

Vastaanottaja
Akaan kaupunki

Asiakirjatyyppi
Raporttiluonnos

Päivämäärä
2.2.2022

Liitteestä 1 poistettu virheelliset tiedot

Akaan kaupunki

STRATEGISEN YLEISKAAVAN KAUPALLINEN SELVITYS



SISÄLTÖ

1.	ALKUSANAT	2
2.	LÄHTÖKOHDAT	3
2.1	Strateginen yleiskaava	3
2.2	Pirkanmaan maakuntakaava 2040	4
2.3	Maankäyttö- ja rakennuslaki	6
3.	TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI	8
3.1	Kaupan palvelujen tarjonta	8
3.1.1	Kaupan palveluverkko	8
3.1.2	Vähittäiskaupan liikevaihto	9
3.2	Kaupan palvelujen kysyntä	11
3.2.1	Väestö	11
3.2.2	Työpaikat	12
3.2.3	Vapaa-ajan asukkaat	12
3.2.4	Ostovoima ja ostovoiman siirtymä	12
3.2.5	Liiketilän laskennallinen lisätarve	15
3.3	Kaupan kehitystrendit	17
3.3.1	Kauppojen lukumäärä ja liikevaihto	17
4.	AKAAN KAUPAN PALVELUVERKKO 2040	22
4.1	Kaupan palveluverkon kehittämisen lähtökohdat	22
4.2	Kaupan palveluverkon kehittämisvaihtoehdot	23
4.2.1	Keskitetty kaupan palveluverkko	24
4.2.2	Hajautettu kaupan palveluverkko	25
4.2.3	Vaikutusten arviointi	28
5.	JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET	29
5.1	Tavoitteellisen kaupan palveluverkon lähtökohdat	29
5.2	Tavoitteellinen kaupan palveluverkko 2040	29
5.3	Kaupallisesti toimivien keskusten toteuttamisessa huomioitavaa	32
6.	LÄHTEET	35
	LIITE 1. VÄHITTÄISKAUPAN TOIMIALAT	36

1. ALKUSANAT

Tehtävänä oli laatia strategisen yleiskaavan, mutta myös Akaan muun maankäytön suunnittelun tueksi päivittäistavarakaupan, keskustahakuisen erikoiskaupan ja tilaa vaativan erikoiskaupan alueellista sijoittumista ja mitoitusta koskeva selvitys. Selvitys tehtiin asiantuntija-arviona käytettävissä olleisiin selvityksiin ja suunnitelmiin, tilasto-, rekisteri- ja tutkimustietoihin sekä paikkatietotarkasteluihin ja Rambollissa kehitettyihin paikkatietopohjaisiin maankäytön analyysimalleihin perustuen. Selvitys koostuu lähtökohtien määrittelystä, toimintaympäristön analyysistä sekä Akaan tulevan kaupan palveluverkon kehitystarkastelusta.

Työtä ohjasi ohjausryhmä, johon kuuluivat Lasse Silvan ja Niina Järvinen Akaan kaupungilta. Työstä vastasivat Kimmo Koski ja Elina Puhjo Ramboll Finland Oy:stä.

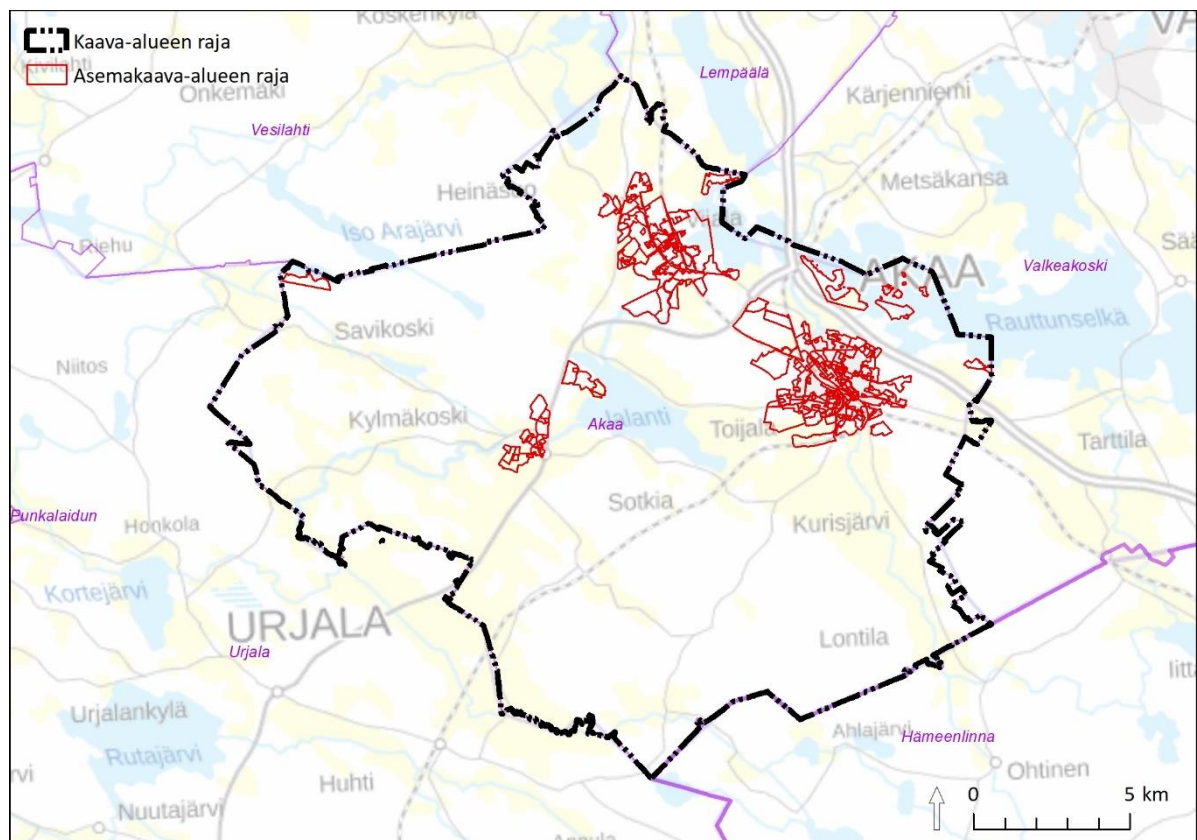
2. LÄHTÖKOHDAT

2.1 Strateginen yleiskaava

Akaan strategisen yleiskaavan tavoitteena on luoda suuntaviivat Akaan kaupungin maankäytölle kaavan tavoitevuoteen 2040 asti. Koko kaupungin alueen käsittävällä yleiskaavalla määritellään kaupungin alueidenkäytön kehityksen isot linjat sekä osa-alueiden maankäytön kehukset yleispiirteisellä tasolla.

Pirkanmaan voimassa oleva maakuntakaava on ohjeena yleiskaavan laatimiselle. Yleiskaavan laadintaa ohjaavat lisäksi mm. Akaan kaupungin strategia, kouluverkon ja palveluverkon ratkaisut sekä muut kaupungin päätökset ja kehitysohjelmat. Voimassa olevat osayleiskaavat ja tehdyt asemakaavaratkaisut ovat pohjana yleiskaavatyölle. Samoin yleiskaavan laadinnassa noudatetaan olemassa olevia Akaan maankäyttöllisiä perusratkaisuja, joiden varaan kaupungin sisäisiä toimintoja on suunnattu viimeisen vuosikymmenen aikana.

Akaa sijaitsee hyvien liikenneyhteyksien varrella Akaan-Valkeakosken-Hämeenlinnan-Tampereen-Helsingin työssäkäyntialueella. Akaassa kohtaavat valtatie 3 ja 9 sekä Helsingistä ja Turusta Tampereelle johtavat rautatiet. Toijalassa on rautatieasema ja Viialassa junaseisake. Toijalan asema on merkittävä risteysasema, ja siellä risteävät rataosat Riihimäki-Tampere, Turku-Toijala sekä Toijala-Valkeakoski. Valkeakosken radalla kulkee ainoastaan tavaraliikennettä.

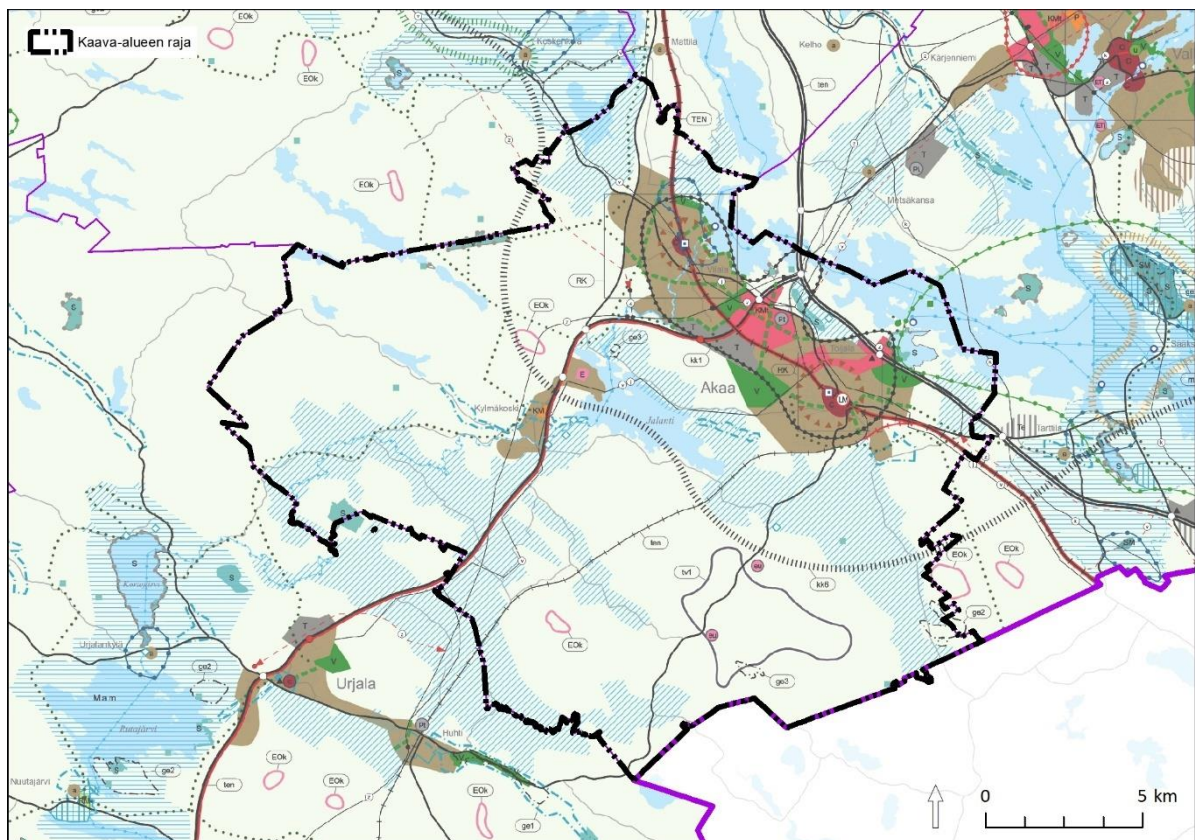


Kuva 1 Suunnittelualue.

2.2 Pirkanmaan maakuntakaava 2040

Kaupan palveluverkon ohjaaminen osana tarkoituksenmukaista alue- ja yhdyskuntarakennetta on keskeinen osa maakunnan elinkeinoelämän toimintaedellytysten ja kestäväen palvelurakenteen huomioimista. Maakuntakaavan ratkaisulla pyritään luomaan edellytykset kannattavalle, kilpailukykyiselle ja houkuttelevalle liiketoiminnalle sekä toimivalle kilpailulle. Vähittäiskaupan ensisijaisena sijaintipaikkana kehitetään keskusta-alueita, mikäli muu sijainti ei ole kaupan laatu huomioon ottaen perusteltua. Maankäyttö- ja rakennuslain (71 b §) mukaan suunniteltu maankäyttö ei saa haitata merkittävästi keskusta-alueiden kaupallisia palveluja ja kehittämistä. Palvelut tulee olla saavutettavissa mahdollisuuksien mukaan joukkoliikenteellä, kävellen tai pyöräillen. Kaavoituksella tulee edistää sellaisen palveluverkon muodostumista, jossa asiointimatkat ovat kohtuullisia ja liikenteen haitat mahdollisimman vähäisiä.

Maakuntakaavalla ohjataan merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköjä, jolla tarkoitetaan yleensä sellaista kaupan yksikköä, jolla voidaan arvioida olevan yhtä kuntaa laajempia, seudullisia vaikutuksia. Merkitykseltään seudullisella vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan myös useasta myymälästä koostuvaa kaupan aluetta, joka on vaikutuksiltaan verrattavissa merkitykseltään seudulliseen vähittäiskaupan suuryksikköön. Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön sijoittaminen maakuntakaavan keskusta-alueiden ulkopuolelle edellyttää, että vähittäiskaupan suuryksikön sijoituspaikaksi tarkoitettu alue on maakuntakaavassa erityisesti osoitettu tähän tarkoitukseen. Seudullisesti merkittävän vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja Pirkanmaalla on 2 000 k-m², ellei selvitysten perusteella toisin osoiteta ja ellei maakuntakaavan suunnitelmämääräyksissä muuta määrätä.



Kuva 2 Ote Pirkanmaan maakuntakaavasta 2040.

Maakuntakaavan kaupallisten palvelujen alue, jolle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikön -merkinnällä **(KM)** osoitetaan keskustojen ulkopuoliset vähittäiskaupan alueet ja keskittymät, jotka yhdyskuntarakenteellisen sijaintinsa perusteella soveltuvat seudullisesti merkittävän vähittäiskaupan alueiksi. Merkinnän osoittamalle alueelle voidaan alueen yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa

osoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä. Ne on mitoitettava ja niiden toteutus on ajoitettava yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa siten, etteivät ne aiheuta merkittäviä haitallisia vaikutuksia seudun palveluverkon tasapainoiselle kehittämiselle. Alueen suunnittelussa on otettava huomioon joukkoliikenteen, kävelyn ja pyöräilyn toimintaedellytykset. Akaassa kaupallisten palvelujen alueen (Kylmäkoski) vähittäiskaupan kerrosalan enimmäismitoitus on enintään 11 000 k-m² (keskustahakuinen kauppa 8 000 k-m² ja päivittäistavarakauppa 3 000 k-m²). Keskustahakuisella kaupalla tarkoitetaan päivittäistavarakauppaa ja keskustahakuista erikoistavara- ja tavaratalokauppaa. Vähittäiskaupan enimmäismitoitus voidaan alueen yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa toteuttaa kokonaisuudessaan paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan kerrosalana ja keskustahakuisen kaupan mitoitus muun erikoiskaupan kerrosalana

Keskustatoimintojen alueille (**C**) alueille voidaan sijoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä. Vähittäiskaupan suuryksiköt on suunniteltava keskustaympäristöön soveltuviksi. Ne on mitoitettava ja niiden toteutus on ajoitettava yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa siten, etteivät ne aiheuta merkittäviä haitallisia vaikutuksia muille keskusta-alueille tai seudun palveluverkon tasapainoiselle kehittämiselle. Keskustatoimintojen alueiden vähittäiskaupan suuryksiköiden kerrosalan enimmäismitoitus on Toijalassa 20 000 k-m² ja Viialassa 10 000 k-m².

Keskustatoimintojen alue, paikalliskeskus -kohdemerkinnällä (**c**) osoitetaan palveluiltaan paikalliskeskustasoisten kuntien pääkeskusten likimääräinen sijainti. Alueella voi sijaita keskustahakuisia palvelu-, hallinto- ja muiden toimintojen alueita, kauppaa, asumista ja työpaikkoja sekä niihin liittyviä liikennealueita ja puistoja. Seudullisesti merkittävän vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja on kaikkien kaupan laatujen osalta 3 000 k-m². Akaassa ei ole maakuntakaavan c-kohdemerkintöjä.

Työpaikka- ja kaupallisten palvelujen alue, jolle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikön merkinnällä (**KMt**) osoitetaan keskusta-alueiden ulkopuoliset työpaikka-alueet, jotka yhdyskuntarakenteellisen sijaintinsa perusteella soveltuvat työpaikkatoimintojen lisäksi seudullisesti merkittävän paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan alueiksi. Merkinnän osoittamalle alueelle voidaan alueen yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa osoittaa merkitykseltään seudullisia vähittäiskaupan suuryksiköitä, jotka kaupan laatu huomioon ottaen voivat perustellusta syystä sijoittua myös keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle kuten auto-, rauta, huonekalu-, puutarha- ja maatalouskauppaa. Vähittäiskaupan suuryksiköt on mitoitettava ja niiden toteutus on ajoitettava alueen yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa siten, että ne kytkeytyvät ajallisesti ympäröivien työpaikka- tai taajamatoimintojen alueiden toteuttamiseen, eivätkä aiheuta merkittäviä haitallisia vaikutuksia kaupan palveluverkon tasapainoiselle kehittämiselle. Akaassa (Akaa Point) paljon tilaa vaativan erikoiskaupan enimmäismitoitus on 20 000 k-m².

Taajamatoimintojen alue -merkinnällä osoitetaan asumisen, kaupan ja muiden palvelujen, työpaikkojen sekä muiden taajamatoimintojen rakentamisalueet. Merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksikköjen koon alarajat Akaan taajamatoimintojen alueella ovat seuraavat:

- paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa 7 000 k-m²
- keskustahakuinen kauppa eli päivittäistavara- ja muun erikoistavaran kauppa 5 000 k-m², kuitenkin siten, että pelkän päivittäistavarakaupan koon alaraja on 3 000 k-m²

Työpaikka-alueen merkinnällä osoitetaan seudullisesti merkittävät ja toimialarakenteeltaan monipuoliset liike- ja toimistorakentamisen tai tuotantotoimintaan varatut alueet. Alueen suunnittelussa on kiinnitettävä huomiota tarkoituksenmukaiseen toteutusjärjestykseen ja yhdyskuntarakenteen eheyteen sekä joukkoliikenteen järjestelyihin ja toimiviin kävelyn ja pyöräilyn yhteyksiin. Merkitykseltään seudullisten vähittäiskaupan suuryksikköjen koon alarajat Akaan työpaikka-alueilla ovat paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan osalta 7 000 k-m².

2.3 Maankäyttö- ja rakennuslaki

Eduskunta hyväksyi vuonna 2011 esityksen maankäyttö- ja rakennuslain vähittäiskauppaa koskevien säännösten muuttamisesta. Muutoksen keskeisenä tavoitteena oli selkeyttää vähittäiskaupan suuryksiköiden sijainnin ohjauksen tavoitteita ja periaatteita, vahvistaa seudullista näkökulmaa ja kokonaisvaltaista otetta kaupan palveluverkon kehittämisessä ja muutosten hallinnassa sekä yhdenmukaistaa kaupan ohjausta koskevat säännökset koskemaan kaikkia kaupan toimialoja.

Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan palveluiden saavutettavuus huomioon ottaen ole perusteltu. Lisäksi merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön sijoittaminen maakuntakaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle edellyttää, että vähittäiskaupan suuryksikön sijoituspaikaksi tarkoitettu alue on maakuntakaavassa erityisesti osoitettu tähän tarkoitukseen. Vähittäiskaupan suuryksikköä ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle, ellei alue ole asemakaavassa erityisesti osoitettu tätä tarkoitusta varten. Vähittäiskaupan suuryksikön lisäksi säännökset koskevat myös olemassa olevan vähittäiskaupan myymälän laajentamista tai muuttamista vähittäiskaupan suuryksiköksi, vähittäiskaupan suuryksikön laajentamista sekä sellaista myymäläkeskittymää, joka vaikutuksiltaan on verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön. Säännökset eivät kuitenkaan koske vähittäiskaupan myymälän, vähittäiskaupan suuryksikön tai myymäläkeskittymän laajentamista, joka ei ole merkittävä (MRL 71c §).

Maankäyttö- ja rakennuslain 71b §:ssä on esitetty maakunta- ja yleiskaavalle vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevat erityiset sisältövaatimukset, joiden mukaan:

- Suunnitellulla maankäytöllä ei saa olla merkittäviä haitallisia vaikutuksia keskusta-alueiden kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen. Arvioitaessa suunnitteluratkaisun vaikutuksia keskustan kaupallisiin palveluihin otetaan huomioon muun muassa kaupan laatu.
- Kaavassa osoitettavien kaupan alueiden on mahdollisuuksien mukaan oltava saavutettavissa joukkoliikenteellä ja kevyellä liikenteellä. Tavoitteena on, että paljon liikennettä aiheuttavat vähittäiskaupan toiminnot (päivittäistavarakaupat ja kauppakeskukset) sijoittuisivat niin, että niihin on mahdollista päästä henkilöauton ohella myös joukkoliikenteellä ja kevyellä liikenteellä.
- Suunnitellun maankäytön on edistettävä sellaisen kaupan palveluverkon kehitystä, jossa asiointimatkojen pituudet ovat kohtuullisia ja liikenteen haitat mahdollisimman vähäisiä. Liikenteellisten vaikutusten arvioinnissa korostuvat palvelujen etäisyys asutuksesta, mahdollisuus käyttää eri liikkumismuotoja ja muut seikat, jotka vaikuttavat liikenteen määrään (mm. kaupan laatu ja siitä aiheutuva asiointitiheys).

Kaupan sijainnin sääntely ja kuntien tontinluovutusmenettelyt on nostettu esille yhtenä toimivan kilpailun esteenä. Tämä asia on huomioitu myös maankäyttö- ja rakennuslaissa, johon tehtiin keväällä 2015 kilpailun toimivuutta koskeva lisäys. Kaavoja valmistelevien viranomaisten tehtävä on huolehtia siitä, että alalla jo toimivien yritysten lisäksi kaavoitusprosessissa huomioidaan uusien toimijoiden alalle tulon edellytykset. Kilpailun toimivuuden edistämisen kannalta on olennaista, että kaavoituksella luodaan mahdollisuudet uusien liikeideoiden kehittämiseen ja edellytykset uusien toimijoiden alalle tulolle. Kilpailun kannalta toivottavia ovat kaavaratkaisut, jotka ovat joustavia ja jättävät vaihtoehtoja toteutukseen. Elinkeinoelämän kilpailuasioiden huomioon ottaminen on yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Lakimuutoksen tavoitteena oli, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja (HE 334/2014 vp).

Maankäyttö- ja rakennuslain uudistamis- ja normien purkamistarpeen seurauksena lakiin tehtiin keväällä 2017 muutoksia, jotka vaikuttivat myös vähittäiskaupan sijainnohjaukseen. Lakimuutoksen tavoitteena oli lisätä elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä kaupan kehittämisessä ja edistää toimivan kilpailun kehittymistä. Lisäksi erityisenä tavoitteena oli parantaa kaupan toimialan edellytyksiä kehittää toimintaansa keskusta-alueiden ulkopuolella ilman vähittäiskaupan suuryksikön laadun huomioon ottamiseen liittyvää rajoitusta (HE 251/2016 vp).

Toukokuun 2017 alussa voimaan tulleessa lakimuutoksessa vähittäiskaupan suuryksikön kokoraja nostettiin 2 000 kerrosneliömetristä 4 000 kerrosneliömetriin sekä poistettiin velvoite osoittaa maakuntakaavan keskustatoimintojen alueella vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus. Maankäyttö- ja rakennuslain muutoksen perusteluissa (HE 251/2016 vp) vähittäiskaupan suuryksikön koon alarajan nostamisen perusteena oli ottaa huomioon vähittäiskaupan toimialan kehittämisen tarpeet sekä tavoite edistää toimivan kilpailun kehittymistä.

Muutoksen jälkeen velvoitetta enimmäismitoituksen osoittamiseen sovelletaan vain maakuntakaavassa keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle erityisellä merkinnällä osoitettaviin vähittäiskaupan suuryksiköihin. Enimmäismitoitus voidaan osoittaa esimerkiksi tietyn maakuntakaavassa osoitetun vähittäiskaupan suuryksikköalueen enimmäiskerrosalana tai yksittäisen vähittäiskaupan suuryksikön enimmäiskerrosalana. Maankäyttö- ja rakennuslain muutoksen perusteluissa enimmäismitoituksen poistamisen arvioidaan lisäävän edellytyksiä keskusta-alueiden palvelutarjonnan kehittymiselle sekä tasapainottavan pienten ja suurten keskusta-alueiden välistä kaupallista asemaa.

Lakimuutoksessa luovuttiin myös velvoitteesta ottaa huomioon kaupan laatu sijoitettaessa vähittäiskaupan suuryksikkö muualle kuin keskusta-alueelle. Laissa ei kuitenkaan ole nimenomaista kieltöä kaupan laadun (toimialan) huomioimisesta osana kaavaratkaisua. Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka on lakimuutoksen jälkeenkin keskusta-alue. Suuryksikkö voidaan kuitenkin sijoittaa myös muualle edellyttäen, että kaupan palvelujen saavutettavuus otetaan huomioon sijoituksen perusteena. Saavutettavuudella tarkoitetaan kaupan palvelujen sijoittumista suhteessa asuinalueiden sijaintiin ja palvelujen käyttäjien mahdollisuuksiin saavuttaa nämä palvelut eri kulkumuodoilla. Sijoittumiseen muualle kuin keskustaan voi olla myös muita perusteita kuitenkin niin, että palvelujen saavutettavuus tulee aina ottaa huomioon. Muita perusteita voivat olla esimerkiksi toimivan kilpailun kehittämisen edistäminen ja erilaisten liiketoimintamallien kehittäminen.

Lakimuutoksen perusteluissa seudullisesti merkittävän suuryksikön kerrosalarajan noston arvioidaan kasvattavan myymäläkokoja erityisesti päivittäistavarakaupassa. Tällöin saattaa olla vaarana lähikauppaverkon harventuminen, mikäli myymälämäärä vähenee myynnin keskittyessä suurempiin yksiköihin. Lähikauppaverkon supistuminen heikentäisi erityisesti autottomien kotitalouksien ja ikääntyneiden kauppapalveluiden saavutettavuutta. Toisaalta kaupan palvelujen saavutettavuuden huomioiminen sijoitettaessa kaupan palveluja keskusta-alueiden ulkopuolelle tukee eri väestöryhmien yhdenvertaisuutta.

Toteutetut muutokset vähentävät merkittävästi niiden myymälöiden joukkoa, jotka kuuluvat vähittäiskaupan suuryksikköjä koskevan erityisen sijainnin ohjauksen piiriin. Lakimuutoksen myötä vähittäiskaupan suuryksikköjä koskeva sijainnin ohjaus on rajattu koskemaan vain niitä myymälöitä, joilla on yhdyskuntarakenteeseen, liikenteeseen tai kaupan palvelujen saavutettavuuteen kohdistuvia merkittäviä vaikutuksia. Tämä edistää kaupan palvelujen sijoittumista maakuntakaavassa keskustatoiminnoille tarkoitettuille alueille, kun näiden alueiden kaupan palveluja voidaan kehittää ilman vähittäiskaupan suuryksikköjen enimmäismitoituksesta johtuvaa rajoitusta.

Myös keskusta-alueen määrittelyä on lakimuutoksen yhteydessä tarkennettu. Keskusta-alueella tarkoitetaan maakunnan, kunnan tai sen osan toiminnallisesti keskeistä aluetta, jossa sijaitsee tiiviisti ja monipuolisesti keskustahakuisia palvelutoimintoja, kuten erikoiskauppaa, päivittäistavara-kauppaa, vapaa-ajan palveluja ja julkisia palveluja sekä merkittävässä määrin eri toimialojen työpaikkoja ja asutusta. Keskusta-alue on hyvin saavutettavissa ja sinne on hyvät liikenneyhteydet ympäröiviltä asuinalueilta. Keskusta-alue on kunnan keskustaajaman tai sen alakeskuksen osa-alue ja keskusta-alueita ympäröi aina taajama-alue. Olemassa olevat keskusta-alueet, niiden mahdolliset laajennusalueet sekä uudet keskusta-alueet voidaan osoittaa maakunta- ja yleiskaavassa keskustatoimintojen alueina (HE 251/2016 vp).

3. TOIMINTAYMPÄRISTÖN ANALYYSI

3.1 Kaupan palvelujen tarjonta

3.1.1 Kaupan palveluverkko

Vuonna 2018 Akaassa toimi yhteensä 56 vähittäiskaupan myymälää, joista 15 oli päivittäistavara-kaupan myymälöitä (taulukko 1). Päivittäistavara-kaupan myymälöistä 2 oli isoja supermarketteja (yli 1 000 m²), 1 pieni supermarket (yli 400 m²), 2 valintamyymälöitä (100 - 400 m²) ja 1 itsepalvelutavaratalo. Muut myymälät olivat pieniä päivittäistavara-kaupan erikoismyymälöitä ja kioskeja. Tilastokeskuksen luokittelussa päivittäistavaramyymälöihin lasketaan kuuluviksi lisäksi myös Alko ja luontaistuotemyymälät.

Erikoiskaupan myymälöitä Akaassa toimi vuonna 2018 yhteensä 41. Toimialoilla, jotka sisältävät pääosin tilaa vaativan erikoiskaupan myymälöitä (huonekalu-, kodintekniikka- ja rautakauppa sekä muu tilaa vaativa kauppa kuten puutarha-alan kauppa ja venekauppa) toimi 10 myymälää. Mootoriajoneuvojen kaupan alalla toimi lisäksi 44 myymälää, joista 13 oli varsinaisia auto- ja autotarvikemyymälöitä (muut olivat pääasiassa huoltoliikkeitä, joissa on myös varaosamyymäntiä). Muun eli ns. keskustahakuisen erikoiskaupan toimialoilla kaupungissa toimi yhteensä 31 myymälää. Keskustahakuiseen erikoiskauppaan kuuluvat apteekit, kosmetiikkamyymälät ym., muotikaupat, sekä ns. pienet erikoiskaupat kuten optikot, kelloliikkeet ja kukkakaupat (ks. liite 1). Akaan päivittäistavara-kaupan ja erikoiskaupan myymälät sijoittuivat pääasiassa Toijalaan ja Viialaan, mutta myös Kylmäkoskella on kaupan palveluja mm. Kauppakeskus Millerissä.

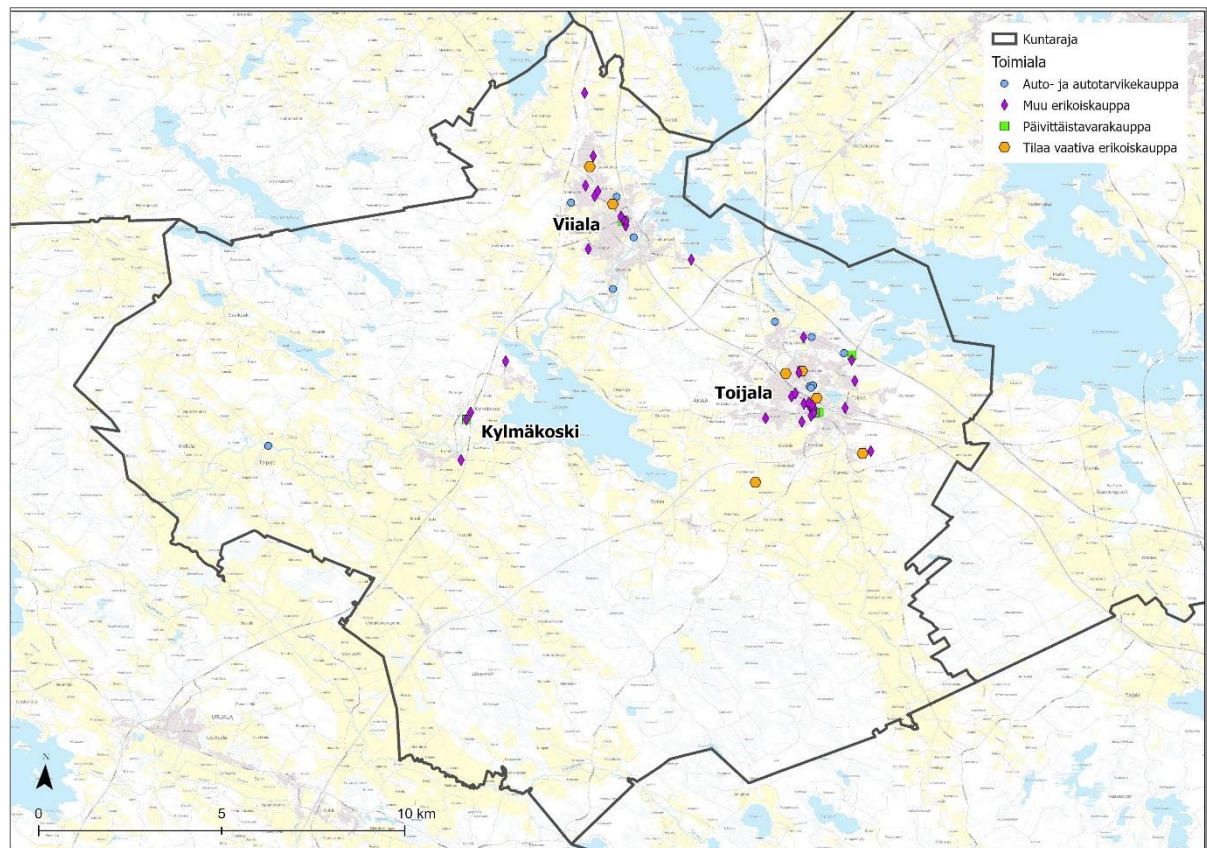
Taulukko 1. Vähittäiskaupan myymälät Akaassa vuosina 2013 ja 2018 (Tilastokeskus, yritys- ja toimipaikkarekisteri).

	Toimipaikat		Muutos 2013-2018		Koko maa (%)
	2013	2018	lkm	%	
Vähittäiskauppa (TOL 47)	73	56	-17	-23 %	-13 %
Päivittäistavara-kauppa ja tavaratalot	22	15	-7	-32 %	-9 %
Tilaa vaativa kauppa	9	10	1	11 %	-13 %
Muu erikoistavara-kauppa	42	31	-11	-26 %	-15 %

Vertailun vuoksi (2018):

- | | | |
|---------------|------------------------------|----------------------------|
| • Tampere | 259 päivittäistavaramyymälää | 747 erikoiskaupan myymälää |
| • Urjala | 5 päivittäistavaramyymälää | 15 erikoiskaupan myymälää |
| • Vesilahti | 6 päivittäistavaramyymälää | 7 erikoiskaupan myymälää |
| • Lempäälä | 31 päivittäistavaramyymälää | 124 erikoiskaupan myymälää |
| • Pirkkala | 21 päivittäistavaramyymälää | 59 erikoiskaupan myymälää |
| • Valkeakoski | 23 päivittäistavaramyymälää | 45 erikoiskaupan myymälää |

Vähittäiskaupan myymäläverkko Akaassa on harventunut viime vuosina, sillä vuonna 2013 vähittäiskaupan myymälöitä oli yhteensä 73. Vähennys vuoteen 2018 oli siten 17 myymälää. Eniten myymälöitä on poistunut muun erikoiskaupan alalta (11 myymälää, -26 %). Myös koko maan tasolla eniten vähittäiskaupan myymälöitä on poistunut muun erikoiskaupan alalta (-15 %).



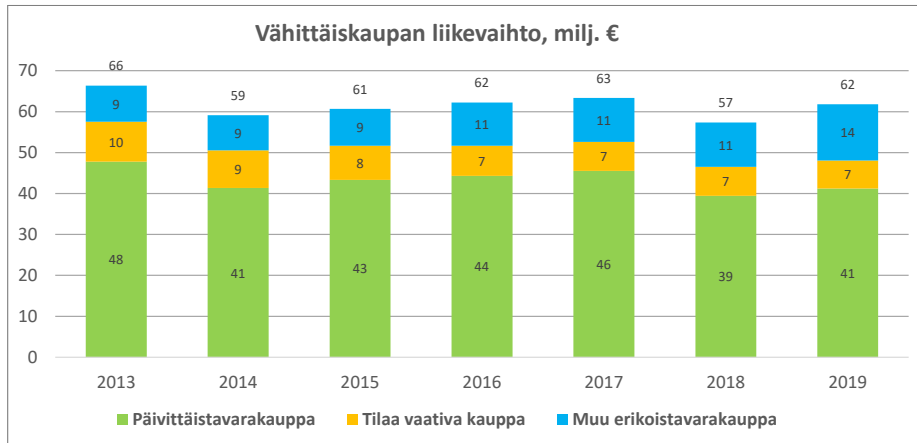
Kuva 3 Akaan vähittäiskaupan myymälät 2018. Päivittäistavarakaupan osalta kartalla esitetään vain varsinaiset päivittäistavaramyymälät ja itsepalvelutavaratalo (laajan tavaravalikoiman myymälä) (Tilastokeskus 2021).

3.1.2 Vähittäiskaupan liikevaihto

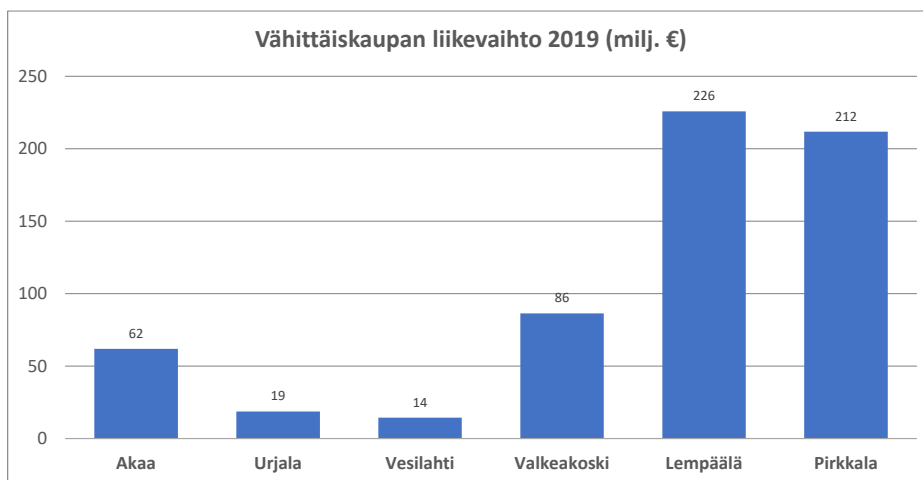
Vähittäiskaupan liikevaihto Akaassa oli vuonna 2019 yhteensä noin 62 miljoonaa euroa, mikä on noin 4 miljoonaa euroa pienempi kuin vuonna 2013 (kuva 4). Liikevaihdosta noin 41 miljoonaa euroa kertyi päivittäistavarakaupan ja tavaratalojen toimialalta, noin 7 miljoonaa euroa tilaa vaativan erikoiskaupan ja noin 14 miljoonaa euroa muun eli keskustahakuisen erikoiskaupan toimialoilta. Erikoiskaupassa liikevaihto on pysynyt suunnilleen samalla tasolla vuodesta 2013 lähtien myymälämäärän vähenemisestä huolimatta. Tilaa vaativan erikoiskaupan liikevaihto on pienentynyt, mutta muun eli keskustahakuisen erikoiskaupan liikevaihto kasvanut.

Päivittäistavarakaupassa muutos 2013 - 2019 on ollut erikoiskaupaa suurempi, sillä liikevaihto on pienentynyt noin 7 miljoonalla eurolla. Päivittäistavarakaupan myymälämäärä on vähentynyt, eivätkä toimintaansa jatkaneet myymälät ole kyenneet tehostamaan toimintaansa niin, että liikevaihto koko kaupungin tasolla olisi pysynyt ennallaan.

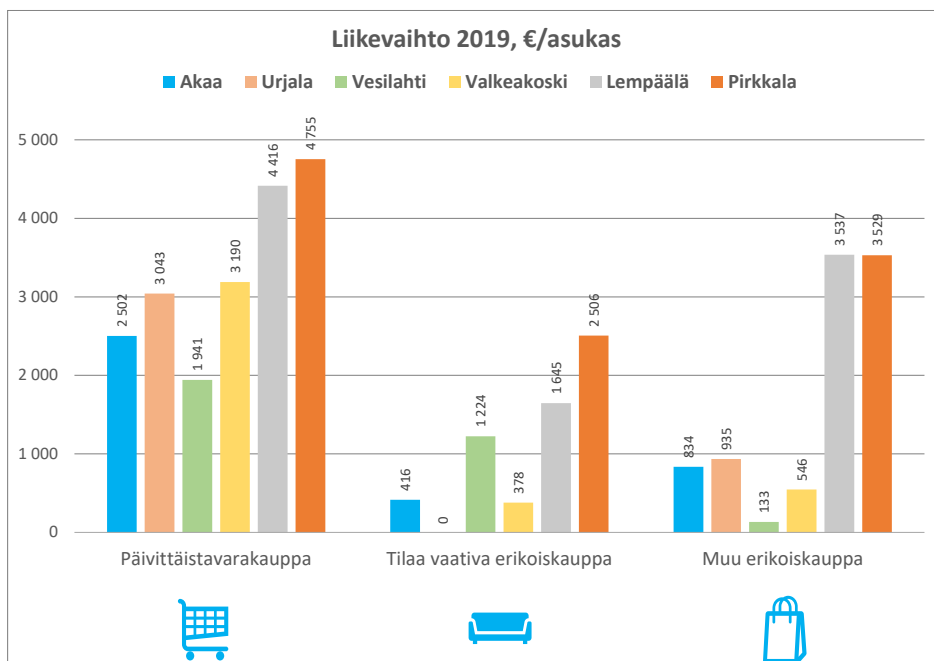
Naapuri- ja lähikunnista liikevaihto oli Akaata suurempi Valkeakoskella (noin 86 milj. €), Lempäälässä (noin 226 milj. €) ja Pirkkalassa (noin 212 milj. €). Vesilahdella ja Urjalassa liikevaihto oli Akaata pienempi (kuva 5). Myös asukasta kohti lasketussa liikevaihdossa kuntien välinen tilanne oli suunnilleen sama, mutta kaupan toimialoittain tarkastellen Lempäälän ja Pirkkalan asema on selkeästi muita kuntia vahvempi erikoiskaupassa (kuva 6).



Kuva 4 Vähittäiskaupan liikevaihto toimialoittain Akaassa 2013 - 2019.



Kuva 5 Vähittäiskaupan liikevaihto Akaassa ja naapurikunnissa 2019.

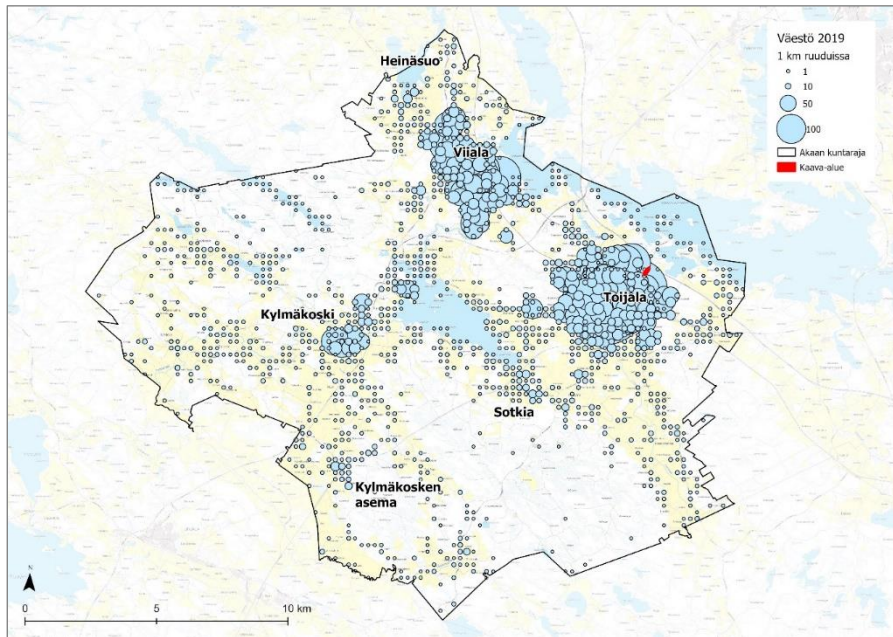


Kuva 6 Vähittäiskaupan liikevaihto €/asukas Akaassa ja naapurikunnissa 2019.

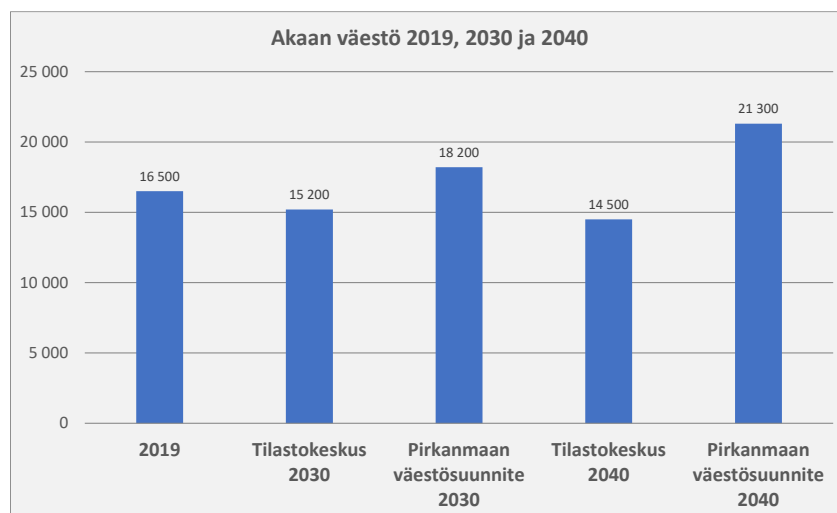
3.2 Kaupan palvelujen kysyntä

3.2.1 Väestö

Akaan väestömäärä vuoden 2019 lopussa oli noin 16 500. Väestö sijoittuu Pääosin Toijalaan, Viialaan ja Kylmäkoskelle (kuvat 7 ja 8). Tilastokeskuksen uusimman väestöennusteen mukaan kaupungin väkiluku vuonna 2030 on noin 15 200 (-1 300) ja vuonna 2040 noin 14 500 (-2 000 asukasta). Pirkanmaan väestösuunnitteen 2040 (Pirkanmaan liitto 2014) mukainen väestömäärä vuonna 2040 on noin 21 300 (+4 800 asukasta) ja tästä tasaisella vuosikasvulla 2013 - 2040 johdettuna vuonna 2030 noin 18 200 (+1 700).



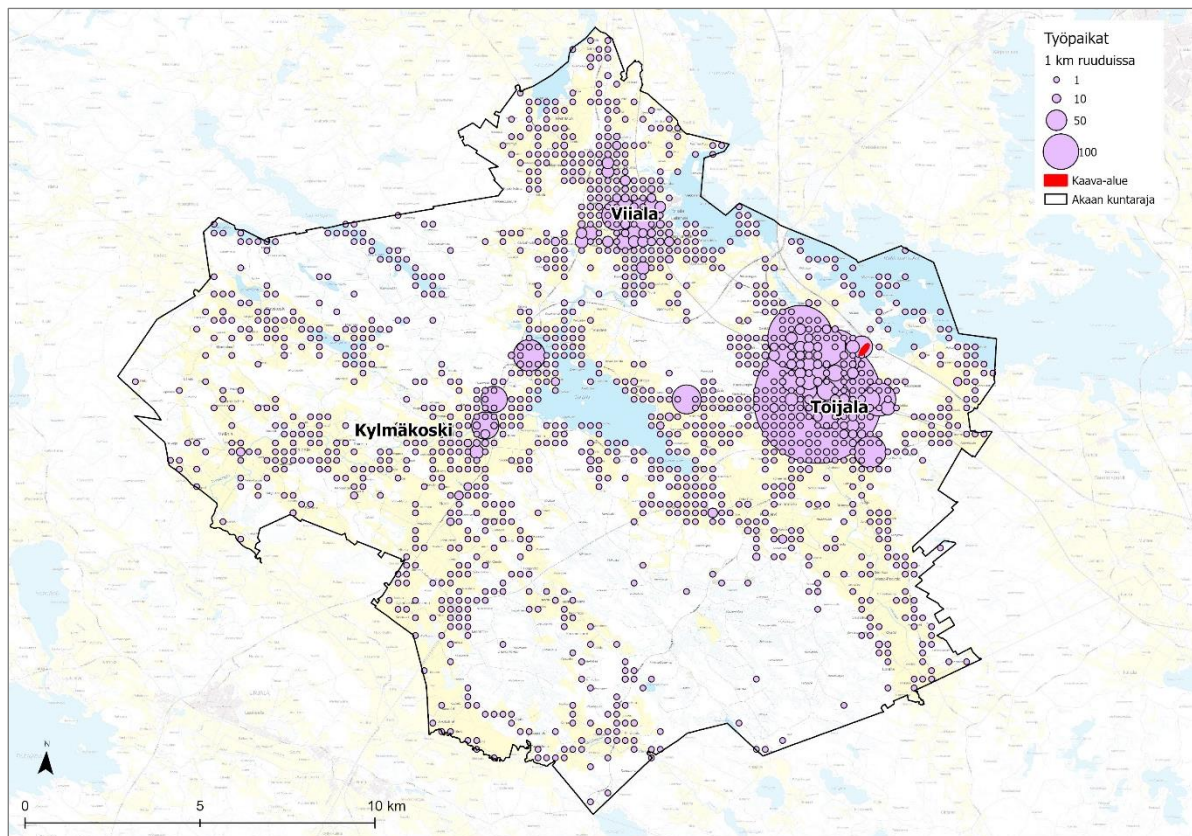
Kuva 7 Väestön sijoittuminen vuonna 2019 (Tilastokeskus, Ruututietokanta).



Kuva 8 Akaan väestömäärä 2019, 2030 ja 2040 Tilastokeskuksen väestöennusteen ja Pirkanmaan väestösuunnitteen (Pirkanmaan liitto 2014) mukaan.

3.2.2 Työpaikat

Vuonna 2018 Akaassa oli noin 4 800 työpaikkaa. Valtaosa työpaikoista sijoittui Toijalaan, mutta myös Viialassa ja Kylmäkoskella oli selkeät työpaikkakeskittymät (kuva 9).



Kuva 9 Työpaikkojen sijoittuminen 2019 (Tilastokeskus, Ruututietokanta).

3.2.3 Vapaa-ajan asukkaat

Akaassa oli vuonna 2019 on noin 900 vapaa-ajan asuntoa (www.tilastokeskus.fi), joista ulkokuntalaiset (vapaa-ajan asunnon Akaassa omistavat, mutta muualla asuvat) toivat kaupunkiin lisäostovoimaa.

3.2.4 Ostovoima ja ostovoiman siirtymä

Vähittäiskaupan ostovoimaa arvioidaan keskimääräisen asukaskohtaisen kulutusluvun kautta. Kulutusluku tarkoittaa yhden henkilön vuodessa vähittäiskauppaan kuluttamaa rahamäärää. Kertomalla kulutusluku alueen väestömäärällä saadaan arvio alueella vähittäiskauppaan kohdistuvasta ostovoimasta. Ostovoimalaskelmien perusteena käytettiin Santasalo Ky:n vuoden 2019 kulutuslukuja (www.santasalo.fi). Ostovoiman arvioinnin lähtökohdaksi otettiin Akaan vuoden 2019 väestömäärä. Ostovoiman kasvu vuosiin 2030 ja 2040 laskettiin sekä tilastokeskuksen väestöennusteseen että Pirkanmaan väestösuunnitteen 2040 mukaiseen väestömäärään perustuen.

Pitkälle tulevaisuuteen ulottuvat ostovoimalaskelmat sisältävät aina epävarmuutta. Ostovoimalaskelmissä tärkeimmät muuttujat ovat väestöennuste ja kulutusluku. Jos jompikumpi kasvaa selvästi laskelmissa oletettua tasoa vähemmän, on kaupan palveluilla huonommat toteutumisedellytykset. Tässä selvityksessä kulutuksen kasvun arvioitiin olevan päivittäistavarakaupassa 1 %/vuosi ja erikoiskaupassa 2 %/vuosi. Eri tahojen tekemät arviot yksityisen kulutuksen kasvusta voivat poiketa merkittävästi toisistaan. Kasvuarviot vaihtelevat myös toimialoittain. Tässä selvityksessä käytetyt kasvuarviot kuvaavat maltillisesti ja realistisesti kulutuksen kehitystä, minkä vuoksi niitä käytetään yleisesti kaupan selvityksissä.

Ostovoimalaskelmat antavat suuntaa alueen asukkaiden kauppaan käytettävissä olevista euroista, mutta kulutustottumukset voivat muuttua nykyisestä. Tavaroiden sijaan kulutus voi suuntautua tulevaisuudessa entistä enemmän palveluihin ja verkkokauppaan. Myös väestön ikääntyminen voi vaikuttaa kulutuskäyttäytymiseen ja liiketilojen kysyntään huomattavasti. Ennusteet ja laskelmat on kuitenkin tehtävä tämänhetkisen tiedon perusteella ja hyväksyttävä tulevaisuuden ennustamiseen liittyvä epävarmuus.

Taulukko 2 Vähittäiskaupan kulutusluvut ja arvio kehityksestä (€/asukas/vuosi).

	2019	2030	2040
Päivittäistavarakauppa ja Alko	3 800	4 300	4 700
Tilaa vaativa erikoiskauppa	1 400	1 800	2 100
Muu erikoiskauppa	2 500	3 100	3 700
Vähittäiskauppa yhteensä	7 700	9 200	10 500

Koko vähittäiskaupan ostovoima Akaassa vuonna 2019 oli noin 127 miljoonaa euroa. Päivittäistavarakaupan osuus ostovoimasta oli noin 63 miljoonaa euroa ja erikoiskaupan osuus noin 64 miljoonaa euroa (tilaa vaativa erikoiskauppa noin 23 milj. € ja muu erikoiskauppa noin 41 milj. €).

Ostovoima vuonna 2030 ja 2040 Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaisena

Vuonna 2030 ostovoima on noin 139 miljoonaa euroa eli noin 12 miljoonaa euroa enemmän kuin vuonna 2019. Päivittäistavarakaupassa ostovoima kasvaa noin 2 miljoonaa euroa, tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 4 miljoonaa euroa ja muussa erikoiskaupassa noin 6 miljoonaa euroa

Vuonna 2040 ostovoima on noin 154 miljoonaa euroa eli noin 27 miljoonaa euroa enemmän kuin vuonna 2019. Päivittäistavarakaupassa ostovoima kasvaa noin 5 miljoonaa euroa, muussa erikoiskaupassa noin 14 miljoonaa euroa ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 8 miljoonaa euroa.

Ostovoima vuosina 2030 ja 2040 Pirkanmaan väestösuunnitteen (Pirkanmaan liito 2014) mukaisena

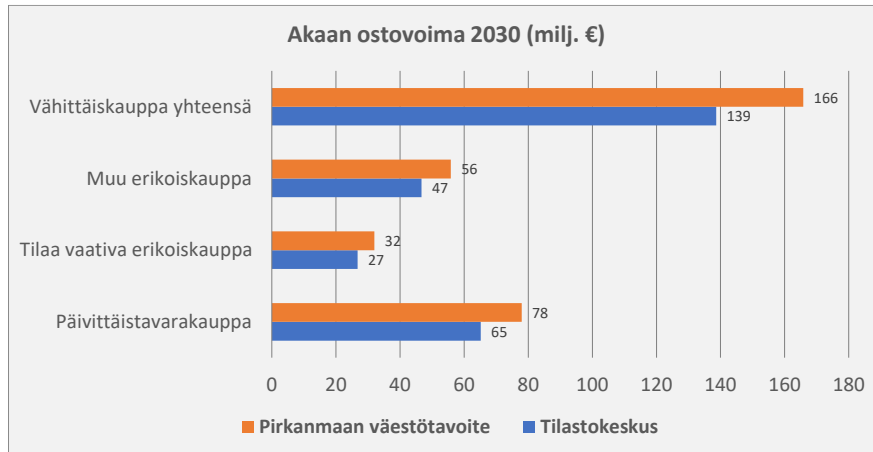
Vuonna 2030 Akaan ostovoima on noin 166 miljoonaa euroa eli noin 39 miljoonaa euroa enemmän kuin vuonna 2019. Päivittäistavarakaupassa ostovoima kasvaa noin 15 miljoonaa euroa, muussa erikoiskaupassa noin 15 miljoonaa euroa ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 9 miljoonaa euroa.

Vuonna 2040 ostovoima on noin 226 miljoonaa euroa eli noin 99 miljoonaa euroa enemmän kuin vuonna 2019. Päivittäistavarakaupassa ostovoima kasvaa noin 38 miljoonaa euroa, muussa erikoiskaupassa noin 39 miljoonaa euroa ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 22 miljoonaa euroa.

Ennusteen ja suunnitteen välinen ero

Ero väestöennusteen ja väestösuunnitteen välillä vuonna 2030 on

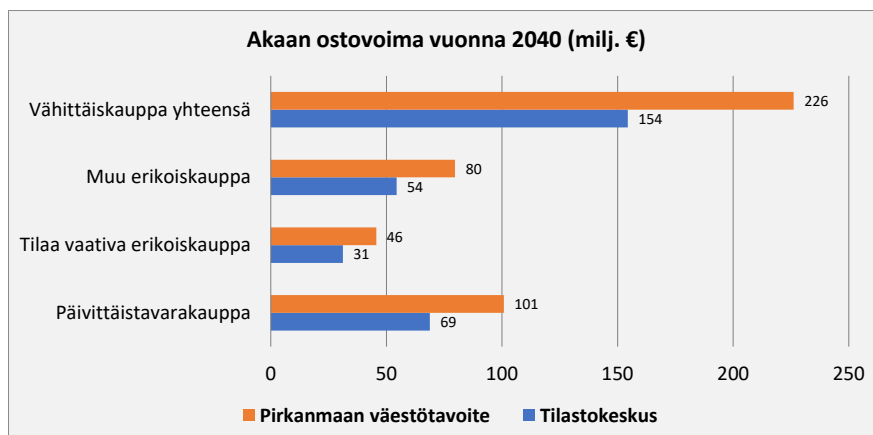
- koko vähittäiskaupassa noin 27 milj. €
- päivittäistavarakaupassa noin 13 milj. €
- tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 5 milj. €
- muussa erikoiskaupassa noin 9 milj. €



Kuva 10 Akaan ostovoima vuonna 2030 Tilastokeskuksen väestöennusteen ja Pirkanmaan väestösuunnitteen mukaan.

Ero väestöennusteen ja väestösuunnitteen välillä vuonna 2040 on

- koko vähittäiskaupassa noin 72 milj. €
- päivittäistavarakaupassa noin 32 milj. €
- tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 14 milj. €
- muussa erikoiskaupassa noin 25 milj. €

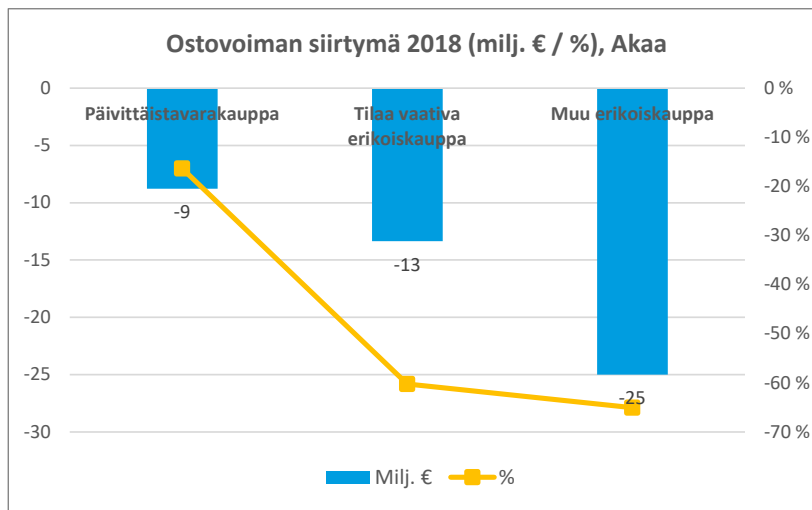


Kuva 11 Akaan ostovoima vuonna 2040 Tilastokeskuksen väestöennusteen ja Pirkanmaan väestösuunnitteen mukaan.

Ostovoimatarkasteluissa on pidettävä mielessä, että ostovoima kuvaa kuluttajien ostovoimapotentiaalia tietyllä alueella. Se ei kerro suoraan, missä tämä potentiaali toteutuu myyntinä. Ostovoiman siirtymä on kunkin alueen vähittäiskaupan myynnin ja ostovoiman erotus. Kuluttajat eivät tee kaikkia ostoksia omalta paikkakunnalta, vaan osa ostoksista tehdään oman asuinalueen ja oman kunnan ulkopuolelta. Vastaavasti muualla asuvat tuovat asianomaiselle paikkakunnalle ulkopuolista ostovoimaa. Kun ostovoiman siirtymä on positiivinen eli myynti on suurempi kuin ostovoima, kaupan palvelut ovat vetovoimaisia ja saavat ostovoimaa muualta. Kun ostovoiman siirtymä on negatiivinen eli myynti on pienempi kuin ostovoima, ostovoimaa siirtyy muualle.

Vuonna 2018 Akaan ostovoiman siirtymä oli negatiivinen. Koko vähittäiskaupassa ostovoimaa virtasi ulos arviolta noin 47 miljoonaa euroa (41 % ostovoimasta). Päivittäistavarakaupassa ulosvirtaus oli noin 9 miljoonaa euroa (16 %), tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 13 miljoonaa euroa (60 %) ja muussa erikoiskaupassa noin 25 miljoonaa euroa (65 %). Ulosvirtaus kertoo siitä, että Akaan kaupallinen tarjonta ei riitä täyttämään alueen asukkaiden tarpeita. Erikoiskaupan ostovoimi-

maa virtaa erityisesti Tampereen suuntaan, mutta enenevässä määrin myös verkkokauppaan. Kuvassa 14 esitetyt ostovoiman virtauslukemat ovat suuntaa-antavia päivittäis- ja erikoistavarakaupan arvonlisäkannoissa olevien erojen vuoksi.



Kuva 12 Ostovoiman siirtymä vuonna 2018.

3.2.5 Liiketilän laskennallinen lisätarve

Ostovoiman kasvu mahdollistaa kaupan paremmat toimintamahdollisuudet. Nykyiset yritykset voivat kasvattaa myyntiään ja uusille yrityksille voi syntyä riittävät toimintaedellytykset. Kaupan liiketilän lisätarve arvioitiin Akaan asukkaiden ostovoiman kasvun ja kaupan tunnuslukujen perusteella. Liiketilän lisätarve on laskennallinen luku, joka ei liity kaupan olemassa olevan liiketilän määrään. Tilantarve kuvaa liiketilän lisätarpeen suuruusluokkaa tilanteessa, jossa kaikki ostovoiman kasvu kohdistuu uusperustantaan eli uusiin myymälöihin. Käytännössä osa ostovoiman kasvusta kohdistuu nykyisten yritysten myynnin kasvuun ja vain osa vaatii uutta liiketilaa. Toisaalta mahdollinen ostovoiman vuodon vähentyminen, myymäläkannan poistuma ja alueen ulkopuolelta tuleva ostovoima lisäävät liiketilän tarvetta. Keskeinen tilatarpeeseen vaikuttava tekijä on myös myyntitehokkuus. Myyntitehokkuus vaihtelee erikoiskaupassa toimialoittain ja päivittäistavarakaupassa myymälätyypeittäin (korkein suurissa yksiköissä). Näin ollen myös uusperustannan rakenne vaikuttaa lopulliseen tilantarpeeseen. Liiketilän laskennallinen tarve perustuu seuraaviin tunnuslukuihin:

- myyntialan muunto kerrosalaksi kertoimella 1,25
- myyntitehokkuus päivittäistavarakaupassa 10 600 €/my-m², ja tilaa vaativassa erikoiskaupassa 7 200 €/my-m² ja muussa erikoiskaupassa 5 400 my-m²
- kaavallinen ylimitoitus kertoimella 1,3
- verkkokauppa pienentää pinta-alan tarvetta 10 %

Liiketilän lisätarve vuosina 2030 ja 2040 Tilastokeskuksen väestöennusten mukaisena

Akaan vähittäiskaupan liiketilän laskennallinen lisätarve vuonna 2030 on noin 2 200 k-m². Liiketilän lisätarpeesta kohdistuu päivittäistavarakauppaan noin 200 k-m² ja erikoiskauppaan noin 2 000 k-m² (tilaa vaativa erikoiskauppa 600 k-m² ja muu erikoiskauppa 1 400 k-m²).

Akaan vähittäiskaupan liiketilän laskennallinen lisätarve vuonna 2040 on noin 5 300 k-m². Liiketilän lisätarpeesta kohdistuu päivittäistavarakauppaan noin 700 k-m² ja erikoiskauppaan noin 4 600 k-m² (tilaa vaativa erikoiskauppa 1 400 k-m² ja muu erikoiskauppa 3 200 k-m²).

Liiketilän lisätarve vuosina 2030 ja 2040 Pirkanmaan väestösuunnitteen 2040 (Pirkanmaan liitto 2014) mukaisena

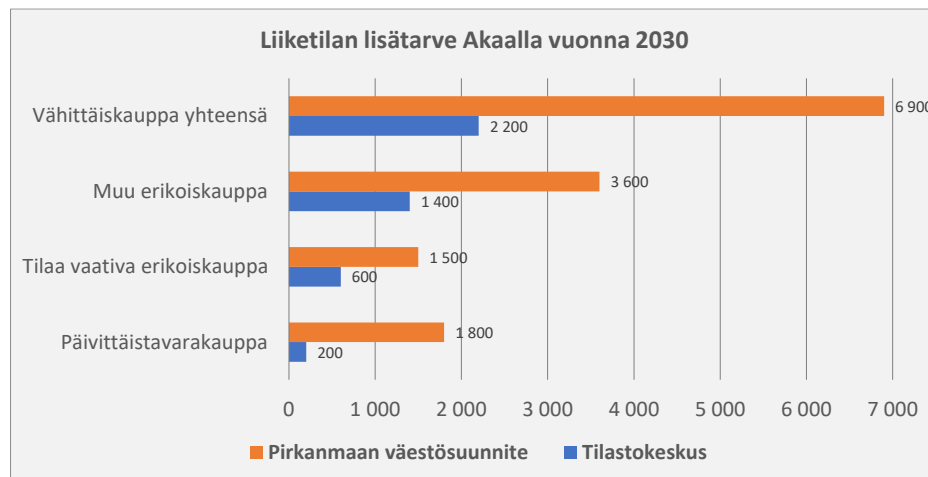
Akaan vähittäiskaupan liiketilän laskennallinen lisätarve vuonna 2030 noin 6 900 k-m². Liiketilän lisätarpeesta kohdistuu päivittäistavarakauppaan noin 1 800 k-m² ja erikoiskauppaan noin 5 100 k-m² (tilaa vaativa erikoiskauppa 1 500 k-m² ja muu erikoiskauppa 3 600 k-m²).

Akaan vähittäiskaupan liiketilän laskennallinen lisätarve vuonna 2040 noin 17 700 k-m². Liiketilän lisätarpeesta kohdistuu päivittäistavarakauppaan noin 4 500 k-m² ja erikoiskauppaan noin 13 200 k-m² (tilaa vaativa erikoiskauppa 4 000 k-m² ja muu erikoiskauppa 9 200 k-m²).

Ennusteen ja suunnitteen välinen ero

Ero väestöennusteen ja väestösuunnitteen välillä vuonna 2030 on

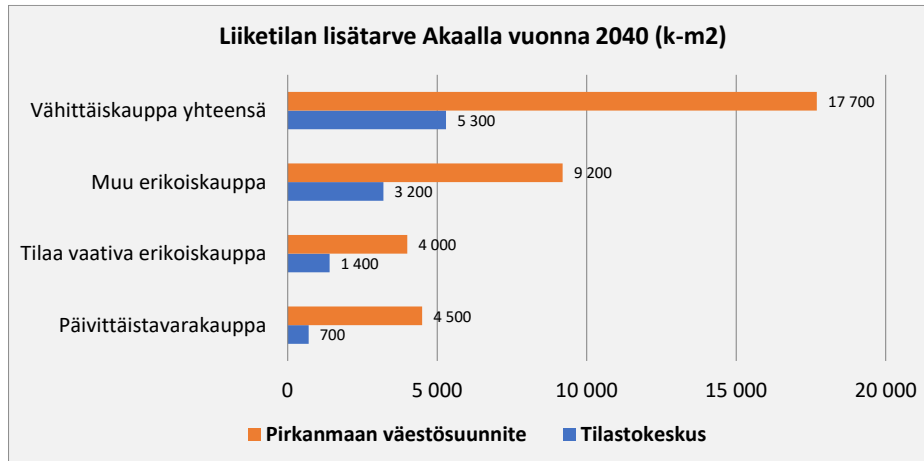
- koko vähittäiskaupassa noin 4 700 k-m²
- päivittäistavarakaupassa noin 1 600 k-m²
- tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 900 k-m²
- muussa erikoiskaupassa noin 2 200 k-m²



Kuva 13 Akaan liiketilän lisätarve vuonna 2030 Tilastokeskuksen väestöennusteen ja Pirkanmaan väestösuunnitteen mukaisina.

Ero väestöennusteen ja väestösuunnitteen välillä vuonna 2040 on

- koko vähittäiskaupassa noin 12 400 k-m²
- päivittäistavarakaupassa noin 3 800 k-m²
- tilaa vaativassa erikoiskaupassa noin 2 600 k-m²
- muussa erikoiskaupassa noin 6 000 k-m²



Kuva 14 Akaan liiketilän lisätarve vuonna 2040 Tilastokeskuksen väestöennusteen ja Pirkanmaan väestösuunnitteen mukaisina.

Vapaa-ajan asukkaat

Vapaa-ajan asukkaat tuovat kaupunkiin lisäostovoimaa ja sen myötä lisäliiketilatarvetta. Akaassa oli vuonna 2019 noin 900 vapaa-ajan asuntoa (www.tilastokeskus.fi), joista karkeasti arvioiden noin puolet voidaan olettaa olevan ulkokuntalaisten (vapaa-ajan asunnon Akaassa omistavien, mutta muualla asuvien eli Akaaseen lisäostovoimaa tuovien henkilöiden) omistuksessa. Tällä vapaa-ajan asukkaiden lisäostovoimalla ei voida katsoa olevan oleellista merkitystä kaupan toimintaan ja kehittämiseen. Akaan vapaa-ajan asukkaiden suhteellisen vähäisen määrän lisäksi asiaan vaikuttaa myös se, että vapaa-ajan asunnolla vietetään vain osa vuodesta. Vuonna 2015 vapaa-ajan asukkaat olivat mökillään koko maan tasolla keskimäärin 79 päivää (Saaristoasiain neuvottelukunta, maa- ja metsätalousministeriö 2016.)

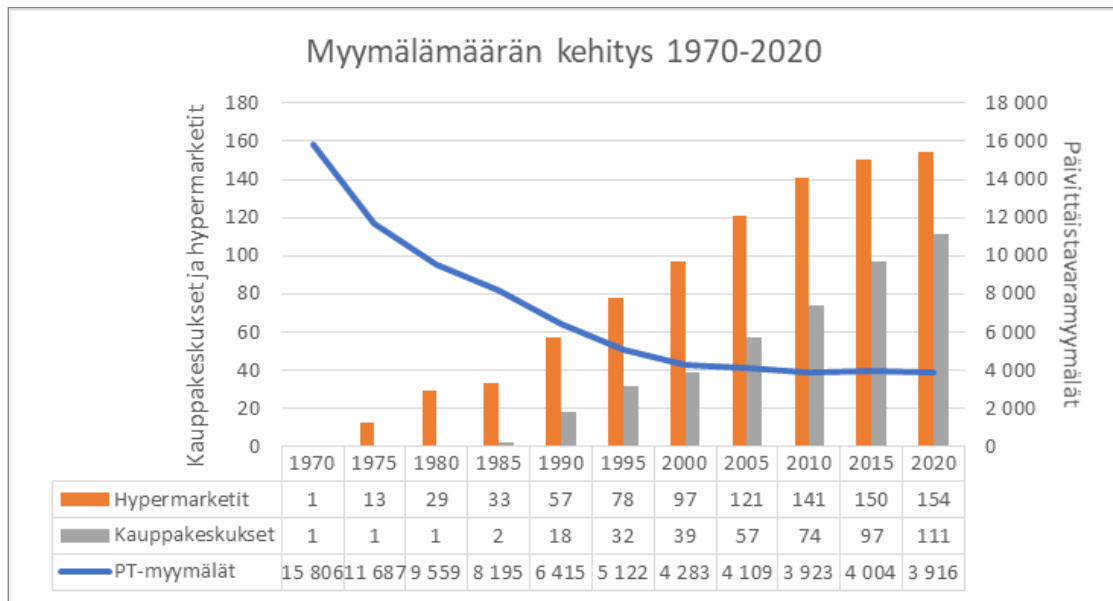
Yksi työelämää viime aikoina muuttaneista kehityssuunnista on etätöiden yleistymisen. Viimeksi kuluneen vuoden aikana koronaviruspandemia on lisännyt merkittävästi etätöiden tekemistä ja ainakin osan tästä kehityksestä arvioidaan jäävän pysyväksi. Osa etätöistä tehdään vapaa-ajan asunnolla, mikä tulee lisäämään siellä vietettävää aikaa. Muutoksen suuruudesta ja merkittävydestä ei kuitenkaan vielä ole mahdollista tehdä arvioita.

3.3 Kaupan kehitystrendit

3.3.1 Kauppojen lukumäärä ja liikevaihto

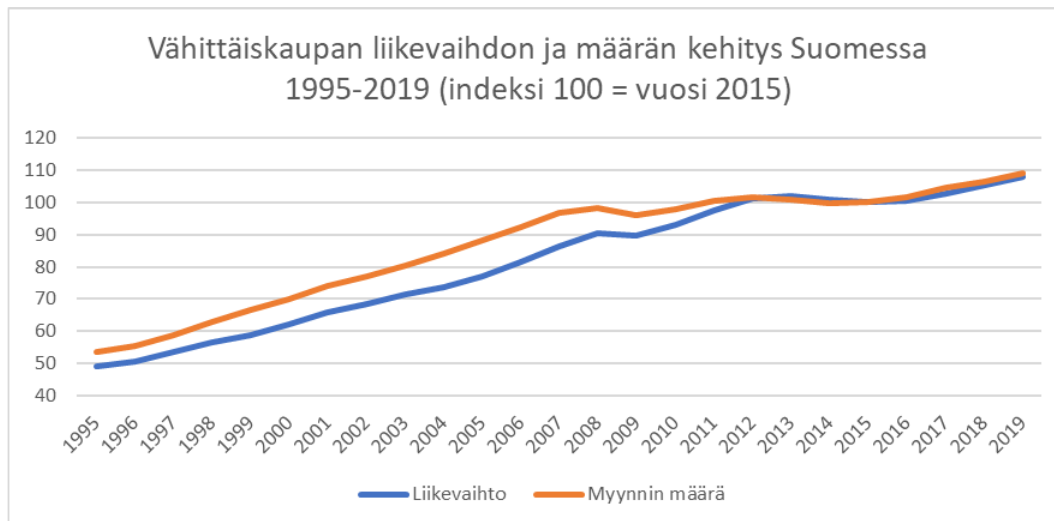
Vähittäiskaupan rakenne on keskittynyt ja ketjuuntunut voimakkaasti. Suuryksiköiden määrä (kauppakeskukset, tilaa vievän erikoiskaupan yksiköt ja hypermarketit) on kasvanut ja vastaavasti pienempien myymälöiden määrä on laskenut (kuva 17). Vähittäiskaupan myymälämäärät ovat vähentyneet erityisesti päivittäistavarakaupassa, jossa vielä vuonna 1990 oli yli 6 400 myymälää, mutta vuoteen 2020 mennessä myymälämäärä oli pienentynyt noin 3 900 myymälään.

Kaupan rakenteen muutos ja painottuminen entistä enemmän suurempiin yksiköihin on päivittäistavarakaupassa tarkoittanut esimerkiksi hypermarket-kokoluokan myymälämäärän merkittävää kasvua. Hypermarkettien määrä kasvoi vuosina 2000 - 2020 lähes 60:lla. Eräänlaisena vastatrendinä on kuitenkin havaittavissa erityisesti hyvän päivittäistavaravalikoiman supermarket-kokoluokan myymälöiden merkityksen kasvu sekä toisaalta hiljaisena signaalina pienempien paikallisten lähipalveluiden paluu kaupunkien katukuvaan (esimerkiksi pienemmät liha- ja kalaliikkeet sekä leipomot). Myös kauppakeskusten määrän kasvu on ollut huomattava: vuonna 2000 Suomessa oli noin 40 kauppakeskusta, mutta vuoteen 2020 mennessä kauppakeskusten määrä oli kasvanut yli sataan.



Kuva 15 Vähittäiskauppojen lukumäärän kehitys 1970 - 2020.

Vuonna 2018 Suomen vähittäiskaupan liikevaihto oli noin 41,6 miljardia euroa. Kuvassa 18 havainnollistetaan vähittäiskaupan kehitystä liikevaihto- ja määraindeksin avulla. Kaaviossa indeksiluku 100 kuvaa vuoden 2015 tilannetta. Vähittäiskaupan liikevaihto on vuodesta 2015 kasvanut jonkin verran: vuonna 2019 indeksi oli noin 109. Kasvu on vuonna 2008 alkaneen taantuman jälkeen ollut selkeästi hitaampaa kuin ajanjaksolla tätä ennen. Taustalla on kuitenkin myös esim. kulutustottumuksissa tapahtuneet muutokset sekä ulkomaisen verkkokaupan entistä suurempi merkitys. Liikevaihdon heikon kehityksen lisäksi merkittävä muutos on kauppakeskusten entistä suurempi markkinaosuus: kauppakeskusten markkinaosuus oli 13 % vuonna 2008 ja 16 % vuonna 2016.



Kuva 16 Vähittäiskaupan liikevaihdon ja määrän kehitys Suomessa 2000-2016 (Lähde: Tilastokeskus, kaupan liikevaihtokuvaaja).

3.2.1 Verkkokaupan kehitys ja digitalisaatio

Suomalaiset ostivat vuonna 2018 koti- ja ulkomaisista verkkokaupoista yhteensä noin 2,9 miljardin euron edestä vähittäiskaupan tuotteita. Vuonna 2018 noin 47 % suomalaisista oli ostanut jotain

netistä viimeksi kuluneiden kolmen kuukauden aikana. Iältään 35 - 44 vuotiaista nettiostoksia oli tehnyt kolme neljästä.

Verkkokaupan myynti kasvoi vuosina 2017 - 2018 noin 6 % ja ennustettu kasvu vuodelle 2019 oli 8 %. Verkkokaupan kasvu on selkeästi nopeampaa kuin vähittäiskaupan keskimäärin. Nettikauppa ja nettikaupan jakelu synnyttää uusia tarpeita liikkumiselle ja toimituksille (esimerkiksi drone-jakelu, pakettiautomaatit, palveluteiset ja kylmäsäilytys, jotka synnyttävät tarpeen innovatiivisille last-mile -ratkaisuille ja smart-teknologian hyödyntämiselle). Päivittäistavarakaupassa verkkokaupan osuus markkinasta on vain 0,4 %, mutta myynti voimakkaassa kasvussa. Päivittäistavarakaupassa digitalisaatio mahdollistaa myös mm. kaupat ilman henkilökuntaa sekä esimerkiksi robottijakelun.

Nettikauppa ja -palvelut sekä virtuaalikulutus vähentävät tarvetta fyysisille liiketiloille. Osin liiketilatarve siirtyy erilaisiin varasto- ja logistiikkatiloihin, joista verkkokauppatoimitukset lähetetään asiakkaille. Vähittäiskaupan siirtyminen verkkoon saattaa heikentää vähittäiskaupan fyysistä palvelutarjontaa pitkällä tähtäimellä. Toisaalta nettikauppa luo kuluttajille myös paljon mahdollisuuksia, koska tuotteiden tilaaminen syrjäseuduille helpottuu ja kuluttajalla on helposti saatavilla laaja ja monipuolinen tarjonta. Erilaisia kokeiluita jakelijärjestelmien kehittämisestä onkin käynnissä, esimerkiksi Posti on kokeillut robottikopterien käyttöä tavaroiden kuljetuksessa ja ruokaostosten toimitukseen suunniteltuja postilaatikoita haja-asutusalueilla.

3.2.2 Kulutuskäyttäytymisen muutos

Kaupan palveluiden kysyntään vaikuttavat erilaiset asiakkaiden kyvyissä, tarpeissa, arvoissa, elämäntilanteissa ja kiinnostuksen kohteissa tapahtuvat muutokset. Osa muutoksista on mitattavia, kuten väestön demografiassa tapahtuvat muutokset tai asukkaiden tulotason kehittyminen. Viime vuosina on noussut esiin myös tavaroiden kuluttamiseen liittyvä kuluttajavastaisuus. Jakamistalous on tapa jakaa, lainata tai vuokrata tavaroita omistamisen sijaan. Jakamistalouden taustalla olevia tekijöitä ovat mm:

- Digitalisoituminen ja mobiiliapplikaatiot
- Kaupungistuminen ja kaupunkikulttuuri
- Materiaalisen elintason nousu
- Toimeentulon pirstaloituminen, freelance-toiminta
- Uudet sosiaalisuuden muodot

Kulutuskäyttäytymisen muutosta (kysyntätekijöiden muutoksia ja pirstaloituvaa kuluttajakäyttäytymistä) kuvaavat mm. seuraavat ilmiöt:

- Kulutuskohteet muuttuvat yksilöllisemmiksi ja "suuri massa" kutistuu.
- Kulutusmahdollisuudet ja -kohteet ovat monikertaistuneet. Kaupan kanssa kulutuksesta kilpailevat erityisesti ravintolat, viihde ja matkailu. Tämän seurauksena kaupan kulutuksen suhteellinen osuus vähenee. Tämä näkyy jo nyt kauppakeskuksissa, joissa on tarjolla enemmän palveluita, ravintoloita ja viihdettä kaupan rinnalla.
- Kuluttajien eriytyminen jatkuu edelleen ja tuloerot kasvavat. Ääripäät ovat kaukana toisistaan: intohimoiset harrastajat vs. "kansa, joka katsoo televisiota". Kuluttajilla on myös aiempaa enemmän vapaa-aikaa, mikä merkitsee harrastuksiin panostamista ja kuluttamista. Harrastuksissa korostuu nettikauppa, josta löytyy erikoistuneempia tuotteita.
- Suomessa ikä on tärkein kulutuskäyttäytymistä selittävä tekijä ja seuraavana on tulo- ja koulutustaso. Yleistäen voidaan sanoa, että yli 60-vuotiaat asioivat hypermarketeissa, nuoret trendsetterit sen sijaan eivät. Korkeasti koulutetuilla korostuu kulutuksessa mm. vastuullisuus, luomu ja lähiruoka. Korkeasti koulutetut ja hyvätuloiset asioivat mieluummin kaupunkien keskustoissa ja niissä sijaitsevilla kaupoilla. Hyvän tulotason, mutta alhaisen koulutuksen omaavat sitä vastoin suuntaavat enemmän kauppakeskuksiin.

- Aikaa arvostetaan ja kauppa ja kauppakeskukset kilpailevat asiakkaan ajasta. Joko asiakkaan täytyy selviytyä vähemmällä ajalla eli asioinnin täytyy olla sujuvaa (erityisesti päivittäistavarakauppa ja tilaa vievä erikoiskauppa) tai asioinnin täytyy olla niin miellyttävää, että asiakas haluaa viettää aikaa myymälässä/kauppakeskuksessa/muussa ostosympäristössä.

3.2.3 Tarjonnan trendit

Tarjonnalla tarkoitetaan tässä yhteydessä sekä kaupan sijaintiin että valikoimiin liittyviä kysymyksiä. Tarjontaa muokkaamalla ja laajentamalla kauppa pyrkii vastaamaan liiketoiminnassaan kysynnässä tapahtuviin muutoksiin. Toisaalta tarjonnassa tapahtuvat muutokset ovat myös seurausta kaupan pyrkimyksistä tehostaa toimintaansa ja hakea kilpailuetua suhteessa muihin toimijoihin. Myös teknologinen kehitys luo mahdollisuuksia uusille konsepteille ja edellytyksiä toimia uusia tai useita tarjontakanavia pitkin. Muutosten taustalla saattaa myös olla muita ulkoisia muutosvoimia kuten poliittisen sääntelyn vaikutukset kaupan sijaintilogiikkaan tai tarjontaan.

Heikon taloudellisen tilanteen ja kiristyvän kilpailun myötä vähittäiskaupassa korostuu myyntitehokkuus (€/m²) entistä tärkeämpänä mittarina. Myymäläverkoston rakenteessa tämä tarkoittaa enemmän pienen mittakaavan konsepteja, joiden investoinnit ja sitä myötä myös riskit ovat pienempiä. Samalla tämä tarkoittaa parempia edellytyksiä optimoida myymäläverkon tiheyttä, niin että voidaan sijoittua lähemmäksi kuluttajaa ja reagoida nopeammin väestön rakenteessa tapahtuviin muutoksiin. Kaupan myymäläkoko on kasvanut pitkään samalla, kun myymäläverkosto on harventunut, mutta kehitys on nyt kääntynyt päinvastaiseen suuntaan ja esimerkiksi suuret kaupan keskusliikkeet panostavat lähikauppakonseptien kehittämiseen.

Kaupan konsepteissa nopeasti tapahtuvien muutosten myötä tulevaisuuden trendinä on myös laajemmin ottaen tilojen elinkaaren lyheneminen. Tulevaisuuden myymälärakennuksissa korostuvat tilojen joustavuus ja monikäyttöisyys - tilojen on oltava muuntautumiskykyisiä ja kaupan konsepteissa tapahtuviin muutoksiin on pystyttävä vastaamaan nopeasti. Erilaiset rakennusten ja tilojen tilapäiskäytöt yleistyvät esimerkiksi pop up -kulttuurin levitessä entistä laajemmin palveluiden ja vähittäiskaupan piiriin. Toinen merkittävä tilojen käyttöön liittyvä trendi on palveluiden määrän lisääntyminen; erilaiset yksityiset ja julkiset hyvinvointi-, viihde- ja kulttuuripalvelut sijoittuvat entistä enemmän esimerkiksi kauppakeskusten yhteyteen.

Vähittäiskaupan yritysten kansainvälistyminen ja ketjuuntuminen on ollut erityisen näkyvä ilmiö 2000-luvulla. Ketjuuntumisen myötä yritykset voivat hakea kilpailu- ja synergiaetuja mm. tehokkaamman toiminnan ja yhteisen markkinoinnin kautta. Vähittäiskauppa on jo voimakkaasti ketjuuntunut. Palvelujen osalta sama kehitys on kiihtymässä. Erityisesti nähtävillä on ollut globaalien ketjujen esiinmarssi ja kaupunkikuvaa ilmentävätkin monien kansainvälisten suuryritysten logot. Toisaalta globaalin rinnalle on tullut yhä enenevässä määrin lokaalisuus, paikallisuuden, luomun ja lähituotannon korostaminen. Lähi- ja luomuruoka on kansainvälisesti jo merkittävässä roolissa ja erilaisia pieniä maatilatoreja ja luomupuoteja on viime vuosina näkynyt suomalaisissakin kaupungeissa. Lähi- ja luomutuotanto tulee näkymään yksittäisten liikkeiden lisäksi yhä enenevässä määrin myös suurempien ketjujen valikoimissa.

3.2.4 Kauppakeskusten ja kivijalkakauppojen tulevaisuus

Internetin vuoksi kuluttajien vaatimukset fyysisiä myymälöitä kohtaan ovat kasvaneet. Kun myymälään tullaan paikan päälle, myymälämiljööltä odotetaan entistä enemmän (ns. elämyksellisyys). Kivijalkakaupat muuttuvat enemmän hybrideiksi, mikä merkitsee vähittäiskaupan ja palveluiden sekoittumista ja myymälöihin liittyvien oheispalvelujen kasvua (esimerkiksi kahvilat, ajanviettopalvelut, Shop-in-shop-konseptit, outletit ja pop up-myymälät). Myymälässä pitää olla jotain, mitä

nettikauppa ei tarjoa - esimerkiksi se, että tuotteet saa heti mukaan. Erityisesti ruokakaupassa logistiikka ei toimi vielä kunnolla ja suorat kotiinkuljetukset ovat kalliita eli on halvempaa noutaa tuotteet kotimatalla noutopisteestä.

Kauppakeskusten ja kivijalkakauppojen tulevaisuuteen liittyy myös toiminnan tehostaminen ja liiketilojen pienentäminen: nettikaupan vaikutukset (osa valikoimasta netissä) ja toiminnan tehostaminen yleisesti sekä tasapainoilu riittävän myymälävalikoiman ja liiketilatehokkuuden välillä. Suomessa kaupungit ovat tyypillisesti suurempia kuin muualla maailmassa.

Kauppakeskusten uudistumistarve tulee jatkossa olemaan tiheä ja kauppakeskusten koko pienentynee. Suuria kauppakeskuksia on vielä rakenteilla, mutta liiketilojen tehokkuusvaatimukset pienentävät liiketiloja jatkossa. Kauppakeskusten pinta-alasta entistä suurempi osa on palveluita, viihdettä ja ravintoloita, mutta myös julkisia palveluita ja liikuntapalveluita. Ravintoloissa trendinä ovat korkeatasoiset ravintolat, food court -alueita ei enää juurikaan tehdä. Kauneus- ja hyvinvointipalvelut lisääntyvät ja beauty bars on kasvava trendi. Myös viihde- ja elämyssektori valtaa tilaa kauppakeskuksista, mutta tämä toimii parhaiten kaupunkien keskustoissa sijaitseissa kohteissa. Vähittäiskauppa kohtaakin enemmän kilpailua muilta aloilta ja esimerkiksi ravintoloiden liikevaihto kasvaa nopeammin kuin vähittäiskaupan.

4. AKAAN KAUPAN PALVELUVERKKO 2040

4.1 Kaupan palveluverkon kehittämisen lähtökohdat

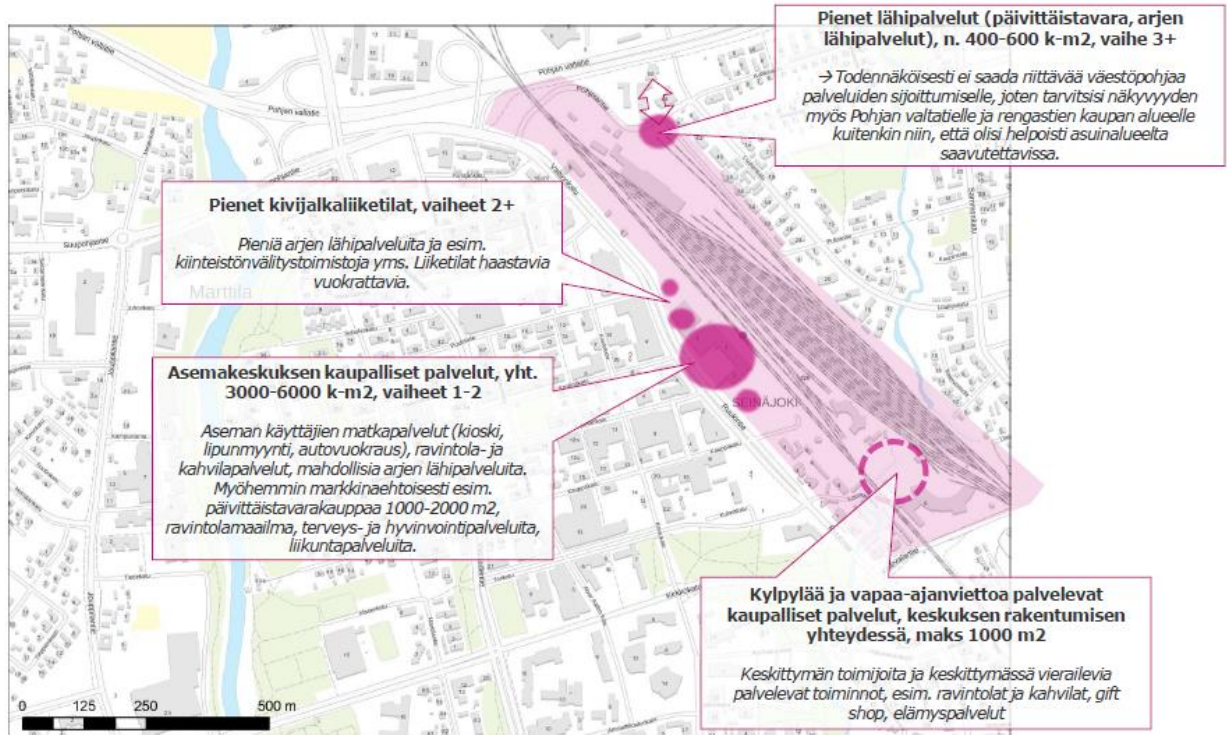
Akaan kaupan palveluverkon kehittämisen lähtökohdat strategisen yleiskaavan kannalta katsottuna voidaan tiivistää kuvassa 17 esitettävään nelikenttätarkasteluun.

<p>VAHVUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ostovoima kasvaa väestönkasvun myötä • Hyvä sijainti ja saavutettavuus (valtatiet 3 ja 9, rautatie) • Kaupan peruspalvelujen hyvä tarjonta • Kolme kaupan keskittymää väestön painopistealueilla eri puolilla kaupunkia antaa mahdollisuuden tasapainoiseen kaupan palveluverkon kehittämiseen 	<p>HEIKKOUEDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merkittävä ostovoiman ulosvirtaus • Vahvojen kaupan keskittymien läheisyys (Lempäälä, Pirkkala ja etenkin Tampere) • Päivittäistavarakaupan veturimyymälän (hypermarket) puute • Erikoiskaupan isojen ketjumuymälöiden vähäisyys (esimerkiksi Intersport)
<p>MAHDOLLISUUDET</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maakuntakaavan KM-merkintä Kylmäkoskella • Muut maankäytön kehittämishankkeet (esim. sataman alue ja Asemanseutu Toijalassa) • Kaupan toimijoiden kiinnostus sijoittua Akaalle (Vuoritien asemakaava-alueen uusi kaupan toimija ja muut kaupan hankkeet) • Liiketilarive kasvaa • Toijalan ja Viialan asemanseutujen kehittäminen 	<p>UHAT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ostovoiman ulosvirtaus kasvaa, jos kauppaa ei kehitetä • Ostovoima vähenee väestömäärän vähetessä • Kaupan investointihalukkuus vähenee vetovoimaisten kauppapaikkojen puuttuessa • Nettikaupan kehitys

Kuva 17 Akaan kaupan palveluverkon vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

Toijalan ja Viialan asemanseutujen kehittäminen tarjoaa merkittävän mahdollisuuden paitsi kaupan palvelujen kehittämiseen, myös koko Akaan elinvoiman kehittämiseen. Asemanseutujen kehittämisen merkitystä kuvaa se, että kehittämissuunnitelmia on tehty ja tehdään lukuisissa Suomen kunnissa.

Esimerkiksi Seinäjoella Asemanseudun yleissuunnitelman (Seinäjoen kaupunki 2018) tavoitteena on yhdistää Pohjan kaupunginosa Seinäjoen keskustaan uuden alikulkutunnelin välityksellä sekä tehostaa aseman alueen maankäyttöä täydennysrakentamalla. Uudisrakentamisen myötä alueelle tulee keskusta-asumista sekä uusia työpaikkoja ja palveluita liikenteen solmukohtaan. Liiketiloja on esitetty uuteen Kauppagalleriaan 20 000 k-m² sekä kivijalkaliikkeisiin 1 800 k-m². Laaditussa kaupallisessa selvityksessä (Ramboll 2020) on hahmoteltu asemanseudun vähittäiskaupan rakennetta, sijoittumista ja mitoitusta (kuva 18).



Kuva 18 Kaupan ja palveluiden sijoittumisperiaatteet Seinäjoen asemansseudulla (Ramboll 2020).

4.2 Kaupan palveluverkon kehittämisehdot

Luvussa 3 kuvatus toimintaympäristön analyysin perusteella määriteltiin kaksi Akaan kaupan palveluverkon kehittämisehdot: keskitetty ja hajautettu kaupan palveluverkko. Vaihtoehdot muodostettiin siten, että ne poikkeavat rakenteellisten ratkaisujen osalta toisistaan, mutta ovat silti osa toimivaa ja kestävästä alue- ja yhdyskuntarakennetta ja vastaavat maankäyttö- ja rakennuslain ja Pirkanmaan maakuntakaavan kaupan ohjausperiaatteisiin.

Kummassakin vaihtoehdossa ovat mukana seuraavat alueet: Toijalan keskusta ja Vuoritien alue, Viiala, Kylmäkoski ja Akaa Point. Alueiden kaupallisen luonteen luokitukset ovat seuraavat:

- Kaupallinen pääkeskus: Toijala (kummassakin kehittämisehdossa)
- Kaupallinen keskus (Viiala/Kylmäkoski)
 - Monipuoliset päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan palvelut. Alueen luonteesta riippuen siellä voi olla myös tilaa vaativan erikoiskaupan palveluja.
- Kaupallinen paikalliskeskus (Viiala/Kylmäkoski)
 - Turvataan ja mahdollisuuksien mukaan kehitetään nykyisiä päivittäistavarakaupan palveluja. Palvelutarjontaa pyritään monipuolistamaan erikoiskaupan palveluilla ja kaupallisilla palveluilla (kahvilat, parturit jne.).
- Päivittäistavarakaupan alue: Vuoritien asemakaava-alue (kummassakin kehittämisehdossa)
- Tilaa vaativan erikoiskaupan alue: Akaa Point (kummassakin kehittämisehdossa)

4.2.1 Keskitetty kaupan palveluverkko

Keskitetyssä kaupan palveluverkossa kauppa painottuu Toijalan keskusta, Vuoritien alueelle ja Kylmäkoskelle. Ratkaisulla pyritään sekä vahvistamaan Toijalan asemaa kaupungin kaupallisena pääkeskuksena että tukemaan Kylmäkosken kehittymistä maakuntakaavan KM-alueena.

Akaan kaupallinen pääkeskus Toijalan keskusta on nykyistä monipuolisempi ja tiiviimpi palvelukeskittymä. Tavoitetilanteessa keskustassa on monipuolisesti päivittäistavarakaupan ja keskustahakuisen erikoiskaupan palveluja, kaupallisia palveluja (kahvilat, kampaamot jne.) sekä keskustatoimintoja. Päivittäistavarakaupassa keskustan myymälät ovat ajanmukaista supermarkettasoa (laadukas 2 000 - 3 000 k-m²:n myymälä).

Vuoritien alue on asemakaavan mukaisesti päivittäistavarakaupan alue. Vuoritien alueelle ei sijoitu merkittävästi keskustahakuisen erikoiskaupan palveluja, eikä tilaa vaativaa erikoiskauppaa.

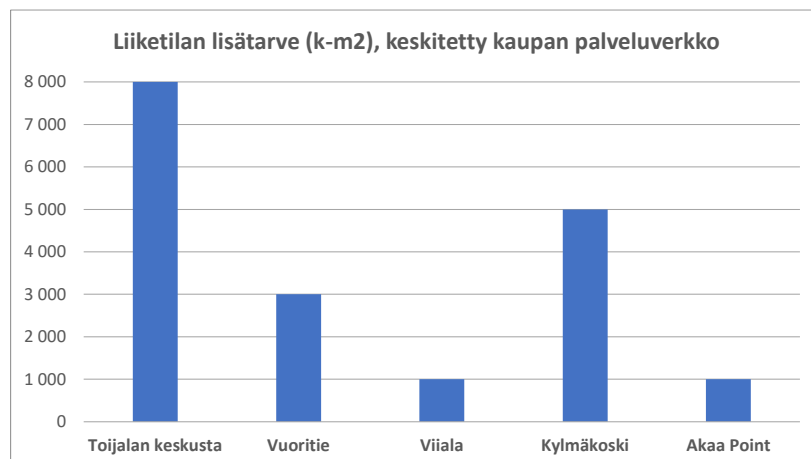
Kylmäkoski on kaupallinen keskus, jossa päivittäistavarakauppa on ajanmukaista supermarketta-soa ja jossa on nykyistä laajempi keskustahakuisen erikoiskaupan palvelutarjonta. Kylmäkoskelle sijoittuu myös tilaa vaativaa erikoiskauppaa sekä siihen yhdistettyä verkkokauppatoimintaa ("hybridimyymälät") ja outlet-tyyppisiä myymälöitä.

Akaa Point on maakuntakaavan mukaisesti tilaa vaativan erikoiskaupan alue. Aluetta kehitetään "perinteisenä" tilaa vaativan erikoiskaupan alueena (isoja myymälöitä ja vain vähän muuta kaupallista toimintaa).

Viiala on kaupallinen paikalliskeskus, jossa on kaupan peruspalvelut sekä kaupan tarjontaa täydentäviä arjen lähipalveluja (pienet erikoismyymälät sekä kampaamot, kahvilat ym.). Kaupan palvelutarjonta on Toijalaa ja Kylmäkoskea vaatimattomampi. Päivittäistavarakaupan myymälät ovat ajanmukaista valintamyymälätasoa (laadukas noin 1 000 k-m² myymälä).

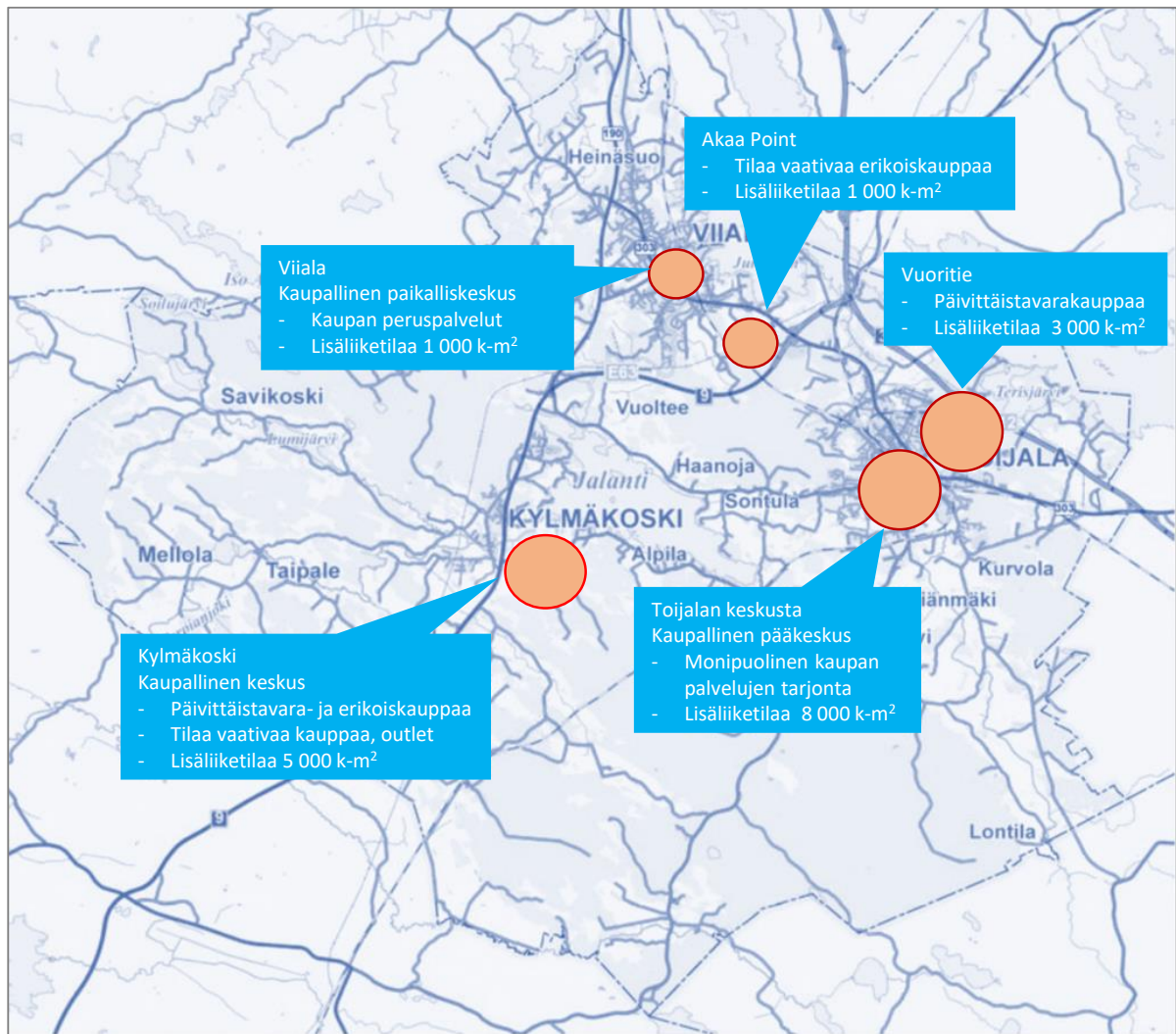
Pirkanmaan väestösuunnitteeseen 2040 perustuvan väestönkasvun mukaisesta koko vähittäiskaupan liiketilan lisätarpeesta 18 000 k-m² (ks. kohta 3.2.5) kohdistuu

- Toijalan keskusta 8 000 k-m² (44 %)
- Vuoritien alueelle 3 000 k-m² (17 %)
- Kylmäkoskelle 5 000 k-m² (28 %)
- Viialaan 1 000 k-m² (6 %)
- Akaa Pointtiin 1 000 k-m² (6 %)



Kuva 19

Liiketilan lisätarve (k-m²) vuoteen 2040 alueittain.



Kuva 20 Kaupan palvelujen kehittämisen painottuminen, keskitetty kaupan palveluverkko.

4.2.2 Hajautettu kaupan palveluverkko

Hajautetussa kaupan palveluverkossa Akaaseen muodostuu viisi kehitettävää kaupallista keskittymää. Tavoitteena on kehittää Akaan kaupan palveluverkkoa alueellisesti tasapainoisesti.

Toijalan keskusta on tässäkin kehittämissvaihtoehdossa kaupungin kaupallinen pääkeskus monipuolisine kaupan palveluineen. Erona keskitetyn kaupan palveluverkon vaihtoehtoon on kaupan mitoituksessa. Hajautetussa kaupan palveluverkossa Toijalan keskusta sijoittuu vähemmän uutta ja uudistuvaa päivittäistavara- ja keskustahakuisen erikoiskaupan liiketilaa.

Vuoritien alue on asemakaavan mukaisesti päivittäistavara- ja erikoiskaupan alue. Vuoritien alueelle ei sijoitu merkittävästi keskustahakuisen erikoiskaupan palveluja, eikä tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Kaupan mitoitus on sama kuin keskitetyssä kaupan palveluverkkovaihtoehdossa.

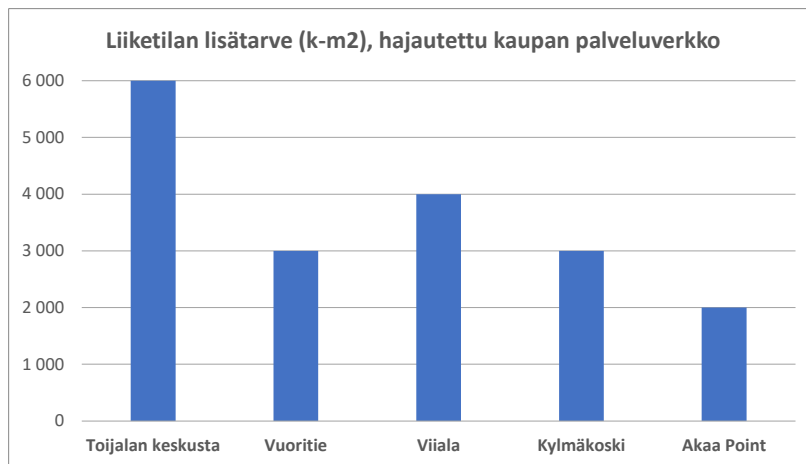
Kylmäkoski on kaupallinen paikalliskeskus, jossa on päivittäistavara- ja erikoiskauppaa sekä pienimuotoisesti tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja keskustahakuista erikoiskauppaa. Päivittäistavara- ja erikoiskaupan myymälät ovat ajanmukaista valintamyymälätasoa.

Viiala on kaupan palveluiltaan monipuolinen kaupallinen keskus, jossa päivittäistavarakaupat ovat ajanmukaista supermarkettasoa ja kaupan tarjontaa täydentävät keskustahakuisen erikoiskaupan palvelut. Viialan kaupallinen luonne poikkeaa merkittävästi nykyisestä.

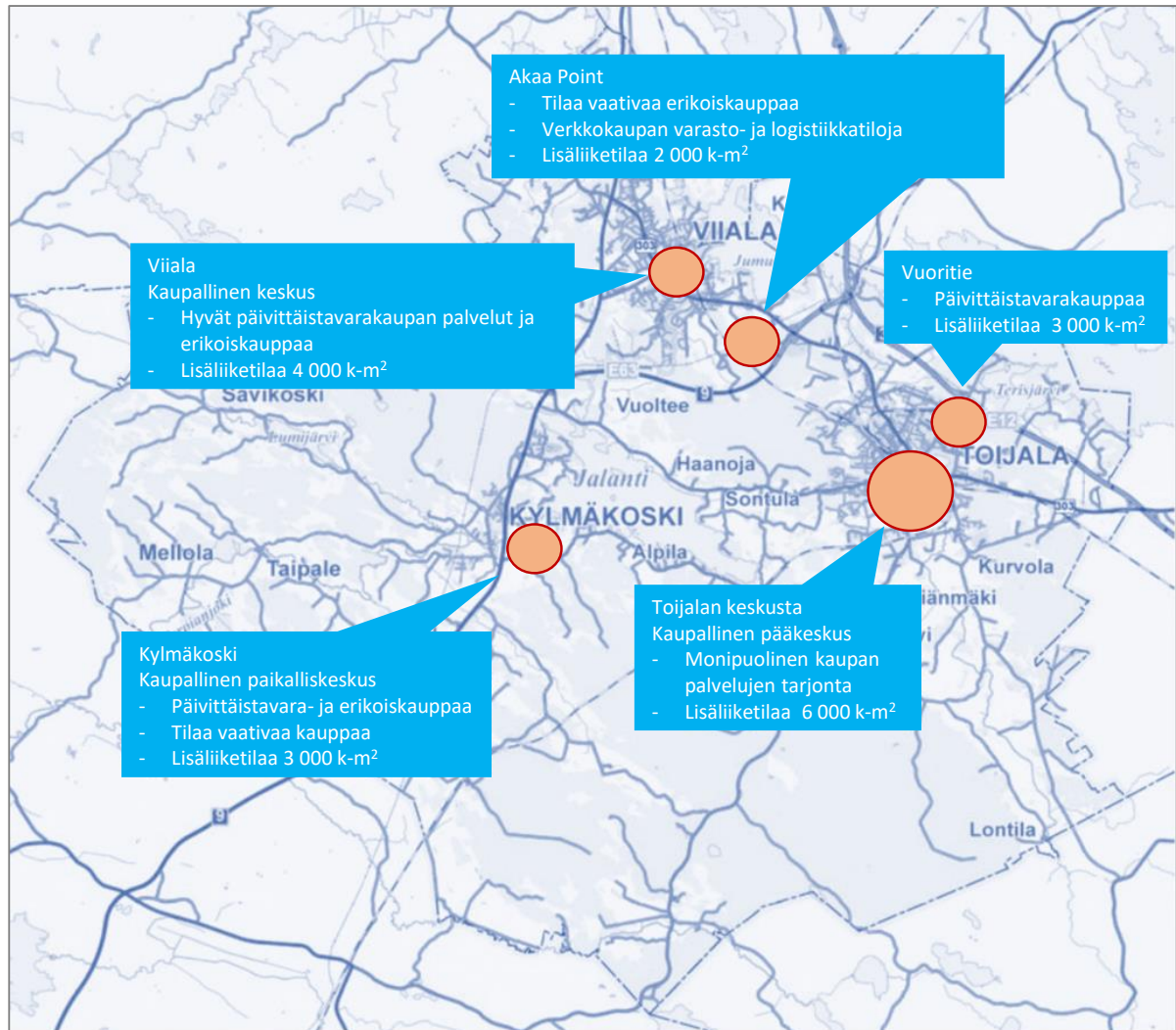
Akaa Point on tilaa vaativan erikoiskaupan alue. Alue erottuu perinteisistä keskustan ulkopuolisista tilaa vaativan erikoiskaupan keskittymistä yhdistetyn myymälä- ja verkkokauppatoiminnan vuoksi. Alueelle sijoittuu myös verkkokaupan varasto- ja logistiikkatiloja, joiden yhteydessä on vähän myymälätiloja.

Pirkanmaan väestösuunnitteeseen 2040 perustuvan väestönkasvun mukaisesta koko vähittäiskaupan liiketilan lisätarpeesta 18 000 k-m² (ks. kohta 3.2.5) kohdistuu

- Toijalan keskusta 6 000 k-m² (33 %)
- Vuoritien alueelle 3 000 k-m² (17 %)
- Kylmäkoskelle 3 000 k-m² (17 %)
- Viialaan 4 000 k-m² (22 %)
- Akaa Pointtiin 2 000 k-m² (11 %)



Kuva 21 Liiketilän lisätarve (k-m²) vuoteen 2040 alueittain.



Kuva 22 Kaupan palvelujen kehittämisen painottuminen, hajautettu kaupan palveluverkko.

4.2.3 Vaikutusten arviointi

	Keskitetty palveluverkko	Hajautettu palveluverkko
Alue- ja yhdyskuntarakenne	Ei hajauta yhdyskuntarakennetta. Noudattaa maankäyttö- ja rakennuslain ja Pirkanmaan maakuntakaavan kaupan ohjausperiaatteita. Tukee yhdyskuntarakenteen kehittymistä etenkin Toijalassa ja Kylmäkoskella. Akaa Point sijoittuu nykyisen yhdyskuntarakenteen ulkopuolelle, mutta on maakuntakaavan KMT-alue. Tukee Toijalan asemanseudun kehittämistä.	Ei hajauta yhdyskuntarakennetta. Noudattaa maankäyttö- ja rakennuslain ja Pirkanmaan maakuntakaavan kaupan ohjausperiaatteita. Tukee yhdyskuntarakenteen kehittymistä Toijalassa, Viialassa ja Kylmäkoskella. Akaa Point sijoittuu nykyisen yhdyskuntarakenteen ulkopuolelle, mutta on maakuntakaavan KMT-alue. Tukee sekä Toijalan että Viialan asemanseutujen kehittämistä.
Kaupan keskusten välinen kilpailu	Akaan kaupan rakenne muotoutuu käytännössä kaksinaiseksi (Toijala ja Kylmäkoski), mikä saattaa lopulta johtaa toisen keskuksen näivettymiseen ja toisen vahvistumiseen. Näin käynyt useissa kaksinaisissa kunnissa Suomessa.	Toijalan keskusta, Vuoritien alue, Viiala, Kylmäkoski ja Akaa Point kilpailevat keskenään, mutta kullakin niistä on oma profiilinsa Akaan kaupan palveluverkossa. Näin kilpailu ei muodostu niin voimakkaaksi kuin keskitetyssä palveluverkossa.
Liikenne	Ei aiheuta merkittäviä uusia paineita tieverkolle. Lisää liikennettä Viialasta, mutta vähentää liikennettä Kylmäkoskelta. Toijalan keskustan ja Kylmäkosken kaupan palvelutarjonnan monipuolistuessa merkittävästi myös niihin suuntautuva liikenne lisääntyy.	Ei aiheuta merkittäviä uusia paineita tieverkolle. Vähentää liikennettä Viialasta, mutta muuten asiointiliikenteen suuntautumisessa ei tapahdu oleellisia muutoksia nykytilanteeseen verrattuna.
Kaupan kilpailu	Synnyttää kilpailuasetelman Toijalan keskustan ja Kylmäkosken päivittäistavarakaupan välille. Toijalan keskustassa päivittäistavarakauppaa tukevat keskustahakuisen erikoiskaupan palvelut ja kaupunkiympäristö, Kylmäkoskella tilaa vaativa erikoiskauppa ja outletmyymälät. Vuoritien päivittäistavarakauppa ei heikennä merkittävästi Toijalan keskustan päivittäistavarakaupan toimintaedellytyksiä.	Synnyttää kilpailuasetelman Toijalan keskustan ja Viialan päivittäistavarakaupan välille. Toijalan keskustassa päivittäistavarakauppaa tukevat keskustahakuisen erikoiskaupan palvelut, Viialassa rooli paikallisena "omana" palveluna. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa syntyy kilpailutilanne Akaa Pointin ja Kylmäkosken välille, mikäli alueet eivät profiloitu eri tavoin. Vuoritien päivittäistavarakauppa ei heikennä merkittävästi Toijalan keskustan päivittäistavarakaupan toimintaedellytyksiä.
Kaupan palvelujen saavutettavuus	Päivittäistavarakaupan ja keskustahakuisen erikoiskaupan palvelujen fyysinen saavutettavuus ei muutu nykyisestä. Toijalan keskustan, Vuoritien lähialueen ja Kylmäkosken palvelujen koettu saavutettavuus paranee merkittävästi kaupan palvelujen lisääntyessä ja monipuolistuessa. Viialassa koettu saavutettavuus ei muutu oleellisesti nykyisestä. Akaa Point parantaa sekä fyysistä että koettua saavutettavuutta tilaa vaativassa erikoiskaupassa (mahdollisuus asioida entistä useammin Akaassa Tampereen suunnan myymälöiden sijaan).	Päivittäistavarakaupan ja keskustahakuisen erikoiskaupan palvelujen fyysinen saavutettavuus ei muutu nykyisestä. Koettu saavutettavuus paranee merkittävästi Viialassa ja Vuoritien lähialueella. Toijalan keskustassa ja Kylmäkoskella koettu saavutettavuus ei muutu oleellisesti nykyisestä. Akaa Point parantaa sekä fyysistä että koettua saavutettavuutta tilaa vaativassa erikoiskaupassa (mahdollisuus asioida entistä useammin Akaassa Tampereen suunnan myymälöiden sijaan).
Ostovoiman siirtymä	Vähentää merkittävästi päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan ostovoiman siirtymää (kolme vetovoimaista kaupan keskittymää).	Vähentää päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan ostovoiman siirtymää (keskukset eivät ole yhtä vetovoimaisia kuin keskitetyssä kaupan palveluverkossa).
Toteutumisen todennäköisyys	Keskittyneet palveluverkkoratkaisut ovat toteutumisen todennäköisyyden suhteen olleet perinteisesti hajautettuja ratkaisuja parempia. Merkittävän liiketilalisyyksen toteutuminen on haastavaa, mutta Toijalan keskustaan ja Kylmäkoskelle yritykset voivat tulla tietyn "kynnysostovoiman" kehittymisen myötä ylisuurella konseptilla, mikäli tulevaisuuden kasvunäkymä on hyvä. Vuoritien alueen kaupan ratkaisu toteutuu asemakaavoituksen myötä. Akaa Pointin toteutuminen uutena alueena on haastavaa perinteiseen tilaa vaativan erikoiskaupan konseptiin nojautuen.	Hajautetun ratkaisun toteutuminen on mahdollista, mutta haastavaa: monissa kunnissa hajautetusta ratkaisusta on jouduttu luopumaan toteutusvaiheessa. Toisaalta kauppa on nykyisin entistä joustavampi hybridiratkaisuiden suhteen, mikä kasvattaa toteuttamisen todennäköisyyttä erityisesti päivittäistavarakaupan osalta. Erikoiskaupassa kiinnostavan kaupan ympäristön toteutumiseen vaikuttaa voimakkaasti kaupunkirakenteen tiiviys ja sekoittuneisuus. Vuoritien alueen kaupan ratkaisu toteutuu asemakaavoituksen myötä. Akaa Pointin toteutuminen edellyttää mielenkiintoista ja vahvaa ankkuroimijaa sekä kiinnostavaa konseptia, joka houkuttelee investoreja ja toimijoita. Tällainen on esimerkiksi verkkokaupan toimijan ympärille rakentuva kokonaisuus.

5. JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET

5.1 Tavoitteellisen kaupan palveluverkon lähtökohdat

Kaavoituksessa tehdään kaupan kokoa, tyyppiä, sijaintia ja mahdollisesti toteutumisen ajoittumista koskevia ratkaisuja, jotka vaikuttavat vähittäiskaupan ostovoiman siirtymiin, myymälärakenteseen ja kaupan alueelliseen palvelutarjontaan. Kaupan kannalta katsottuna asian voi tiivistää siten, että kyse on vaikutuksista kaupan kilpailuasetelmaan. Kaavoituksessa tehtävillä ratkaisulla voidaan rajoittaa tai mahdollistaa kilpailun toimivuutta. Tärkeää olisi pyrkiä siihen, että rajoitetaan vain sitä, mikä on välttämätöntä yhdyskuntarakenteen toimivuuden turvaamisen ja maankäyttöisten kehittämisenäkökohtien kannalta katsottuna. Yhdyskuntarakenteen kehittämistavoitteet eivät aina ole kaikilta osin samansuuntaisia kilpailun toimivuuden turvaamisen tavoitteiden kanssa. Kun tämä asia tiedostetaan, kaavaratkaisuja voidaan lähteä hakemaan avoimesti molemmat näkökulmat huomioon ottaen (ympäristöministeriö 2007).

Maankäyttö- ja rakennuslakiin keväällä 2015 tehdyn kilpailun toimivuutta koskevan lisäyksen perusteluissa elinkeinoelämän kilpailuasioiden huomioon ottamisen todetaan olevan yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Kilpailun toimivuuden edistämisen kannalta on olennaista, että kaavoituksella luodaan edellytykset uusien toimijoiden alalle tuloon. Kilpailun kannalta toivottavia ovat kaavaratkaisut, jotka ovat joustavia ja jättävät vaihtoehtoja toteutukseen. Tavoitteellisen kaupan palveluverkon tulee tukea Akaan kaupan uudistumismahdollisuuksia tarjoamalla toiminnallisesti hyviä sijaintipaikkoja tuleville uusille yrityksille. Näin tavoitteellisella kaupan rakenteella on myönteisiä vaikutuksia positiivisten kilpailuvaikutusten muodostumiseen. Strategisen yleiskaavan laatimisessa kilpailun edistämisen näkökulma tulisikin ottaa yhtäläisellä painoarvolla huomioon maankäyttö- ja rakennuslain muiden kaupan sijainnin ohjausta koskevien säännösten kanssa.

Myös vuonna 2017 maankäyttö- ja rakennuslakiin tehdyn muutoksen tavoitteena oli lisätä elinkeinoelämän toimintaedellytyksiä kaupan kehittämisessä ja edistää toimivan kilpailun kehittymistä. Lisäksi erityisenä tavoitteena oli parantaa kaupan toimialan edellytyksiä kehittää toimintaansa keskusta-alueiden ulkopuolella ilman vähittäiskaupan suuryksikön laadun huomioon ottamiseen liittyvää rajoitusta. Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka on lakimuutoksen jälkeenkin keskusta-alue. Suuryksikkö voidaan kuitenkin sijoittaa myös muualle edellyttäen, että kaupan palvelujen saavutettavuus otetaan huomioon sijoituksen perusteena. Sijoittumiseen muualle kuin keskustaan voi olla myös muita perusteita kuitenkin niin, että palvelujen saavutettavuus tulee aina ottaa huomioon. Muita perusteita voivat olla esimerkiksi toimivan kilpailun kehittymisen edistäminen ja erilaisten liiketoimintamallien kehittäminen.

Kaupan toimintaedellytysten kannalta on tärkeää, että kaavoituksella mahdollistetaan riittävä ja joustava liiketilarakentaminen ja laajennusmahdollisuudet myös pitkällä tähtäimellä. Palvelukeskitymiä voidaan vahvistaa keskittämällä kaupalliset palvelut lähelle toisiaan ja sijoittamalla myös julkisia palveluja kaupallisten palvelujen läheisyyteen ja yhteyteen. Tavoitteeksi on hyvä asettaa myös kaupan palvelujen saavutettavuus joukkoliikenteellä ja kevyellä liikenteellä.

5.2 Tavoitteellinen kaupan palveluverkko 2040

Strategisessa yleiskaavassa kaupan palvelujen kehittämistä on ajateltava kokonaisuutena, jossa eri alueiden kaupan palvelut täydentävät toisiaan. Akaan kaupan palveluverkon kehittämisen kannalta on tärkeää, että niin Toijalan keskustalle, Vuoritien alueelle, Viialalle, Kylmäkoskelle kuin Akaa Pöytäntiellekin annetaan riittävät mahdollisuudet kehittyä. Kaupungin tehtävänä on kokonaisuuden hallinta niin, että luodaan edellytykset kaupan tavoitteelliseen kehittymiseen eri alueilla. Avainsanoja sekä tässä että eri alueille sijoittuvien yritysten toiminta- ja kehittämisedellytysten kannalta ovat aluei-

den kaupallisten konseptien ja asemakaavojen joustavuus ja mahdollisuus vaiheittaiseen toteuttamiseen. Tämä antaa yrityksille mahdollisuudet kehittää omaa toimintaansa vastaamaan markkina-alueen kysyntään ja ajan kuluessa muuttuvaan kilpailutilanteeseen.

Toijalan keskusta on Akaan kaupallinen pääkeskus, jossa on monipuolinen kaupan palvelutarjonta. Keskusta kehittyy päivittäistavarakaupan, keskustahakuisen erikoiskaupan ja kaupallisten palvelujen (erityisesti kahvilat/ravintolat) sijaintipaikkana. Päivittäistavarakaupassa keskustan myymälät ovat ajanmukaista supermarkettiasoa (laadukas 2 000 - 3 000 k-m²:n myymälä). Keskustaa kehitettäessä on muistettava, että siihen vaikuttavat hyvin monet tekijät. Keskustojen kaupallinen vetovoima ja elävyyteen vaikuttavat vähittäiskaupan palvelutarjonnan lisäksi myös mm. kulttuuri-, viihde- ja ravintolapalvelujen ja julkisten palvelujen tarjonnan monipuolisuudesta sekä liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen toimivuudesta, viihtyisästä fyysisestä ympäristöstä jne.

Keskustahakuisessa erikoiskaupassa Toijalan keskustaan painottuva kauppa pystyy parhaiten tarjoamaan monipuolisesti palveluitaan kaikille kuluttajaryhmille ja ennen kaikkea turvaamaan kaupungin asukkailla laadukkaat palvelut. Keskustasijainnin merkitys tulee entisestään kasvamaan ilmastomuutokseen varautumisen ja liikenteen vähentämistavoitteiden myötä. Keskustoissa kaupan palvelut ovat saavutettavissa myös kävellen/pyöräillen ja joukkoliikenteellä.

Toijalan keskustassa etenkin asemanseudun kehittäminen on tärkeää. Asemansseudulle onkin suunnitteilla asuntorakentamista sekä liike- ja toimistotiloja. Asemanseutua kehittämällä kaupungin keskustaa voidaan tiivistää ja elävöittää niin asumisen, kaupan kuin muidenkin keskustatoimintojen näkökulmasta katsottuna. Samalla se tukee raideliikenteen käyttöä, mikä on vahvistuva suuntaus niin kaupunkien sisäisessä kuin kaupunkien välisessäkin liikenteessä.

Vuoritien alue on profiililtaan päivittäistavarakaupan alue, joka täydentää Toijalan keskustan päivittäistavarakaupan palveluja uudella, Akaasta toistaiseksi puuttuvalla tarjonnalla. Asemakaavoituksen myötä alueelle sijoittuva uusi päivittäistavaramyymälä ei uhkaa keskustan päivittäistavara-kauppaa, eikä siirrä kaupan painopistettä keskustan ulkopuolelle. Vuoritien alue on osa Toijalan kehittyvää keskustaajamaa ja valtatievarressa alue toimii myös keskustan ”käyntikorttina” houkutellen asiakkaita niin Vuoritien alueelle kuin Toijalan keskustaankin. Lisäksi Vuoritien alueen kaupan kehittäminen tukee merkittävästi Toijalan sataman alueen kehittämistä. Vuoritien alueelle ei sijoitu merkittävästi keskustahakuista erikoiskauppaa, eikä tilaa vaativaa erikoiskauppaa (Ramboll 2021).

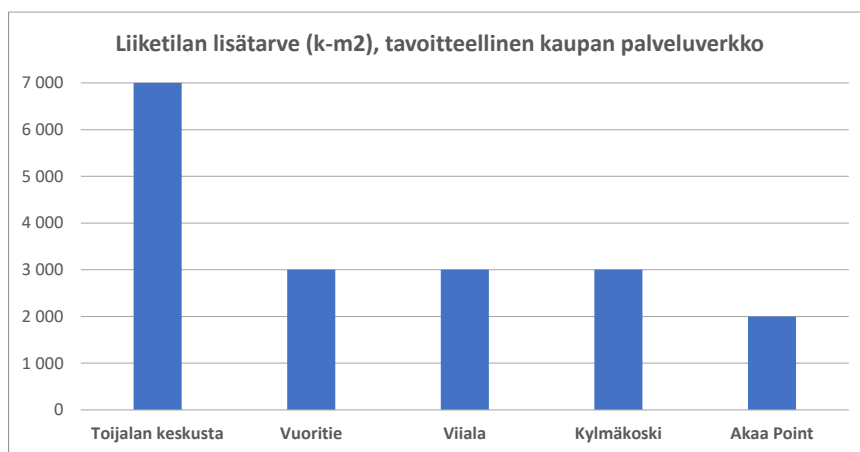
Alueellisesti tasapainoisen palveluverkon turvaamiseksi on tärkeää, että Toijalan keskustan lisäksi myös Viialassa ja Kylmäkoskella säilyy ja kehittyy mahdollisimman monipuolinen kaupan palvelutarjonta. **Viiala** kehittyy kaupallisena paikalliskeskuksena, jossa on hyvät kaupan peruspalvelut. Päivittäistavarakaupan tarjonta on vähintään ajanmukaista valintamyymälätasoa (laadukas noin 1 000 k-m² myymälä). Päivittäistavarakaupan tarjontaa täydentävät arjen lähipalvelut (pienet erikoismyymälät sekä kampaamot, kahvilat ym.). Viialan kauppa kehittyy, mutta Viialan asema Akaan kaupan palveluverkossa säilyy nykyisenkaltaisena. Alueen väestömäärä eli kaupan kannalta katsottuna ostovoima ei mahdollista merkittäviä uusia kaupan toimintoja. Päivittäistavarakaupassa kehitystoimet kohdistuvat lähinnä nykyisten myymälöiden toimintaedellytysten parantamiseen myymälöitä uudistamalla ja/tai laajentamalla. Myös Viialassa asemanseudun kehittäminen on Toijalan tapaan tärkeää.

Kylmäkoski on tavoitetilanteessa Viialan tapaan kaupallinen paikalliskeskus, mutta profiloituu päivittäistavarakaupan sijasta ensisijaisesti tilaa vaativan erikoiskaupan ja etenkin autokaupan alueena. Päivittäistavarakaupan tarjonta on vähintään ajanmukaista valintamyymälätasoa (laadukas noin 1 000 k-m² myymälä). Palvelutarjontaa täydentävät nykyistä monipuolisemmat arjen lähipalvelut.

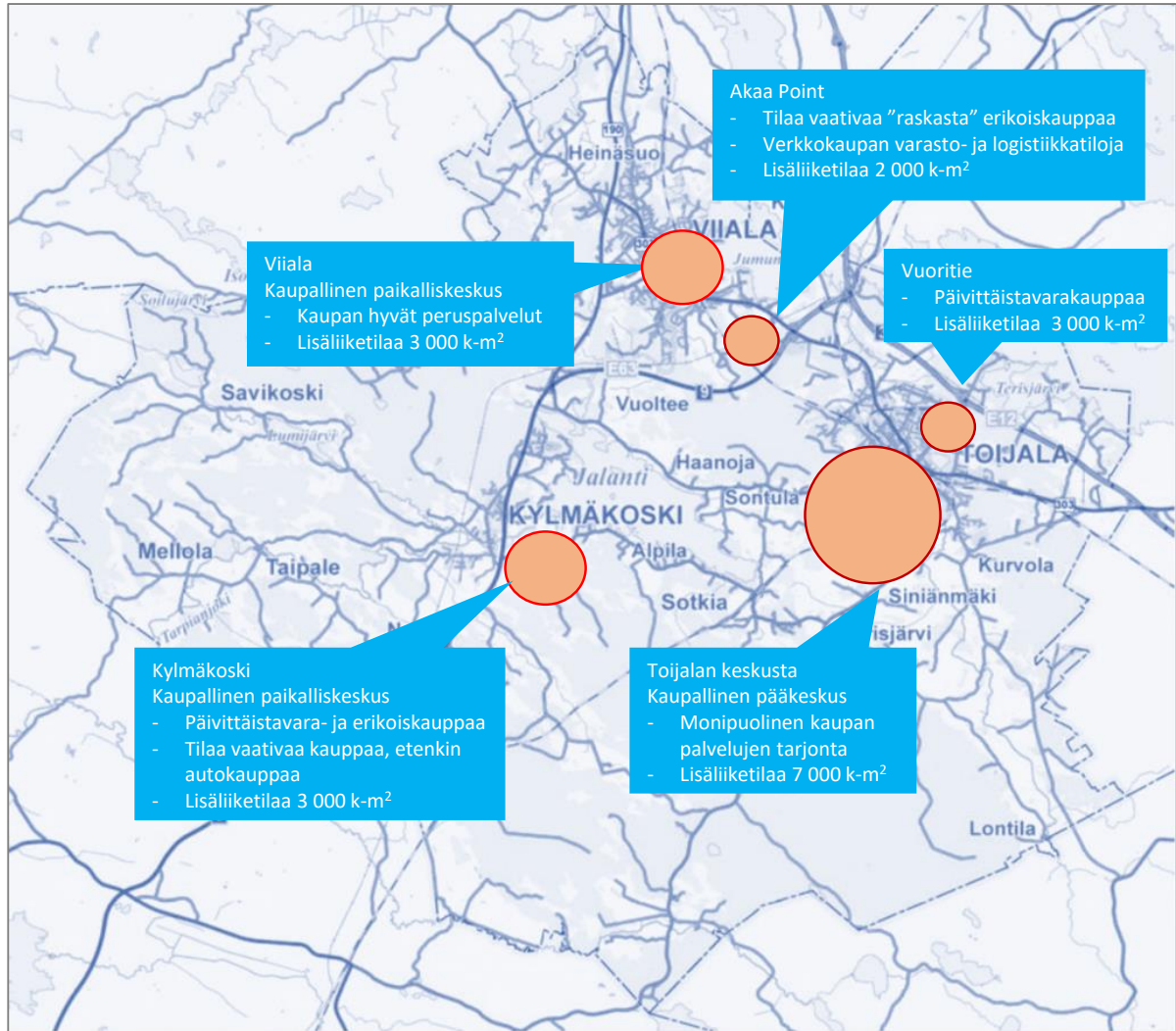
Akaa Point on profiililtaan tilaa vaativan erikoiskaupan alue. Alueelle sijoittuu myös verkkokaupan varasto- ja logistiikkatiloja ja muuta logistista toimintaa. Tilaa vaativassa erikoiskaupassa painopiste on rauta- ja maatalouskaupassa ja ”raskaassa kalustossa” (maansiirtokoneet, kuorma-autot ym.). Maakuntakuntakaavan mukainen kaupan enimmäismitoitus Akaa Pontissa on enintään 20 000 k-m². Tätä voidaan pitää ylimitoitettuna, vaikka alue houkuttelisikin asiakkaita laajalta alueelta. Pirkkalan, Lempäälän ja Tampereen tilaa vaativan erikoiskaupan tarjonta ja houkuttelevuus ovat kuitenkin huomattavasti vahvempia.

Pirkanmaan väestösuunnitteeseen 2040 perustuvan väestönkasvun mukaisesta koko vähittäiskaupan liiketilan lisätarpeesta 18 000 k-m² (ks. kohta 3.2.5) kohdistuu

- Toijalan keskusta 7 000 k-m² (39 %)
- Vuoritien alueelle 3 000 k-m² (17 %)
- Kylmäkoskelle 3 000 k-m² (17 %)
- Viialaan 3 000 k-m² (17 %)
- Akaa Pointtiin 2 000 k-m² (11 %)



Kuva 23 Liiketilan lisätarve (k-m²) vuoteen 2040 alueittain.



Kuva 24 Tavoitteellinen kaupan palveluverkko 2040.

5.3 Kaupallisesti toimivien keskusten toteuttamisessa huomioitavaa

Kauppa ja palvelut sijoittuvat vilkkaiden asiointivirtojen ääreen. Maankäytön suunnittelulla ja kaupunkirakennetta koskevilla päätöksillä voidaan vaikuttaa myös kaupallisen ympäristön toimivuuteen ja kaupan sijoittumisedellytyksiin esimerkiksi kivijalkaliiketiloissa. Kauppa keskittyy agglomeraatioetujen vuoksi suurempii yksiköihin, mikä on huomioitava kaupunkiympäristöä kehitettäessä. Kauppa- ja ostoskeskukset voivat kuitenkin kytkeytyä toiminnallisesti kaupunkirakenteeseen ja elävöittää myös ympäröivää kaupunkitilaa. Kivijalkaliiketilojen elävyyteen vaikuttaa merkittävästi jalankulkuympäristön mielekkyys ja se, miten potentiaalisia asiointivirtoja ohjataan kaupunkirakenteessa; myös kivijalkaliiketilojen osalta on tarkoituksenmukaista keskittää tiloja houkuttelevimmille paikoille, esim. kävelypainotteisten katujen varteen ja lähelle joukkoliikennepysäkkejä.

Myös työpaikat luovat kaupan ja palveluiden kysyntää, esimerkiksi päivisin lounaskysyntää, joka on olennainen kriteeri esim. ravintolapalveluiden sijoittumiselle. Seuraavissa osioissa käsitellään laajemmin, minkälaisista kaupunkirakenteellisista ja etäisyyteen liittyvistä teemoista koostuu kaupallisesti hyvä ympäristö. Näitä teemoja on hyvä soveltaa myös esimerkiksi Nummelan asemanseudun alueen jatkokehittämisessä ja tarkemmassa suunnittelussa.

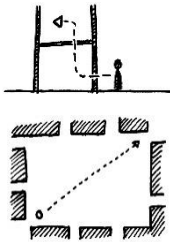
Etäisyyden kokeminen kaupunkitilassa



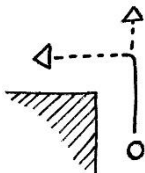
Etäisyys koetaan fyysisen välimatkan sekä psyykkisten, matka-aikaa hidastavien tai kulkemista haittaavien tekijöiden summana. Kaupallisessa keskustassa tämän kokonaisetäisyyden minimoiminen on ensiarvoisen tärkeää; palveluiden tulee sijaita tiiviisti toistensa läheisyydessä, jolloin niiden väliset matkat ovat lyhyitä ja kaupat koetaan helposti saavutettaviksi. Vähittäiskaupan kannalta kriittisen etäisyyden on todettu olevan vain noin 10–25 metriä. Tämä tarkoittaa sitä, että kauppojen välisen matkan ollessa yli 25 metriä muodostuu jo selvä este hakeutua seuraavaan, kaukaiseksi koettuun kauppaan ja jatkaa näin kulkemista kaupunkirakenteessa. Kriittinen etäisyys ylittyy Suomessa useasti jo pelkästään kadun ylityksellä.



Epäviihtyisä kaupunkiympäristö ja erilaiset fyysiset esteet lisäävät myös etäisyyden tunnetta. Erityisen suuri merkitys tällä seikalla on, kun mietitään tietyn alueen soveltumista liiketoiminnalliseen käyttöön sekä sitä, mikä merkitys kokonaisetäisyyksillä on ihmisten ostokäyttäytymiseen ja mahdollisuuksiin hakeutua alueella sijaitsevien kaupallisten palveluiden luokse. Tunne-etäisyyttä lisäävistä tekijöistä on olemassa monia esimerkkejä, ja ymmärtämällä näiden merkitys voidaan suunnittelun avulla pienentää koettua kokonaisetäisyyttä. Esimerkiksi kävely- tai kauppakadulla oleva liian pitkä suljettu näyteikkunasarja voi lisätä suurestikin tunne-etäisyyttä ja estää hakeutumisen edessäpäin oleviin liikkeisiin.



Palveluiden sijoittuminen vertikaalisesti useaan kerrokseen pidentää etäisyyden tunnetta moninkertaisesti verrattuna etäisyyden muutoksiin horisontaalisella tasolla: yhden kerroksen nouseminen vastaa psyykkisesti noin 50–100 metrin etäisyyttä katutasolla. Vastaavasti myös suuret tyhjät aukiot ja torit rajoittavat kulkemista kaupunkirakenteessa. Kun aukiolla tai torilla on elämää, ihmisiä ja torimyyjiä, etäisyyden tuntua ei pääse syntymään, mutta aukion ollessa tyhjä tai pysäköityjen autojen täyttämä sen ylittäminen koetaan liian pitkältä matkalta. Torien ja aukoiden kohdalla kriittiseksi matkaksi on todettu noin 25 metriä.



Koettua etäisyyttä lisää myös se, jos liikepaikka jää rakennuksen kulman taakse. Tilanne on sama myös kadun toisella puolella sijaitsevien toimintojen kanssa, etenkin jos kadun ylittäminen koetaan hankalaksi tai vaaralliseksi. Kauppakatua käytetään helposti ainoastaan yhdeltä puolelta, sillä kadulla kulkevat ja pysäköivät autot muodostavat vahvan etäisyyden tunteen, joka muodostuu esteeksi matkan jatkumiselle.

Katuverkossa etäisyyden tunne ollaan pystytty tehokkaasti minimoimaan turvallisten ja matkanteokoa helpottavien kävelykatujen ja kävelypainotteisten ympäristöjen avulla. Kuitenkin kävelykadulakin erilaiset katkokset sekä fyysiset esteet luovat etäisyyden tuntua hyvin nopeasti. Tällaisia esteitä voivat olla esimerkiksi kävelykatua halkovat liikennöidyt kadut, erilaiset rakennelmat ja esteet sekä jopa kävelykadulla kulkevat polkupyöräilijät.

Erilaisten toimintojen sijoittuminen vyöhykkeittäin keskustoissa edistää kaupallisen ympäristön toimivuutta ja vetovoimaisuutta. *Toimivassa ympäristössä ihmisten kulkeminen on tehty mahdollisimman helpoksi, jolloin hän kulkee pakottomasti ja huomaamatta laajallakin alueella.* Tällaisesta alueesta muodostuu erikoiskaupalle ja palveluille toimiva ja vetovoimainen ympäristö. Vastaavasti huono ympäristö, epäyhtenäiset kävelyalueet ja epäkäytännölliset ja ympäristöön sopimattomat pysäköintialueet lyhentävät ihmisten hyväksymää kävelyetäisyyttä, mikä supistaa toiminnallisesti aktiivista aluetta.

Etäisyyksien ja niiden kokemuksen lisäksi kaupunkirakenteessa liikkuvan käyttäytymistä ohjaa ympäristö ja sen tuottamat virikkeet ja elämykset. Kaupungin on tarjottava mielekästä ja vaihtelevaa nähtävää, jotta liikkujan mielenkiintoa pystytään pitämään yllä. Tällöin erityistarkastelussa ovat

kaupungin erilaiset paikat, joiden merkitystä ympäristön toimivuuden kannalta käsitellään seuraavaksi.

Kaupunkitilan paikat

Jalankulkijan reagointia ympäristöönsä tutkittaessa on havaittu hänen mielenkiintonsa lakkaavan kauniissakin ympäristössä noin 220 metrin jälkeen. Toisaalta useissa orgaanisesti kasvaneissa kaupungeissa jalankulkijan taipaleeseen on, vaistomaisesti tai tarkoituksella, järjestetty katkos ”paikan” muodossa sellaisten välimatkojen päähän toisistaan, että ympäristön viehättävyys kasvaa uudestaan. Tällöin ”paikan” tarkoituksena on auttaa kulkijaa toipumaan kuljetun matkan rasituksista ja nostaa seuraavan matkaosuuden viehättävyys huippuunsa houkutellen näin suuntaamaan eteenpäin.

”Paikalla” tarkoitetaan tässä yhteydessä jotain fyysistä aluetta tai kohtaa keskustan julkisten tilojen ympäristössä, missä kaupungissa kävijälle syntyy paikkaan sidottu elämys tai kokemus. Paikat voivat tuottaa esteettisiä, maisemaan tai kaupunkikuvaan liittyviä kokemuksia, jolloin kyseessä ovat usein puistot, rannat, aukiot, torit tai kadut ja niissä olevat kiintopisteet, sekä kaikki talojen välinen tila, suunniteltu tai suunnittelematon, joka on julkista ulkotilaa. Paikkoihin voidaan liittää myös sosiaalisia kokemuksia, jolloin kyseessä ovat useasti alueet, joissa syntyy paljon ihmisten välisiä kohtaamisia. Esteettisten ja sosiaalisten elämysten lisäksi paikat voivat tarjota toiminnallisia, psyykkisiä, fyysisiä ja kulttuurisia kaupunkikokemuksia. Esimerkkeinä tällaisista paikoista ovat tietyt toiminnat ja niiden rakennukset, kuten kirkot, kirjasto, kaupungintalo, teatteri, taidemuseo, linja-auto- ja rautatieasema. Paikkoja voivat olla myös kaupallisen tarjonnan hyvin rakentuneet ympäristöt ja kaupat, joihin mennään, vaikka ei välttämättä olisi ostettavaakaan.

Elämyksiä ja kokemuksia voi syntyä odotetusti tai odottamatta, spontaanisti. Ne voivat olla yksilöllisiä, omia elämyksiä, tai kollektiivisissa väkijoukoissa koettuja. Tärkeintä on se, että kokemus lähtee kävijästä itsestään ja, mikäli siihen liittyy lisäksi tietoisuus ympäristöstä, muodostuu paikkaan sidottu kokemus. Kaupunkiympäristön kyky tuottaa tällaisia paikkaan sidottuja elämyksiä ja kokemuksia on vahva toimivuuden ja laadun mittari. Paikkojen sijainnit ja kävely-yhteydet muodostavat yhdessä oman verkostonsa, niin sanotun paikkojen järjestelmän. Kriittisiä tekijöitä rakenteellisesti hyvän ja elämyksiä tuottavan kaupunkikeskustan muodostumisessa ovat verkoston laajuus ja yhtenäisyys sekä paikkoja kuvaavien pisteiden sijoittuminen tasaisesti koko verkoston alueelle. Keskusta-alueen rakennetta inventoimalla pystytään paremmin ymmärtämään kunkin kaupungin oman keskustan luonnetta ja samalla paremmin päättämään tulevista kehittämissuunnista.

Paikkojen järjestelmän tunnusomainen piirre on paikkojen välinen lyhyt etäisyys, joka on keskimäärin noin 200–220 metriä. Erityisen laadukkaasti rakentuneissa kaupungeissa etäisyys on vieläkin lyhyempi. Inhimillisesti rakentuneessa kaupungissa paikat toimivat jalankulkijoiden tukikohtina ja niiden sijoittuminen kaupunkirakenteeseen luo sopusointua ja rytmiä. Tällöin tuloksena on korkealaatuinen kaupunkitila ja virikkeitä tarjoava kaupunki, jossa jalankulkija löytää uusia suunnitelmahdellisuuksia ja kokee vaihtelua ennen aiemmin mainittua henkistä väsymistään.

Paikkojen ja niitä yhdistävien katujen merkitystä kaupungille ei voi aliarvioida, sillä kaupunki ja siellä olevat ihmiset tarvitsevat monimuotoisuutta, virikkeitä, estetiikkaa ja mielekkäitä toimintoja. Mitä kauniimpia paikat ovat, sitä arvokkaampia niiden läheisyydessä sijaitsevat talot ja rakennelmat ovat. Monipuolinen ja koko keskusta-alueelle levittyvä paikkojen järjestelmä on tärkeä suunnittelu- ja kehittämiskohde. Järjestelmää on tarkasteltava kokonaisuutena kehittäen paikkojen välisiä kulku-yhteyksiä sekä suhdetta toisiinsa. Myös uusia paikkoja voidaan luoda lyhentämällä niiden välisiä etäisyyksiä ja täten tuoda kauempanakin sijaitsevia kohteita verkoston osaksi.

6. LÄHTEET

HE251/2016. Hallituksen esitys eduskunnalle maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta.

HE 334/2014 vp (2014). Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi maankäyttö- ja rakennuslain sekä maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta.

Pirkanmaan liitto (2017). Pirkanmaan maakuntakaava 2040.

Pirkanmaan liitto (2014). Pirkanmaan väestösuunnite 2040.

Päivittäistavarakauppa ry (2020). Päivittäistavarakauppa 2020.

Päivittäistavarakauppa ry (2018). Päivittäistavarakauppa 2018.

Ramboll (2021). Vuoritien asemakaavan kaupallinen selvitys.

Ramboll (2020). Seinäjoen asemanseudun kaupallinen selvitys.

Seinäjoen kaupunki (2018). Seinäjoen asemanseudun yleissuunnitelma.

Suomen Kauppakeskusyhdistys ry (2020). Kauppakeskukset 2019 -julkaisu.

Tilastokeskus (2021). Yritys- ja toimipaikkarekisteri.

Tilastokeskus (2021). Kunnittaiset toimipaikkatilastot.

Ympäristöministeriö (2007). Kauppa maakuntakaavoituksessa. Ympäristöministeriön raportteja 23/2007.

LIITE 1. VÄHITTÄISKAUPAN TOIMIALAT

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA (A.C.Nielsen Finland Oy)

Hypermarket

- Myyntipinta-ala 2 500 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3

Tavaratalo

- Myyntipinta-ala 1 000 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä alle 2/3

Supermarket, iso

- Myyntipinta-ala 1 000 m² tai yli, päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3

Supermarket, pieni

- Myyntipinta-ala 400 - 999 m², päivittäistavaroiden osuus myynnistä yli 2/3

Valintamyymälä, iso

- Myyntipinta-ala 200 - 399 m²

Valintamyymälä, pieni

- Myyntipinta-ala 100 - 199 m²

Pienmyymälä

Erikoismyymälä

KESKUSTAHAKUINEN ERIKOISKAUPPA (Tilastokeskus)

Tavaratalokauppa

- Itsepalvelutavaratalot (yli 2 500 m²)
- Pienoistavaratalot ja muut erikoistumattomat myymälät enintään 2 500 m²)

Alkot ja apteekit ym.

- Alkoholi- ja muiden juomien vähittäiskauppa
- Apteekit
- Terveystarvikkeiden vähittäiskauppa
- Kosmetiikka- ja hygieniatuotteiden vähittäiskauppa

Muotikauppa

- Naisten vaatteiden vähittäiskauppa
- Miesten vaatteiden vähittäiskauppa
- Turkisten ja nahkavaatteiden vähittäiskauppa
- Lastenvaatteiden vähittäiskauppa
- Lakkien ja hattujen vähittäiskauppa
- Vaatteiden yleisvähittäiskauppa
- Jalkineiden vähittäiskauppa
- Laukkujen vähittäiskauppa

Tietotekninen erikoiskauppa

- Tietokoneiden, oheislaitteiden ja ohjelmistojen vähittäiskauppa
- Televiestintälaitteiden vähittäiskauppa
- Viihde-elektroniikan vähittäiskauppa

Muu erikoiskauppa

- Kankaiden vähittäiskauppa
- Lankojen ja käsityötarvikkeiden vähittäiskauppa
- Mattojen vähittäiskauppa
- Sähkötarvikkeiden ja valaisimien vähittäiskauppa
- Kumi- ja muovitarvikkeiden vähittäiskauppa
- Taloustavaroiden vähittäiskauppa
- Soittimien ja musiikkitarvikkeiden vähittäiskauppa
- Kodintekstiilien vähittäiskauppa
- Muu sisustustekstiilien ja -tarvikkeiden vähittäiskauppa

- Kirjojen vähittäiskauppa
- Paperi- ja toimistotarvikkeiden vähittäiskauppa
- Aikakausjulkaisujen ja lehtien vähittäiskauppa
- Urheilualan vähittäiskauppa
- Pelien ja leikkikalujen vähittäiskauppa
- Kukkien vähittäiskauppa
- Kukkakioskit
- Lemmikkieläinten vähittäiskauppa
- Kultasepänteosten ja kellojen vähittäiskauppa
- Taideliikkeet
- Valokuvausalan vähittäiskauppa
- Optisen alan vähittäiskauppa
- Lastenvaunujen ja -tarvikkeiden vähittäiskauppa
- Lahjatavaroiden ja askartelutarvikkeiden vähittäiskauppa
- Muiden uusien tavaroiden vähittäiskauppa
- Antiikkiliikkeet
- Antikvariaattikauppa
- Muiden käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppa

TILAA VAATIVA ERIKOISKAUPPA (Tilastokeskus)

Autokauppa

- Henkilöautojen ja kevyiden moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
- Matkailuvaunujen ja muualla luokittelemattomien moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa
- Moottoriajoneuvojen osien ja varusteiden vähittäiskauppa (pl. renkaat)
- Renkaiden vähittäiskauppa
- Moottoripyörien sekä niiden osien ja varusteiden vähittäiskauppa

Rautakauppa

- Rauta- ja rakennustarvikkeiden yleisvähittäiskauppa
- Maalien vähittäiskauppa
- Keittiö- ja saniteettitilojen kalusteiden vähittäiskauppa
- Muu rauta- ja rakennusalan vähittäiskauppa
- Lukkoseppä- ja avainliikkeet

Kodintekniikkakauppa

- Sähköisten kodinkoneiden vähittäiskauppa

Huonekalukauppa

- Huonekalujen vähittäiskauppa

Muu tilaa vaativa kauppa

- Tapettien ja lattianpäällysteiden vähittäiskauppa
- Veneiden ja veneilytarvikkeiden vähittäiskauppa
- Puutarha-alan vähittäiskauppa