

Rauman kauppa ja palvelut 2022



Sisältö

1.	Selvityksen tausta ja tavoitteet.....	3
2.	Kaupan nykytila Raumalla.....	4
2.1.	Vähittäiskaupan toimipaikkakehitys.....	4
2.2.	Rauman kaupallinen rakenne.....	5
2.3.	Keskustan kaupallinen rakenne.....	9
2.4.	Päivittäistavarakaupan verkko.....	10
2.5.	Kaupallisessa rakenteessa tapahtuneita muutoksia.....	11
3.	Kaupan markkinoiden kehitys.....	15
3.1.	Ulkoiset tekijät kaupan kehitykseen.....	16
3.2.	Kaupan yleinen kehitys.....	16
3.3.	Verkkokaupan kehitys ja merkitys.....	18
3.4.	Väestön kehitys Rauman markkina-alueella.....	18
3.5.	Ostovoiman kehitys.....	19
3.6.	Liiketilän lisätarve.....	21
3.7.	Liiketilän lisätarpeen suuntaaminen keskusta-alueille ja muille alueille.....	23
4.	Kaupan ja palveluiden kehittäminen Raumalla.....	24
4.1.	Kaupan ja palveluiden kehitystarpeet ydinkeskustassa.....	24
4.2.	Vanha Rauma kaupallisena ytimenä.....	25
4.3.	Tarvonsaaren kaupallinen kehittäminen.....	25
4.4.	Tarvonsaaren kauppakeskuksen kehittämislinjaukset.....	26
4.5.	Kauppakeskuksen vaikutukset keskustan palvelurakenteeseen.....	27
4.6.	Keskustan reuna-alueiden kaupallinen kehittäminen.....	28
5.	Johtopäätökset.....	31
	Liite: Kartoituksessa käytetty toimialaluokitus.....	32

1. SELVITYKSEN TAUSTA JA TAVOITTEET

Rauman keskustaa on aktiivisesti kehitetty ja Vanha Rauma on säilynyt vahvana pienten liikkeiden kauppapaikkana. Luontainen ja kaupan yleiseen kehitykseen pohjautuva liikepaikkojen kierto on välillä näkynyt Vanhan Rauman kauppapaikan hiipumisena, mutta toisaalta kierto on myös vahvistanut toimivamman kokonaisuuden syntyä. Ydinkeskustan uudempi osa Tarvonsaari on pitkään jo odottanut uudistumista Tarvontorin liikekiinteistön poistuttua kaupunkikuvasta aktiivisena liikepaikkana. Viimevuosien kaupan ja palveluiden kehitys ja kasvu on tapahtunut ydinkeskustan reunoilla ja siellä uudet konseptit ja toimialat ovat löytäneet hyvin paikkansa. Keskustan osalta uusia toimijoita ei ole päässyt tulemaan johtuen sopivien kauppapaikkojen puutteesta. Kaupungilla on suuri tarve löytää toimivia ratkaisuja uusista ja uudistuvista kauppapaikoista, jotta palveluverkko täydentyisi ajanmukaisilla palveluilla.

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 seuraavalle kymmenelle vuodelle. Lisäksi päivitetään yleistä kaupan kehityksessä tapahtuneita muutoksia sekä erilaisten tekijöiden vaikutuksia kiinteän myymäläverkon rakenteisiin. Kaupan nykytilan sekä kaupan markkinoiden kehityskuvan kautta arvioidaan kaupan kehittämismahdollisuuksia Raumalla.

Rauman kauppa ja palvelut 2022 selvityksen 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, lisäksi selvityksessä on avustanut arkkitehtiylöppilas Krista Pihlava.

2. KAUPAN NYKYTILA RAUMALLA

Rauman kaupan nykytilaa analysoidaan kenttäkartoituksen pohjalta. Tilasto vähittäiskaupan toimipaikoista ja liikepinta-aloista on laadittu kartoitusaineistosta.

Kaupan sijoittumista Raumalla analysoidaan niin ikään selvityksen yhteydessä tehdyn ja aiemmin tehtyjen kartoitusten pohjalta. Kartoituksilla on koottu tietoa vähittäiskaupan ja muiden kaupallisten palveluiden käytössä olevista liikepaikoista ja niiden liikepinta-aloista. Viimeisimmässä selvityksessä on tarkasteltu, mitä merkittäviä muutoksia Rauman kaupallisessa rakenteessa on tapahtunut edellisiin kartoituksiin nähden.

2.1. Vähittäiskaupan toimipaikkakehitys

Vähittäiskaupan ja palveluiden toimipaikkoja on tarkasteltu Rauman keskustassa ja keskustan reunoilta kartoitetuilta alueilta vuosina 2018 ja 2022. Raumalla on nyt lähes 500 liikepaikkaa ja niiden määrä on kasvanut vuosittain prosentilla.

Toimialoittain toimipaikkamuutokset ovat vaihtelevia. Muutoksia toimipaikkamäärissä on tapahtunut eniten liikepaikkojen jäätyä tyhjäksi ja kun niitä on siirtynyt muuhun kuin kaupan palveluiden käyttöön eli toimistotiloiksi tai muuksi toiminnaksi. Kaupan ja palveluiden osalta liikepaikkojen määrässä on ollut laskua ja nopein poistuma on tapahtunut erikoiskaupassa ja kiertotalouskaupassa. Kasvua taas oli teknisessä kaupassa, tavarataloissa ja ravitsemispalveluissa. Toimipaikkakehitys on pääpiirteissään ollut linjassa koko Suomessa tapahtuvan kehityksen kanssa, mutta palveluyritysten osalta kehitys Raumalla on ollut laskeva, kun taas muualla Suomessa nouseva. Kiertotalouskaupassa toimipaikat ovat vähentyneet nopeammin kuin keskimäärin Suomessa.

	Toimi- paikat lkm 2018	Toimi- paikat lkm 2022	Vuosi- muutos	Pinta-ala k-m ² 2018	Pinta-ala k-m ² 2022	Vuosi- muutos	Liiketilän keskikoko 2018	Liiketilän keskikoko 2022
Päivittäistavarakauppa ja kioskit	28	25	-2,8 %	22 000	22 100	0,1 %	790	880
Tavaratalokauppa	5	6	4,7 %	31 300	34 000	2,1 %	6 300	5 700
Muotikauppa	25	23	-2,1 %	8 400	7 200	-3,8 %	340	310
Terveystoimialan kauppa	16	15	-1,6 %	2 900	3 300	2,6 %	180	220
Tekninen kauppa	10	10	0,0 %	2 700	3 000	2,2 %	270	300
Erikoiskauppa	28	24	-3,8 %	6 400	6 300	-0,5 %	230	260
Sisustuskauppa	30	27	-2,6 %	10 900	11 300	0,9 %	360	420
Rauta ja rakentaminen	23	23	0,0 %	16 800	20 200	4,8 %	730	880
Kiertotalouskauppa	7	5	-8,1 %	1 900	1 000	-14,3 %	270	200
Autokauppa ja huoltamot	36	38	1,4 %	24 800	24 500	-0,3 %	690	640
Kauppa	208	196	-1,5 %	128 100	132 900	0,9 %	620	680
Pankki ja vakuutus	22	20	-2,4 %	4 600	4 600	0,3 %	210	230
Palveluyritykset	113	105	-1,8 %	16 600	16 400	-0,3 %	150	160
Ravintolat ja kahvilat	67	72	1,8 %	18 200	18 800	0,9 %	270	260
Palvelut	202	197	-0,6 %	39 400	39 800	0,3 %	190	200
Muu käyttö	34	51	10,7 %	5 400	9 300	14,7 %	160	180
Tyhjät liiketilat	35	54	11,5 %	14 800	9 200	-11,1 %	420	170
Rauman liiketilat	479	498	1,0 %	187 700	191 200	0,6 %	740	730

Lähde: WSP kartoitukset

Toimialaluokitus löytyy raportin liitteestä, luokitus on yhteneväinen selvityksen karttojen kanssa. Tarkennuksia: **Päivittäistavarakauppa** = K-ryhmän, S-ryhmän ja Lidlin myymälät sekä muut elintarvikeliikkeet (leipomot, kala-kaupat, etniset myymälät), Alkon myymälät ja kioskit. **Tavaratalokauppa** = Citymarket, Prisma, Motonet, Puuilo, Rusta, Tokmanni. **Sisustuskauppa** = Huonekalukauppa, sisustuskauppa, lahjatavarakauppa.

Liikkeiden käytössä oleva pinta-ala on laskettu kartoituksessa piirretyistä liikepinta-aloista. Raumalla on liiketilaa vajaa 200.000 k-m² ja se kasvaa keskimäärin noin 0,5 % vuodessa eli noin 1000 k-m² vuodessa. Vaikka monella kaupan toimialalla myymälämäärä väheni, niin käytössä oleva liikepinta-ala melkein kaikilla toimialoilla kasvoi. Tämä johtuu keskimääräisestä myymäläkoon kasvusta eli yritysten hakeutumisesta aikaisempaa suurempiin tiloihin. Erikoiskaupassa ja muotikaupassa, joissa myymälämäärä väheni, myös liikepinta-ala väheni.

Eniten pinta-ala kasvoi liiketilojen muussa käytössä eli liiketiloja siirtyi toimistokäyttöön tai muuksi toiminnaksi. Vaikka tyhjien liiketilojen määrä kasvoi, niin tyhjien tilojen pinta-ala kokonaisuudessaan väheni. Nyt valtaosa tyhjästä tiloista on pieniä liiketiloja, kun taas vuoden 2018 luvuissa on mukana myös Tarvontorin vanha suuri tällöin jo tyhjänä ollut liikerakennus, joka on nyt purettu.

2.2. Rauman kaupallinen rakenne

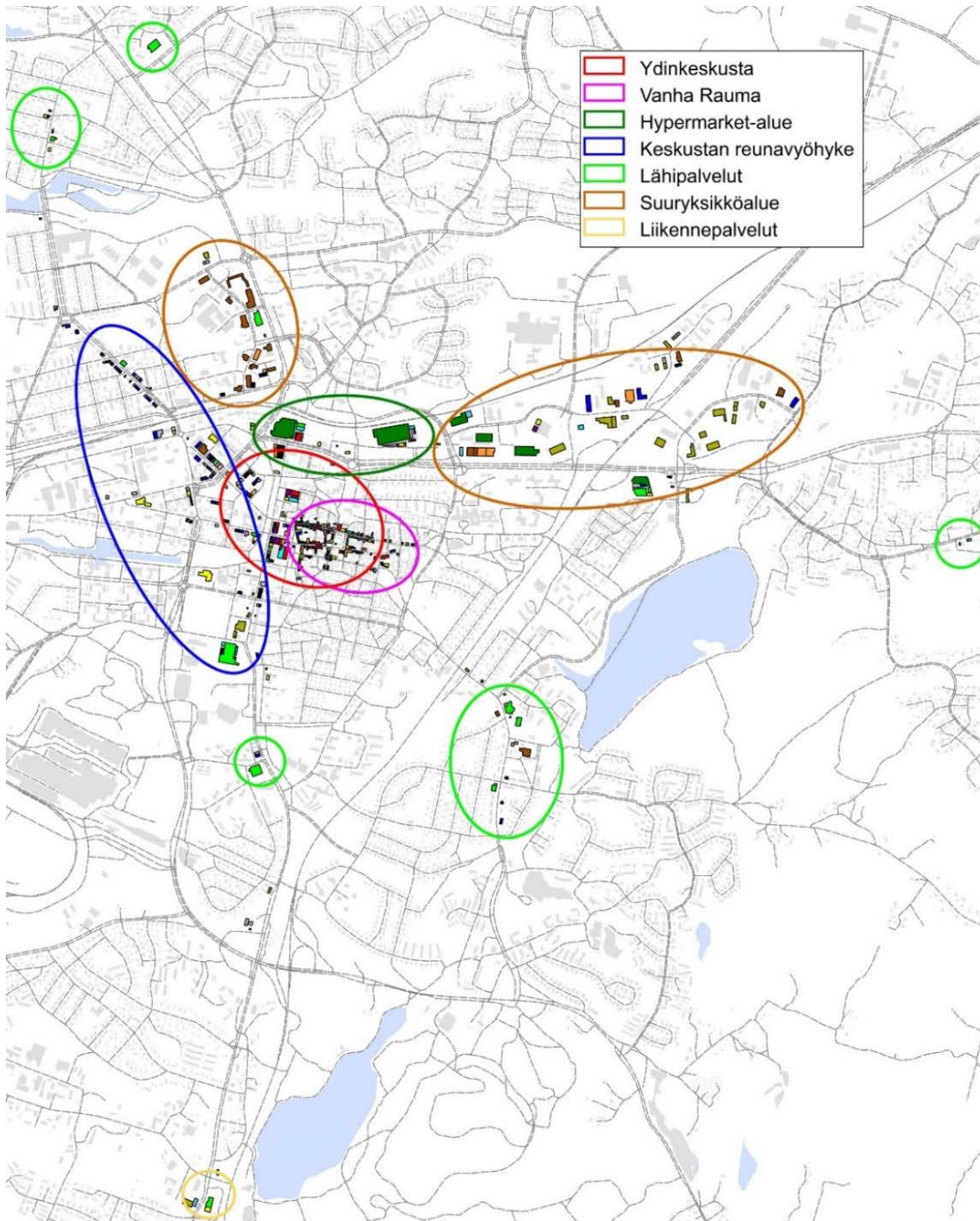
Raumalla on useita erityyppisiä kaupallisia keskittymiä. Keskustaan kuuluvat Vanha Rauma ja Tarvonsaari. Keskustan pohjoispuolella on hypermarket-alue ja tämän itäpuolella suurten erikoismyymälöiden alue, jossa on supermarket- ja tavaratalokauppaa sekä erikoisliikkeitä. Samantyyppinen kaupallinen keskittymä on myös Papinhaka, johon on keskittynyt rakentamisen kauppaa.

Keskustan reuna-alueilla on paljon kauppiaita ja muita lähipalveluita asukkaille. Keskustaan eteläosassa on Kortelan liikenneasema supermarketteineen, lisäksi lähiympäristössä on myös pienimuotoisesti muuta kaupan palvelutoimintaa.

Raumalla on myös yksi alakeskus, Lapin entinen kuntakeskus sekä Kodisjoen vanha kuntakeskus, mutta nämä eivät ole mukana tässä tarkastelussa.

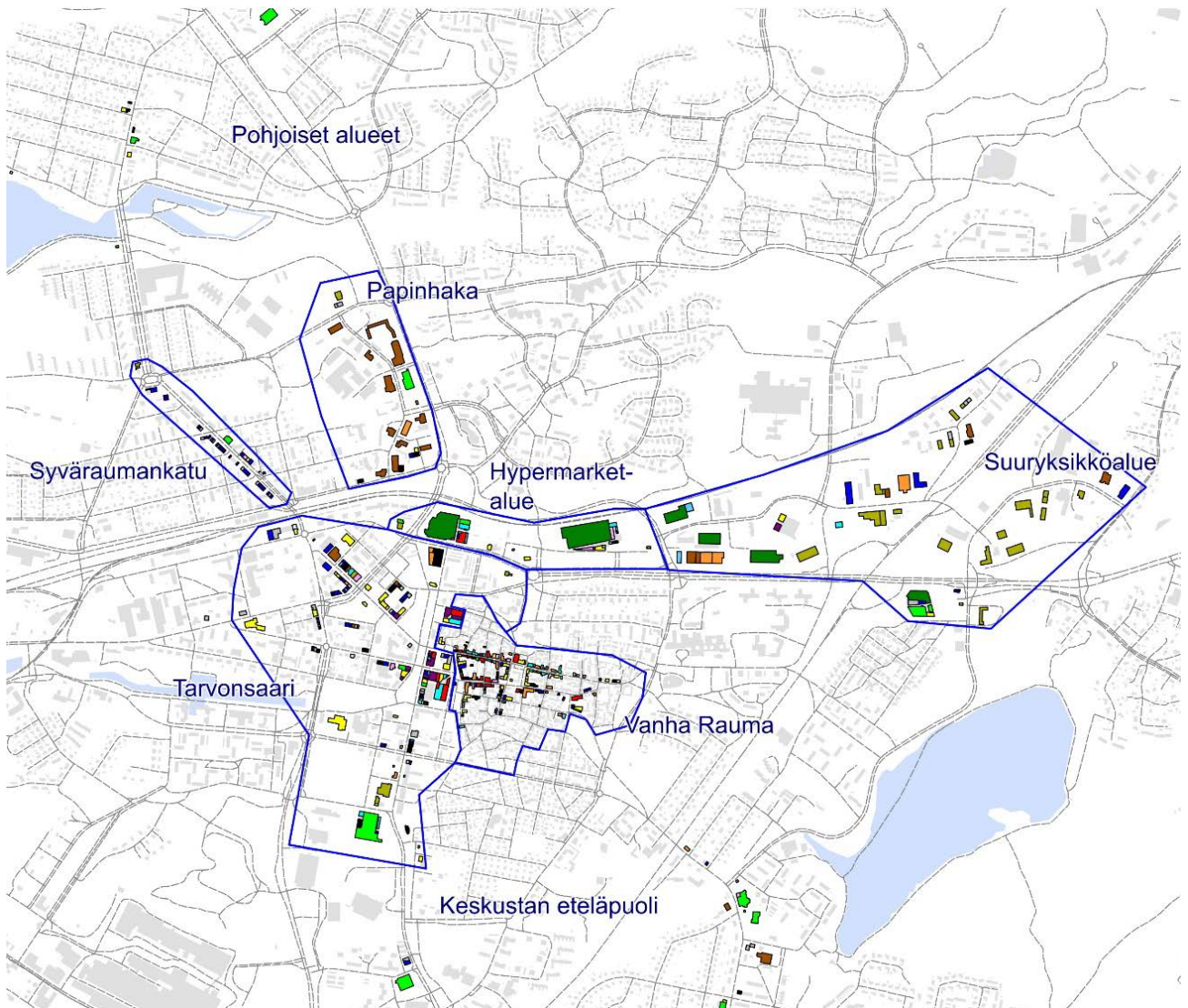
Rauman kaupallisen rakenteen nykytila on selvitetty kenttäkartoituksella. Kartoitus tehtiin maaliskuussa 2022 ja siinä analysoitiin kaikki liikepaikat keskustasta ja reuna-alueilta. Kartoituksen pohjalta on laskettu kaupallisten palveluiden liiketilain pinta-ala. Liikkeen pinta-ala on laskettu rakennuksen pohjapinta-alan mukaan ja se pitää sisällään myymälätilan lisäksi mm. takatilat, varastot, porraskäytävät sekä seinät. Hotelleista on karttaan piirretty vain 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. Nyt kartoituksessa haluttiin tarkemmin tutkia, minkälaista kehitystä liiketilojen käytössä on tapahtunut vuoden 2018 jälkeen.



Kaupallinen palveluverkko Raumalla 2022
 Pohjakartta: Maamittauslaitos 03/2022

Vähittäiskaupan palvelut ovat keskittyneet Rauman keskustaan. Kauppapalveluiden ytimen muodostavat Vanha Rauma ja Tarvonsaaren alue, johon kauppapalvelut ovat aikanaan laajentuneet Kanaalin yli länteen.



Kaupallisten palveluiden liiketilat 2022

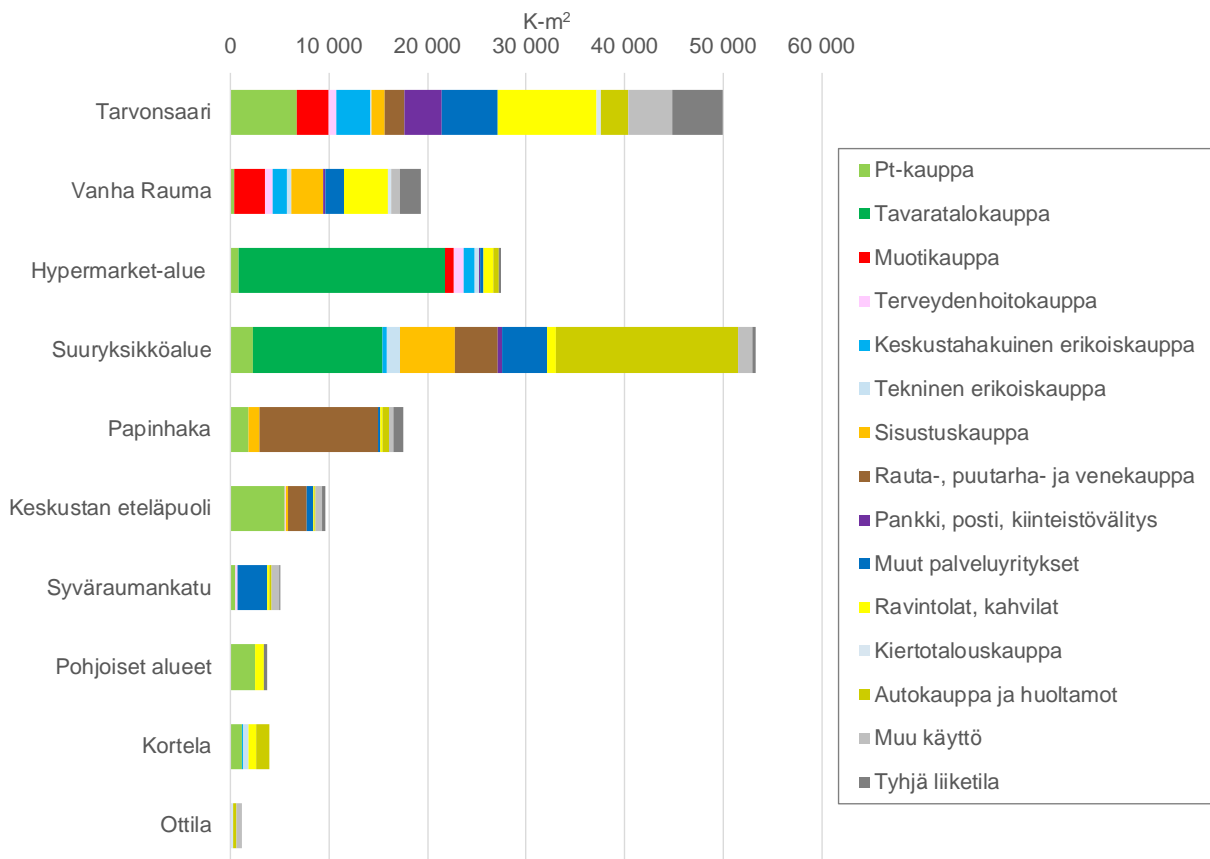
Lähde: WSP kartoitukset

Pohjakartta: Maamittauslaitos 03/2022

Keskusta jakautuu Tarvonsaaren ja Vanhaan Raumaan. Vanha Rauma liikepaikkana poikkeaa Tarvonsaaren alueesta siinä, että lähes kaikki liiketilat ovat vanhoissa rakennuksissa ja liiketilat ovat keskimääräistä pienempiä. Liikerakennusten kehittäminen kaupan yritysten tarpeiden mukaan on rajallista. Vanhan Rauman kaupallinen rakenne painottuu erikoiskauppaan, ravintolapalveluihin ja muihin palveluihin. Kokonaisuutena katsoen Vanha Rauma on tiivis ja intensiivinen kaupan keskittymä, jonka vahvuus on tiheässä liiketilaverkossa. Se on Vanhan Rauman vetovoima, eikä sitä pidä heikentää luovuttamalla liiketiloja muuhun kuin kaupan ja palveluiden käyttöön.

Tarvonsaareissa liikerakennukset ovat Vanhaa Raumaa uudempaa rakennuskantaa, ja kiinteistöjen muuttaminen tarpeiden mukaan on helpompaa. Tarvonsaareissa kauppapalvelut ovat suurelta osin keskittyneet Vanhan Rauman tuntumaan ja Valtakadulle, muutoin alueen liiketilat ovat hajallaan pieninä ryppäinä. Toimialarakenteessa on monipuolisesti sekä kauppaa että palveluita.

Keskustakauppa jatkuu Valtakatua pitkin koilliseen Syväraumankadulle, jonka kaupallinen rakenne on jo toisen tyyppinen kuin ydinkeskustassa. Kadun varrelle on keskittynyt reuna-alueen kaupallisia palveluita lähinnä hyvinvointipalveluita kuten kampaamoja, kauneushoitoloita ja hierontaliikkeitä. Osa liiketiloista on muussa kuin kaupallisten palveluiden käytössä. Alueella on myös pieni päivittäistavarakauppa lähialueen asukkaita palvelemissa.



Kaupallisten palveluiden pinta-ala toimialoittain Rauman keskustassa
Lähde: WSP kartoitukset 2022

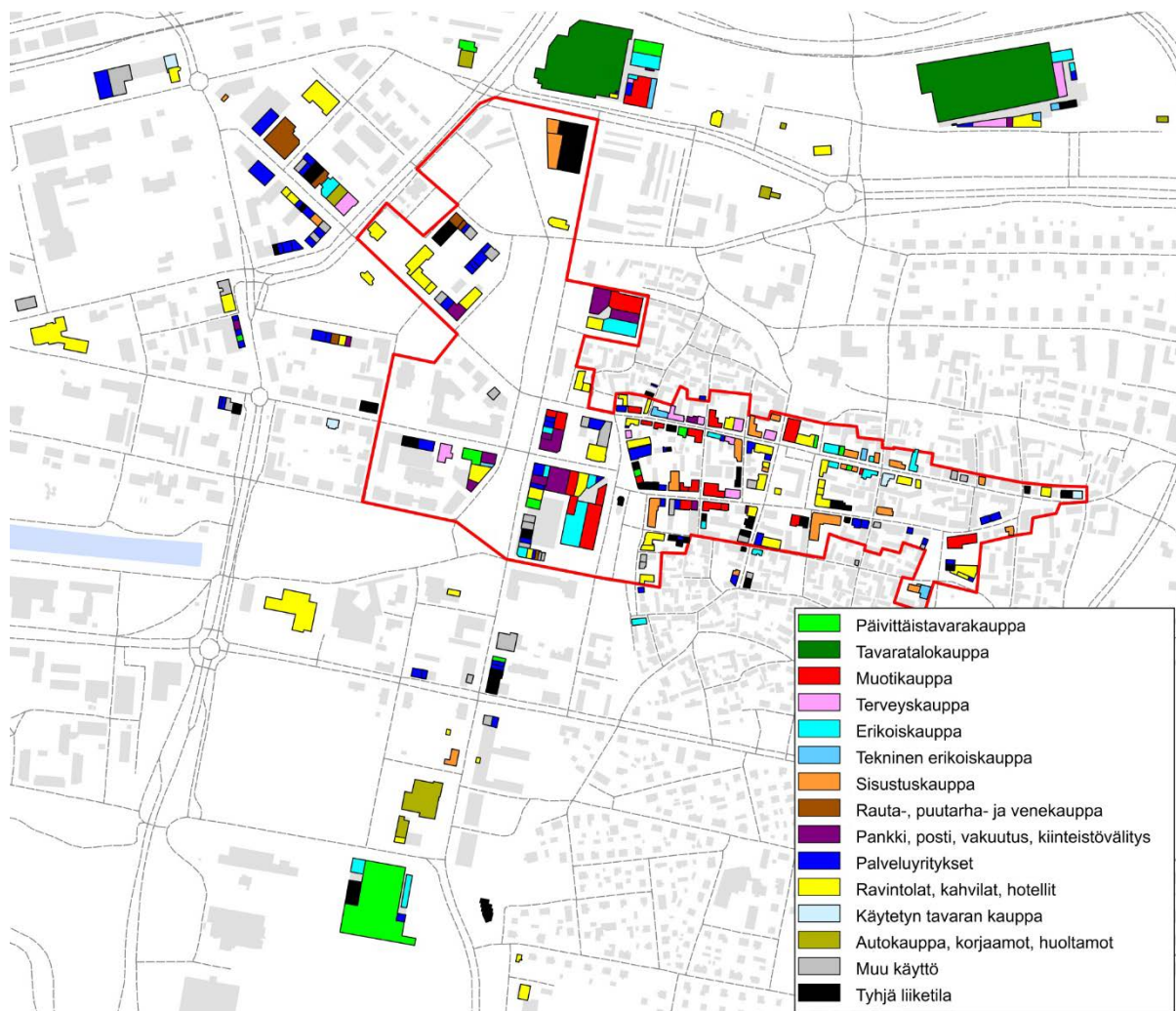
Hypermarket-alueella on kaksi hypermarkettia ja näiden yhteydessä etuliikkeinä erikoiskauppa sekä palveluita. Kaupallinen toiminta on keskittynyt näihin kahteen hypermarket-kiinteistöön ja muuten alue on lähinnä laajaa pysäköintikenttää. Hypermarket-alueen itäpuolelle on rakentunut suurten myymälöiden ja autokaupan alue, joka jatkuu aina Valtatie 8 risteuksen yli. Alueella on nyt neljä tavarataloa Motonet, Puuilo, Rusta ja Tokmanni sekä Rustan vieressä S-market ja Alko. Alueen tarjonta on viime vuosina vahvistunut tavarataloilla ja muilla uusilla toimijoilla.

Keskustan pohjoispuolella on Papinhaan alue, johon on keskittynyt rakentamisen ja sisustamisen kauppaa. Alueen pohjoisosat ovat enemmän työpaikka-aluetta kuin kaupan aluetta. Papinhaassa on myös Lidlin päivittäistavarakauppa. Papinhaassa on ollut uusia kaupan hankkeita, mutta ne eivät ole toteutuneet.

Rauman keskustan reuna-alueilla on asuinalueita palvelevia lähipalveluita niin Syväraumassa, Paroalhossa ja keskustan eteläpuolella Nortamonkadun varressa sekä ihan etelässä Sampaanalassa. Näiden asuinalueiden palvelut rakentuvat päivittäistavarakaupoista ja erilaisista lähipalveluista, jotka pääosin ovat hyvinvointipalveluita ja ravintolapalveluita.

2.3. Keskustan kaupallinen rakenne

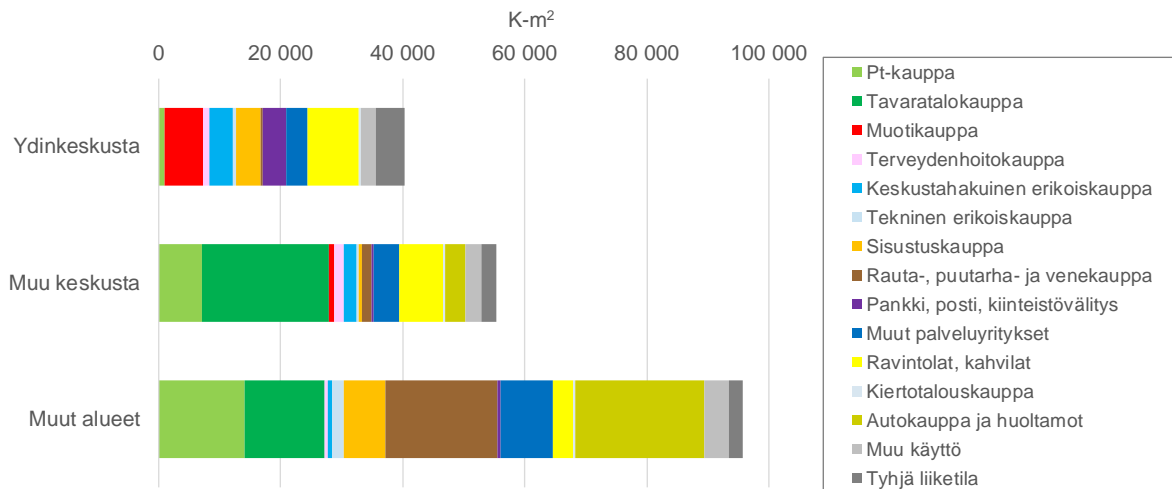
Keskustan kaupallista rakennetta on tarkasteltu myös Keskustan osayleiskaavan aluerajauksen mukaisesti, siten että ydinkeskustaan kuuluvat keskustatoimintojen alue (C) ja keskustatoimintojen alue, joka on rakennuslainsäädännön nojalla suojeltu (CSR). Muuhun keskustaan on tässä selvityksessä luokiteltu kuuluvan muu Tarvonsaaren alue sekä hypermarket-alue (ks. aluerajaukset luku 2.2.).



Keskustan kaupallinen rakenne 2022, ydinkeskusta rajattu punaisella

Lähde: WSP kartoitukset

Pohjakartta: Maamittauslaitos 03/2022



Ydinkeskustan kaupallinen rakenne painottuu keskustahakuiseen erikoiskauppaan, ravintola- ja kahvilapalveluihin, pankkipalveluihin ja muihin kaupallisiin palveluihin. Muualla keskustassa kaupan painopiste on päivittäistavarakaupassa ja tavaratalokaupassa ja keskustahakuista erikoiskauppaa on vain vähän.

Ravintola- ja kahvilapalveluit ovat tasaisesti levittäytyneet sekä ydinkeskustaan että muualle keskusta-alueella. Ravintolapalveluita on myös keskustan ulkopuolella mm. lähipalveluiden sekä liikennepalveluasemien yhteydessä.

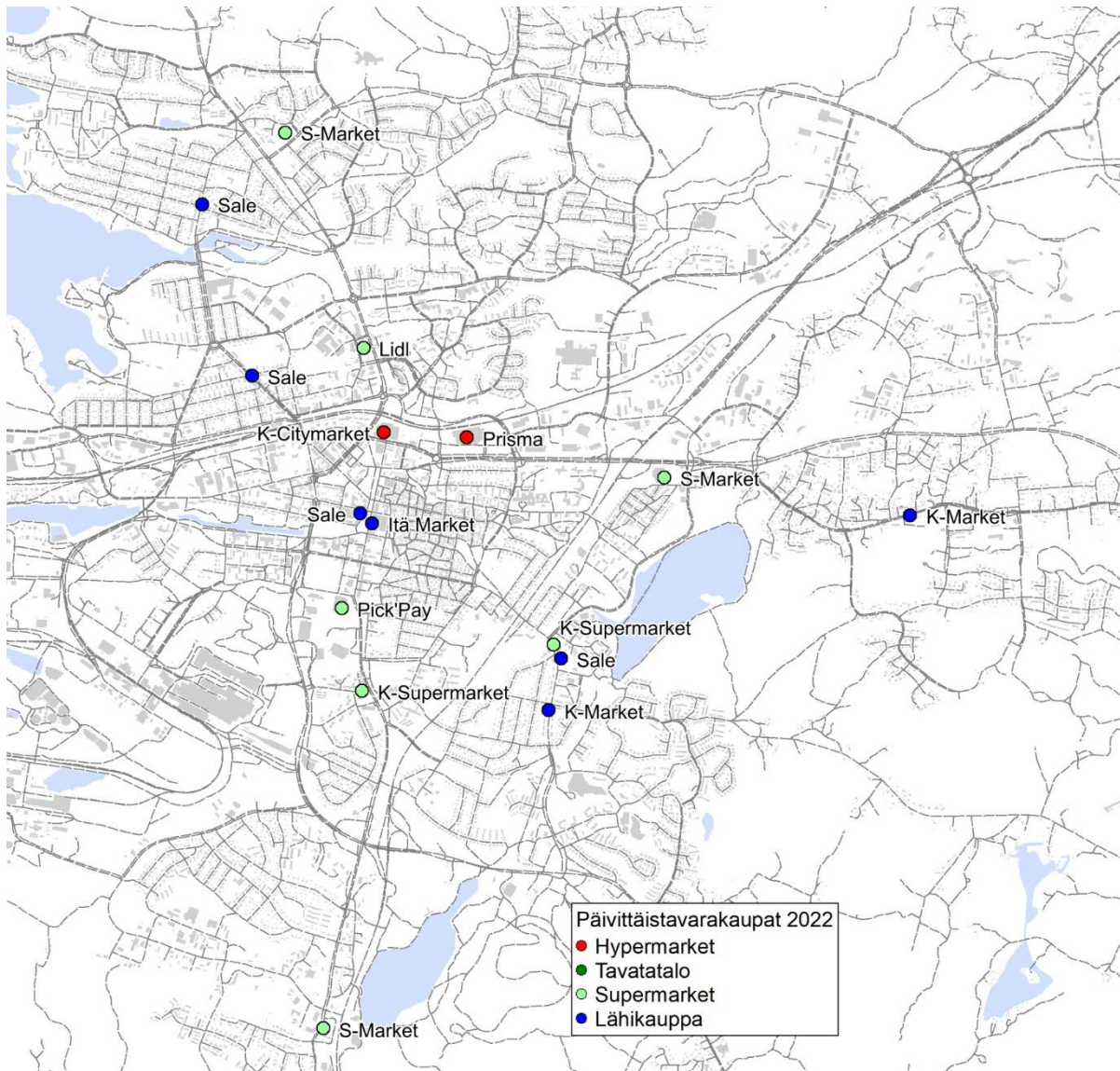
Keskustan ulkopuolisilla alueilla kaupan ja palveluiden rakenne on oman tyyppisensä. Keskustan ulkopuolelle hakeutuu suurempia myymälätiloja edellyttävä kauppa. Palvelut sen sijaan ovat tyypillisesti pieniä hyvinvointipalveluita, jotka tarjoavat lähipalveluita asuinalueilla.

2.4. Päivittäistavarakaupan verkko

Päivittäistavarakaupat ovat Raumalla kiinteä osa muuta kaupan palveluverkkoa. Valtaosa päivittäistavarakaupoista on Rauman keskustan reuna-alueilla, missä on suurin osa asutuksesta. Liikenneasemien yhteydessä on päivittäistavarakauppoja keskustassa sekä keskustan eteläpuolella Kortelassa valtatie 8:n varrella. Lapin keskustassa on pari pientä lähikauppaa.

Suuret päivittäistavarakaupan yksiköt, hypermarketit ovat keskittyneet Rauman hypermarket-alueelle. Suuria supermarketteja on keskustan reuna-alueilla, lähinnä kokoojakatujen varrella. Näitä täydentävät lähikauppojen verkko, joita on tiiviillä asutusalueilla. Ydinkeskustassa on päivittäistavarakaupan osalta tyhjiä, sillä nykyisin siellä on vain kaksi pientä myymälää. Salen lähikauppa ja pieni Itä Market, etninen pt-myymäälä uutena tulokkaana.

Lähivuosien aikana Raumalla on lopettanut yksi ABC-liikenneasemamyymälä keskustasta. Sale on siirtynyt uuteen myymälärakennukseen Monnankadulla, vanha rakennus on purettu ja muutettu myymälän pysäköintialueeksi. Kodinjoen lähikauppa on muuttunut käsityötuotteiden ja tilausleivonnaisten myymäläksi. Muita muutoksia ei päivittäistavarakaupan verkkoon ole tullut. Suunnitelmia on uusista myymälöistä uuteen kauppakeskukseen sekä Pohjoiskehän varseen.



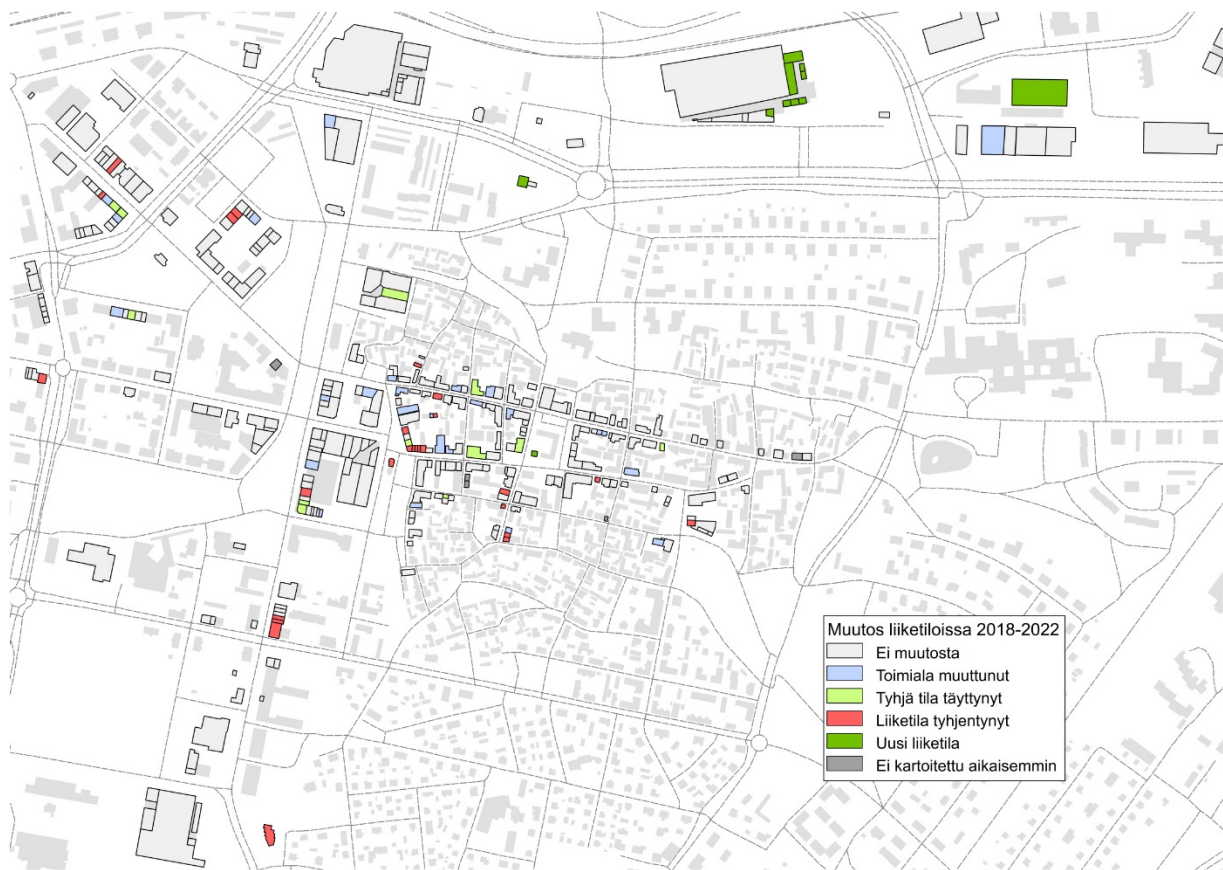
Päivittäistavarakaupan verkko 2022

Lähde: WSP kartoitus

Pohjakartta: Maamittauslaitos 03/2022

2.5. Kaupallisessa rakenteessa tapahtuneita muutoksia

Kaupan ja palveluiden rakenteessa tapahtuu jatkuvasti pientä muutosta. Siksi analysoimme liiketilarakenteen muutokset vuoden 2018 ja vuoden 2022 välillä. Tuolla aikavälillä tapahtuneet muutokset ovat olleet suhteellisen vähäisiä. Uusia kaupan- ja palvelualan toimijoita on tullut melko vähän, ja uudet toimijat ovat olleet suurimmalta osaltaan pieniä yrityksiä. Suurin yksittäinen kaupan alan toimija, joka on Raumalle tullut, on Puuilon tavaratalo. Tyhjien liiketilojen suurin muutos oli Kauppakeskus Tarvontorin rakennuksen purkaminen, mikä vähensi tyhjiä liiketilaneliöitä merkittävästi, koska vuonna 2018 Tarvontorin tilat oli jo tyhjennetty. Vuositasolla tarkasteltuna Rauman liiketilapinta-ala on viime vuosina kasvanut keskimäärin noin puoli prosenttia vuodessa, mitä voi pitää varsin vaatimattomana kasvuna.



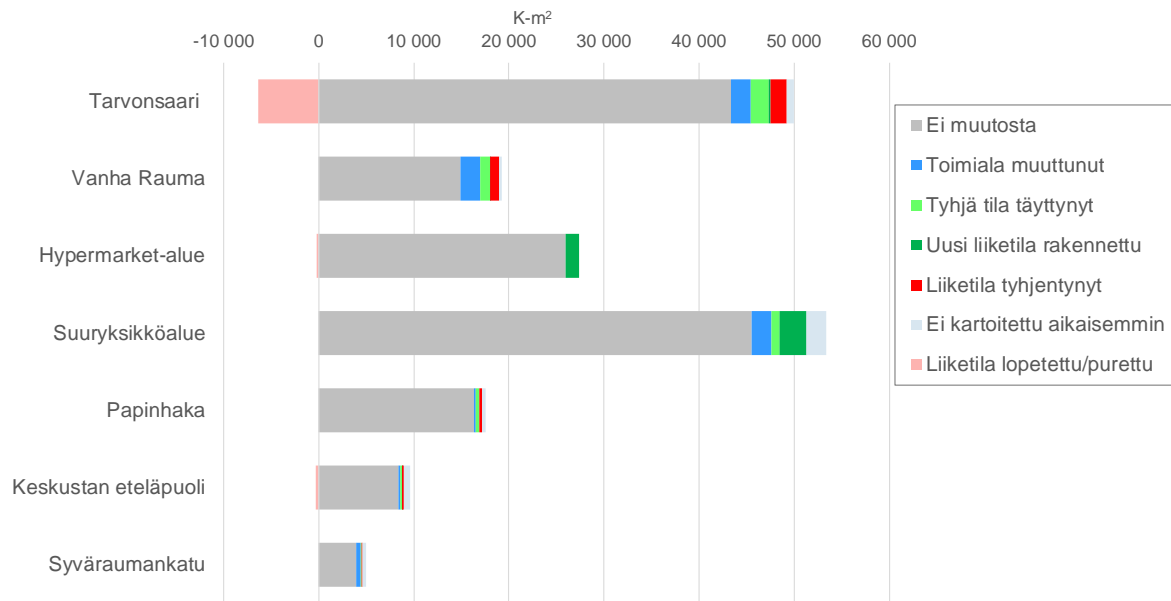
Liikeliloissa tapahtuneet muutokset 2018 – 2022

Lähde: WSP kartoitukset

Pohjakartta: Maamittauslaitos 03/2022

Kun tarkastellaan kaupungissa tapahtuneita muutoksia liikelilakannassa, niin kokonaan uusia liiketiloja on viimeisen neljän vuoden aikana tullut vain hypermarket-alueelle ja kaupan suurmyymäläalueelle. Siellä liikelilakanta on kasvanut tavaratalolla ja keskustahakuisilla erikoisliikkeillä. Viimeksi mainitut ovat hakeutuneet hypermarkettien etumyymälöiksi, kun ydinkeskustassa ei ole ollut mahdollisuutta sijoittua toimiviin liikeliloihin.

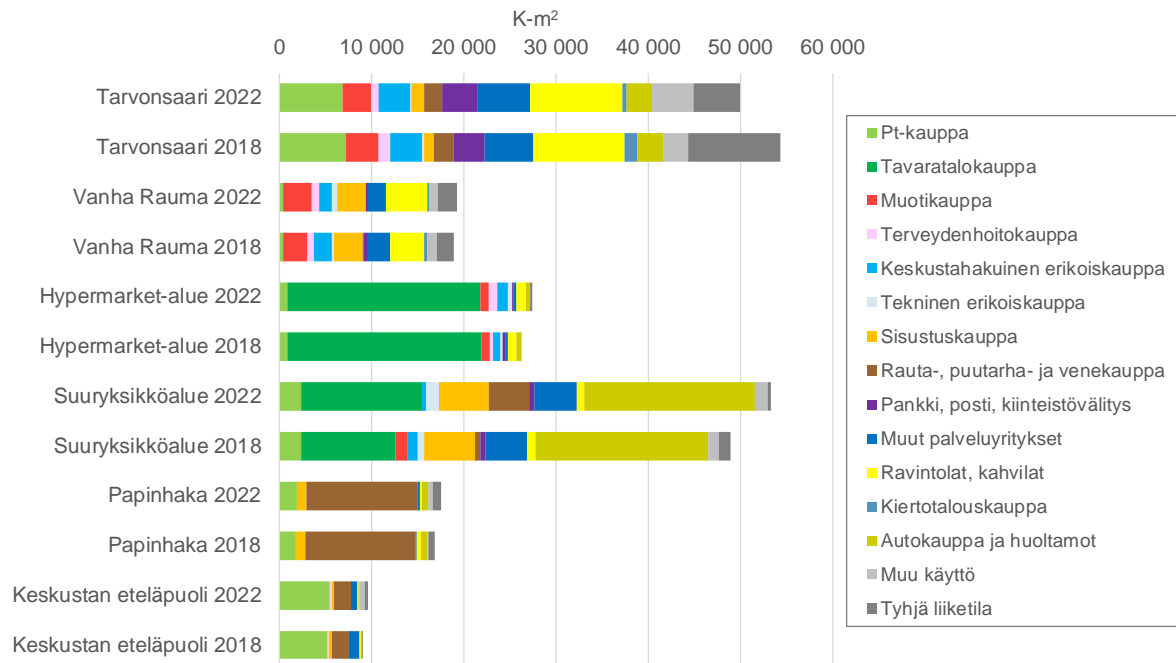
Vanhan Rauman osalta liikelilamuutokset ovat olleet varsin vilkkaat, mutta kokonaisuutena myös positiiviset. Eniten toimitilat ovat muuttaneet liiketoiminnan muotoa, mitä voidaan pitää positiivisena keskustan uudistumisen kannalta. Myös tyhjen liikelilojen täyttyminen kertoo Vanhan Rauman liikepaikkojen kiinnostavuudesta ja toimivuudesta. Osa liikepaikoista on tyhjentynyt, mutta tarkkaa tietoa ei ole syistä. Kun tyhjät liikepaikat ovat keskittyneet, niin syynä voi olla myös toimipisteiden saneeraus.



Liiketilojen käytötarkoituksen muutokset viime vuosina Rauman eri osa-alueilla
Lähde: WSP kartoitukset

Keskustan länsiosassa eli Tarvonsaaren alueella liiketilarakenteessa on tapahtunut vain vähäisiä muutoksia. Tarvontorin kiinteistön purkaminen on tietysti ollut suurin muutos alueella, mutta se ei ole vaikuttanut liiketilarakenteeseen, koska kiinteistö on ollut tyhjillään tarkastelu- ja jakson alussa. Liiketoiminnot ovat jossain määrin muuttaneet toimintaansa, ja osa tiloista on jäänyt tyhjilleen sekä osa tyhjistä tiloista on täyttynyt uusilla toiminnoilla, mutta muutokset ovat pistemäisiä ja hajautuneet koko alueelle.

Muualla kaupunkirakenteessa kaupan ja palveluiden verkossa tapahtuneita muutoksia on ollut vähän. Niissäkin liiketilat ovat pääsääntöisesti säilyneet käytössä ja liiketoiminnoille näyttää riittävän elinolosuhteita.



Rauman kaupallisessa rakenteessa tapahtuneet muutokset osa-alueittain 2018 ja 2022
Lähde: WSP kartoitukset

Oheinen kuva kertoo kaupallisen rakenteen muutoksista viimeisen neljän vuoden aikana. Kuvasta on nähtävissä, että toimialoittain tarkasteluna muutokset ovat olleet varsin vähäisiä. Suurin muutos on uuden tavaratalokaupan, Puuilon rakentuminen suuryksikköalueelle ja Tarvonsaassa Tarvontorin tyhjän liikerakennuksen purku. Prismän yhteyteen on rakentunut uusia etumyymälöitä, mutta kokonaisuuteen nähden muutos on ollut pieni. Vanhassa Raumassa ravintolapalveluiden pinta-ala on kasvanut ja muotikaupan sekä muun erikoiskaupan pinta-ala vähentynyt, kuten on yleinen trendi keskustoissa.

3. KAUPAN MARKKINOIDEN KEHITYS

Rauman markkina-alueella ei ole viime vuosina tapahtunut suuria muutoksia, joten TNS Gallup Oy:n Suuren vaikutusalue tutkimuksen mukaiset asiointialueet pitävät edelleen paikkaansa. Rauman erikoiskaupan asiointialueeseen kuuluvat Rauman lisäksi Pyhäranta, Eurajoki, Eura, Säskylä ja Laitila. Laitilassa ja Eurassa asioidaan kuitenkin vielä enemmän omassa kunnassa kuin Raumalla. Lähimarkkina-alueeseen lasketaan kuuluvaksi edellisten selvitysten tavoin Rauma, Eurajoki ja Pyhäranta. Tältä alueelta pääosa erikoiskaupan ostoksista tehdään Raumalla.

Rauman II-markkina-alueeseen kuuluvat Eura, Säskylä ja Laitila, joista asioidaan Raumalla harvemmin kuin lähialueelta. Laitilassa ja Eurassa asioidaan merkittävästi myös omassa kunnassa. Säskylässä vastaavasti on oma tarjonta heikompaa.

Rauma on markkina-alueensa pääkeskus. Muita kaupallisesti tärkeitä paikalliskeskuksia ovat alueella mm. Laitila ja Eura. Kokonaisuudessaan markkina-alueelta, myös Raumalta, suuntautuu asiointia myös mm. Poriin ja Turun seudulle.

ERIKOISKAUPAN ASIOINTIALUEET

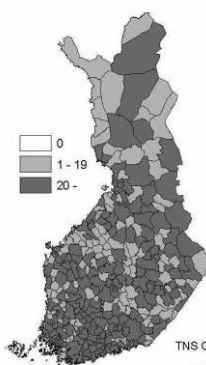
Mukana 18 erikoiskaupan toimialan asiointi laskettuna yhteen samanpainoisina

□ Asiointialueet (eri väreillä)

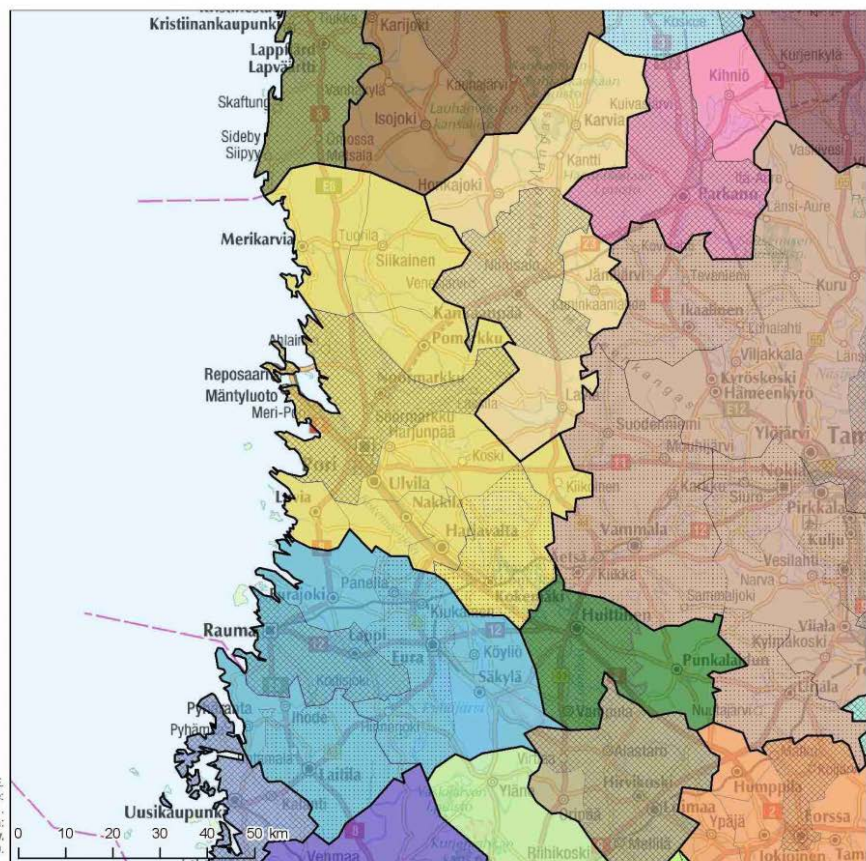
Kuntaluokitus omassa kunnassa asiointiin perusteella

- ▨ Keskuskunta: vähintään 50 % asiointia omassa kunnassa
- ▨ Omassa kunnassa asiointi alle 50 %, mutta enemmän kuin missään muussa yksittäisessä kunnassa
- Omassa kunnassa asioidaan vähemmän kuin jossain muussa yksittäisessä kunnassa

Asiointitietojen vastaajamäärä
N < 20 noin 40 % ssa kunnia



© SYKE.
Lähde:
TNS Gallup, SVT 2011.
Kuntaraja:
© Affecto Finland Oy,
Karttateskus, Lupa L4659.



3.1. Ulkoiset tekijät kaupan kehitykseen

Rauman kaupan ja palveluiden kehitykseen on vaikuttanut viimeisen kahden vuoden aikana merkittävästi koronapandemia. Se on pakottanut ihmisiä olemaan kotona ja hillinnyt kulutusta usealla toimialalla ainakin vuoden 2020 aikana. Samalla kulutustottumuksiin tuli uusia piirteitä ja verkkokaupan sekä muun etämyynnin osuus kasvoi asioinnissa. Pandemian suurin vaikutus kauppoihin ja palveluihin on ollut toimipisteiden asiakaskato ja tästä aiheutuva myynnin lasku. Vaikka rajoitustoimet olivat loppujen lopuksi lyhytaikaisia, erilaiset rajoitukset olivat monille pienille erikoisliikkeille, palveluyrityksille ja ravintoloille vakava taloudellinen katastrofi. Tämä on saattanut olla monen liikkeensä lopettaneen raumalaisen yrityksen keskeinen syy.

Monet kaupat myös hyötyivät pandemian vaikutuksista. Suurimmat hyötyjät ovat olleet suuret päivittäistavarakaupat ja kodintekniikkakaupat sekä verkkokauppaa harjoittavat yritykset. Lisäksi kodin kunnostamiseen keskittyvä kauppa on yleisesti ollut kasvussa. Pandemia on ollut myös ruuan verkkokaupan merkittävä vauhdittaja. Päivittäistavarakaupan toimijat joutuivat nopeasti kehittämään ruuan verkkokaupasta toimivan järjestelmän. Verkkokauppa on jäänyt selvästi pysyväksi vaihtoehdoksi kuluttajille eli siltä osin kulutustottumuksiin on tullut muutoksia. Tämä on vaikuttanut liiketilakantaan siten, että verkkokaupan jakelijat ovat tulleet voimakkaasti liiketilamarkkinoille pakettiautomaateillaan ja noutopisteillään. Päivittäistavarakaupat ovat myös laajentaneet tilojaan hoitaakseen verkkokaupan pakettijakelua.

Raumallakin tämä kehitys jo näkyy, kun pakettiautomaatteja ja noutopisteitä on tullut suurten myymälöiden yhteyteen. Tämä kehitys jatkuu vielä lähivuosina ja etämyynnin jakelupisteet tulevat vielä lisääntymään ja kilpailemaan liiketiloista.

3.2. 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.

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. Teknisen erikoiskaupan ja sisustamisen kaupan myymälät ovat kasvaneet sijoituessaan keskustojen reunoille suuriin myymäläkeskittymiin. Viimeisin suuntaus on tehdä kaupunkien keskustoihin pieniä city-myymlöitä.

Erikoiskaupan myymäläkonsepteista nopeimmin ovat kasvaneet käyttötavaraan painottuvat tavaratalot (Biltema, Motonet, Tokmanni, Rusta, yms.), joissa on yhä suurempi ja monipuolisempi valikoima ja esillepano. Nämä erikoiskaupan suurmyymälät pyrkivät olemaan hintamielikuvaltaan edullisia.

Erikoiskaupan omistus keskittyy ketjuuntumisen myötä. Suomeen on tullut uusia ulkomaisia ketjuyrityksiä, mikä tuo lisää tarjontaa. Ketju liikkeet 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 kauppakeskitymiin. Erikoiskauppa hakeutuu aina lähelle toisiaan. Pienimmissä keskitymissä on tyypillisesti enää vain paikallis- ja lähipalveluita. Monipuolisesti erikoiskauppaa on vain kaupunkien keskustoissa ja suurissa kaupan keskitymissä.

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 ne ovat hakeutuneet keskustojen parhaille liikepaikoille. Kauppa kehittyy hyvillä liikepaikoilla, ja tyhjiä tiloja löytyy lähinnä keskustojen reuna-alueilta tai muutoin huonoilta liikepaikoilta.

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 keilahallit, kuntosalit ja kylpylät ovat sijoittuneet uusiin kauppakeskuksiin, jotka ovatkin yhä enemmän viihdekeskuksia. Kaupunkien keskustoissa on kortteleihin saneerattu tai rakennettu keskustakauppakeskuksia. Niissä vetovoimaisina yritysinä ovat erikoiskaupat eikä niinkään päivittäistavara-kauppa. Näitä tulee koko ajan lisää suomalaisiin kaupunkeihin sitä mukaa kun rakennuksia ja kortteleita määrätietoisesti kehitetään.

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

Viime vuosina kaupan kasvu on jatkunut suurmyymäläalueilla. Ne rakentuvat yksittäisistä suurista myymälärakennuksista. Niihin hakeutuvat huonekalukaupan ja urheilukaupan myymälät sekä käyttötavaraan painottuvat tavaratalot, joiden tavaravalikoimat muistuttavat yhä enemmän hypermarkettien käyttötavaravalikoimaa. Näiden erikoistavaratalojen kasvu on voimakasta ja ne ovat ilmeisen hyvin hyötäneet myös pandemian aikaisesta kulutuskäyttäytymisen muutoksesta.

Liikennemyymälät ovat vauhdittaneet osaltaan kaupan sijoittumista keskustojen ulkopuolelle. Liikennemyymälöihin hakeutuu varsinaisen huoltamotoiminnan lisäksi päivittäistavara-kauppaa 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.

3.3. Verkkokaupan kehitys ja merkitys

Verkkokauppa myyntikanavana on Suomessa kasvanut tasaisesti, mutta erityisen nopeasti se lähti kasvamaan vuonna 2020, kun vähittäiskaupan myymälöitä ryhdyttiin sulkemaan pandemian takia. Verkkokauppa oli aiemmin jo vahvistunut informaatiotuotteiden ja aineettomien hyödykkeiden kuten esimerkiksi matkalippujen, teatterilippujen, erilaisten tietokone- ja mobiilipelien sekä rahapelien kaupassa. Eli niissä tuotteissa, jotka liikkuvat helposti tiedonvälityksellä eikä tuotetta tarvitse erikseen hakea esimerkiksi postista. Verkkokaupasta ostetaan kuitenkin paljon myös tavaraa ja tavaroiden osuus on kasvussa ja pandemian aikana se kasvoi pysyvästi.

Suosituimmat vähittäiskaupan tuoteryhmät verkkokaupassa ovat viihde-elektroniikka ja tietotekniikka, pukeutuminen sekä moottoriajoneuvot ja veneet. Päivittäistavarakaupan tuotteiden ostaminen moninkertaistui pandemian alussa ja verkkokaupan osuus päivittäistavaramyyntistä kasvoi alle prosentista kolmeen prosenttiin, ollen hetkellisesti huomattavasti tätäkin suurempaa. Päivittäistavarakaupan verkkokauppaan on edelleen odotettavissa kasvua. Suomessa pääosa ruuan verkkokaupasta toteutuu perinteisten myymäläketjujen myymälöistä käsin. Verkkokauppa ei siten päivittäistavarakaupassa ole vähentänyt kiinteiden myymälöiden tilatarpeita, vaan pikemmin se on kasvattanut myymälöiden pinta-alatarvetta sekä lisännyt niihin noutopisteitä.

Verkkokauppa ei ole vain itsenäinen kaupan muoto, vaan se on osa monikanavaista kaupan palvelukenttää. Monikanavaiset toimijat hyödyntävät toiminnassaan useita asiointi-, myynti- ja palvelukanavia, minkä nähdään olevan edellytys menestyvälle kaupan liiketoiminnalle. Toimivaan monikanavaiseen toimintaympäristöön kuuluvat kaupan alalla mm. myymälät, verkkokauppa, sosiaalinen media, perinteinen media, mobiilisovellukset, keskusteluryhmät sekä asiakaspalvelu.

Koska ihmiset odottavat kaupalta ja asioinnilta elämyksiä ja viihdettä, tarvitaan myymälöitä ja palveluita edelleen myös tulevaisuudessa. Nettikauppa tuo asiakkaita myös kauppoihin noutamaan verkosta tilattuja tuotteita. Verkko-ostamisen kasvu tarjoaa osalle kaupan toimijoista mahdollisuuden vähentää myymälämäärää tai pienentää myymäläkokoja. Toisaalta toimiva monikanavaisuus voi edellyttää kivijalkamyymälöiden perustamista ja voi edesauttaa toimijoita avaamaan myymälöitä paikoissa, joita ne eivät aiemmin olisi harkinneet. Verkkokaupan kasvu lisää myös noutopaikkojen kysyntää.

3.4. Väestön kehitys Rauman markkina-alueella

Raumalla on tällä hetkellä asukkaita vajaa 40.000. Tilastokeskuksen uusimman väestöennusteen mukaan vuonna 2030 asukkaita on tuhat vähemmän kuin nykyään. Rauman markkina-alueella kaikissa kunnissa asukasmäärä on laskussa.

Kokonaisuudessaan Rauman I-markkina-alueella (Rauma, Eurajoki, Pyhäranta) on tällä hetkellä asukkaita noin 50.000 ja vuonna 2030 noin puolitoistatuhatta vähemmän. Koko markkina-alueella on asukkaita noin 77.000 ja asukasmäärän ennustetaan laskevan vuoteen 2030 mennessä 73.200 asukkaaseen.

Väestön kehitys Rauman markkina-alueella 2021 - 20405

	2021	2025	2030	2035	2040	Muutos 2021-40	Vuosi- muutos 2021-40
Rauma	38 939	38 311	37 478	36 618	35 713	-3 226	-0,5 %
Eurajoki	9 496	9 568	9 513	9 429	9 347	-149	-0,1 %
Pyhäranta	1 971	1 883	1 783	1 696	1 624	-347	-1,0 %
I-markkina-alue	50 406	49 762	48 774	47 743	46 684	-3 722	-0,4 %
Eura	11 359	10 865	10 353	9 918	9 581	-1 778	-0,9 %
Säkylä	6 560	6 256	5 927	5 651	5 419	-1 141	-1,0 %
Laitila	8 454	8 351	8 198	8 031	7 898	-556	-0,4 %
II-markkina-alue	26 373	25 472	24 478	23 600	22 898	-3 475	-0,7 %
Markkina-alueet yht.	76 779	75 234	73 252	71 343	69 582	-7 197	-0,5 %

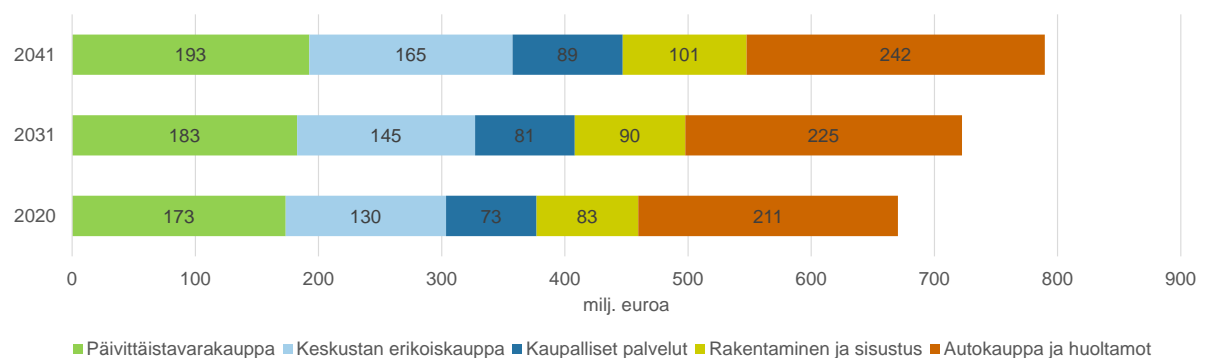
Lähde: Tilastokeskus

3.5. Ostovoiman kehitys

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

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

2010-luvulla vähittäiskaupan myynti/ostovoima on kasvanut 2–4 % vuosivauhdilla. Viime vuosina kaupan kehityksessä tapahtui pandemian aiheuttamia poikkeuksellisia muutoksia ja vaikka ostovoima kasvoi, niin se ei toteutunutkaan kaupan myyntinä. Vuoden 2021 ostovoiman kehitys palautui aiempien vuosien tasolle ja kaupan myynnin kehityskin kääntyi kaikilla toimialoilla selvään kasvuun.



Kaupan ja palveluihin kohdistuvan ostovoiman kehitys Raumalla 2020, 2031 ja 2041

Toimialoitteiset vaihtelut kaupan kehityksessä ovat suuria. Keskimääräistä nopeammin kasvavat nyt päivittäistavarakaupan, kodintekniikkakaupan, terveystarvikkeiden ja urheilukaupan ostovoimat. Pitkällä aikavälillä kulutuksen ennustetaan yhä kasvavan. Pitkän aikavälin ennusteesseen mahtuu sekä nousuja että laskuja.

Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Rauman markkina-alueella 2021

milj. euroa	Lähimarkkina-alue		Yhteensä	II-markkina-alue	Ma-alueet yhteensä
	Rauma	alue			
Päivittäistavarakauppa ja Alko	173	44	218	114	332
Rakentaminen ja sisustus	83	21	104	55	159
Keskustan erikoiskauppa	130	33	164	86	249
<i>Erikoiskauppa yhteensä</i>	<i>213</i>	<i>55</i>	<i>268</i>	<i>140</i>	<i>408</i>
Vähittäiskauppa yhteensä	386	99	485	254	740
Autokauppa ja huoltamot	211	52	263	129	392
Ravintolat	45	11	56	27	83
Kaupalliset palvelut	29	8	37	23	60
Kauppa ja palvelut yhteensä	670	171	841	434	1 275

Lähde: Ostovoimat, Santasalo Ky

Raumalla kauppaan ja palveluihin kohdistuvaa ostovoimaa on nyt 670 milj. € vuodessa ja markkina-alueella ostovoimaa on yhteensä 1.275 milj. €. Raumalaisten osuus alueen ostovoimasta on noin puolet.

Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Rauman markkina-alueella 2030

milj. euroa	Lähimarkkina-alue		Yhteensä	II-markkina-alue	Ma-alueet yhteensä
	Rauma	alue			
Päivittäistavarakauppa ja Alko	183	49	231	115	347
Rakentaminen ja sisustus	90	24	114	57	171
Keskustan erikoiskauppa	145	38	183	91	275
<i>Erikoiskauppa yhteensä</i>	<i>234</i>	<i>62</i>	<i>297</i>	<i>149</i>	<i>446</i>
Vähittäiskauppa yhteensä	417	111	528	264	792
Autokauppa ja huoltamot	225	58	283	132	414
Ravintolat	49	13	62	29	91
Kaupalliset palvelut	32	9	41	24	65
Kauppa ja palvelut yhteensä	722	191	914	449	1 363

Lähde: Ostovoimat, Santasalo Ky

Raumalla kauppaan ja palveluihin kohdistuvaa ostovoimaa ennustetaan kasvavan kymmenessä vuodessa 720 milj. € ja markkina-alueella 1.400 milj. €. Kasvu on kohtuullista, mutta sitä selvästi leikkaa koko alueen väestön väheneminen.

3.6. Liiketilän lisätarve

Kaupan ja palveluiden käytössä oleva liiketila on koko ajan kasvanut Raumalla. Liiketoiminnot kehittyvät ja yritykset hakevat suurempia tai pienempiä toimitiloja markkinoiden kehittyessä. Raumalla uutta liiketilaa on tullut viime vuosina noin 1 % vuodessa eli nettolisäys on ollut 1000 k-m² vuodessa. Käytännössä uutta tilaa on tullut enemmän, koska nettolisäyksestä on vähennetty poistuvat liiketilat, joita Raumalla tarkastelujaksolla on ollut merkittävästi. Koska liiketilän tarve liittyy kulutuksen muutokseen, sitä on laskettu ostovoiman muutoksen kautta.

Tässä selvityksessä ostovoiman kasvun pohjalta arvioidaan tulevaa liiketilän lisätarvetta Raumalla. Liiketilän lisätarve on laskettu seuraavalle kymmenelle vuodelle eli vuoteen 2030. Ostovoiman kasvu muutetaan myyntitehokkuuksien avulla uudeksi myyntipinta-alaksi. Myyntitehokkuus on arvioitu vähittäiskaupan myynnin ja kartoitettujen liiketilöiden pohjalta. Kun myyntitehokkuus vaihtelee toimialoittain, niin eri toimialoilla myynnin kasvu tuottaa eri suuruista liikepinta-alan lisätarvetta.

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 keskimääräinen myyntitehokkuus

Kerrosala = 1,3 * myyntipinta-ala

	€/k-m ²	€/my-m ²
Päivittäistavarakauppa	5 600	7 300
Keskustan erikoiskauppa	4 500	5 900
Rakentaminen ja sisustus	3 700	4 800
Ravintolat	2 700	3 500
Autokauppa	7 400	9 600

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. Laskelmat eivät myöskään sisällä toimisto- ja muita yritystiltoja.

Vähittäiskaupan lisäksi myös kaupalliset palvelut tarvitsevat liiketilaa. Palveluiden liiketilatarpeen on laskettu suuntaa antavasti olevan 25 % kaupan tarpeesta. Lisäksi palveluiden tarpeeseen lisätään ravintolapalvelut. Keskustoissa palveluiden tilantarve on suurempi, noin 50 %, kuin muilla kaupan alueilla. Tulevaisuudessa palvelujen osuus on laskettua suurempi, koska ostovoima on suuntautunut yhä enemmän tuoteostojen sijaan palveluihin. Tällöin vastaavasti kaupan tarve olisi pienempi, joten kokonaismitoitukseen ei tällä lasketa olevan vaikutusta.

Laskelmassa ei ole suoraan otettu huomioon verkkokaupan vaikutusta lisätalantarpeeseen. Verkkokauppa sekä paikoin lisää että paikoin vähentää tarvetta. Esimerkiksi päivittäistavarakaupan verkkokauppaa hoidetaan tyypillisesti myymälän kautta, mikä lisää myymälän pinta-alatarvetta. Myös noutopisteet tarvitsevat tilaa. Joillakin toimialoilla myynti on painottunut verkkoon, jolloin myymälöitä tarvitaan vähemmän. Toisaalta taas toimiessaan verkossa myymälä

voi laajentaa markkina-alueitaan ja näin kasvattaa myyntiään, jolloin toimija pystyy toimimaan pienemmilläkin paikallisilla markkinoilla.

Laskelmassa on otettu huomioon kaavallinen joustonvara 1,3-kertoimella. Mitoituskerroin parantaa kilpailun edellytyksiä ja tuo laskelmaan joustavuutta konseptien kehittämiseksi. Tuloksena saadaan varauma, johon kaavoituksessa tulisi vähintään varautua, jotta nykyinen palvelutaso kunnassa säilyisi. Mikäli kuntaan ei saada lisää liiketilaa, virtaa kunnasta ulos nykyistä enemmän ostovoimaa ja mikäli kaavat tehdään liian tiukalla mitoituksella, osa kysyntää vastaavasta liiketilasta saattaa jäädä toteutumatta. Kilpailun toimivuuden kannalta kaupalla tulee olla myös vaihtoehtoisia sijaintipaikkoja, eli tulee myös ottaa huomioon riittävät toimintamahdollisuudet useille toimijoille.

Laskennallinen liiketilan lisätarve seuraavan 10 vuoden aikana Raumalla ja markkina-alueilla (sisältäen kaavallisen joustovaran 1,3-kertoimella)

k-m ²	Rauma		Lähi-	II-markkina-	Ma-alueet	Markkina-
	Rauma	Lähikunnat	markkina- alue yhteensä			
Päivittäistavarakauppa ja Alko	2 200	1 000	3 200	300	3 500	3 700
Rakentaminen ja sisustus	2 500	1 200	3 700	100	3 800	4 100
Keskustan erikoiskauppa	4 200	1 700	5 900	1 100	7 000	7 400
Erikoiskauppa yhteensä	6 700	2 900	9 600	1 200	10 800	11 500
Vähittäiskauppa yhteensä	8 900	3 900	12 800	1 500	14 300	15 200
Autokauppa ja huoltamot	2 400	1 100	3 500	200	3 700	3 900
Ravintolat	2 200	800	3 000	800	3 800	4 000
Muut kaupalliset palvelut	2 200	1 000	3 200	400	3 600	3 800
Kauppa ja palvelut yhteensä	15 700	6 800	22 500	2 900	25 400	26 900

Lähimarkkina-alue: Eurajoki, Pyhäranta
II-markkina-alue: Eura, Säskylä ja Laitila

Raumalaisten ostovoiman kasvun pohjalta laskettuna liiketilan lisätarve seuraavalle kymmenelle vuodelle on noin 16.000 k-m², josta vähittäiskaupan osuus (ilman autokauppaa) on 8.900 k-m². Keskustahakuisen kaupan pinta-ala tarve on noin 11 000 k-m² (pt-kauppa, erikoiskauppa, ravintolat ja palvelut).

Liiketilan lisätarve on laskettu vain raumalaisten kuluttajien ostovoiman kasvusta. Tämä tekee vuositason noin 1600 k-m² vuodessa, mikä oli puolitoistakertainen nykyiseen toteutuneeseen kasvuun verrattuna. Kun liiketilan kasvuun otetaan huomioon myös lähimarkkina-alueelta tuleva kasvupotentiaali, niin keskimääräinen liiketilan kasvutarve Raumalla on 2000 k-m²/ vuosi. Tilantarve ei toteudu tasaisesti vuosittain, vaan sykäyksittäin uutta liiketilaa rakennettaessa.

Kun Rauma on markkina-alueensa kaupallinen keskus, niin asiointia siirtyy Raumalle lähimarkkina-alueelta kauempaa, joten myös II-markkina-alueelta suuntautuu liiketilan lisätarvetta Raumalle. Lisäksi matkailijoiden ja kesäasukkaiden lisäpotentiaaliksi on karkeasti arvioitu 10 % raumalaisten potentiaalista. Kokonaisuudessaan liiketilan lisätarve Rauman markkina-alueella on kymmenessä vuodessa 27.000 k-m², eli enimmillään noin 2.700 k-m² vuodessa. Keskustahakuisen kaupan osuus tästä on noin 19.000 k-m².

Selvityksessä ei ole erikseen laskettu, kuinka suuri osuus lisätarpeesta kohdistuu Raumalle. Siihen vaikuttaa mm. kaupan rakentaminen. Uutta asiointia keskittyy sinne, minne rakentuu jotain uutta. Markkina-alueen pienimmissä kunnissa ei todennäköisesti merkittävää uusperustantaa tapahdu ainakaan erikoiskaupassa, vaan ostovoiman kasvu suuntautuu suuriin keskitymiin. Sen sijaan päivittäistavarakaupan ja lähipalveluiden tarpeesta osa kohdistuu myös pienempiin kuntiin.

3.7. Liiketilän lisätarpeen suuntaaminen keskusta-alueille ja muille alueille

Tilantarvelaskelmassa ei osoiteta, mihin kaupalliseen keskittymään tai keskustaan tilantarve suuntautuu. Tähän vaikuttavat mm. nykyisten kauppapaikkojen kehittäminen ja mahdollisuus rakentaa uusia kauppapaikkoja sekä kaupan erilaiset konseptit ja niiden edellyttämät lähtökohdat.

Keskusta-alueille suuntautuu suurin osa keskustahakuisen erikoiskaupan ja ravintolapalveluiden tarpeesta. Muiden kaupallisten palveluiden liiketilatarpeet kohdistuvat myös suurelta osin keskustaan, sen reuna-alueille ja lähelle asutusta.

Päivittäistavarakauppa hakeutuu sekä asuinalueille että keskustan eri osiin sinne, missä on paljon asukkaita ja asiakasvirtaa sekä missä saavutettavuus on hyvä. Erikoiskaupan suuret myymälät ja laajan tavaravalikoiman myymälät hakeutuvat suuryksikköalueille, kun ydinkeskustasta ei ole löydettävissä toimivaa ja niiden toimintaan soveltuvaa tilaa. Myös suuret kaupalliset hallityyppiset palvelut esim. sisäleikkipuistot ja padel-keskukset hakeutuvat keskustan ulkopuolisille alueille, jossa on asiakasvirtaa ja enemmän tilaa.

Viime vuosina erikoiskaupan tilatarpeet ovat kohdistuneet pitkälti keskustan ulkopuolisille alueille, koska laajentumistarpeita on erityisesti laajan tavaravalikoiman myymälöillä ja muilla suurmyymälöillä. Keskustan pienet toimijat löytävät sen sijaan helpommin toimintapaikkoja nykyisestä keskustarakenteesta, eivätkä yleensä itse lähtökohtaisesti ryhdy rakentamishankkeisiin. Koska Raumalla keskustasta on lähivuosien aikana poistunut liiketilaa ja keskeisellä alueella on tyhjiä, kohdistuu uutta liiketilatarvetta nyt erityisesti keskustaan.

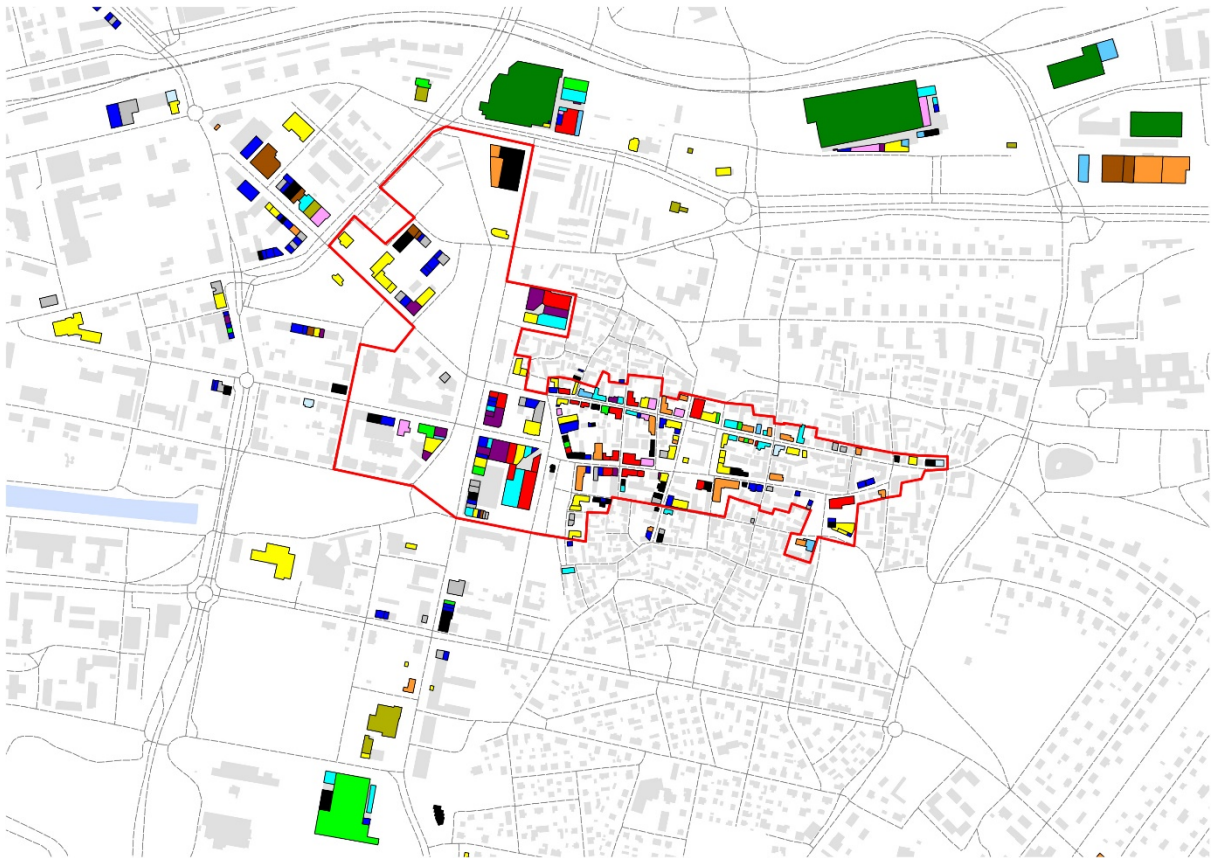
4. KAUPAN JA PALVELUIDEN KEHITTÄMINEN RAUMALLA

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

4.1. Kaupan ja palveluiden kehitystarpeet ydinkeskustassa

Rauman ydinkeskusta muodostaa kaupallisesti tiiviin ja monipuolisen alueen, jolla saavutetaan Rauman keskustan vetovoima ja kokonaisuuskuva keskustan palveluista. Ydinkeskusta on rakenteeltaan tiivis ja käveltävä kaupunginosa, jossa Vanhan Rauman rakennuskanta ja miljöö tekevät siitä kiinnostavan ja helposti saavutettavan.

Kaupan ja palveluyritysten kannalta ydinkeskustan vahvuutena on tiiveys. Liiketoiminta keskustan ytimessä on myös vilkasta. Osa tyhjästä tiloista on muutoksien alla, joten niihin tulee liiketoimintaa lähiaikoina. Keskustan reunalla on enemmän liiketiloja, jotka ovat olleet pidempään tyhjänä.



Rauman keskustasta ydinkeskustaan kuuluvat Tarvonsaaren itäosa ja Vanhan Rauman liiketila-alue. Ydinkeskustassa Vanha Rauma on tiiviimpi palvelukokonaisuus, kun taas Tarvonsaari on rakenteeltaan väljä ja osa kortteleista on vaille kaupallisia aktiviteetteja.

Rauman ydinkeskustassa Tarvonsaaren itäreunan kaupallisia toimintoja on mahdollista täydentää rakentamalla uutta liiketilaa kortteleihin. Tällöin saadaan tiivistettyä keskustakortteleiden kaupallista toimintaa kanaalin länsipuolella. Samalla saadaan sidottua Valtakadun erikoiskauppojen verkkoa nykyistä vahvemmin sekä Vanhaan Raumaan että hypermarket-alueeseen. Nykyisin pahimman katkoksen kaupallisessa toimivuudessa aiheuttaa Tarvonsaaren ja Vanhan Rauman välillä oleva Tarvontorin kortteli. Korttelin rakentamisen jälkeen ydinkeskustaa on helpompi kehittää yhtenä toimivana kokonaisuutena.

4.2. Vanha Rauma kaupallisena ytimenä

Vanhassa Raumassa liiketilat sijoittuvat alueen keskiosaan ulottuen läntisestä reunasta aina itäreunaan asti. Tämä alue muodostaa tiiviin ja yhtenäisen liiketilojen sarjan, mikä tekee Vanhasta Raumasta vetovoimaisen kauppapaikan. Vanhan kaupungin luonne on säilynyt hyvin ja kaupallinen ilme pitää kaupunginosan elävänä. Vanhaa Raumaa tulee edelleen kehittää kaupallisesti vahvana sekä ympäristöltään viihtyisänä ja kävelypainotteisena keskustana. Alueen katuja on jo nyt parannettu asiakkaiden näkökulmasta, ja tätä kehittämistä tulee jatkaa. Tällöin kaduille saadaan sellaista luonnetta ja asiointiympäristöä, joka tukee alueen liiketoimintoja.

Vanhan Rauman kaupallinen kehittäminen perustuu alueen liiketilojen ylläpitoon ja niiden toimivuuteen toimivina liiketiloina. Liiketilakanta Vanhassa Raumassa ei voi oleellisesti kasvaa, koska uusia rakennuksia ei alueelle voi juurikaan rakentaa. Näin ollen on tärkeää, että olemassa oleva liiketilakanta säilyy eikä tilojen käyttötarkoitusta muuteta. Olemassa oleva liiketilakanta säilyessään mahdollistaa kaupallisen vetovoiman vaalimisen Vanhassa Raumassa.

Vanhan Rauman kaupallisessa kehittämisessä on kyse siis enemmän liikepaikkojen toiminnallisesta muutoksesta kuin uusista neliöistä. Tämän vuoksi Vanhassa Raumassa on tärkeää kehittää ja säilyttää olevat liiketilat, vaikka ne ajoittain olisivatkin muussa käytössä. Liiketilat säilyvät nykyisen kaltaisena niin kauan, kun alue säilyttää kaupallisen vetovoimansa. Matkailu vahvistaa liiketoimintoja Vanhassa Raumassa, koska yritykset saavat merkittävästi lisää asiakkaita matkailijoista. Vetovoima säilyy, kun alueen liiketilat ovat tiiviinä kokonaisuutena, tyhjien liiketilojen määrä ei alueella kasva merkittävästi ja asiointiympäristöä kehitetään viihtyisänä. Tärkeää on varmistaa yritystoiminnan kannattavat edellytykset toimia Vanhassa Raumassa.

4.3. Tarvonsaaren kaupallinen kehittäminen

Tarvonsaaren kaupunginosa edustaa Vanhaa Raumaa uudempaa kaupunkirakennetta, jossa on suuria kortteleita ja liiketilat sijoittuvat kadunvarren kiinteistöihin. Ne ovat rakentuneet suurelta osin tiiviinä nauhoina Valtakadulla, Satamakadulla ja Nortamonkadulla. Tarvonsaaren keskellä on myös iso puisto, joka työntää alueen liiketilat kiertämään puiston ympäri. Tarvonsaaren keskustan kaupallisen kehittämisen painopisteet ovat uudessa kauppakeskuskorttelissa, toimintojen tiivistämisessä ja asiointiympäristön laadussa. Tärkeää on myös keskustan eri asiointialueiden välisten yhteyksien vahvistaminen.

Keskustaan hakeutuvien liiketoimintojen sijoittuminen uusiin tiloihin voi käytännössä toteutua vain Tarvonsaareissa. Tällä alueella saadaan uutta liiketilaa kortteleihin joko rakentamalla tyhjiille tonteille tai kehittämällä olemassa olevia kiinteistöjä. Käytännössä Tarvonsaareen voidaan rakentaa uutta liiketilaa kymmenessä vuodessa noin 15.000–20.000 k-m², ja senkin jälkeen jää vielä tilaa toteuttaa uusia liiketilahankkeita keskustaan.

Tarvonsaarella on myös tärkeää kehittää liiketoimintaa muuallakin kuin tyhjällä tontille Kanaalin rannalla. Valtakatu on rakentunut jo nykyisin kauppakaduksi, mutta kadun länsipäässä liiketoiminnat tarvitsisivat vahvistusta. Nortamonkatu on Vanhan Rauman kohdalla elinvoimainen kauppakatu, mutta se voisi hyvin jatkua elinvoimaisena etelään päin. Tämä edellyttäisi uusien liiketilojen rakentamista kortteleihin säilyttäen niissä riittävä tiiveys.

4.4. Tarvonsaaren kauppakeskuksen kehittämissuunnitelmat

Kanaalin Länsirannalle entiselle Tarvontorin ja nykyään tyhjänä olevalle tontille suunnitellaan Rauman kauppakeskusta. Asemakaava-alueen eteläosassa on liikerakennusten korttelialue (KM), jolle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikön. Merkintä mahdollistaa kauppakeskuksen rakentamisen. Kortteleihin on mahdollista kaavan mukaan rakentaa liiketilaa noin 11.700–15.700 kerrosneliometriä ja kauppakeskuksen saa toteuttaa vaiheittain. Viimeisimpien suunnitelmien mukaan ensimmäisessä vaiheessa rakennetaan tontin eteläpää, toisessa vaiheessa keskiosa. Kolmannessa vaiheessa tontin pohjoisosaan rakennetaan pysäköintitalo ja loput liiketilat. Pysäköintitalon katutaso kerros toteutetaan niin, että siitä voidaan myöhemmin haluttaessa muuttaa liiketilaksi. Tällöin syntyy 4000 k-m² varaus uudesta liiketilasta keskeiselle paikalle keskustaan.



Rauman kauppakeskuksen luonnoksessa liiketiloja on esitetty vain katutasoon. Keskukseen toiseen kerrokseen tulee toimisto- ja palveluyritysten toimitilaa. Kaksikerroksisena liikerakennuksena kauppakeskus poikkeaa selvästi nykyisistä tyypillisimmistä kauppakeskuksista, mikä olisi vahvuus Raumalla. Havainnekuva Sigge Arkkitehdit 2022

Kauppakeskuksen ensimmäisessä vaiheessa keskukseen sijoittuu alustavien suunnitelmien mukaan uusi päivittäistavarakauppa ja kaksi suurempaa liikettä, jotka sopisivat yhtä hyvin myös suuryksikköalueille keskustan reunassa. Näiden sijoittuminen ydinkeskustaan on linjassa viimeaikaisten trendien kanssa, jossa suuryksiköt tulevat keskustoihin pienemmällä myymälöillä lähemmäs keskustaa-asiakkaita. Pienemmät liiketilat ovat ravintoloita ja kahviloita,

jotka täydentävät hyvin keskustan tarjontaa. Ensimmäinen suunniteltu rakennusvaihe vahvistaa Rauman keskustan kaupallista vetovoimaa ja täydentää ydinkeskustan tarjontaa.

Suunnitelman mukaan ensimmäisessä vaiheessa kaikki liiketoiminnot avautuvat katutilaan, mikä tekee kauppakeskuksesta enemmin liikekorttelin kuin tyyppillisen kauppakeskuksen. Tämä on toiminnallisesti hyvä ratkaisu kaupunkirakenteessa. Aktiiviset julkisivut jäävät kuitenkin vähäisiksi, koska tulijat ovat suurelta osin suuria myymälöitä. Tällöin kaupunkitila passivoituu eikä houkuttele asiakkaita liikkumaan korttelin ympäristössä, mikä on vastakohta Vanhan Rauman katutiloille.

Kauppakeskuksen suunnittelussa toisessa toteutusvaiheessa korttelin keskiosaan rakennetaan lähinnä lisää pysäköintitiloja.

Kauppakeskuksen kolmannessa suunnittelussa toteutusvaiheessa korttelin keskiosaan rakennetaan lisää liiketilaa ja kauppakeskuksen sisätilaan saadaan kauppakeskuskäytävä. Korttelin pohjoisosaan tulee monikerroksien pysäköintilaitos, jonka alin kerros rakennetaan sellaiseksi, että se voidaan tarvittaessa muuttaa liiketilaksi. Toiminnallisesti keskus toimii nyt jo paremmin kuin edellisissä vaiheissa, ja suurempi liiketilatarjonta vahvistaa vetovoimaa niin yritysten kuin asiakkaidenkin kannalta.

4.5. Kauppakeskuksen vaikutukset keskustan palvelurakenteeseen

Kauppakeskuksen asemakaava mahdollistaa ydinkeskustaan lisää liiketilaa noin 11.700–15.700 k-m², mikä kattaa varsin hyvin kymmenen vuoden liiketilan lisätarpeen. Kauppakeskuksen vaikutuksia keskustan liiketilatarjontaan voidaan pitää myönteisenä, sillä kauppakeskuksen myötä vuotuinen liiketilan lisätarjonta saadaan toteutumaan monen vuoden ajaksi. Silloin myös uudet liiketilat toteutuvat Rauman keskustassa eikä keskustan reunoilla tai ulkopuolella. Tämä vähentää paineita keskustaan hakeutuvilta yrityksiltä hakeutua Rauman keskustan ulkopuolelle.



Kauppakeskuksen kaavan mukainen rakennusmassa sijoitettuna keskustan nykyiseen palveluverkkoon. Kauppakeskus täydentää hyvin Valtakadun liikekortteleita ja kytkee Tarvonsaaren keskustan liiketoiminnat Vanhan Rauman tiiviiseen liiketilaverkkoon.

Keskustan kaupan ja palveluiden tarjonnan lisääminen vahvistaa myös keskustan vetovoimaa ja asiointia kokonaisuudessaan keskustassa. Kun kauppakeskus tulee Vanhan Rauman keskeisen liiketoiminta-alueen reunalle, se vahvistaa molempien alueiden saavutettavuutta.

Kauppakeskuksen vaikutus Rauman keskustan kaupallisten palveluiden verkkoon on toimintoja tiivistävä ja yhdistävä. Ensimmäinen toteutusvaihe poistaa tyhjän kentän aiheuttaman katkoksen Kuninkaankadun ja Valtakadun lähtökohtaisesti tiiviin liiketilasarjan keskeltä. Kauppakeskuksen tuoma kerrosalan lisäys ensimmäisessä vaiheessa palauttaa keskustasta poistuneen Tarvontorin kiinteistön kaupallisen kerrosalan. Pohjoinen alue jää edelleen tyhjäksi. Seuraavissa vaiheissaan kauppakeskus lisää keskustan kaupallista kerrosalaa ja tarjoaa uutta liiketilaa kaupan ja palvelualan yrityksille. Kolmannessa vaiheessa kauppakeskus avautuu parhaiten keskusta katukuvaan.

4.6. Keskustan reuna-alueiden kaupallinen kehittäminen

Keskustassa on kauppaa ja palveluliikkeitä myös 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 lähipalveluita asukkaille. Suositeltavaa on, että Valtakadun ja Syväraumankadun varren kiinteistöjen katutaso suunnataan valtaosin liiketilakäyttöön. Aluetta tulee vahvistaa yleiskavassa kaupan ja palveluiden alueena, jotta alueen nykyinen kaupallinen luonne voi kehittyä ja säilyä.

Keskustan reunalla myös Monnankadun varteen on keskittynyt kaupallisia palveluita. Alue on asuinalueita ja palvelut lähipalveluita alueen asukkaille. Alueella on yksi suuri supermarket (alle 2000 k-m²), joka palvelee jonkin verran lähialuetta suurempaa aluetta. Alueen palveluita tarvitaan, koska ei ole luontevaa, että asukkaat joutuisivat tekemään kaikki lähiostoksensa keskustassa. 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. Vastaava elinkelpoinen lähipalveluiden keskittymä on myös Syväraumassa, jossa on päivittäistavarakauppa ja joukko lähipalveluita.

Kairakadun - Metallitien alue on tällä hetkellä laajin suurmyymälöiden alue Raumalla. Alueella on kaupallisia palveluita noin 40.000 kerrosneliometriä. Alue on ensisijainen suurten laattikomyymälöiden laajennusalue kaupungissa. Kauppaa suositellaan ensisijaisesti sijoitettavan Kairakadun - Metallitien alueelle tai Kairakadun alku- ja keskiosaan sekä Metallitien alueelle. Kun kauppaa sijoituu tiiviisti alueen alku- ja keskiosaan, kaupalliset palvelut jatkuvat katkotta keskustasta hypermarket-alueelle ja täältä suuryksikköalueelle.

Alku- ja keskiosaan sijoitetaan mm. huonekalu-, kodintekniikka- ja rautakauppaa ja autokauppaa. Alueelle voi pienimuotoisesti sijoittaa sellaista muuta erikoiskauppaa, joka ei hyödy keskustasijainnista. Alueesta muodostuu korkealaatuinen ja tiivis yksittäisten liikerakennusten alue, jonne sijoituu vetovoimaisia kaupan suuria yksiköitä omiin rakennuksiinsa. Suositeltavaa on, että yksittäiset kaupan kiinteistöt kuitenkin muodostaisivat tiiviin yhtenäisen palvelukokonaisuuden.



Kairakadun, Metallitien ja Papinhaan suurten myymälöiden alue. Kuvassa kaupan nykyinen tarjonta värisymboleilla eroteltuna ja nykyiset liikepinta-alat

Metallitien vartta kehitetään lähinnä autokaupan alueena. Alueelle voidaan sijoittaa sekä autoliikkeitä että siihen liittyviä palvelutoimintoja ja korjaamotoimintaa. Tälle alueelle ei suositella sijoitettavan merkittävässä määrin muuta kauppaa kuin autokauppaa tai autoalaan liittyviä palveluita. Kaupan yksiköt voivat olla alueella suuriakin eli suuryksikkörajan ylittäviä.

Kairakadun loppuosaa voidaan laajentaa kaupallisilla palveluilla jonkin verran. Alue on huomattavasti saavutettavissa kuin suuryksikköalueen alku- ja keskiosaa, joten on luontevaa, että tälle alueelle sijoituu enemmän tuotannollista toimintaa. Aluetta voidaan täydentää nykyisen

rakenteen mukaisesti. Kauppa sijoittuu hallityyppisiin liikkeisiin ja alue on vuokratasoltaan edullisempaa kuin korkealuokkaisissa ketjumyymälöitä suosivissa kauppakeskitymissä.

Papinhaan alue on tällä hetkellä toinen suurmyymälöiden alue Raumalla. Alueella on enimmäkseen rakentamiseen ja sisustamiseen liittyvää toimintaa, mutta sieltä löytyy myös Lidl:n päivittäistavaramarket. Muilta osin nykyinen tarjonta on teknistä erikoiskauppaa. Tavoitteena on ollut, että alue kehittyisi nykyisten toimintojen keskittymänä. Alueen vahvistaminen nykyisillä toiminnoilla tulee vahvistamaan alueen houkuttelevuutta.

5. JOHTOPÄÄTÖKSET

Rauman keskustan liiketilat ovat vahvistuneet vuosien mittaan, mutta suurin muutos on tapahtunut keskustan hypermarket-alueella ja suuryksikköalueella. Alueille on rakennettu uusia liiketiloja ja olemassa olevat toimijat ovat laajentaneet toimintojaan. Vanhan Rauman liiketoiminoissa tapahtuneet muutokset ovat olleet normaalia liiketoiminnan rakennemuutosta, jossa uusia toimijoita on tullut vanhojen tilalle. Toimintojen kehittämisen ja uusien toimijoiden näkökulmasta on Vanhan Rauman liiketiloissa omat erityispiirteensä, kun liikepaikat ovat pieniä ja rakennuksissa on historiallisia arvoja, jotka tulee kehittämisessä ottaa huomioon. Vanha Rauma on kuitenkin kehittynyt hyvin ajassa ja kaupallinen toiminta on vireää sekä vahvasti erikoistunutta.

Vanhaa Raumaa tulee edelleen kehittää pienimuotoisen erikoiskaupan ja palveluiden alueena, mikä on sen nykyinenkin vahvuus. Kehittämisessä tulee hyödyntää vanhan kaupungin miljöötä osana vetovoimaista toimintaympäristöä. Kaavassa tulee tutkia mahdollisuuksia ottaa kortteleiden sisäosia kaupalliseen käyttöön. Ensiarvoisen tärkeää on kuitenkin nykyisten liikekiinteistöjen säilyminen kaupallisessa käytössä, eli liikepaikkojen muuttaminen vain asumiskäyttöön olisi estettävä Vanhan Rauman alueella. Vanhan kaupungin asiointiympäristön parantamiseksi kävelykeskustaa tulee kehittää muuttamalla Kuninkaankatu kävelypainotteiseksi kaduksi ja rauhoittamalla muitakin katuja läpiajoliikenteeltä.

Ydinkeskustan länsiosa, Tarvonsaari ei ole viime vuosina kehittynyt, mutta se on tärkeä tuleva potentiaali keskustan uudistumisessa, kun Vanhan Rauman liiketarjonta uudistuu lähinnä vain toimijoiden muutoksilla. Tarvontorin liikerakennuksen purkamisen jälkeen eivät kauppakeskussuunnitelmat ole lähteneet liikkeelle, mikä on jättänyt keskelle ydinkeskustaan toiminnallisesti tyhjän aukion. Muilta osin liiketilat ja toiminnot ovat alueella kehittyneet suhteellisen hitaasti. Liiketiloissa toimijat ovat vaihtuneet verkkaisesti ja tyhjien tilojen määrä on pysynyt varsin pieninä.

Tavoitteena on edistää keskustahakuisen kaupan sijoittumista ydinkeskustaan. Tällä vahvistetaan keskustan kaupallista toimivuutta ja samalla myös Vanhan Rauman kaupan elinvoimaisuutta. Tarvonsaaren kaupallisten toimintojen tiivistämistä voidaan edistää kauppakeskuskentämisellä. Samaan aikaan on hyvä vahvistaa kävely-yhteyksiä Tarvonsaaren ja Vanhan Rauman välillä.

Liiketilojen määrä on kasvanut keskimäärin prosentin vuosivauhdilla Raumalla. Kasvua on tapahtunut siitä huolimatta, että samaan aikaan liitetilaa on poistunut kaupungista. Laskennallisesti uuden liiketilan tarve kaupan ja palveluiden markkinoilla on keskimäärin noin 1500–2000 k-m² vuodessa, mikä tapahtuu sykähdyksittäin uuden liiketilan rakentuessa. Kaupungin vetoimaa ja palvelukyvyyn näkökulmasta tulee liiketilan kasvusta pääosa lähivuosina kohdistaa ydinkeskustan alueelle. Tällöin keskustan palvelutarjonta paranisi ja keskustatarjonta olisi asukkaiden kannalta paremmin saavutettavissa, mikä tukisi Rauman vetovoimaa ja palveluverkon toimivuutta.

Kauppakeskuksen rakentuminen Tarvonsaaren tyhjälle tontille tarjoaisi pitkäksi aikaa hyvän liiketilatarjonnan liiketoimintojen kasvattamiseen ja kehittämiseen. Tämä myös mahdollistaisi sen, että liiketoiminnat eivät hakisi liikepaikkoja keskustan reunoilta, silloin kun niiden luontainen tarve olisi hakea keskustasijaintia. Keskustan kauppapaleluiden mahdollistaminen ja tiivistäminen vahvistaisivat keskustan vetovoimaa ja toimivuutta.

LIITE: KARTOITUKSESSA KÄYTETTY TOIMIALALUOKITUS

Päivittäistavarakauppa ja Alko

Marketit
Lähikaupat
Kioskit
Päivittäistavaroiden erikoiskaupat: leipomot
kalakaupat, lihakaupat, karkkikaupat, etniset,
Alkot

Tavaratalokauppa

Tavaratalot
Hypermarketit
Erikoistavaratalot, halpamyymälät

Terveydenhoitokauppa

Apteekki
Luontaistuotekauppa
Terveydenhoitotarvikkeiden kauppa
Kosmetiikkakauppa
Optisen alan kauppa

Muotikauppa

Vaatekauppa
Kenkäkauppa
Laukkukauppa

Erikoiskauppa

Kirjakauppa
Paperi- ja taidetarvikekauppa
Urheilukauppa, Retkeilykauppa
Peli- ja lelukauppa
Kukkakauppa- ja kukkakioski
Eläinkauppa
Kulta- ja kellokauppa

Sisustuskauppa

Kangaskauppa
Mattokauppa
Huonekalukauppa
Sähkö- ja valaisinkauppa
Kumi- ja muovitavaroiden kauppa
Kodinsisustuskaupat
Lahjatavarakauppa
Kaihdinliikkeet
Taideliikkeet

Tekninen erikoiskauppa

Matkapuhelinkauppa ja tietotekninen kauppa
Soittimien ja musiikkitarv. kauppa
Viihde-elektroniikkakauppa
Kodintekniikkakauppa
Valokuvaustarvikkeiden kauppa

Rauta- ja puutarhakauppa

Rauta- ja rakennustarvikekauppa
Maalikauppa
Keittiö- ja kylpyhuonekalustekauppa
Lukkoseppä- ja avainliikkeet
Puutarhakauppa

Pankit, vakuutus, posti, kiinteistövälitys

Ravintolat, kahvilat, hotellit

Käytetyn tavarahan kauppa

Antiikkiliikkeet
Antikvariaattikauppa
Kirpputorit ja muu käytetyn tavarahan kaupat

Muut palveluyritykset

Parturi-kampaamot
Kauneudenhoitopalvelut
SPA, hieronta, Solarium, Luontaishoitola
Lääkäri- ja hammaslääkäriasemat
Eläinlääkäriasemat ja muut eläinpalvelut
Autojen vuokraus
Videovuokraus
Pukuvuokraamo
Hautaustoimistot
Matkatoimistot
Kuntosalit ja liikuntakeskukset
Pesulat
Autokoulut

Autokauppa ja huoltamot

Autokaupat
Autotarvikekaupat
Huoltamot
Autokorjaamot ja katsastus
Autopesulat