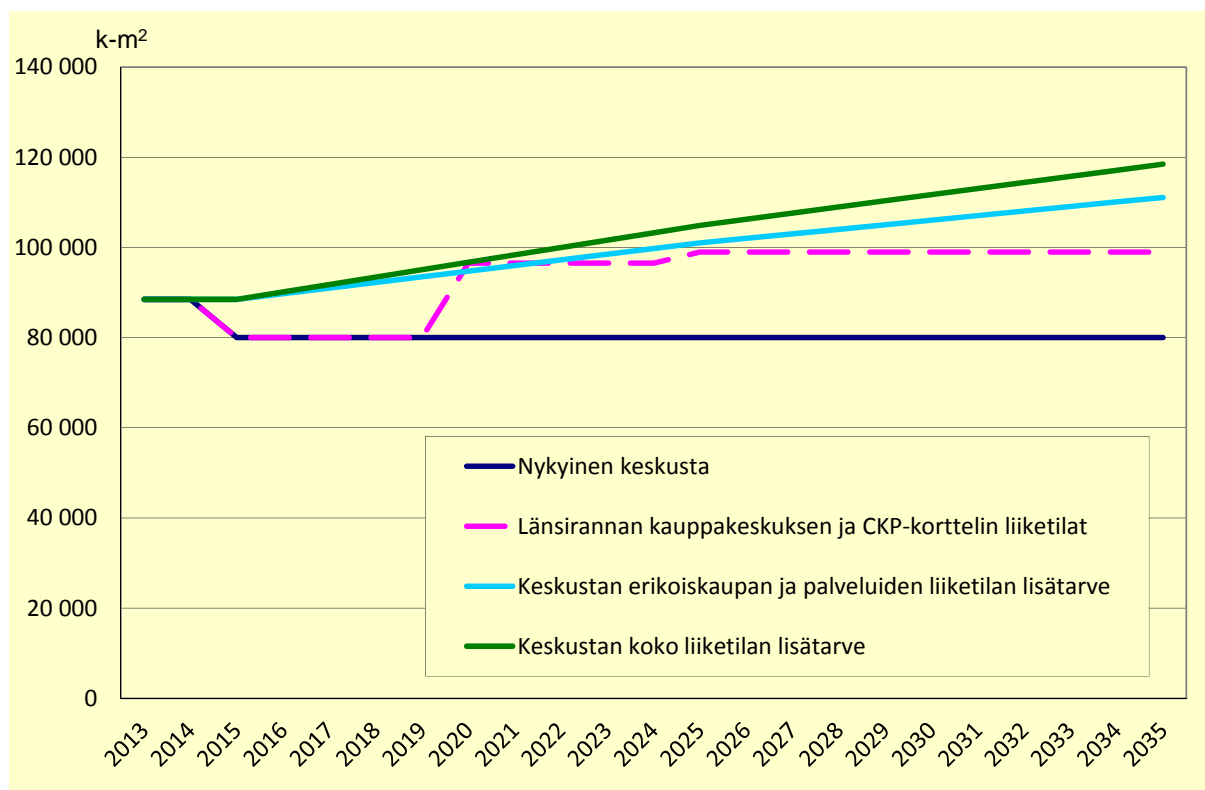
Kun tarvetta verrataan kauppakeskuksen tuomaan liiketilan lisäykseen (8000 k-m²), voidaan todeta, että kauppakeskus vastaa liiketilan lisätarpeeseen hyvin, jos ostovoima kehittyy perinteisen kasvun mukaisesti. Tällöin lisäksi tarvetta jää vielä mm. päivittäistavarakaupalle sekä tilaa vaativalle kaupalle että myös ydinkeskustan ulkopuolisille kaupan alueille.

Koska Raumalle ei ole pitkään aikaan rakennettu uutta liiketilaa, on kaupungissa myös tästä johtuvaa piilevää kysyntää. Ostovoiman siirtymät ovat aikaisemmasta pienentyneet, mikä kertoo suuremmista ostovoiman siirtymistä Raumalta muualle. Näin ollen vaikka ostovoima kasvaisi hitaan kasvun mukaisesti, kauppakeskukselle löytyy kysyntää. Taantuman jälkeen kauppa tyypillisesti kasvaa keskimääräistä nopeammin, kun käytettävissä olevaa rahaa uskalletaan jälleen kohdistaa enemmän ostamiseen.

Vuoden 2025 jälkeen riittää jälleen tarvetta myös muille uusille kauppapaikoille keskustassa, kuten kauppakeskuksen viereiselle keskustatoimintojen korttelille.

Seuraavassa on päivitetty kaavio laskennallisen liiketilanlisätarpeen kehityksestä sekä kauppakeskuksen ja viereisen CKP-korttelin vaikutuksesta tarpeeseen. Nykyisen keskustan liiketila kattaa ydinkeskustan eli Vanhan Rauman ja uuden keskustan sekä myös keskustan reuna-alueet (market-alue eikä tiva-alue sisälly tarkasteluun). Vuonna 2015 liiketilamäärä keskustassa laski Sokoksen ja Tarvontorin tyhjenemisen myötä. Tarkastelussa oletetaan, että kauppakeskus valmistuu

vuona 2020 kaavoituksen käynnistyttyä uudelleen. Kauppakeskuksen ja CKP-korttelin toteutumisen myötä Rauman keskustassa on liiketilaa yhteensä noin 100.000 k-m².

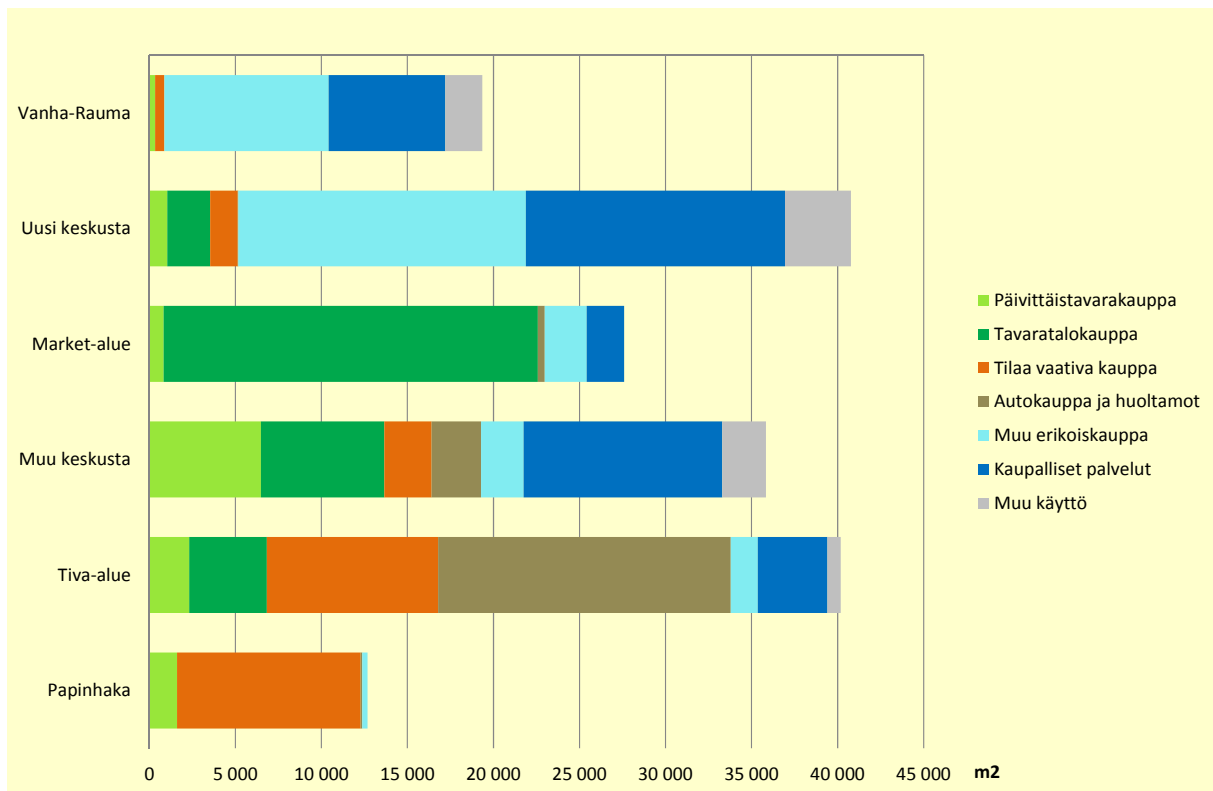


Liiketilan kehitystrendit Rauman keskustassa 2013–2035, Keskustan lisätarve ja Länsirannan kauppakeskus

Kaavoista nähdään, että kauppakeskuksen valmistuessa saadaan kerralla merkittävä määrä lisää liiketilaa kaupunkiin. Vastaavasti liiketilatarve kasvaa tasaisesti, ja tarve osittain patoutuu ja hetkittäin mahdollisesti ylittyy, kun liiketilamäärä kasvaa portaittain. Mikäli kauppakeskusta tai muuta uutta liiketilaa ei rakenneta, ei Raumalla pystytä vastaamaan tulevaan kysyntään ja ostovoimaa virtaa nykyistä enemmän mm. Poriin, jossa kaupan tarjonta on kasvanut mm. Kauppakeskus Puuvillan myötä.

Mikäli laskennallisen liiketilan lisätarpeen ja tulevan rakentamisen välillä on liian iso ero, voidaan rakentamista vaiheistaa, jolloin rakentaminen kohtaa tarpeen paremmin. Tämä vaihtoehto tulee kyseeseen, jos taantuma jatkuu pitkään ja ostovoima kasvaa hitaan kasvuvauhdin mukaan.

Kauppakeskuksen vaikutuksesta liiketilojen määrä kasvaa Raumalla noin 16.000 k-m²:llä nykytilanteeseen verrattuna (s. 9). Kasvu kohdistuu uuteen keskustaan, jossa liiketilan kokonaismäärä kasvaa noin 40.000 k-m²:iin. Kauppakeskukseen siirtyy jonkin verran ketjumuymälöitä muista keskustan osista sekä Vanhan Rauman että uuden keskustan puolelta. Tilalle tulee yksityisiä, paikallisia ja ketjuutumattomia pieniä pääosin palvelualan yrityksiä, mutta myös kaupaa. Osa huonoissa liikepaikoissa olevat liiketilat voivat muuttua muuhun käyttöön (väliaikaisesti tyhjäksi tai pientoimistoksi). Kauppakeskuksella ei arvioida olevan merkittäviä vaikutuksia muiden keskustan osien kaupalliseen rakenteeseen.



Kaupallisten palveluiden pinta-ala Rauman keskustassa kauppakeskuksen toteutumisen jälkeen

5.2. Kaupan ja palvelutarjonnan muutosten vaikutukset Rauman keskustassa

Länsirannan kaavoitus mahdollistaa uusien kaupan ja palveluiden ratkaisujen toteutuksen Rauman keskustassa. Muutosten vaikutuksia tutkittiin asiakasvirta-analyysillä, jotta saadaan kokonaiskuva keskustan eri osien asiakasvirtojen kehityksestä.

Asiakasvirta-analyysissä lasketaan jokaiselle yritykselle asiakasmäärä eli ostostapahtumien määrä. Tämä saadaan toimialan keskiostosten perusteella määrittelyksi siten, että kullekin yritykselle saadaan riittävästi kassatapahtumia, jotta niistä syntyy yrityksen keskimääräinen päivämyynti. Asiointimäärä kuvaa siten yhden päivän aikana tapahtuneiden kassatapahtumien määrää. Tämä ei suoraan kuvaa asiakkaiden kokonaismäärää, koska sama asiakas voi asioida useammassa palvelupisteessä.

Kun asiointimäärät lasketaan kortteleittain yhteen, voidaan verrata asiointivilkkautta keskustan kortteleissa. Kaupungin palvelutarjonnan muuttuessa kortteleiden tarjonnan sisältö muuttuu ja sitä kautta kortteleiden asiakasmäärät muuttuvat. Tätä muutosta esitetään asiakasvirta-analyysillä vertailemalla asiakasmäärien tasoa Rauman keskustasta nykyisin ja viiden vuoden päästä. Vertailussa ei ole tärkeää absoluuttinen asiakasmäärä, vaan muutos asiakasmäärissä.

Rauman keskustassa vanhan linja-autoaseman tontti on vapautunut rakentamiseen ja korttelin etelä reunassa sijaitseva Tarvontorin kauppakeskus on tyhjentynyt. Kauppakeskus on luonteeltaan uuden tyyppinen kauppapaikka Rauman keskustassa. Muut kauppapaikat keskustassa ovat tyypillisesti erillisiä liikerakennuksia ja kiinteistöjen kivijalassa toimivia liiketiloja. Kauppakeskusmuotoisia liikerakennuksia on osittain toteutunut vain Potkurin ja Wännin liikekorttelissa ja hypermarkettien etumyymälöiden kohdalla, mutta vetovoimaltaan nämä eivät vastaa kauppakeskusta.

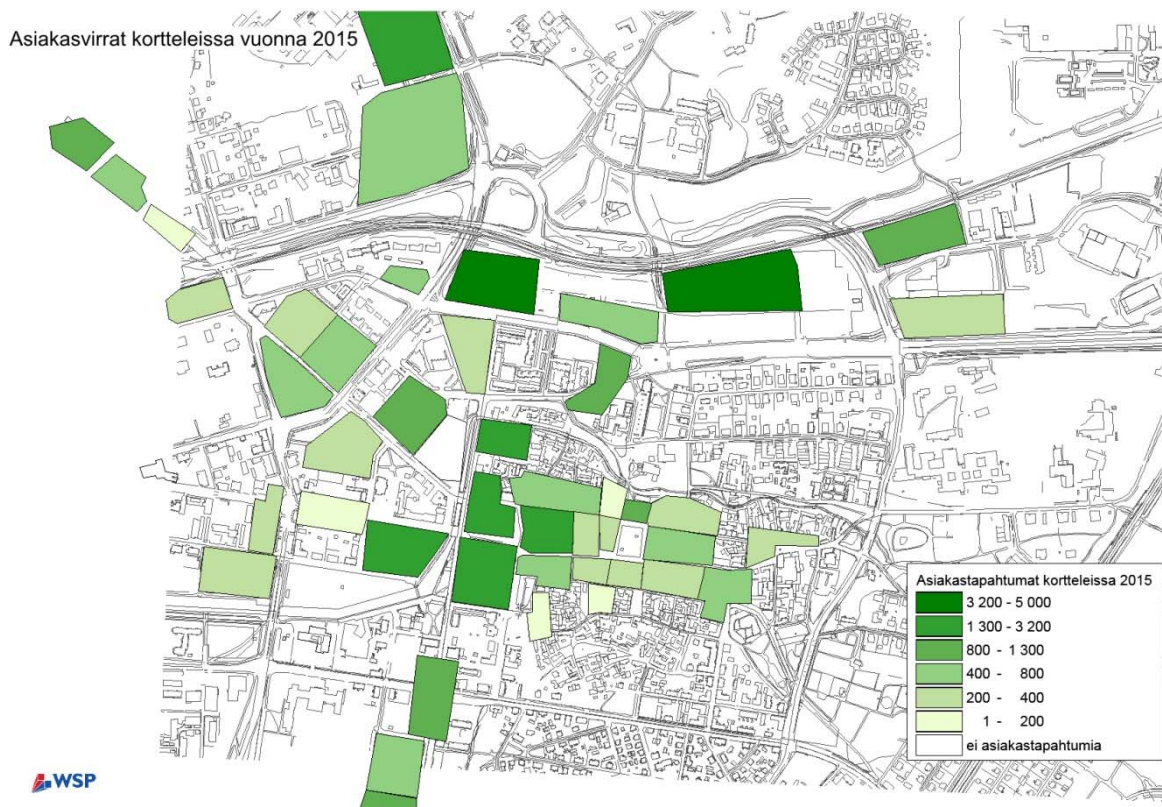
Kauppakeskus toimii hyvänä liikepaikkana erityisesti ketjuliiketoiminnalle. Raumalla ei ole ollut tähän asti tarjolla ketjuliikkeille soveltuvaa liiketilaa, minkä takia niitä on sijoittunut kaupunkiin vain vähän ja hajalleen keskustan suurempiin liikerakennuksiin. Vanhan Rauman alueella on joitakin ketjuliikkeitä, mutta suurin osa Vanhan Rauman liikkeistä on pieniä yksityisiä tai löyhemmissä ketjutoiminnoissa toimivia yrityksiä.

Asiointi keskustassa vuonna 2015

Rauman keskustasta on vuoteen 2015 mennessä lopettanut päivittäistavarakauppa Tarvontorilta, jolloin pt-kaupan asiakastapahtumat ovat keskittyneet keskustan reuna-alueelle. Tarvontorin kauppakeskus on tyhjentynyt myös muista liikkeistä. Vastaavasti myös Kauppakeskus Potkurin tiloista päivittäistavaraliike on lopettanut toimintansa. Vanhan Rauman sisällä ei ole tapahtunut olennaista muutosta liiketoiminnoissa, jotka vaikuttaisivat asiakastapahtumien määrään.

Vilkkaimmat korttelit löytyvät keskustan reunalta kaupan suuryksikköjen kortteleista. Keskustan kortteleista sauma-alueen korttelit ja muutama Vanhan Rauman kortteli ovat selvästi muista kortteleita vilkkaampia asiointipaikkoja.

Vanhan Rauman asiointimäärien taso on melko alhainen, koska yleisesti kortteleissa on liiketilaa varsin vähän. Vanhassa Raumassa on paljon pieniä liikkeitä ja palveluyrityksiä, minkä takia asiakasmäärät myös jäävät pieneksi.



Liiketilöiden asiointivilkkaus kuvattuna kortteleittain Rauman keskustassa vuoden 2015 liiketilarakenteen mukaisesti.

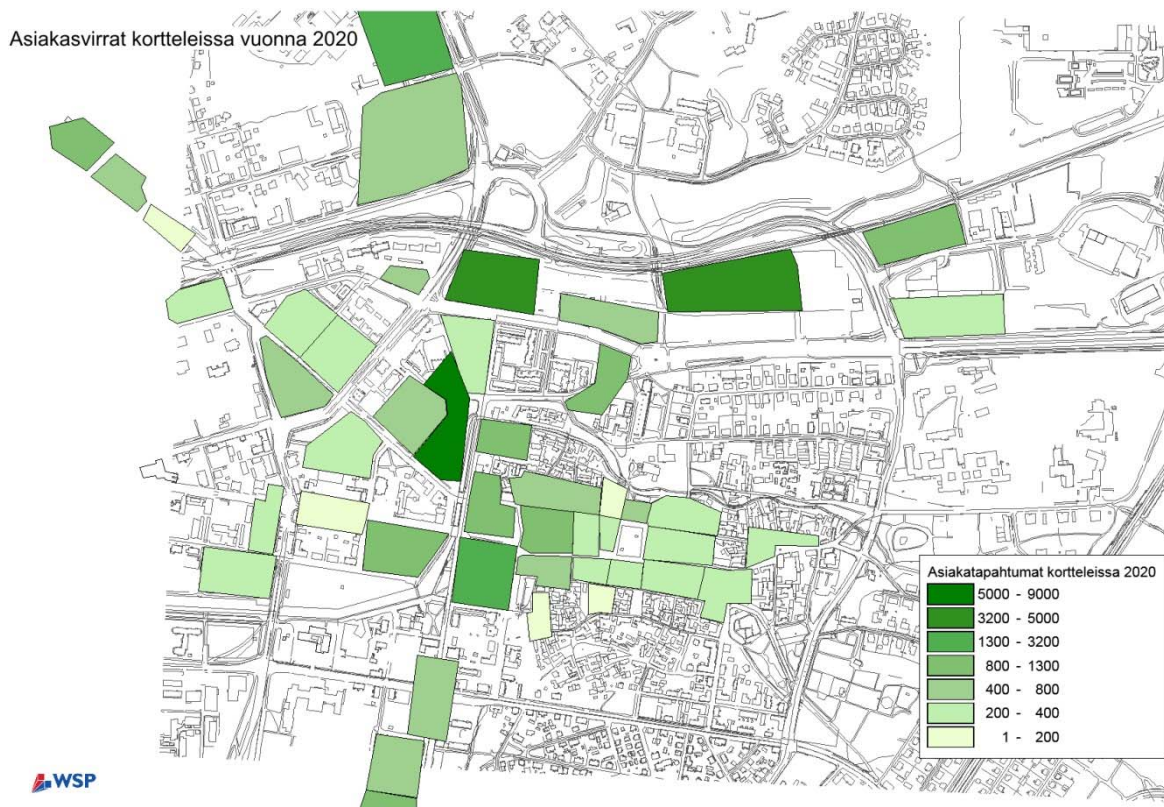
Korttelit, joissa on päivittäistavarakauppoja, erottuvat selvästi vilkkaan asioinnin paikkoina (tummanvihreät korttelit). Vanhassa Raumassa on paljon palveluita ja erikoiskauppoja, joten asiointivilkkaus on kortteleissa alhainen. Sauma-alueella on kortteleissa nyt useita ketjuliikkeitä, joissa on paljon asiointitapahtumia.

Kauppakeskus kasvattaa asiakasmääriä Länsirannalla 2020

Rauman keskustan uuden kauppakeskuksen asiakasmäärät on laskettu vastaavan kokoisten kauppakeskusten toteutuneista asiakasvirroista Suomessa. Eli laskentatapa on erilainen kuin muiden kortteleiden kohdalla, koska kauppakeskuksen liikekokoanpanoa ei vielä tunneta. Kauppakeskus-korttelin asiakasmäärä on korttelin koko asiakasmäärä jakamalla sitä eri liikkeiden kesken.

Kauppakeskuksen rakentaminen merkitsee keskustan palvelutarjonnan kasvua. Kauppakeskus tuo Raumalle uusia ketjuliikkeitä, joita Raumalla ei nyt ole eli siltä osin palvelutarjonta monipuolistuu. Myös osa Raumalla nyt toimivista ketjuliikkeistä siirtyy kauppakeskukseen, koska sen uudenaikaiset liiketilat toimivat ketjuliikkeiden kannalta paremmin. Kun Rauman keskustassa palvelutarjonta monipuolistuu ja tiivistyy, ei raumalaisten tarvitse hakea vastaavia palveluita enää Porista tai Turun suunnasta. Tämä lisää keskustan liikkeiden asiakasvirran kokonaismäärää merkittävästi. Tässä tarkastelussa asiakasvirran lisäys on osoitettu kauppakeskuksen kortteliin, koska siellä tapahtuu suurin muutos. Asiakasvirran kasvua tapahtuu myös olemassa olevissa keskustan kaupoissa, mutta tätä ei ole otettu huomioon kortteleiden asiakasvirralaskelmissa, koska tähän ei löydy valtakunnallisesti vertailukelpoista mallinnusaineistoa.

Kauppakeskuksen asiakasmäärä nousee suureksi, kun suhteellisen pienelle alueelle keskittyy paljon liikkeitä. Tämä näkyy merkittävimmin asiakasvirtojen muutoksissa aivan lähialueilla eli lähikortteleissa Länsirannan ja Vanhan Rauman sauma-alueella. Mallissa on laskettu, että Vanhan Rauman kortteleista osa ketjuliikkeistä siirtyy uuteen kauppakeskukseen. Myös sauma-alueella olevat ketjuliikkeet on laskettu siirtyneeksi kauppakeskukseen. Osa toiminnoista on korvattu muilla kaupallisilla palveluilla, joilla asiakasvirrat ovat kauppoja alhaisemmat. Huonokuntoisimmat ja toiminnaltaan epäsoveltuvat liiketilat voivat jäädä ainakin väliaikaisesti tyhjilleen.



Liiketilöiden asiointivilkkaus mallinnettuna kortteleittain Rauman keskustassa vuonna 2020 kun kauppakeskus on rakennettu. Suurin osa ketjuliikkeistä oletetaan siirtyvän kauppakeskukseen. Niiden tilalle muualla kaupunkirakenteessa on sijoitettu palveluita, joiden asiointivilkkaus on alhaisempi kuin suurilla erikoisliikkeillä. Kokonaistilanne Vanhan Rauman kortteleissa ei ole olennaisesti muuttunut. Läntisimpien kortteleiden asiointivilkkaus on jonkin verran alhaisempia, kun niissä olleet ketjuliikkeet oletetaan siirtyneen kauppakeskukseen.

Vanhan Rauman kortteleiden pienissä asiakasmäärissä ei tapahdu olennaisia muutoksia. Asiointimäärät hieman vähenevät vuoden 2015 tarkasteluun verrattuna, mutta Vanha Rauma säilyy kuitenkin suhteellisen vilkkaana kauppapaikkana.

Vastaava muutos Vanhan Rauman liiketilöiden asiakasmäärissä voi tapahtua kauppakeskuksesta riippumatta, kun tarjonnan rakenne muuttuu yhä suuremmissa määrin palveluiden suuntaan. Vanhan Rauman pienet liiketilat eivät houkuttele vetovoimaisia, suuren asiointivilkkauden omaavia erikoiskauppoja.

6. Johtopäätökset

Rauman ydinkeskustaan on keskittynyt pääosa keskustahakuisesta vähittäiskaupasta. Vanha Rauma on pienten erikoistuneiden myymälöiden aluetta. Suojavyöhyke taas tarjoaa suurempia ja uudemmissa rakennuksissa olevia liiketiloja. Suurmyymälät ovat keskittyneet market-alueelle. Suojavyöhykkeellä on myös osa kaupan suuryksikköalueesta, mutta se kuuluu keskusta-alueeseen.

Yleiskaavan mitoituksen mukaisesti keskusta-alueelle tulee sijoittaa lisää liiketilaa noin 30.000 k-m². Mitoitus koostuu suurelta osin keskustahakuisen erikoiskaupan ja palveluiden 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 uuden liiketilan lisäys jää kuitenkin vähäiseksi.

Rauman ydinkeskustan liiketilat ovat kehittyneet voimakkaammin 2000-luvulla market-alueella. Vanhan Rauman liiketoiminnoissa tapahtuneet muutokset ovat olleet normaalia liiketoiminnan rakennemuutosta. Merkittävää siirtymää niin suojavyöhykkeelle tai market-alueelle ei ole tapahtunut. Liiketilat Vanhassa Raumassa ovat vaihtaneet käyttäjiä, mutta kaupan tarjonnan rakenteessa ei kokonaisuutena ole tapahtunut merkittävää muutosta. Vanhan Rauman liikkeet ovat vahvistaneet erikoistumistaan ja omaleimaisuuttaan. Lisäksi ne ovat osin laajentaneet toimintaansa ja selkeästi vahvistaneet asemaansa markkinoilla.

Vanhaa Raumaa tulee kehittää pienimuotoisen, erikoistuneen kaupan ja palveluiden alueena, jolloin voidaan hyödyntää vanhan kaupungin miljöötä osana vetovoimaista toimintaympäristöä. Kaavassa tulee mahdollistaa kortteleiden sisäosien ottaminen kaupalliseen käyttöön ja nykyisten liikekiinteistöjen säilyminen kaupallisessa käytössä. Vanhan Rauman kiinteistöjen kehittämistä tulee kuitenkin tarkastella myös rakennussuojelun näkökulmasta. Vanhan kaupungin asiointiympäristön parantamiseksi kävelykeskustaa tulee kehittää muuttamalla Kuninkaankatu kävelykaduksi. Kuninkaankadun kävelykatua tulee jatkaa Länsirannan kauppakeskuksen päätyyn asti.

Tavoitteena on edistää keskustahakuisen kaupan sijoittumista ydinkeskustaan ja silloin pääosa uudesta liiketilan kerrosalasta ohjataan suojavyöhykkeelle vanhan kaupungin länsipuolelle. Tällä vahvistetaan keskustan kaupallista toimivuutta ja samalla myös Vanhan Rauman kaupan elinvoimaisuutta. Suojavyöhykkeen kaupallisia toimintoja tulee vahvistaa kokoamalla niitä paremmin yhteen. Kauppakeskusrakentaminen vahvistaa tätä kehitystä niin Tarvontorin ja linja-autoaseman korttelissa kuin Potkurin korttelissa. Lisäksi tärkeää on samaan aikaan vahvistaa hyviä kävely-yhteyksiä kauppakeskusten ja Vanhan Rauman välillä.

Länsirannan kauppakeskushankkeessa on liiketilaa 16.500 k-m². Uutta liiketilaa kortteliin tulee suunnitelmien mukaan noin 8000 k-m². Se voidaan toteuttaa yhtenäisenä kokonaisuutena, vaikka alkuvaiheessa kaupan tarjonnassa voi hetkellisesti olla ylimitoitusta. Kerralla toteutettuna hankkeen toimivuus säilyy parempana. Tärkeää on kehittää keskustaa yhtenäisenä ja kaupan kannalta toimivana asiointialueena, jotta vahvistetaan koko ydinkeskustaa.

Ostovoiman kasvun pohjalta laskettuna Raumalla tarvitaan lisää liiketilaa keskustassa vuoteen 2025 mennessä enimmillään 16.400 k-m² ja vuoteen 2035 mennessä 30.000 k-m². Uusi kauppakeskus vastaisi näin hyvin laskennalliseen liiketilatarpeeseen. Lähivuosien erikoiskaupan ja palveluiden tarpeeseen nähden kauppakeskus on hyvin liiketilakasvun rajoissa. Tarvetta vielä lisää hieman se, ettei viime vuosina ole uutta liiketilaa rakentunut kysynnän mukaisesti.

Keskustahakuisen kaupan liiketilan lisätarve ei suuresti ole muuttunut edellisistä laskelmista. Kaupan rakenteen muutoksen ja verkkokaupan kasvun ei merkittävästi arvioida vaikuttavan suuresti keskustan uuteen liiketilaan. Keskustoihin sijoittuville kauppakeskuksille on kysyntää. Asiointilta odotetaan tulevaisuudessa nykyistä enemmän elämyksellisyyttä ja viihdettä, jota keskustat ja kauppakeskukset keskustoissa voivat tarjota. Kaupan rakenteen muutos vaikuttaa eniten hypermarkettien suuriin käyttötavaraosastoihin.

Raumalla tulee kehittää keskustan liiketiloja ja samalla on tarve tiivistää liiketoimintoja. Vanhaan Raumaan on haastavaa saada uutta liiketilaa kysyntää vastaavaa määrää. Länsirannan kauppakeskushanke uuden keskustan ytimessä ja Vanhan Rauman läheisyydessä tarjoaa toimivia liiketiloja uusien liiketoimintakonseptien toteutukseen.

Länsirannan kauppakeskuksen arvioidaan vaikuttavan positiivisesti Rauman kaupan kokonaisveto-voimaan. Raumalle saadaan uutta kaupan tarjontaa, jota ei ilman uutta kauppakeskusta Raumalle sijoittuisi. Mikäli kauppakeskusta ei Raumalle rakennu, ei Raumalle pysty sijoittumaan uusia ketjuliikkeitä eikä kauppa pysty Raumalla kehittymään kysynnän mukaisesti ja nykyistä enemmän ostovoimaa tulee suuntautumaan mm. Poriin ja Turun seudulle.

Länsirannan kauppakeskuksen ja Vanhan Rauman liiketoimintaperiaatteet ovat erilaiset. Ne pikemmin täydentävät toisiaan kuin kilpailevat keskenään. Kauppakeskuksen toiminta painottuu ketjuliikkeisiin ja suuriin konsepteihin, kansainväliseen ja moderniin tunnelmaan ja houkuttelee nuorisoa viihtymään. Vanha Rauma ei tähän kysyntään pysty vastaamaan, vaan se on luonteeltaan ja tarjonnaltaan selvästi erilainen. Vanhan Rauman vahvuus on raumalaisuudessa ja pienissä yksityisissä erikoisliikkeissä, sisustusliikkeissä ja kahvilaravintoloissa. Vanha Rauma houkuttelee matkailijoita ja torielämä tuo tunnelmaa ja lisää viihtyisyyttä. Vanha Rauma on ainutlaatuinen, kun taas kauppakeskus ei merkittävästi eroa muista kauppakeskuksista Suomessa. Asiointi uudessa kauppakeskuksessa ei korvaa asiointia Vanhassa Raumassa eikä myös vastaavasti toisinpäinkään.

Tilaa vaativa kauppa on kehittynyt hitaasti viime vuosina. Kasvu on ollut hitaampaa kuin muussa vähittäiskaupassa. Tilaa vaativalle kaupalle ei viime vuosina ole rakennettu juurikaan uutta liiketilaa Raumalla, kuten ei muuallakaan Suomessa. 2000-luvun alussa tiva-kauppa kehittyi vastaavasti hyvin vauhdikkaasti ja toimialalle rakennettiin merkittävä määrä uutta liiketilaa ympäri Suomen. Myynnin hilyntyminen ja liikerakentamisen suuri määrä 2000-luvun alussa on viime vuosina vaikuttanut toimialan varovaisuuteen uuden rakentamisen suhteen.

Tilaa vaativan kaupan alueille suunnataan pääosin rauta-, huonekalu ja autokauppaa sekä muuta tilaa vaativaa kauppaa. Alueelle voidaan suunnata myös jonkin verran tiva-kauppaa tukevaa muuta erikois- ja päivittäistavarakauppaa sekä laajan tavaravalikoiman myymälöitä. Muun erikoiskaupan tulee olla erityyppistä kuin keskusta-alueella eli erikoiskaupan tulee olla sellaista, ettei se kilpaile keskusta-kaupan kanssa.