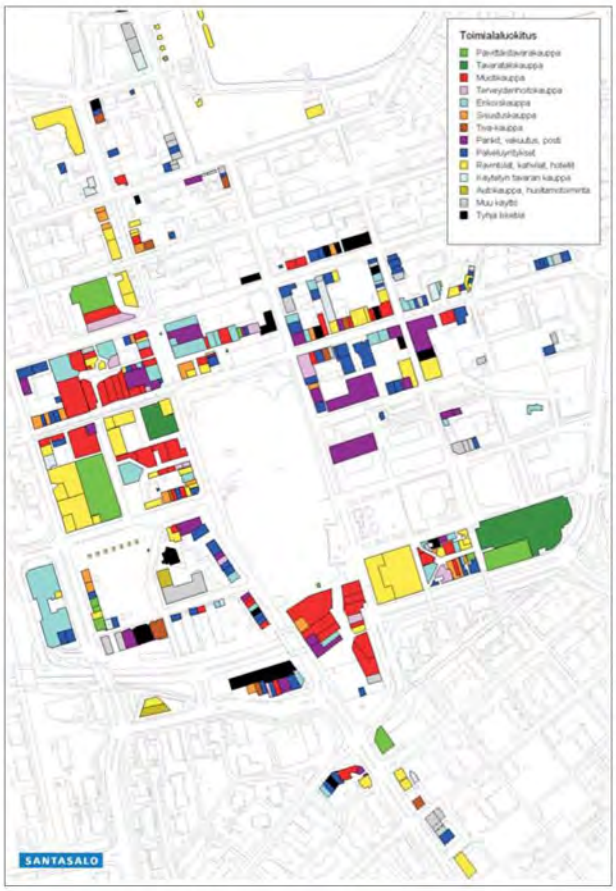
Etelä-Karjalan 1. vaihemaakuntakaava

Etelä-Karjalan kaupan rakenne ja mitoitus vuoteen 2025











10.9.2013

Etelä-Karjalan liitto

SANTASALO

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO 3

1.1 Selvityksen tavoite 3
1.2 Kauppaa ja maankäytön suunnittelua ohjaavat lait ja siirtymäsäännökset 4

2 KAUPAN NYKYTILAN KUVAUS 7

2.1 Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti 7
2.2 Ostovoima ja ostovoiman siirtymät 9
2.3 Päivittäistavarakaupan verkko 11
2.4 Päivittäistavarakaupan myynti, pinta-ala ja myyntiteho 13
2.5 Kaupan pinta-ala Etelä-Karjalan kaupan keskuksissa 14
2.6 Kaupan rakenne keskustoissa ja muilla kaupan alueilla 19
2.7 Etelä-Karjalan kaupallinen palveluverkko 23
2.8 Vähittäiskaupan suuryksiköt maakunnassa 24
2.9 Muutoksen palveluverkossa 25

3 KAUPAN MARKKINOIDEN KEHITYS 27

3.1 Kaupan yleinen kehitys Suomessa 27
3.2 Kaupan konseptien kehitys 29
3.3 Kaupan liikevaihdon kehitys Suomessa ja Etelä-Karjalassa 31
3.4 Väestön kehitys Etelä-Karjalassa 35
3.5 Loma-asukkaat ja matkailijat 36
3.6 Etelä-Karjalan ostovoiman kehitys 41
3.7 Loma-asukkaiden ostovoiman kehitys 42
3.8 Venäläisten rahankäytön kasvu Etelä-Karjalassa 43

4 LIIKETILAN LASKENNALLINEN LISÄTARVE ETELÄ-KARJALASSA 50

4.1 Liiketilan lisätarve vuoteen 2025 52
4.2 Loma-asukkaiden merkitys liiketilatarpeeseen 52
4.3 Venäläisten matkailijoiden merkitys liiketilatarpeeseen 53
4.4 Liiketilan lisätarpeen suuntaaminen keskustatyyppisille alueille ja muille alueille 57
4.5 Liiketilan lisätarve ja liikerakentaminen Etelä-Karjalassa aikaisempina vuosikymmeninä 61

5 KAUPAN PALVELUVERKON KEHITYSNÄKYMÄT 63

5.1 Vähittäiskaupan suuryksiköt ja seudullisuuden alarajat 63
5.2 Kuntien näkemyksiä palveluverkon kehittämisestä 69
5.3 Vähittäiskaupan sijoittumisen kannalta potentiaaliset alueet 71
5.4 Keskustojen ja vähittäiskaupan suuryksiköiden mitoitus Etelä-Karjalassa 74

6 VAIKUTUSTEN ARVIOINTI 77

6.1 Laskennallinen liiketilan lisätarve 77
6.2 Kaupan mitoituksen vertailua laskennalliseen liiketilan lisätarpeeseen 79
6.3 Vaikutukset keskustoihin 82
6.4 Vaikutukset palveluverkkoon 87

7 JOHTOPÄÄTÖKSET - ETELÄ-KARJALAN KAUPAN RAKENNE JA MITOITUS 2025 92

Liite 1 Maankäyttö ja rakennuslaki 95
9 a luku (8.4.2011/319) Vähittäiskauppaa koskevat erityiset säännökset

Liite 2 Selvityksessä käytettyjä käsitteitä 97

Erilliset liitteet

Karttaliite 1 Liiketilat keskustoissa ja kaupan alueilla Etelä-Karjalassa 2012
Karttaliite 2 Liiketilamuutokset keskustoissa ja kaupan alueilla Imatralla ja Lappeenrannassa 2007/2009-2012

1 JOHDANTO

Etelä-Karjalan kokonaismaakuntakaava vahvistettiin ympäristöministeriössä 21.12.2011. Ympäristöministeriö jätti kaavasta vahvistamatta maakunnan elinkeinoelämän kannalta keskeisiä merkintöjä mm. vähittäiskaupan suuryksikkö -merkintöjä. Samaan aikaan Maankäyttö- ja rakennuslakia muutettiin kaavojen kaupallisten palveluiden määrittämisen osalta. Muutoksia tuli tilaa vievän kaupan sekä enimmäiskerrosalojen määrittämisen tiimoilta. Etelä-Karjalan maakuntahallitus päätti käynnistää Etelä-Karjalan ensimmäisen vaihekaavan laadinnan. Kaava tulee käsittelemään kauppaa, matkailua, elinkeinoelämää ja liikennettä.

Maankäyttö- ja rakennuslaki velvoittaa, että vähittäiskaupan mitoitus on määritettävä maakuntakaavassa. Täten laadittavan selvityksen tavoitteena on selvittää Etelä-Karjalan kaupan rakenne ja mitoitus sekä vaikutukset maakuntaan. Tarkoituksena on täydentää/päivittää voimassa olevaa maakuntakaavaa uusien vaihtoehtoisten kaupan ratkaisujen osalta ja mitoittaa vähittäiskauppa. Kaupallista selvitystä täydentää erikseen tehtävä selvitys kaupan asiointiliikenteestä. Liikenneselvityksen tekee Strafica Oy.

Kaupan rakenne ja mitoitus -selvityksen on Santasalo Ky:ltä tilannut Etelä-Karjalan liitto. Selvityksen ovat tehneet tutkijat Tuomas Santasalo ja Katja Koskela sekä tutkimusavustajat Maria Auranen ja Auli Santasalo. Selvitystä on käsitelty ohjausryhmässä, johon ovat kuuluneet edustajat maakunnan kunnista, kaupan ryhmistä, kauppakamarista, elinkeinoyhtiöistä ja kaupunkikeskustayhdistyksistä.

1.1 Selvityksen tavoite

Etelä-Karjalan kaupan rakenne ja mitoitus -selvityksessä tarkastellaan nykyistä kaupan palveluverkkoa ja sen kehitysnäkymiä. Työn lähtökohtana on nykyinen maakuntakaava, jossa on esitetty keskustat ja vähittäiskaupan suuryksiköt. Maakuntakaavan kaupan ratkaisua täydennetään/päivitetään uusien vaihtoehtoisten kaupan ratkaisujen osalta.

Selvityksessä lasketaan liiketilan lisätarpeet ostovoiman kasvun ja venäläisten matkailijamäärän kasvun pohjalta. Etelä-Karjalan liitto on selvittänyt kuntien tavoitteita palveluverkon kehittämisen suhteen. Laskennallisen liiketilatarpeen ja kuntien tavoitteiden pohjalta liitto on laatinut 1. vaihemaakuntakaavan kaupan ratkaisun ja mitoituksen. Tätä ratkaisua ja mitoitusta arvioidaan selvityksessä.

Tärkeä tekijä mitoituksessa ovat venäläiset matkailijat. Venäläisten matkailijoiden määrää ja rahankäyttöä Kaakkois-Suomessa on tutkinut Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy. Etelä-Karjalan liiton lisäksi tutkimusta on rahoittanut Kymenlaakson liitto. Venäläisten matkailusta on tehty erillinen raportti (Venäläisten ostosmatkailun merkitys ja tulevaisuuden näkymät, Lokakuu 2012). Sisäasianministeriö on tehnyt rajaliikenteestä ja sen kasvusta oman selvityksen (Kasvavan rajaliikenteen hallinta; Sisäasianministeriön julkaisuja 42/2012). Näiden pohjalta on tehty arvioita matkailijamäärien kehityksestä maakunnassa.

1.2 Kauppaa ja maankäytön suunnittelua ohjaavat lait ja siirtymäsäännökset

Kauppaa ja maankäytön suunnittelua ohjaa maankäyttö- ja rakennuslaki. Lakiin on keväällä 2011 tullut voimaan vähittäiskauppaa koskevia erityisiä säännöksiä. Tässä esitellään näitä säännöksiä sekä säännösten siirtymäsäännöksiä. Lähteenä on käytetty maankäyttö- ja rakennuslakia, luonnosta ympäristöministeriössä valmisteilla olevasta kaupan oppaasta sekä ympäristöministeriön kirjettä vähittäiskauppaa koskeviin erityisiin säännöksiin liittyvistä siirtymäsäännöksistä (4.4.2012 YM2/501/2012).

Maankäyttö- ja rakennuslain uusien säännösten mukaan vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitettaan yli 2000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää (71 a §). Muutos on tuonut paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevan suunnitteluvelvoitteen piiriin.

Uutena säännöksenä maankäyttö- ja rakennuslakiin on tullut vähittäiskauppaa koskevat erityiset sisältövaatimukset, joita sovelletaan maakunta- ja yleiskaavoihin (71 b §). Vähittäiskauppaa koskevia erityisiä sisältövaatimuksia ovat:

- Suunnitellulla maankäytöllä ei ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia keskusta-alueiden kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen.
- Alueelle sijoittuvat palvelut ovat mahdollisuuksien mukaan saavutettavissa joukkoliikenteellä ja kevyellä liikenteellä.
- Suunniteltu maankäyttö edistää sellaisen palveluverkon kehitystä, jossa asiointimatkojen pituudet ovat kohtuulliset ja liikenteestä aiheutuvat haitalliset vaikutukset mahdollisimman vähäiset.

Sisältövaatimuksissa yhtenä osana on, että maakuntakaavassa tulee esittää merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön kokoraja ja että vähittäiskaupan suuryksiköiden mitoitus on osoitettava maakuntakaavassa riittävällä tarkkuudella.

Laissa määritellään periaatteet vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittamisesta (71 c §). Vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijaisena sijaintipaikkana on keskusta, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu. Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön sijoittaminen maakuntakaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle edellyttää, että vähittäiskaupan suuryksikön sijoituspaikaksi tarkoitettu alue on maakuntakaavassa erityisesti osoitettu tähän tarkoitukseen.

Seudullisesti merkittävät vähittäiskaupan suuryksiköt tulee siis merkitä maakuntakaavaan, mikäli niitä sijoitetaan keskusta-alueiden ulkopuolelle. Tämä koskee siis myös tilaa vaativaa kauppaa ja autokauppaa. Maakuntakaavassa voidaan erottaa tilaa vaativan kaupan tai muun erikoiskaupan alueet muista vähittäiskaupan suuryksikköalueista omalla merkinnällään. Näillä alueilla voidaan käyttää esimerkiksi indeksoituja merkintöjä (km-1, km-2). Suunnittelumääräyksillä voidaan lisäksi täsmentää alueen käyttöä.

Seudullisesti merkittävän vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja ja enimmäismitoituksen määrittely tehdään vaikutusten arvioinnin kautta. Mikäli yksiköllä ei ole vaikutuksia muihin keskuksiin, se on paikallinen. Mikäli yksiköllä on vaikutuksia muihin keskusverkkohierarkialtaan samantasoisiin tai ylemmän tason keskuksiin, se on seudullinen. Mikäli yksiköllä on merkittäviä haitallisia vaikutuksia muihin keskuksiin, sitä ei voi toteuttaa.

Suunniteltu maankäyttö ei saa haitata merkittävästi keskustojen palveluita. Näin ollen keskusta-alueiden ulkopuolelle sijoittuvien vähittäiskaupan suuryksikköalueiden vaikutukset keskustaan tulee selvittää ja alueille voi sijoittaa pääosin vain sellaista kauppaa tai sellaisia määriä kauppaa, ettei se vaikuta merkittävästi keskusta-alueiden kehittämiseen.

Arvioitaessa vähittäiskaupan suuryksiköiden mahdollisuuksia sijoittua keskusta-alueiden ulkopuolelle tulee selvittää erityisesti: kaupan laatu ja toiminnan luonne, toimintaedellytykset keskustassa (mm. suuri tilantarve), vaikutukset keskusta-alueiden kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen, sijainti yhdyskuntarakenteessa, asiakaskunta (paikalliset/matkailijat), saavutettavuus joukko- ja kevyellä liikenteellä sekä asiointitiheys, liikenteen määrä ja vaikutukset asiointimatkojen pituuteen.

Vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoituksen tavoitteena on ohjata palveluverkon tasapainoista kehittämistä ja turvata keskusta-alueiden elinvoimaisuus ja kaupallisten palvelujen toiminta- ja kehitysedellytykset. Kaupan sijoittumisen vaikutuksia ei ilman enimmäismitoitusta ole usein mahdollista riittävästi arvioida.

Keskustatoimintojen alueen enimmäismitoitus esitetään vähittäiskaupan suuryksiköiden kerrosalana, lukumääränä, maksimikokona tai näitä yhdistämällä. Kerrosalana esitettävään enimmäismitoitukseen lasketaan mukaan olemassa olevat ja uudet yli 2000 kerrosneliömetrin suuruiset vähittäiskaupan suuryksiköt. Enimmäismitoitus voidaan esittää suuruusluokkana, joka täsmentyy kuntakaavoituksessa. Jos vaikutusten arvioinnin perusteella ei ole osoitettavissa haitallisia vaikutuksia, voidaan enimmäismitoitus jättää osoittamatta. Enimmäismitoituksen esittämättä jättämistä voidaan harkita jos keskusta-alueen merkitys on aluerakenteellisesti maakunnallinen tai kun keskusta-alue on toimiva ja elinvoimainen "aito keskusta" tai kun keskushierarkialtaan samantasoisten keskusten välillä ei ole kilpailua. Esittämättä jättäminen on perusteltava vaikutusten arvioinnin avulla.

Kaupan alueiden enimmäismitoitus voidaan esittää kerrosalana. Keskustoissa kerrosalana esitettävä enimmäismitoitus koskee vain vähittäiskaupan suuryksiköitä. Vähittäiskaupan suuryksikköalueella enimmäismitoitukseen lasketaan mukaan alueen kaikki kaupan kerrosala eli vähittäiskaupan suuryksiköiden kerrosalan lisäksi myös pienemmät kaupan yksiköt. Enimmäismitoitukseen lasketaan mukaan sekä olemassa oleva että uusi kerrosala. Enimmäismitoitus voidaan esittää suuruusluokkana, joka täsmentyy kuntakaavoituksessa.

Maankäyttö- ja rakennuslain vähittäiskauppaan koskeviin eritysiin säännöksiin liittyy siirtymäsäännöksiä. Lainmuutokseen liittyvän siirtymäsäännöksen mukaan 71 a §:n mukaista vähittäiskaupan suuryksikkömääritelmää sovelletaan paljon tilaa vaativaan kauppaan vasta 16.4.2015 alkaen. Siirtymäkauden aikana kunta voi siten hyväksyä yleis- tai asemakaavan, jossa osoitetaan seudullisesti merkittävä yli 2000 kerrosneliömetrin suuruinen paljon tilaa vaativan erikoistavaran myymälä alueelle, jota ei maakuntakaavassa ole osoitettu vähittäiskaupan suuryksikölle. Siirtymäkauden aikana kunta voi myös myöntää rakennusluvan tällaiselle myymälälle, vaikka aluetta ei ole asemakaavassa erityisesti osoitettu vähittäiskaupan suuryksikölle.

Siirtymäkauden jälkeen sellaisen yleis- tai asemakaavan hyväksyminen, joka mahdollistaa seudullisesti merkittävän tilaa vaativan kaupan keskustatoimintojen alueen ulkopuolelle, edellyttää maakuntakaavassa vähittäiskaupan suuryksikkömerkinnän. Näin ollen maakuntakaavoissa tulee varautua siirtymäkauden jälkeiseen aikaan osoittamalla seudulliset paljon tilaa vaativan kaupan suuryksiköt maakuntakaavaan.

Rakennuslupaa paljon tilaa vaativan kaupan suuryksikölle ei voida siirtymäkauden jälkeen myöntää maakunta- ja yleiskaavan keskustatoimintojen alueiden ulkopuolelle, ellei aluetta ole asemakaavassa erityisesti varattu vähittäiskaupan suuryksikköä varten. Tämä koskee myös merkittävää laajennusta. Merkittävän laajennuksen ohjeellisena rajana pidetään yleensä yli 1500 kerrosneliömetrin tai yli 25 prosentin laajennusta.

Yhteenvetona voidaan todeta, että maakuntakaavoituksessa uudet säännökset tarkoittavat mm. seuraavaa:

- Vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijainen sijaintipaikka on keskusta.
- Merkitykseltään seudullinen vähittäiskaupan suuryksikkö voidaan sijoittaa keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle, jos se on erityisesti osoitettu tähän tarkoitukseen.
- Maakuntakaavaan on merkittävä kaikki keskustatoimintojen alueiden ulkopuoliset seudullisesti merkittävät vähittäiskaupan suuryksiköt, myös tilaa vaativan kaupan suuryksiköt.
- Sellaista vähittäiskaupan suuryksikköä ei voida sijoittaa keskusta-alueiden ulkopuolelle, jolla on haitallisia vaikutuksia keskustan palveluihin.
- Maakuntakaavassa tulee määritellä seudullisesti merkittävän vähittäiskaupan suuryksikön alaraja.
- Maakuntakaavassa tulee esittää vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus vähittäiskaupan suuryksikköalueilla sekä tarpeen mukaan myös keskustoissa.
- Maankäytön suunnittelussa tulee huomioida sisältövaatimukset, jotka koskevat keskustan ensisijaisuutta vähittäiskaupan suuryksiköiden sijaintipaikkana, palveluiden saavuttamista joukko- ja kevytliikenteellä sekä liikenteen haittavaikutusten minimointia.

2 KAUPAN NYKYTILAN KUVAUS

Kaupan nykytilaa Etelä-Karjalassa kuvataan tässä kaupan tilastojen sekä kartoituksen pohjalta. Tilastosta saadaan vähittäiskaupan myynti. Myynnin ja ostovoiman avulla voidaan laskea ostovoiman siirtymät, eli se miten kauppa Etelä-Karjalassa myy suhteessa paikallisten asukkaiden ostovoimaan. Kartoituksen pohjalta analysoidaan kaupan sijoittumista maakunnassa. Kartoituksen pohjalta saadaan myös tietoa vähittäiskaupan ja muiden kaupallisten palvelujen pinta-aloista. Päivittäistavarakaupan sijoittumista ja tarjontaa analysoidaan A.C. Nielsenin päivittäistavarakaupan myymälärekisterin pohjalta.

2.1 Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti

Vähittäiskaupan myyntiä ja toimipaikkoja on tarkasteltu Tilastokeskuksen yritystilaston pohjalta. Mikäli kunnassa on toimialalla alle kolme toimipaikkaa, myyntitiedot on arvioitu. Tilastokeskuksen yritystilastosta on saatu liikevaihto, johon on laskettu päälle arvonlisävero. Myynti on näin verrannollinen ostovoimaan, joka myöskin pitää sisällään arvonlisäveron. Viimeisimmät yritystilaston tiedot ovat vuodelta 2010.

Yritystilasto on tehty toimialaluokituksen TOL 2008 mukaisesti. Päivittäistavarakauppaan kuuluvat päivittäistavaramarketit ja lähikaupat, Alkot, päivittäistavarakaupan erikoismyymälät (mm. leipomot, makeiskaupat, jäätelökioskit, kalakaupat, luontaistuotekaupat) sekä kioskit. Tavaratalokauppaluokassa ovat hypermarketit, tavaratalot ja muut laajan tavaravalikoiman myymälät. Tavaratalokauppaan kuuluvat mm. Prisma, Citymarket, Anttila, Rajamarket ja Lapplandia.

Tilaa vaativaan erikoiskauppaan sisältyvät rauta- ja rakennustarvikekauppa, kodintekniikkakauppa, puutarhakauppa, huonekalukauppa ja venekauppa. Autokauppa ja huoltamot eivät ole mukana. Muuhun erikoiskauppaan sisältyy pääosin keskustahakuinen erikoiskauppa eli mm. muotikauppa, urheilukauppa, kulta- ja kellokauppa, kukkakauppa, apteekit, sisustuskauppa, matkapuhelinkauppa ja optikot.

Etelä-Karjalassa oli vuonna 2010 yhteensä 624 vähittäiskaupan toimipaikkaa ja näillä myyntiä yli miljardi euroa. Lappeenrannan seutu on Imatran seutua suurempi niin väestön kuin kaupankin suhteen.

Kunnista monipuolisin kaupan tarjonta on Lappeenrannassa. Myös Imatralla kaupan tarjonta on monipuolista. Muut kunnat maakunnassa ovat kaupan palveluiltaan kohtalaisen suppeita. Pienissä kunnissa myynti painottuu päivittäistavarakauppaan. Erikoiskaupan tarjontaa on vähän.

Kauppa ei maakunnassa jakaudu tasaisesti asukasmäärään suhteutettuna. Vähittäiskaupan toimipaikkamäärää sekä myyntiä verrattiin asukasmäärään. Vain Lappeenrannassa on kaupan toimintaa enemmän kuin mitä oma asukasmäärä edellyttäisi, jos kauppa jakautuisi maakunnan alueelle tasaisesti asukasmäärän mukaan. Muissa kunnissa toiminta jää suppeammaksi kuin asukasosuus edellyttäisi.

Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti Etelä-Karjalassa vuonna 2010

	Imatra		Parikkala		Rautjärvi		Ruokolahti	
	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€
Päivittäistavarakauppa, Alkot ja kioskit	33	83	10	15	10	9	7	9
Tavaratalokauppa	4	56	2	3	0	0	0	0
Tilaa vaativa kauppa	20	41	4	5	2	2	3	3
Muu erikoiskauppa	93	60	16	8	5	4	3	2
Erikoiskauppa yhteensä	***113***	***101***	***20***	***13***	***7***	***6***	***6***	***5***
Vähittäiskauppa yhteensä	**150**	**240**	**32**	**31**	**17**	**15**	**13**	**13**
Osuus Etelä-Karjalan tarjonnasta	24 %	24 %	5 %	3 %	3 %	1 %	2 %	1 %
Osuus väestöstä	21 %		4 %		3 %		4 %	

	Lappeenranta		Lemi		Luumäki	
	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€
Päivittäistavarakauppa, Alkot ja kioskit	61	202	5	4	7	16
Tavaratalokauppa	8	137	0	0	0	0
Tilaa vaativa kauppa	65	131	0	0	0	0
Muu erikoiskauppa	219	187	4	2	8	3
Erikoiskauppa yhteensä	***284***	***318***	***4***	***2***	***8***	***3***
Vähittäiskauppa yhteensä	**353**	**657**	**9**	**6**	**15**	**19**
Osuus Etelä-Karjalan tarjonnasta	57 %	65 %	1 %	1 %	2 %	2 %
Osuus väestöstä	54 %		2 %		4 %	

	Savitaipale		Suomenniemi		Taipalsaari	
	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€
Päivittäistavarakauppa, Alkot ja kioskit	9	15	3	1	3	5
Tavaratalokauppa	0	0	0	0	0	0
Tilaa vaativa kauppa	2	3	0	0	1	2
Muu erikoiskauppa	9	4	2	1	6	2
Erikoiskauppa yhteensä	***11***	***7***	***2***	***1***	***7***	***4***
Vähittäiskauppa yhteensä	**20**	**22**	**5**	**2**	**10**	**9**
Osuus Etelä-Karjalan tarjonnasta	3 %	2 %	1 %	0 %	2 %	1 %
Osuus väestöstä	3 %		1 %		4 %	

	Imatran seutu		Lappeenrannan seutu		Etelä-Karjala	
	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€	Toimi-paikat	Myynti milj.€
Päivittäistavarakauppa, Alkot ja kioskit	60	117	88	243	148	359
Tavaratalokauppa	6	59	8	137	14	196
Tilaa vaativa kauppa	29	51	68	136	97	186
Muu erikoiskauppa	117	73	248	200	365	273
Erikoiskauppa yhteensä	***146***	***124***	***316***	***335***	***462***	***459***
Vähittäiskauppa yhteensä	**212**	**300**	**412**	**715**	**624**	**1 015**
Osuus Etelä-Karjalan tarjonnasta	34 %	30 %	66 %	70 %	100 %	100 %
Osuus väestöstä	33 %		67 %		100 %	

Lähde: Tilastokeskus

2.2 Ostovoima ja ostovoiman siirtymät

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

Etelä-Karjalassa oli vuonna 2011 oli vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa lähes miljardi euroa. Autokauppa ja ravintolatoiminta mukaan lukien ostovoimaa on yli 1,5 miljardia euroa. Oheisessa taulussa ostovoima esitetään kunnittain.

Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Etelä-Karjalassa 2011

milj. euroa	Lappeen-ranta	Lemi	Luumäki	Savi-taipale	Suomen-niemi	Taipal-saari	Lappeen-rannan seutu
Päivittäistavarakauppa ja Alko	237	9	16	11	3	14	290
Tilaa vaativa kauppa	113	4	7	5	2	7	138
Muu erikoiskauppa	189	7	12	9	3	11	231
Erikoiskauppa yhteensä	*301*	*12*	*20*	*14*	*4*	*18*	*369*
Vähittäiskauppa yhteensä	**538**	**21**	**36**	**25**	**7**	**32**	**659**
Autokauppa ja huoltamot	261	10	17	12	4	16	320
Ravintolat	52	2	3	2	1	3	63
Kauppa ja palvelut yhteensä	**851**	**33**	**56**	**39**	**11**	**51**	**1 042**

milj. euroa	Imatra	Parikkala	Rautjärvi	Ruoko-lahti	Imatran seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa ja Alko	94	17	12	17	141	431
Tilaa vaativa kauppa	44	8	6	8	66	204
Muu erikoiskauppa	74	14	9	13	110	341
Erikoiskauppa yhteensä	*118*	*22*	*15*	*21*	*176*	*545*
Vähittäiskauppa yhteensä	**213**	**39**	**27**	**38**	**317**	**975**
Autokauppa ja huoltamot	102	18	13	18	151	471
Ravintolat	20	3	2	3	28	91
Kauppa ja palvelut yhteensä	**334**	**60**	**42**	**60**	**496**	**1 538**

Lähde: Santasalo Ky

Ostovoiman siirtymiä analysoimalla arvioidaan, miten vähittäiskaupan tarjonta saavuttaa alueen kysynnän. Siirtymät saadaan vertaamalla vähittäiskaupan toimialoihin kohdistunutta ostovoimaa kussakin kunnassa toteutuneeseen myyntiin. Tavaratalokaupan myynti on jaettu arvion mukaan päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan toimialoille. Myynnin lähteenä on käytetty Tilastokeskuksen yritystilastoa, myös päivittäistavarakaupan osalta, koska Tilastokeskuksen tilasto on julkinen tilasto, kun taas A.C. Nielsenin myyntitietoja ei saa julkaista. Ostovoiman siirtymät on kunnittain laskettu vuodelle 2010, koska uusimmat kuntakohtaiset vähittäiskaupan myyntitiedot ovat tältä vuodelta.

Yleisesti päivittäistavarakauppa-asioinnit hoidetaan lähellä. Arkisin elintarvikeostot tehdään usein lähellä kotia ja lähinnä viikonloppuisin käydään herkemmin lähialuetta hieman kauempana monipuolisessa päivittäistavarakaupassa. Erikoiskaupan ostoksia haetaan tätäkin kauempaa. Mitä harvemmin tuotetta ostetaan, sitä yleisemmin sitä voidaan ostaa kaukaakin. Muotikauppa keskittyy suuriin kaupunkeihin ja näin keskittyvät ostoksetkin. Erikoiskaupan ostosmatkojen yhteydessä hoidetaan myös päivittäistavarakauppa-asiointia, mikä lisää

pt-siirtymiä monipuolisiin keskittymiin. Tilaa vaativa kauppa keskittyy myös, mutta yksittäisiä vetovoimaisia tilaa vaativan kaupan myymälöitä löytyy myös pienistä keskittymistä. Autokauppa keskittyy myös omille alueilleen ja autokaupassa käydään myös yli maakuntarajojen.

Vähittäiskaupan ostovoimasiirtymät Etelä-Karjalassa 2010

OV-siirtymä milj.€	Lappeenranta	Lemi	Luumäki	Savitaipale	Suomenniemi	Taipalsaari	Lappeenrannan seutu
Päivittäistavarakauppa ja Alko	16,0	-4,8	-0,2	3,5	-1,4	-9,1	4,0
Tilaa vaativa kauppa	41,7	-4,3	-7,3	-1,9	-1,5	-5,0	21,7
Muu erikoiskauppa	71,7	-5,6	-8,8	-4,6	-1,7	-8,5	42,7
Erikoiskauppa yhteensä	113,5	-9,9	-16,1	-6,5	-3,1	-13,4	64,4
Vähittäiskauppa yhteensä	**129,5**	**-14,7**	**-16,3**	**-3,0**	**-4,6**	**-22,6**	**68,4**

OV-siirtymä milj.€	Imatra	Parikkala	Rautjärvi	Ruokolahti	Imatran seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa ja Alko	17,1	-0,9	-2,8	-8,1	5,3	9,2
Tilaa vaativa kauppa	3,3	-2,6	-3,6	-5,0	-7,9	13,8
Muu erikoiskauppa	9,4	-4,3	-5,5	-11,3	-11,7	31,0
Erikoiskauppa yhteensä	12,7	-6,9	-9,2	-16,3	-19,6	44,8
Vähittäiskauppa yhteensä	**29,9**	**-7,8**	**-12,0**	**-24,4**	**-14,3**	**54,0**

OV-siirtymä % ostovoimasta	Lappeenranta	Lemi	Luumäki	Savitaipale	Suomenniemi	Taipalsaari	Lappeenrannan seutu
Päivittäistavarakauppa ja Alko	7 %	-53 %	-1 %	31 %	-50 %	-67 %	1 %
Tilaa vaativa kauppa	38 %	-100 %	-100 %	-37 %	-100 %	-75 %	16 %
Muu erikoiskauppa	39 %	-79 %	-72 %	-53 %	-66 %	-77 %	19 %
Erikoiskauppa yhteensä	39 %	-87 %	-82 %	-47 %	-79 %	-76 %	18 %
Vähittäiskauppa yhteensä	**25 %**	**-72 %**	**-46 %**	**-12 %**	**-67 %**	**-72 %**	**11 %**

OV-siirtymä % ostovoimasta	Imatra	Parikkala	Rautjärvi	Ruokolahti	Imatran seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa ja Alko	18 %	-5 %	-23 %	-48 %	4 %	2 %
Tilaa vaativa kauppa	8 %	-33 %	-65 %	-64 %	-12 %	7 %
Muu erikoiskauppa	13 %	-32 %	-59 %	-87 %	-11 %	9 %
Erikoiskauppa yhteensä	11 %	-32 %	-61 %	-78 %	-11 %	8 %
Vähittäiskauppa yhteensä	**14 %**	**-20 %**	**-44 %**	**-65 %**	**-5 %**	**6 %**

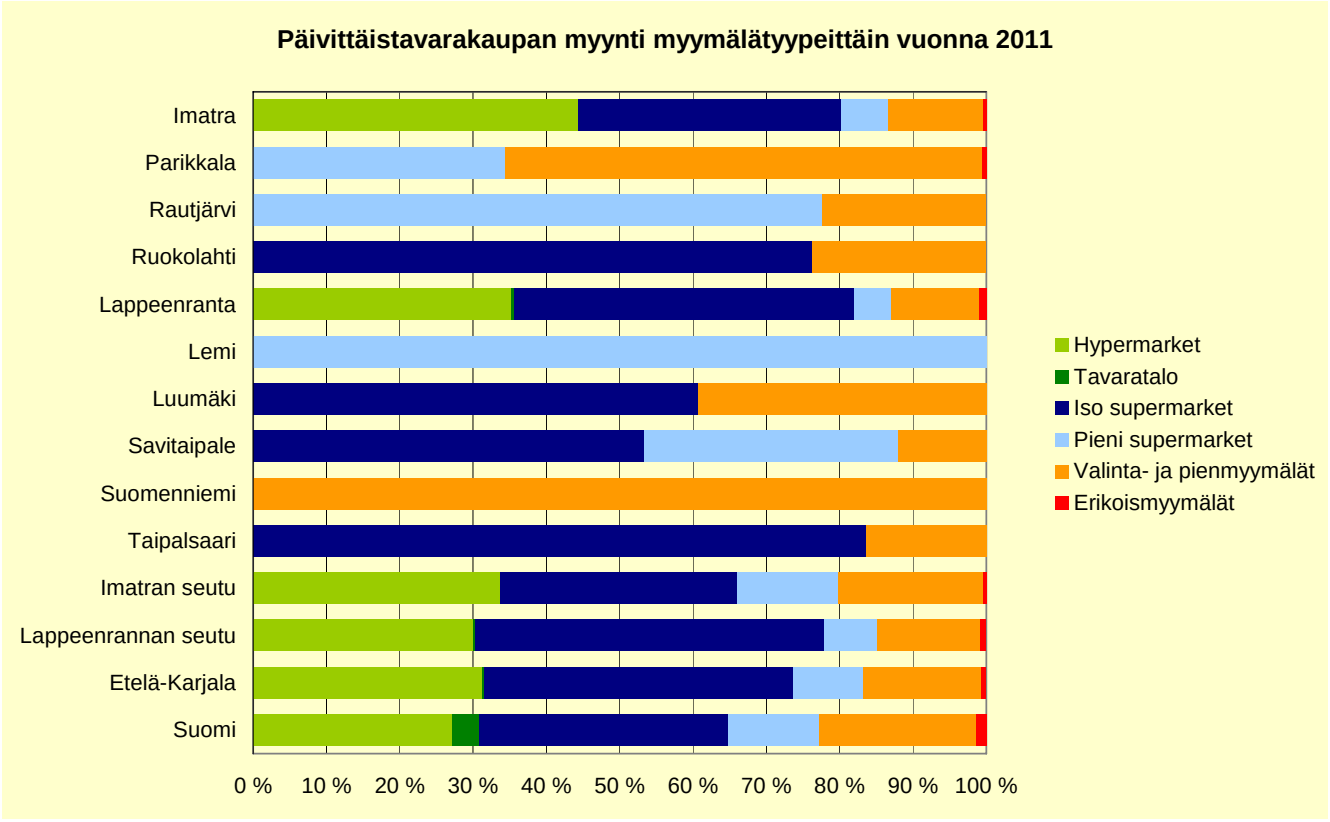
Lähde: Santasalo Ky

Ostovoiman siirtymät ovat positiiviset Etelä-Karjalassa sekä Lappeenrannassa että Imatralla. Molemmat saavat ostovoimaa oman seutunsa pienemmistä kunnista sekä myös venäläisiltä asiakkailta. Muista kunnista siirtyy ostovoimaa seutukeskuksiin, enemmän kuin kuntiin suuntautuu ostovoimaa matkailijoilta tai loma-asukkailta. Siirtymät ovat suurimmat erikoiskaupassa, mutta myös päivittäistavarakaupan ostovoimaa siirtyy tarjonnaltaan monipuolisempiin kuntiin. Päivittäistavarakaupan tarjonta on asukasmäärään nähden vahvaa seutukeskuksissa eli Lappeenrannassa ja Imatralla sekä myös Savitaipaleella.

Imatran seudulla ostovoiman nettosiirtymät ovat negatiiviset. Tämä tarkoittaa sitä, että ostovoimaa suuntautuu seudulta Lappeenrantaan. Imatran seudulle suuntautuu ostovoimaa venäläisiltä matkailijoilta sekä myös loma-asukkailta, mutta vähemmän kuin seudulta kokonaisuudessaan suuntautuu Lappeenrantaan. Päivittäistavarakaupassa siirtymä on Imatran seudulla kuitenkin positiivinen, eli päivittäistavarakaupan ostovoimaa ei juurikaan siirry Lappeenrantaan.

2.3 Päivittäistavarakaupan verkko

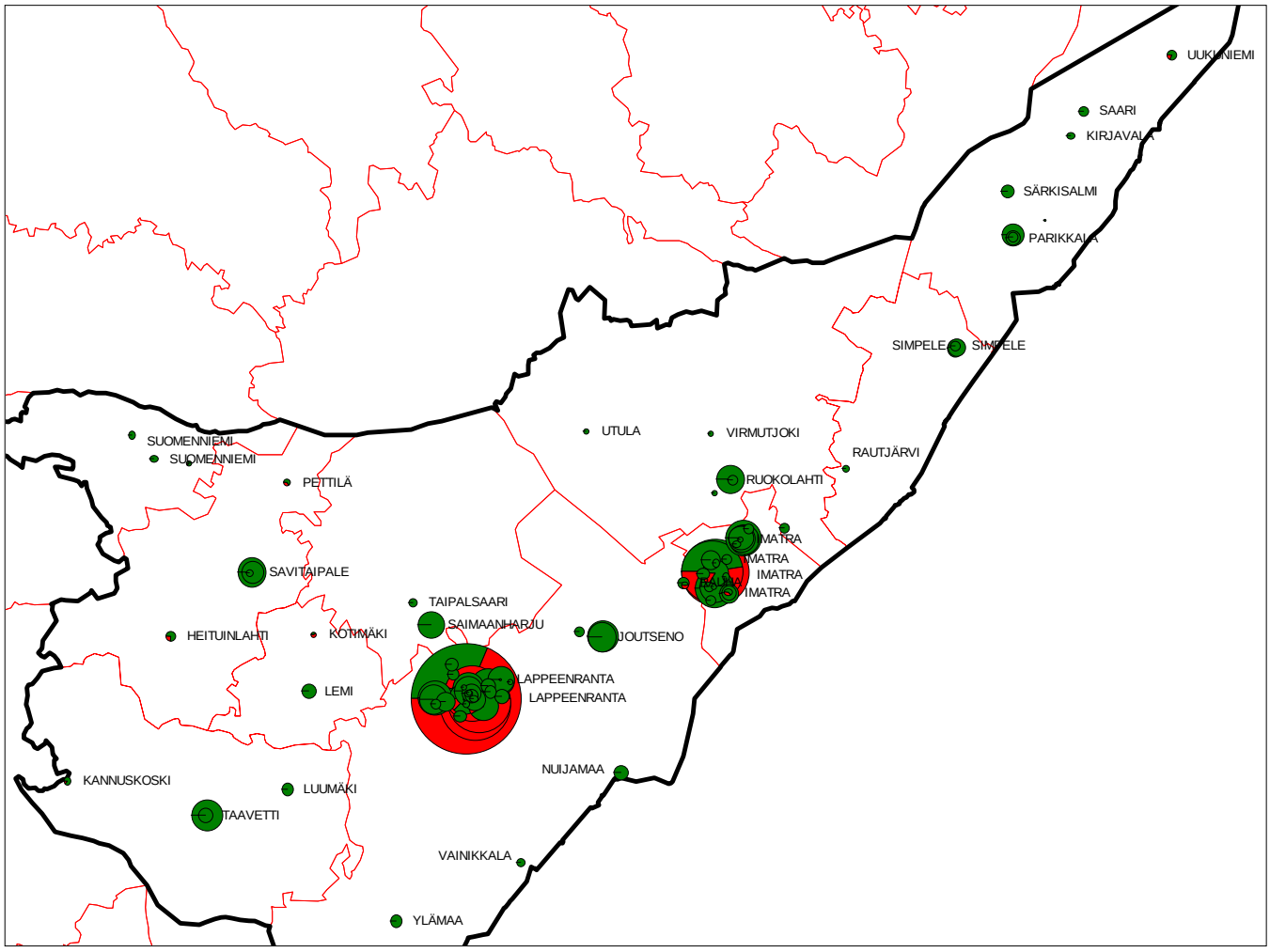
Päivittäistavarakaupan verkon analysointi pohjautuu A.C. Nielsenin päivittäistavarakaupan myymälärekisteriin vuodelta 2011. Myymälärekisteri kattaa varsinaiset päivittäistavarakaupat, hypermarkettien ja tavaratalojen päivittäistavarakaupan sekä osan päivittäistavaroiden erikoismyymälöistä, lähinnä leipomomyymälät ja luontaistuotekaupat. Lisäksi rekisterissä on liikenneasemien yhteydessä toimivat erilliset päivittäistavarakaupat kuten ABC-marketit sekä Neste-asemien yhteydessä toimivat K-marketit. Myymälärekisteristä puuttuvat perinteisten huoltoasemien, joidenkin laajan tavaravalikoimien kauppojen (esim Rajamarket), erikoismyymälöiden ja kioskien päivittäistavaroiden myynti. Mukana ei myöskään ole Alkoja. Päivittäistavarakaupan myyntitiedot ovat siten jonkin verran pienempiä kuin Tilastokeskuksen yritysrekisterin vuositilastosta lasketut päivittäistavarakaupan myyntitiedot.



Päivittäistavarakauppa painottuu pitkälti väestön tavoin Lappeenrantaan ja Imatralle. Suuria myymälöitä on myös muissa kuntakeskuksissa. Hypermarketteja on vain Imatralla ja Lappeenrannassa. Hypermarkettien yhteydessä myydään myös käyttötavaraa, jonka pinta-ala on usein näissä myymälöissä suurempi kuin päivittäistavaran.

Suuria supermarketteja (yli 1000 m^2) on näiden lisäksi myös Ruokolahdella, Luumäellä, Savitaipaleella ja Taipalsaarella. Lemillä, Parikkalassa ja Rautjärvellä on myös pieniä supermarketteja (400-1000 m^2). Niissä kunnissa, joissa on isoja myymälöitä, myynti myös painottuu pitkälti niihin. Ainoastaan Parikkalassa ja Suomenniemellä pienten myymälöiden markkina-osuus on hallitseva. Suomenniemellä tosin on vain pieniä lähikauppoja (alle 400 m^2).

Päivittäistavarakaupan rakenne Etelä-Karjalassa on samantyyppinen kuin Suomessa muutoinkin. Kolmannes myynnistä kulkee suurten yksiköiden eli hypermarkettien ja tavaratalojen kautta, noin kolmannes suurten supermarkettien ja kolmannes tätä pienempien myymälöiden kautta. Etelä-Karjalassa suurten supermarket-kaupan myyntiosuus on hieman suurempi ja vastaavasti pienempien myymälöiden myyntiosuus hieman pienempi kuin keskimäärin Suomessa.



Päivittäistavarakaupan verkko Etelä-Karjalassa 2011
Lähde: A.C. Nielsen Finland Oy

2.4 Päivittäistavarakaupan myynti, pinta-ala ja myyntiteho

Päivittäistavarakaupan myynti- ja pinta-alatietoja esitetään tässä kunta- ja seutukohtaisesti. Koska tilaston myynti- ja pinta-alatiedot eivät ole julkisia, niitä esitetään tässä vain suhde- ja indeksilukuina.

Päivittäistavarakauppoja on Etelä-Karjalassa yhteensä 97, joista 41 on Imatran seudulla ja 56 Lappeenrannan seudulla. Asukasmäärään suhteutettuna Imatran seudulla on kuitenkin enemmän päivittäistavarakaupan myynti-alaa, samoin myynti on asukasmäärään suhteutettuna Imatran seudulla suurempi. Myyntiteho on Lappeenrannan seudulla vastaavasti kuitenkin hieman korkeampi kuin Imatran seudulla. Kunnittain tarkasteltuna myyntiteho on suurin Suomenniemellä, Parikkalassa ja Lemillä. Myös Lappeenrannassa myyntiteho on keskimääräistä suurempi.

Yleisesti päivittäistavarakaupan ostokset tehdään lähellä. Maakunnassa on kuitenkin keskuksia, joissa pt-tarjonta ei ole riittävä, ja asiointia siirtyy monipuolisempiin keskuksiin. Asukasmäärän nähden myynti on alhaisinta Lemillä, Taipalsaarella ja Ruokolahdella. Korkein myynnin taso on Imatralla, joka palvelee oman kunnan asukkaiden lisäksi muita seudun asukkaita, kesä-asukkaita sekä venäläisiä. Myös Savitaipaleella myynnin taso on keskimääräistä korkeampi, tämän selittänee pitkälle loma-asukkaat.

Päivittäistavarakauppa Etelä-Karjalassa 2011
Indeksi 100 = Etelä-Karjala

Alue	Myymälä-määrä	Myyntiala m2 Osuus	Myyntiala m2 Per asukas Ind. 100 = maakunta	Myynti Osuus	Myynti Per asukas Ind. 100 = maakunta	Teho €/m² Ind. 100 = maakunta	Väestö osuus
Imatra	24	28 %	132	27 %	125	95	21 %
Parikkala	8	4 %	82	4 %	90	109	4 %
Rautjärvi	4	2 %	81	2 %	79	98	3 %
Ruokolahti	5	3 %	62	2 %	56	91	4 %
Imatran seutu	**41**	**37 %**	**112**	**35 %**	**108**	**96**	**33 %**
Lappeenranta	40	53 %	98	55 %	102	104	54 %
Lemi	2	1 %	31	1 %	34	109	2 %
Luumäki	4	4 %	93	4 %	92	98	4 %
Savitaipale	5	4 %	136	3 %	114	83	3 %
Suomenniemi	3	0 %	67	0 %	74	111	1 %
Taipalsaari	2	2 %	50	2 %	49	98	4 %
Lappeenrannan seutu	**56**	**63 %**	**94**	**65 %**	**96**	**102**	**67 %**
Etelä-Karjala	97	100 %	100	100 %	100	100	100 %

Lähde: AC Nielsen

2.5 Kaupan pinta-ala Etelä-Karjalan kaupan keskuksissa

Etelä-Karjalan keskusten kaupan pinta-ala on laskettu kenttäkartoituksen pohjalta. Maakunnan alueelta on kartoitettu seutu- ja kuntakeskukset, kuntien alakeskukset ja suurimmat muut kaupan alueet. Kenttäkartoitukset on tehty keväällä 2012. Pieniä kyliä tai asuinalueiden palveluita ei ole kartoitettu.

Kartoituksessa karttaan on merkitty kaupalliset palvelut toimialoittain 14 luokkaan jaettuna. Tarkastelussa ovat mukana vähittäiskaupan lisäksi myös muut kaupalliset palvelut, sillä nämä toimivat samoissa liiketiloissa kuin vähittäiskauppakin. Myös tyhjät tilat ja toimistojen käytössä olevat katutason liiketilat ovat mukana kartoituksessa, sillä myös niihin tiloihin voi sijoittua kauppaa. Tavaratalokaupan (tavaratalot, hypermarketit ja muut laajan tavaravalikoiman myymälät) pinta-ala on jaettu arvion ja päivittäistavarakaupan myymälärekisterin mukaan pt-kauppaan, erikoiskauppaan ja tilaa vaativaan kauppaan. Kaavioissa tavaratalokauppa on omana toimialaluokkanaan pitäen sisällään koko tavaratalon, myös pt-kaupan. Laskettu pinta-ala pitää siis sisällään toteutuneet liiketilat. Asemakaavojen tarjoamia mahdollisuuksia ei tässä ole tutkittu. Laskelmissa ei myöskään ole mukana rakenteilla olevia tai suunniteltuja hankkeita.

Kartoitus kuvaa aina tiettyä ajankohtaa. Yhdyskunnan rakentumisen myötä tilanne muuttuu jatkuvasti, 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.

Kartoituksen pohjalta on laskettu kaupallisten palveluiden pinta-ala. Pinta-ala kuvaa myymälöiden pohjapinta-alaa, joka vastaa lähinnä kerrosalaa. Liikkeiden pinta-alaan sisältyvät myymälän lisäksi takatilat, varastot, porraskäytävät sekä seinät. Kartoitukseen on otettu mukaan myös kerroksissa sijaitsevat kaupan palvelut, vaikka ne eivät näykään liitekartoissa. Hotelleista on laskettu mukaan vain ensimmäinen kerros. Kauppakeskusten käytäviä ei pinta-alassa ole mukana. Tiedot ovat suuntaa-antavia, eivätkä täysin vastaa rakennuslupien pinta-alaa, mutta antavat maakuntakaavatasolla hyvän kokonaiskuvan kaupan eri toimialojen tilankäytöstä alueella.

Kaupan alueet on keskustojen osalta rajattu voimassa olevan maakuntakaavan keskustatoimintojen alueiden mukaan. Esimerkiksi Imatrankosken kauppa sisältää vain maakuntakaavan c-alueen kaupan Imatrankoskella. Muu Imatrankosken kauppa on luokiteltu Imatran muille alueille. Kohdemerkintöjen osalta on alue tulkittu toiminnallisen kokonaisuuden mukaan, huomioon on otettu rajaavat elementit kuten rautatiet ja maantiet. Muut keskustat ja kaupan alueet on pääosin tulkittu niin, että ne muodostavat toiminnallisen kokonaisuuden. Seuraavassa taulussa Imatran muut asuinalueet ja muut alueet sekä Lappeenrannan muut asuinalueet ja muut alueet eivät kuitenkaan kokonaisuudessaan ole toiminnallisia kokonaisuuksia, vaan muodostuvat useista kauppapaikoista.

Etelä-Karjalassa on kaupallisten palveluiden liiketilaa keskustoissa ja muilla kaupan alueilla yhteensä noin 650.000 kerrosneliömetriä, josta vähittäiskauppaa on autokauppa mukaan lukien noin 450.000 kerrosneliömetriä. Lappeenrannan seudulla liikepinta-alaa on noin 430.000 ja Imatran seudulla 230.000 kerrosneliömetriä. Pinta-alaltaan suurimmat kaupan keskittymät ovat Imatran seudulla Imatrankoski ja Mansikkala ja Lappeenrannan seudulla Lappeenrannan keskusta ja Myllymäki.

Liiketilat keskustoissa ja muilla kaupan alueilla Etelä-Karjalassa 2012

K-m^2	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Imatrankoski C-alue	6 600	9 700	16 600	32 900	23 200	56 100
Mansikkala C-alue	10 100	9 900	15 600	35 600	5 200	40 800
Vuoksenniska	7 500	8 900	3 400	19 800	17 200	37 000
Korvenkanta	900	800	0	1 700	100	1 800
Rajapatsas	1 100	300	100	1 500	3 300	4 800
Rautio	500	0	200	700	900	1 600
Imatra muut asuinalueet	2 000	200	400	2 600	600	3 200
Imatra muut alueet	0	24 100	500	24 600	14 400	39 000
Imatra	28 700	53 900	36 800	119 400	64 900	184 300
Parikkala	3 300	3 600	3 400	10 300	5 900	16 200
Koirniemi	0	2 000	0	2 000	0	2 000
Särkisalmi	900	2 100	0	3 000	1 100	4 100
Parikkala	4 200	7 700	3 400	15 300	7 000	22 300
Rautjärvi Simpele	3 100	600	1 500	5 200	4 000	9 200
Rautjärvi Änkilä	0	4 300	0	4 300	0	4 300
Rautjärvi keskustan reuna	0	2 600	0	2 600	0	2 600
Rautjärvi	3 100	7 500	1 500	12 100	4 000	16 100
Ruokolahti	2 800	200	400	3 400	3 300	6 700
Ruokolahti muut alueet	0	400	0	400	0	400
Ruokolahti	2 800	600	400	3 800	3 300	7 100
Imatran seutu	**38 800**	**69 700**	**42 100**	**150 600**	**79 200**	**229 800**
Lappeenranta keskusta C-alue	8 700	7 400	42 900	59 000	60 000	119 000
Leiri C-alue	8 800	8 200	11 900	28 900	7 800	36 700
Reijola C-alue	11 600	38 800	10 300	60 700	4 200	64 900
Myllymäki	2 000	69 900	20 600	92 500	3 100	95 600
Sammonlahti	4 600	100	100	4 800	6 900	11 700
Lauritsala	3 800	600	800	5 200	6 200	11 400
Nuijamaa	1 800	1 500	2 500	5 800	300	6 100
Lpr muut keskusta/asuinalueet	2 100	1 500	1 400	5 000	6 900	11 900
Lpr muut alueet	3 400	3 400	2 000	8 800	1 200	10 000
Joutseno	4 800	500	1 800	7 100	6 900	14 000
Joutseno muu alue	200	2 500	0	2 700	500	3 200
Lappeenranta	51 800	134 400	94 300	280 500	104 000	384 500
Luumäki Taavetti	4 000	1 000	1 200	6 200	4 800	11 000
Luumäki Rantsilanmäki	0	1 300	0	1 300	700	2 000
Luumäki muut alueet	600	100	0	700	5 800	6 500
Luumäki	4 600	2 400	1 200	8 200	11 300	19 500
Savitaipale	4 200	2 100	1 300	7 600	3 100	10 700
Savitaipale ABC-alue	300	0	0	300	300	600
Savitaipale	4 500	2 100	1 300	7 900	3 400	11 300
Lemi	700	100	200	1 000	1 600	2 600
Suomenniemi	600	0	500	1 100	900	2 000
Taipalsaari	1 900	300	0	2 200	500	2 700
Lappeenrannan seutu	**64 100**	**139 300**	**97 500**	**300 900**	**121 700**	**422 600**
Etelä- Karjala	**102 900**	**209 000**	**139 600**	**451 500**	**200 900**	**652 400**

Lähde: Kartoitus 2012
* tyhjät ja muussa käytössä olevat

Liiketilat Etelä-Karjalassa 2012

Etelä-Karjala

	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	87 100	92 000	111 900	291 000	161 700	452 700
Muut keskusta-alueet	5 700	2 000	2 100	9 800	11 700	21 500
KM-alueet	1 200	6 400	0	7 600	1 100	10 700
Muut kaupan alueet	8 900	108 600	25 600	143 100	26 400	167 500
Etelä-Karjala	**102 900**	**209 000**	**139 600**	**451 500**	**200 900**	**652 400**
Keskustatyyppiset alueet	92 800	94 000	114 000	300 800	173 400	474 200
Muut alueet	10 100	115 000	25 600	150 700	27 500	178 200

Imatran seutu

	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	33 400	32 900	40 900	107 200	58 800	166 000
Muut keskusta-alueet	3 600	500	700	4 800	4 800	9 600
KM-alueet	900	5 100	0	6 000	100	8 100
Muut kaupan alueet	900	31 200	500	32 600	15 500	46 100
Etelä-Karjala	**38 800**	**69 700**	**42 100**	**150 600**	**79 200**	**229 800**
Keskustatyyppiset alueet	37 000	33 400	41 600	112 000	63 600	175 600
Muut alueet	1 800	36 300	500	38 600	15 600	54 200

Lappeenrannan seutu

	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	53 700	59 100	71 000	183 800	102 900	286 700
Muut keskusta-alueet	2 100	1 500	1 400	5 000	6 900	11 900
KM-alueet	300	1 300	0	1 600	1 000	2 600
Muut kaupan alueet	8 000	77 400	25 100	110 500	10 900	121 400
Etelä-Karjala	**64 100**	**139 300**	**97 500**	**300 900**	**121 700**	**422 600**
Keskustatyyppiset alueet	55 800	60 600	72 400	188 800	109 800	298 600
Muut alueet	8 300	78 700	25 100	112 100	11 900	124 000

Keskustatoimintojen alueet	Maakuntakaavan keskustatoimintojen alueet ja kohdemerkinnät
Muut keskusta-alueet	Muu keskusta-alue, muut kuntakeskustat, kylät
KM-alueet	Maakuntakaavan vähittäiskaupan suuryksikköalueet
Muut kaupan alueet	Keskustan reuna-alueet, liikenneasema-alueet, tilaa vaativan kaupan alueet

Lähde: Kartoitus 2012

Etelä-Karjalassa kaupan pinta-alasta suurin osa (71 %) on sijoittunut keskustatoimintojen alueille ja muille keskusta-alueille ja vastaavasti pienempi osa (29 %) on sijoittunut vähittäiskaupan suuryksikköalueille ja muille kaupan alueille. Päivittäistavarakaupasta 90 % on sijoittunut keskustoihin, erikoiskaupasta yli 80 % ja palveluista 80 %. Tilaa vaativasta kaupasta on keskustoihin sijoittunut puolet. Keskusta-alueet ovat Etelä-Karjalassa laajoja, minkä vuoksi keskusta-alueille mahtuu merkittävä määrä kauppaa.

Maakuntakaavan nykyisille vähittäiskaupan suuryksikköalueille on sijoittunut kauppaa vielä hyvin vähän. Alueita ollaan parhaillaan kuitenkin kehittämässä. Korvenkantaan on Imatran

kaupunki tehnyt aiesopimuksen YIT:n kanssa liike- ja kauppakeskuksen rakentamisesta. Kaavatyö käynnistyy kevään aikana. Alueelle rakentuu myös ABC-liikenneasema. Nuijamaantien risteykseen (Mälkiä) on tulossa Ikea ja Ikanon kauppakeskus. Myös Rantsilanmäkeen on tehty alustavia sopimuksia.

Taulussa muut kaupan alueet ovat lähinnä keskustojen reuna-alueita, jotka eivät siis ole maakuntakaavan c-alueita. Näitä on mm. Imatrankoskella, Mansikkalassa ja Lappeenrannassa. Näille alueille on sijoittunut keskustojen reuna-alueille tyypillistä kauppaa. Karttaliitteessä näkyy voimassa olevan maakuntakaavan keskusta-alueiden rajaukset Imatralla ja Lappeenrannassa.

Kaupan sijoittuminen keskustatyyppisille alueille on hieman suurempaa Imatran seudulla kuin Lappeenrannan seudulla. Imatralla koko Vuoksenniskan kauppa on tulkittu keskusta-alueen kaupaksi, vaikka pieni osa todellisuudessa jää maakuntakaavan keskustatoimintojen alueen ulkopuolelle. Alue on kuitenkin yhtenäinen toiminnallinen kokonaisuus. Imatran seudulla ei ole suuria kaupan alueita keskustojen ulkopuolella. Vähittäiskaupan suuryksikköalueet ja muut kaupan alueet ovat nykytilassaan kohtalaisen pieniä. Eniten kauppaa on Imatrankosken reuna-alueella (noin 10.000 k-m2) ja Mansikkalan reuna-alueella (noin 10.000 km2). Imatrankosken reuna-alueella on lähinnä autokauppaa mm. Auto-Suni, Auto-Kilta; Delta. Mansikkalan reuna-alueeseen kuuluu mm. Sukkulakadun alue, alueella ovat myös mm. Värisilmä ja Hanakat. Taulukossa nämä on luokiteltu Imatran muille alueille.



Mansikkala on osa Imatran keskustaa.

Liiketilat Etelä-Karjalassa 2012

Etelä-Karjala

	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	85 %	44 %	80 %	64 %	80 %	69 %
Muut keskusta-alueet	6 %	1 %	2 %	2 %	6 %	3 %
KM-alueet	1 %	3 %	0 %	2 %	1 %	2 %
Muut kaupan alueet	9 %	52 %	18 %	32 %	13 %	26 %
Etelä-Karjala	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Keskustatyyppiset alueet	**90 %**	**45 %**	**82 %**	**67 %**	**86 %**	**73 %**
Muut alueet	**10 %**	**55 %**	**18 %**	**33 %**	**14 %**	**27 %**

Imatran seutu

	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	86 %	47 %	97 %	71 %	74 %	72 %
Muut keskusta-alueet	9 %	1 %	2 %	3 %	6 %	4 %
KM-alueet	2 %	7 %	0 %	4 %	0 %	4 %
Muut kaupan alueet	2 %	45 %	1 %	22 %	20 %	20 %
Etelä-Karjala	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Keskustatyyppiset alueet	**95 %**	**48 %**	**99 %**	**74 %**	**80 %**	**76 %**
Muut alueet	**5 %**	**52 %**	**1 %**	**26 %**	**20 %**	**24 %**

Lappeenrannan seutu

	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	84 %	42 %	73 %	61 %	85 %	68 %
Muut keskusta-alueet	3 %	1 %	1 %	2 %	6 %	3 %
KM-alueet	0 %	1 %	0 %	1 %	1 %	1 %
Muut kaupan alueet	12 %	56 %	26 %	37 %	9 %	29 %
Etelä-Karjala	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Keskustatyyppiset alueet	**87 %**	**44 %**	**74 %**	**63 %**	**90 %**	**71 %**
Muut alueet	**13 %**	**56 %**	**26 %**	**37 %**	**10 %**	**29 %**

Keskustatoimintojen alueet	Maakuntakaavan keskustatoimintojen alueet ja kohdemerkinnät
Muut keskusta-alueet	Muu keskusta-alue, muut kuntakeskustat, kylät
KM-alueet	Maakuntakaavan vähittäiskaupan suuryksikköalueet
Muut kaupan alueet	Keskustan reuna-alueet, liikenneasema-alueet, tilaa vaativan kaupan alueet

Lähde: Kartoitus 2012

Lappeenrannan seudulla myös suurin osa kaupasta on sijoittunut keskustatyyppisille alueille (c-alueet ja muut keskustat). Lappeenrannassa on kuitenkin myös yksi suuri keskustan ulkopuolinen kaupan alue Myllymäki. Jonkin verran kauppaa on myös keskustan pohjoisosassa mm. Linnoituksen alueella, joka ei ole maakuntakaavan c-aluetta.

2.6 Kaupan rakenne keskustoissa ja muilla kaupan alueilla

Kaupan rakenne vaihtelee suuresti keskuksittain sekä myös keskusten ja keskustojen ulkopuolisten kaupan alueiden välillä. Mitä suurempi ja monipuolisempi keskusta, sitä enemmän keskustan liikepinta-alasta on erikoiskauppaa. Suurissa keskuksissa on myös yleensä tavarataloja ja lisäksi suurissa keskuksissa on myös hyvin paljon palveluita.

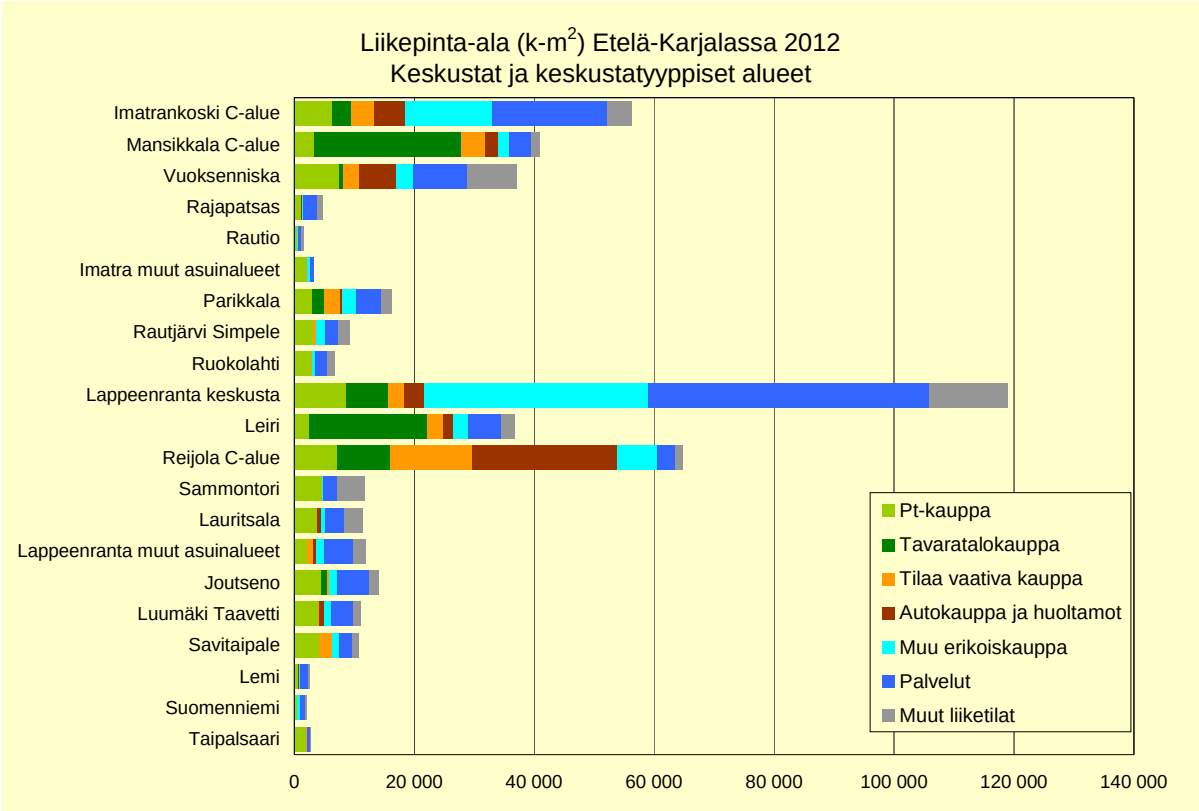
Merkittäviä erikoiskaupan keskuksia Etelä-Karjalassa ovat Lappeenrannan keskusta sekä Imatrankoski, jotka ovat myös kaupan pinta-alaltaan suurimpia keskustoja maakunnassa. Alueet ovat perinteisiä ydinkeskustoja. Reijolan c-alue on kuitenkin liikepinta-alaltaan hieman suurempi kuin Imatrankosken c-alue. Reijolaan keskittyy tilaa vaativaa kauppaa. Vaikka alueella on myös merkittävä määrä erikoiskauppaa, ei kaupan rakenne alueella tyypiltään vastaa perinteistä keskustakauppaa.

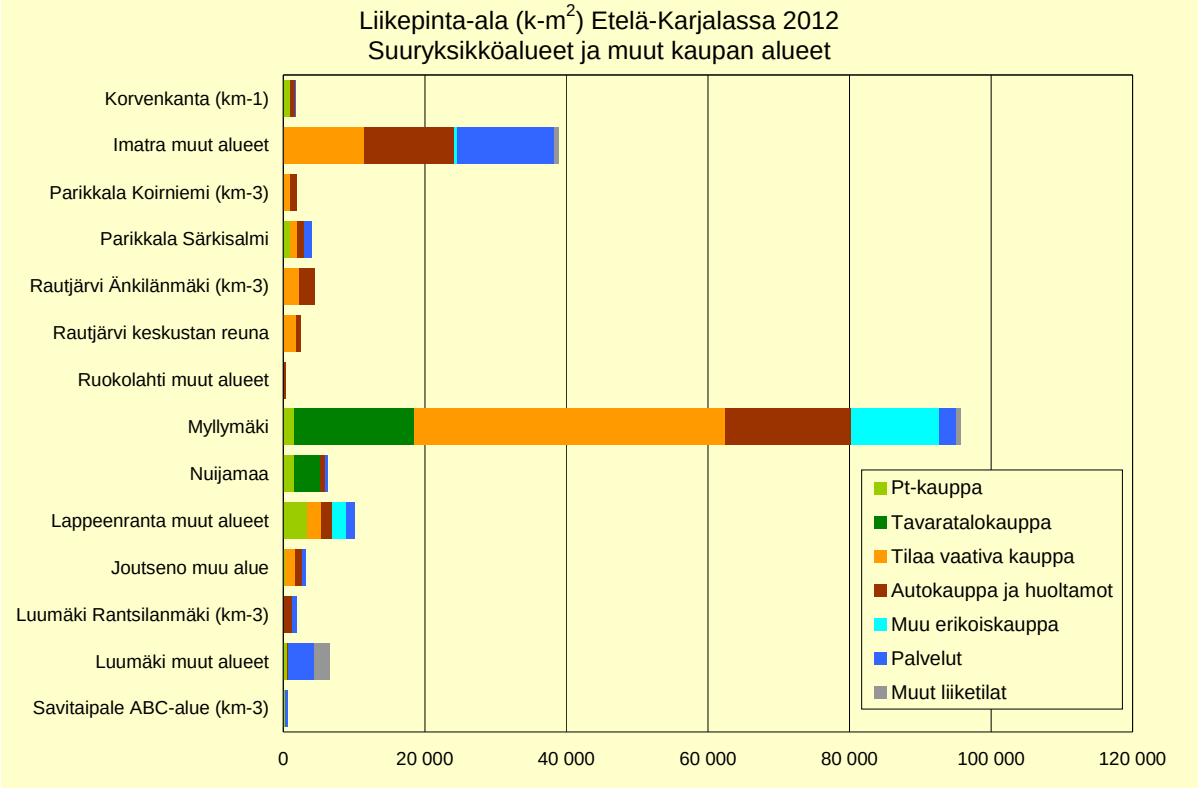
Suurten keskustojen lisäksi erikoiskauppaa on myös jonkin verran Vuoksenniskalla, joka myös on perinteinen keskusta. Lisäksi erikoiskauppaa on Leirin alueella ja Mansikkalassa. Näiden alueiden painopiste on kuitenkin tavaratalokaupassa (hypermarketit) Muut keskustat Etelä-Karjalassa ovat pinta-alaltaan pieniä ja kaupan rakenne painottuu päivittäistavara-kauppaan ja kaupallisiin palveluihin.



Päivittäistavarakaupan tarjonta on monipuolista Sammonlahdessa.

Keskusta-alueilla on jonkin verran tilaa vaativaa kauppaa ja autokauppaa. Näitä on sekä suurissa perinteissä keskustoissa (Imatrankoski ja Lappeenranta) että myös pienemmissä keskustoissa. Eniten tilaa vaativaa kauppaa ja autokauppaa on Reijolan alueella. Leirin ja Mansikkalan alueella, jotka eivät niinkään ole perinteisiä keskustakaupan alueita, ei tilaa vaativaa kauppaa ole kuitenkaan enempää kuin perinteisissä keskustoissakaan. Näiden toimialarakenne eroaa Imatrankosken ja Lappeenrannan keskustan kaupasta suurella tavaratalokaupan määrällä ja vastaavasti vähäisellä erikoiskaupan ja palveluiden määrällä.


Liikepinta-ala (k-m2) Etelä-Karjalassa 2012
Keskustat ja keskustatyyppiset alueet
Imatrankoski C-alue
Mansikkala C-alue
Vuoksenniska
Rajapatsas
Rautio
Imatra muut asuinalueet
Parikkala
Rautjärvi Simpele
Ruokolahti
Lappeenranta keskusta
Leiri
Reijola C-alue
Sammontori
Lauritsala
Lappeenranta muut asuinalueet
Joutseno
Luumäki Taavetti
Savitaipale
Lemi
Suomenniemi
Taipalsaari
0
20 000
40 000
60 000
80 000
100 000
120 000
140 000
Pt-kauppa
Tavaratalokauppa
Tilaa vaativa kauppa
Autokauppa ja huoltamot
Muu erikoiskauppa
Palvelut
Muut liiketilat


Liikepinta-ala (k-m2) Etelä-Karjalassa 2012
Suuryksikköalueet ja muut kaupan alueet
Korvenkanta (km-1)
Imatra muut alueet
Parikkala Koirniemi (km-3)
Parikkala Särkisalmi
Rautjärvi Änkilänmäki (km-3)
Rautjärvi keskustan reuna
Ruokolahti muut alueet
Myllymäki
Nuijamaa
Lappeenranta muut alueet
Joutseno muu alue
Luumäki Rantsilanmäki (km-3)
Luumäki muut alueet
Savitaipale ABC-alue (km-3)
0
20 000
40 000
60 000
80 000
100 000
120 000
Pt-kauppa
Tavaratalokauppa
Tilaa vaativa kauppa
Autokauppa ja huoltamot
Muu erikoiskauppa
Palvelut
Muut liiketilat

Keskustojen ulkopuoliset kaupan alueet vaihtelevat pinta-alaltaan suuresti. Suurin osa alueista on hyvin pieniä. Lappeenrannan Myllymäki on alueista merkittävin. Alueelle on keskittynyt tilaa vaativaa kauppaa ja autokauppaa, mutta myös tavaratalokauppaa ja erikoiskauppaa.

Imatran muilla alueilla, jotka pääosin ovat keskustojen reuna-alueita, on tilaa vaativaa kauppaa ja palveluita. Palvelut keskustojen ulkopuolisilla alueilla painottuvat matkailupalveluihin (hotellit). Lappeenrannan muiden alueiden kauppa on rakenteeltaan tasaisempaa. Keskustan reuna-alueella on palveluja ja tilaa vaativaa kauppaa yksittäisissä muissa kauppapaikoissa. Palvelut ovat pääosin ravintolapalveluita (liikenneasemilla ja keskustan reunoilla).

Muut kaupan keskittymät ovat hyvin pieniä. Alueilla on pääosin tilaa vaativaa kauppaa tai autokauppaa (sis. huoltamot). Joillakin alueilla on myös muita liikenneasemapalveluita kuten ravintolapalveluita ja päivittäistavarakauppaa.

Kun maakuntakaavan keskustatoimintojen alueita tarkastellaan yhtenä kokonaisuutena, voidaan sanoa että liiketilakanta jakautuu toimialoittain kohtalaisen tasaisesti. Alueilla on sekä päivittäistavarakauppaa, tivaa että erikoiskauppaa ja palveluita. Seudut eivät eroa c-alueiden rakenteeltaan toisistaan.

Voimassa olevan maakuntakaavan vähittäiskaupan kaupan suuryksikköalueilla on kaupan painopiste tällä hetkellä tilaa vaativassa kaupassa. Erikoiskauppaa ei alueilla ole vielä lainkaan. Päivittäistavarakauppa ja palveluita on alueen liiketilasta kymmenen prosenttia. Lappeenrannan seudulla km-alueilla palveluiden osuus on suurempi ja vastaavasti tilaa vaativan kaupan osuus pienempi kuin Imatran seudulla. Alueita ollaan parhaillaan hyvin voimakkaasti kehittämässä ja lähitulevaisuudessa alueiden kaupallinen rakenne tulee muuttumaan merkittävästi.



Savitaipaleen km-3 alueella on ABC-liikenneasema

Liiketilat Etelä-Karjalassa 2012

Etelä-Karjala

	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	19 %	20 %	25 %	64 %	36 %	100 %
Muut keskusta-alueet	27 %	9 %	10 %	46 %	54 %	100 %
KM-alueet	11 %	60 %	0 %	71 %	10 %	100 %
Muut kaupan alueet	5 %	65 %	15 %	85 %	16 %	100 %
Etelä-Karjala	16 %	32 %	21 %	69 %	31 %	100 %
Keskustatyyppiset alueet	**20 %**	**20 %**	**24 %**	**63 %**	**37 %**	**100 %**
Muut alueet	**6 %**	**65 %**	**14 %**	**85 %**	**15 %**	**100 %**

Imatran seutu

	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	20 %	20 %	25 %	65 %	35 %	100 %
Muut keskusta-alueet	38 %	5 %	7 %	50 %	50 %	100 %
KM-alueet	11 %	63 %	0 %	74 %	1 %	100 %
Muut kaupan alueet	2 %	68 %	1 %	71 %	34 %	100 %
Etelä-Karjala	17 %	30 %	18 %	66 %	34 %	100 %
Keskustatyyppiset alueet	**21 %**	**19 %**	**24 %**	**64 %**	**36 %**	**100 %**
Muut alueet	**3 %**	**67 %**	**1 %**	**71 %**	**29 %**	**100 %**

Lappeenrannan seutu

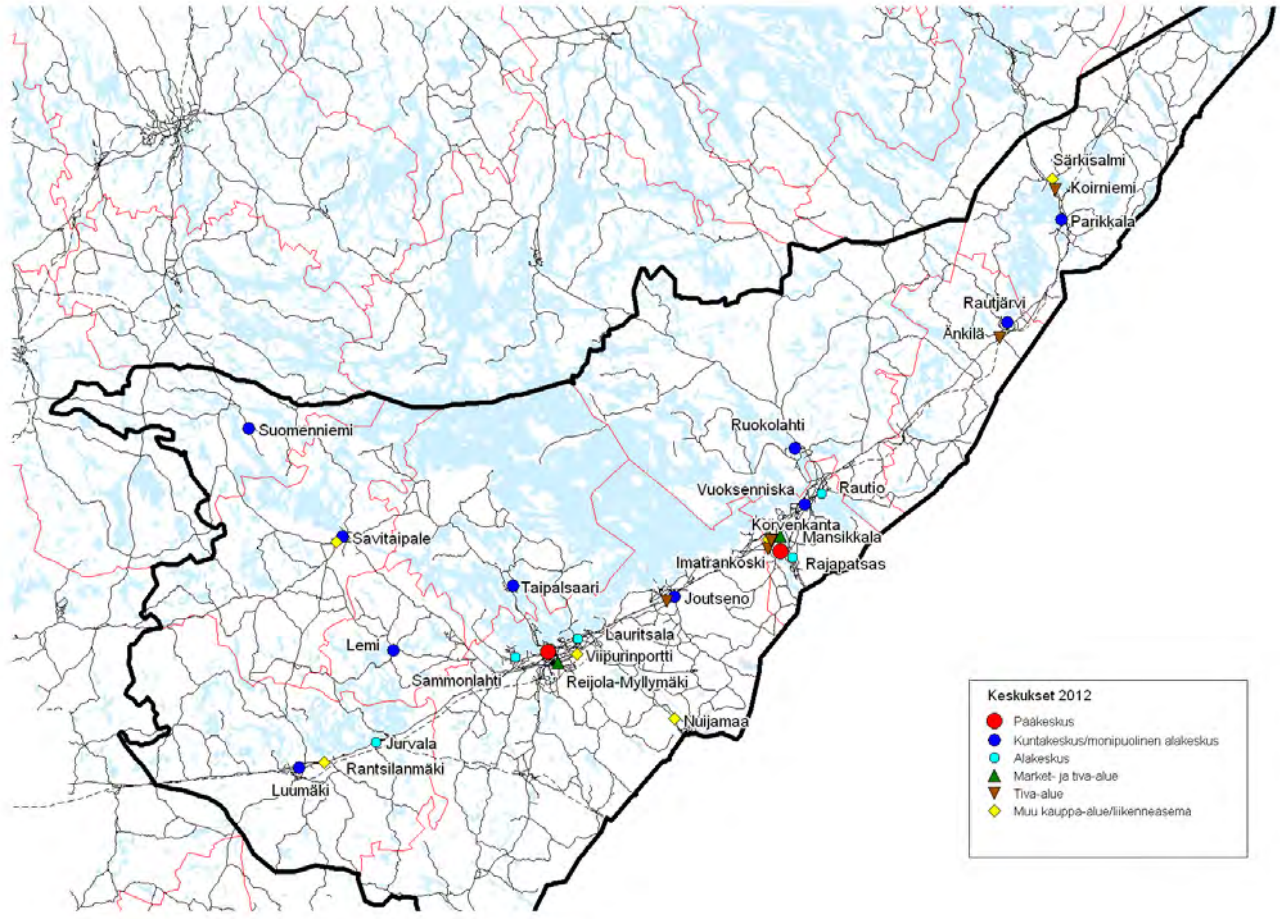
	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Palvelut ja muut liiketilat	Yhteensä
Keskustatoimintojen alueet	19 %	21 %	25 %	64 %	36 %	100 %
Muut keskusta-alueet	18 %	13 %	12 %	42 %	58 %	100 %
KM-alueet	12 %	50 %	0 %	62 %	38 %	100 %
Muut kaupan alueet	7 %	64 %	21 %	91 %	9 %	100 %
Etelä-Karjala	15 %	33 %	23 %	71 %	29 %	100 %
Keskustatyyppiset alueet	**19 %**	**20 %**	**24 %**	**63 %**	**37 %**	**100 %**
Muut alueet	**7 %**	**63 %**	**20 %**	**90 %**	**10 %**	**100 %**

Keskustatoimintojen alueet	Maakuntakaavan keskustatoimintojen alueet ja kohdemerkinnät
Muut keskusta-alueet	Muu keskusta-alue, muut kuntakeskustat, kylät
KM-alueet	Maakuntakaavan vähittäiskaupan suuryksikköalueet
Muut kaupan alueet	Keskustan reuna-alueet, liikenneasema-alueet, tilaa vaativan kaupan alueet

Lähde: Kartoitus 2012

2.7 Etelä-Karjalan kaupallinen palveluverkko

Etelä-Karjalan kaupan palveluverkko muodostuu monentasoisista keskuksista. Kaupallisia pääkeskuksia on kaksi Lappeenranta ja Imatra. Pääkeskuksen luokittelussa merkittävä tekijä ovat keskustapalvelut. Pääkeskusten ohella Etelä-Karjalassa on lukuisia muita keskuksia, joista osa on nykyisiä tai entisiä kuntakeskuksia ja osa kuntien alakeskuksia ja osa muita kaupan alueita. Kaupallisen palveluverkon tarkastelu on tehty kaupallisten palveluiden sijoittumisen lähtökohdasta, maakuntakaavamerkinnät eivät ole tarkastelussa pohjana.



Etelä-Karjalan kaupalliset keskittymät 2012

Pääkeskusten läheisyyteen on keskittynyt market- ja tilaa vaativan kaupan alueita. Näitä maakunnassa ovat Reijolan ja Myllymäen alueet Lappeenrannassa sekä Mansikkalan alue Imatrankoskella. Alueiden kaupan palveluiden painopiste on hypermarket-kaupassa. Reijolan ja Mansikkalan alueet ovat voimassa olevassa maakuntakaavassa keskustatoimintojen alueita, mutta Myllymäen Ympäristöministeriön jätti vahvistamatta. Alueella ovat voimassa seutukaavan aluevaraukset eli alue on pääosin taajamatoimintojen aluetta.

Etelä-Karjalassa on lukuisia kuntakeskuksia. Monipuolisia alakeskuksia on lähinnä Imatralla ja Lappeenrannassa. Molemmissa kaupungeissa on lisäksi kaupallisilta palveluiltaan suppeampia alakeskuksia, joiden tarjonta painottuu lähipalveluihin. Alakeskuksia on myös mm. Luumäellä. Kuntakeskusten läheisyydessä on tilaa vaativan kaupan alueita, joista useimmat ovat tarjonnaltaan vielä vähäisiä. Imatralla Mansikkalan ja Imatrankosken reuna-alueet on oheisessa kartassa luokiteltu myös tiva-alueiksi.

Varsinaisten kaupan keskittymien lisäksi maakunnassa on muita kaupan alueita tai liikennepalveluasema-alueita, jotka palvelevat ohiajavia ja matkailijoita. Edellisellä sivulla olevaan karttaan on merkitty suurimmat liikennepalvelualueet sekä matkailupalvelukeskittymistä Nuijamaa. Nämä ovat usein seudullisesti merkittäviä kauppapaikkoja, vaikkei niissä vähittäiskaupan myymäläkoko yleensä ylitä vähittäiskaupan suuryksikön rajaa. Karttaan merkittyjen kaupan keskusten lisäksi maakunnassa on lähipalvelukeskuksia ja kyliä, joiden merkitys on puhtaasti paikallinen.

Palveluverkkokarttaan ei ole merkitty voimassa olevan maakuntakaavan vähittäiskaupan suuryksiöitä, jos niillä ei vielä ole kauppaa (Mälkiä). Myös kehittyvät alueet (mm. Korvenkanta ja Rantsilanmäki) on palveluverkkokarttaan merkitty nykytilan mukaan. Palveluverkko tulee muuttumaan, kun kehityssuunnitelmat mm. Nuijamaantien risteyksessä ja Korvenkannassa toteutuvat.

2.8 Vähittäiskaupan suuryksiköt maakunnassa

Maakuntakaavan kannalta seudullisesti merkittävät vähittäiskaupan suuryksiköt ovat tärkeitä tarkastelun kohteita palveluverkossa. Vähittäiskaupan suuryksiköiden kartoitus perustuu kenttäkartoitukseen ja sen pohjalta laskettuihin pinta-aloihin. Pinta-alat ovat suuntaa-antavia eivätkä vastaa rakennuslupien pinta-alaa. Tarkastelu kattaa vain yksittäiset myymälät, ei myymäläkeskittymiä, jotka ovat vaikutuksiltaan verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön. Näin ollen suuryksikkötarkastelu ei ole kattava.

Seudullisesti merkittävät vähittäiskaupan suuryksiköt ovat sijoittuneet maakunnassa pääosin keskustoihin tai maakuntakaavan vähittäiskaupan suuryksikköalueille. Vähittäiskaupan suuryksikköjä on lähes jokaisessa keskustassa pienimpiä keskustoja lukuun ottamatta. Vähittäiskaupan suuryksiköt ovat yleensä hypermarketteja, tavarataloja tai muita laajan tavaravalikoiman kauppoja tai suuria supermarketteja. Lappeenrannassa on myös pari vähittäiskaupan suuryksikkörajan ylittävää urheilukauppaa.

Keskustojen ulkopuolisia vähittäiskaupan suuryksiköitä on mm. Myllymäen alueella, Nuijamaalla ja Mustolassa. Nämä palvelevat osin matkailijoita, osin paikallisia asukkaita ja osin koko maakuntaa.

Muita alueita, joilla on nykyään vähittäiskaupan suuryksiköitä c-alueen ulkopuolella

Vähittäiskaupan suuryksiköt	Tilaa vaativan kaupan suuryksiköt
Lappeenranta Nuijamaa	Lappeenranta Myllymäki
Lappeenranta Mustola	Imatra Sotkulampi
Lappeenranta Myllymäki	

Maankäyttö- ja rakennuslain uusien säännösten mukaan vähittäiskaupan suuryksiöitä ovat myös tilaa vaativan kaupan suuryksiköt. Tilaa vaativan kaupan suuryksiköitä on Etelä-Karjalassa pääosin keskusta-alueilla. Keskusta-alueiden ulkopuolisia tilaa vaativan kaupan suuryksiköitä on Myllymäessä sekä Imatran Sotkulammen alueella. Tilaa vaativan kaupan suuryksiköt palvelevat yleensä laajaa asiakaskuntaa ja ovat täten usein seudullisesti merkittäviä. Tilaa vaativan kaupan suuryksiköt ovat joko rautakauppoja tai huonekalukauppoja, joista rautakaupat yleensä ovat suurempia. Lisäksi maakunnassa on myös vähittäiskaupan suuryksikkörajan ylittäviä autokauppoja.

2.9 Muutokset palveluverkossa

Muutoksia palveluverkossa on selvitetty maakunnan kunnissa aikaisemmin tehtyjen kaupan palveluverkkoselvitysten pohjalta. Koko maakunnan alueelta ei ole tehty sellaista selvitystä, jossa olisi tarkasteltu kaupan alueiden pinta-aloja. Imatralla ja Lappeenrannassa vastaavasti tällaisia on tehty (Imatran keskusta-alueiden kaupallinen kehittäminen 2007; Santasalo Ky ja Lappeenrannan tilaa vaativan erikoiskaupan mitoitus ja sijoitus kaavoissa; Santasalo Ky 2009).

Nykyisiä Imatran ja Lappeenrannan kaupallisten palveluiden pinta-aloja on vertailtu edellä mainittujen selvitysten yhteydessä tehtyihin kartoituksiin. Kaikkia keskustan ulkopuolisia yksiköitä ei tällöin kuitenkaan kartoitettu, joten tässä vertailussa on mukana vain ne alueet, jotka on kartoitettu aikaisemmin. Kartoitukset selvityksiin on tehty Imatran osalta vuonna 2007 ja Lappeenrannan osalta vuonna 2009. Liiketilan pinta-alan muutoksessa on otettu huomioon uudet ja täyttyneet sekä puretut ja tyhjentyneet liiketilat. Liiketilojen laajennuksista on laskettu mukaan vain pinta-alan nettolisäys. Muutos on suuntaa-antava ja pohjautuu karttaan piirrettyjen liiketilojen pinta-aloihin. Palveluverkossa tapahtuneet muutokset on kuvattu karttaliitteessä 2.

Liiketilamuutokset keskuksissa 2007/2009 - 2012
Täyttyneet ja uudet tilat - tyhjentyneet ja puretut tilat

	k-m^2
Imatrankoski C-alue	9 500
Mansikkala C-alue	7 800
Vuoksenniska	1 300
Korvenkanta	0
Rajapatsas	-900
Rautio	0
Imatra muut asuinalueet	0
Imatra muut alueet	2 700
Imatra	**20 400**
Lappeenranta keskusta	2 200
Leiri	100
Reijola C-alue	800
Myllymäki	22 200
Lappeenranta muut alueet	2 200
Joutseno	600
Lappeenranta	**28 100**
Imatra ja Lappeenranta yhteensä	**48 500**

Lähde: Santasalo Ky, kartoitus

Kokonaisuudessaan Imatralle ja Lappeenrantaan on tullut lisää kauppaa ja palveluita noin 50.000 kerrosneliömetriä muutaman viime vuoden aikana. Imatralla kaupallisten palveluiden määrä on kasvanut 20.000 kerrosneliömetrillä ja Lappeenrannassa lähes 30.000 kerrosneliömetrillä. Suurin muutos on tapahtunut Myllymäen alueella, jonne on rakennettu mm. Family Center ja muutama muu uusi liikerakennus mm. Agrimarketille ja Gigantille.

Lappeenrannan keskustaan on rakennettu muutama uusi asuintalo, jonka katutasolle on tullut uutta liiketilaa. Lisäksi tyhjiä tiloja on täyttynyt. Joutsenossa tyhjiä tiloja on otettu uudelleen kaupallisten palveluiden käyttöön.

Imatrankoskella suurin muutos on ollut S-marketin rakentaminen keskustaan. Minimani on laajentunut ja myymälän läheisyyteen on rakennettu uusi liikerakennus. Lisäksi alueella on myös tyhjiä tiloja täyttynyt. Mansikkalaan on rakentunut uusi liikerakennus Rajamarketille ja Lidlille. Vuoksenniskaan on rakennettu uusi S-market, mutta liiketiloja on jäänyt myös tyhjilleen. Rajapatsaalla tyhjien liiketilojen määrä on kasvanut.



Mustolaan on rakentunut Disa’s Fish -myymälä, joka palvelee pääosin venäläisiä

3 KAUPAN MARKKINOIDEN KEHITYS

Kaupan markkinat muuttuvat jatkuvasti kulutuksen muutoksen myötä. Markkinoiden kehitystä kuvataan tässä kysyntäpotentiaalin eli ostovoiman suhteen sekä toteutuneen kysynnän eli myynnin suhteen. Markkina-alueena on Etelä-Karjala. Lisäksi alueen ostovoimaan vaikuttavat merkittävästi venäläiset matkailijat. Myös loma-asukkaat tuovat oman lisänsä alueen markkinapotentiaaliin.

3.1 Kaupan yleinen kehitys Suomessa

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

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

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

Vähittäiskaupan alueellinen keskittyminen on ollut myös voimakasta. Kauppa keskittyy kaupunki- ja kuntakeskustoihin, kauppakeskuksiin sekä keskustojen ulkopuolisiin kauppakeskittymiin. Erikoiskauppa hakeutuu lähelle toisiaan. Pienimmissä keskittymissä on tyypillisesti enää vain lähipalveluita. Monipuolisesti erikoiskauppaa on vain kaupunkien keskustoissa ja suurissa kaupan keskittymissä. Etelä-Karjalassa laajalla haja-asutusalueella ja taajamien reuna-alueille kaupan palvelut ovat vuosien saatossa vähentyneet merkittävästi. Lähikauppoja on kuitenkin säilynyt vähän tiheämmin asutuilla alueilla.

Keskustakauppa on suomalaisissa kaupungeissa kehittynyt keskieurooppalaisen esimerkin mukaisesti. Keskustoihin rakennetaan kauppakeskuksia, kävelykeskustoja laajennetaan ja kortteleiden sisäosia otetaan kaupalliseen käyttöön. Keskustahakuisiin erikoiskauppoihin kuten muotikauppaan on tullut ulkomailta ketjuja ja nämä ovat hakeutuneet keskustojen parhaille liikepaikoille. Keskustojen kehittymisen ongelmana suomalaisissa kaupungeissa on yleisesti ollut keskeisillä paikoilla toimivien liiketilojen puute. Tämä on vaikeuttanut keskustojen palveluiden monipuolistumista. Tyhjiä tiloja on, mutta ne ovat keskustojen reunoilla tai ne ovat kooltaan liian pieniä keskustamyymälöiden kannalta.

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

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

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

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

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

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

Verkkokaupan merkitys kiinteille myymälöille on tullut yhä merkittävämmäksi. Useat kuluttajat tutustuvat tuotteisiin verkossa ennen ostospäätöstä, vaikka suoraan verkosta ostaa vielä harvempi osa kuluttajista. Erityisen merkittävänä verkkokaupan hyötynä on todettu tuotteen jälkimarkkinat ja käyttötiedon hakeminen verkossa ostamisen jälkeen. Verkkoyhteys

kauppaan on siten tullut merkittäväksi myyntiä ja jälkimarkkinointia edistäväksi ja tiedonjakokanavaksi.

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

Henkilöautosidonnaisuus ei vähittäiskaupassa tule todennäköisesti seuraavan 10-15 vuoden aikana merkittävästi muuttumaan. Kaupassa käydään yhä merkittävästi henkilöautolla. Päivittäistavaroita haetaan läheltä kotia, kuten nykyäänkin. Tulevaisuudessa pitkiä kauppamatkoja ei kuitenkaan todennäköisesti tehdä kovin usein. Pidemmällä tulevaisuudessa sellaiset kaupalliset keskittymät, jonne pääsee helposti kävellen, pyörällä tai joukkoliikennevälineellä kasvattavat suosiotaan. Yhä edelleen autoilevat ovat kuitenkin merkittävä asiakasryhmä kaupoille ja kauppakeskuksille, mikä pitää ottaa huomioon pohdittaessa kaupan kehitysedellytyksiä.

3.2 Kaupan konseptien kehitys

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

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

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

Kuluttajatuotteiden monimutkaistuminen, teknistyminen ja kuluttajien vaatimusten kasvu tarkoittaa toisaalta yhä erikoistuneempia myymälöitä. Nämä erikoismyymälät ovat usein hyvin pieniä, mutta tarjoavat hyvin syvän ja laajan tuotevalikoiman tietyssä tuotesegmentissä ja samalla toimialan asiantuntemusta. Näitä ovat mm. alan harrastajien erikoisliikkeet, luksusmerkkikaupat ja tiettyyn tuotteeseen erikoistuneet päivittäistavarakaupat kuten esimerkiksi kahvi- ja teemyymälät. Lähiruokaan erikoistuminen näkyy kaupassa ja ravintolatoiminnassa enenemässä määrin, ja myös muita lähituotteita myyviä liikkeitä kehittyy.

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

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

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

Päivittäistavarakaupassa suurten myymälöiden kasvu jatkuu osittain kasvavan tuotevalikoiman vuoksi. Pienemmissä kunnissa, jossa erikoiskaupan tarjonta on suppeaa, päivittäistavarakaupan valikoimat kasvavat käyttötavaran suuntaan.

Vanhojen rakennusten ja kalusteiden kunnostamista varten on perustettu erilaisia rakennusapteekkeja. Eräässä antiikkikeskuksessa myydään antiikkia, uusia huonekaluja sekä myös vanhojen huonekalujen kunnostamiseen tarkoitettuja tuotteita. Keskuksessa on myös ammattitaitoisia käsityöläisiä: kelloseppä, verhoilija, lamppujen korjaaja, taidemaalari, puuseppä ja kuvataiteilija. Keskukseen voi tuoda vanhoja esineitään entisöitäväksi ja sieltä voi tilata myös mittatilaustyönä uusia huonekaluja. Myymälöillä on myös verkkokauppa, jolla ne tavoittavat paikallista laajemman asiakaskunnan.

Etelä-Karjalassa uusia liiketoimintamuotoja ja kaupan konsepteja syntyy matkailun lähtökohdista. Venäläiset asiakkaat ovat merkittävä asiakasryhmä tulevaisuudessa ja uusia kauppatyyppejä ja kauppakeskuksia kehitetään heitä palvelemaan. Lappeenrannan seudulla laajan valikoiman kalakauppa on esimerkki venäläisiä palvelevasta kaupasta.

3.3 Kaupan liikevaihdon kehitys Suomessa ja Etelä-Karjalassa

Viimeisen 15 vuoden aikana vähittäiskaupan ostovoima on Suomessa kasvanut usean prosentin vuosivauhdilla. Kehitys on ollut varsin eritasoista kaupan eri toimialoilla. Vuonna 2009 ostovoima ja vähittäiskaupan myynti notkahtivat, mutta vuonna 2010 myynti kääntyi jälleen kasvuun. Tilaa vaativan kaupan toimialoilla notkahdus tapahtui jo vuotta aikaisemmin ja oli varsin voimakas. Reaalinen liikevaihdon kehitys on viimeisen 15 vuoden aikana ollut jopa yli neljä prosenttia vuodessa. Oheisessa taulussa arvon muutos kuvaa vähittäiskaupan liikevaihdon muutosta euroina. Määrän muutoksessa inflaation vaikutus on poistettu eli määrän muutos kuvaa reaalista kasvua.

Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys Suomessa 1995 - 2010

	Muutos yhteensä		Vuosimuutos	
	arvo	määrä	arvo	määrä
Pt-kauppa	191 %	153 %	4,4 %	2,9 %
Pt-erikoiskauppa	221 %	172 %	5,4 %	3,7 %
Alko	120 %	108 %	1,2 %	0,5 %
Pt-kauppa yhteensä	**184 %**	**149 %**	**4,1 %**	**2,7 %**
Tavaratalokauppa	214 %	231 %	5,2 %	5,7 %
Rautakauppa	210 %	136 %	5,1 %	2,1 %
Kodinkone ja viihde-elektroniikkakauppa	215 %	871 %	5,2 %	15,5 %
Huonekalu- ja sisustuskauppa	218 %	179 %	5,3 %	4,0 %
Venekauppa	250 %	170 %	6,3 %	3,6 %
Tietokonekauppa	329 %	2208 %	8,3 %	22,9 %
Matkapuhelinkauppa	218 %	4529 %	5,3 %	28,9 %
Kirjakauppa	125 %	98 %	1,5 %	-0,1 %
Urheilukauppa	221 %	220 %	5,4 %	5,4 %
Muotikauppa	165 %	170 %	3,4 %	3,6 %
Apteekki- ja terveyskauppa	244 %	209 %	6,1 %	5,0 %
Kukka- ja puutarhakauppa	182 %	160 %	4,1 %	3,2 %
Kulta- ja kellokauppa	151 %	96 %	2,8 %	-0,3 %
Optikot	203 %	185 %	4,8 %	4,2 %
Posti- ja nettikauppa	151 %	176 %	2,8 %	3,8 %
VÄHITTÄISKAUPPA	**190 %**	**185 %**	**4,4 %**	**4,2 %**
Moottoriajoneuvojen vähittäiskauppa	215 %	249 %	5,2 %	6,3 %
Huoltamot	138 %	80 %	2,2 %	-1,5 %

Lähde: Tilastokeskus, vähittäiskaupan liikevaihtokuvaaja

Vähittäiskaupan myynti on Etelä-Karjalassa kasvanut 2000-luvulla lähes samalla vauhdilla kuin Suomessa keskimäärin. Maakunnan vähittäiskaupan ja autokaupan liikevaihto on kasvanut keskimäärin noin 3,8 %:n vuosivauhdilla ja Suomessa toimialan kehitys on ollut keskimäärin 3,7 % vuositasolla. Vuoden 2009 taantuma pudotti hieman liikevaihdon tasaista kehitystä koko Suomessa sekä Etelä-Karjalassa. Vuonna 2010 kauppa on jälleen lähtenyt nousuun, Etelä-Karjalassa kasvu on ollut hieman keskimääräistä suurempaa.

Seutukohtaisesti tarkasteltuna Lappeenrannan seudulla on vähittäiskauppa kasvanut hieman Imatran seutua nopeammin. Kunnittain tarkasteltuna suurin kaupan kasvu on tapahtunut Lappeenrannan kaupungissa. Myös Parikkalassa kauppa on kasvanut 2000 keskimääräistä enemmän. Parissa pienessä kunnassa kaupan liikevaihto on 2000 luvulla laskenut ja osassa kasvu on ollut hyvin pientä.

Vähittäiskaupan ja autokaupan liikevaihdon kehitys 2000 - 2010
Indeksi 2000 = 100

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Vuosi-muutos
Imatra	100	106	106	113	108	115	126	135	138	129	130	2,7 %
Parikkala	100	110	115	116	126	122	122	125	155	135	147	3,9 %
Rautjärvi	100	120	101	92	91	96	102	93	106	106	108	0,7 %
Ruokolahti	100	100	107	107	109	99	110	109	117	128	130	2,6 %
Imatran seutu	**100**	**107**	**107**	**112**	**109**	**114**	**123**	**131**	**137**	**128**	**130**	**2,7 %**
Lappeenranta	100	110	112	120	126	128	134	139	155	148	159	4,7 %
Lemi	100	146	122	123	128	134	118	112	118	114	107	0,7 %
Luumäki	100	105	99	106	108	93	89	78	104	90	87	-1,4 %
Savitaipale	100	99	106	107	110	110	111	117	122	123	129	2,6 %
Suomenniemi	100	115	119	110	107	102	104	109	83	80	62	-4,6 %
Taipalsaari	100	113	128	128	129	128	120	119	127	129	124	2,2 %
Lappeenrannan seutu	**100**	**110**	**111**	**119**	**125**	**126**	**131**	**135**	**151**	**143**	**153**	**4,4 %**
Etelä-Karjala	**100**	**109**	**110**	**117**	**120**	**122**	**128**	**134**	**146**	**139**	**146**	**3,8 %**
Koko Suomi	100	104	107	114	120	125	132	139	146	139	144	3,7 %

Lähde: Tilastokeskus

Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitystä (pl.autokauppa) on tarkasteltu myös maakunnittain, eli Etelä-Karjalan kehitystä on verrattu muissa maakunnissa tapahtuneeseen kaupan kehitykseen. Vähittäiskaupan liikevaihto (pl. autokauppa) on kehittynyt Etelä-Karjalassa hieman nopeammin kuin Suomessa keskimäärin. Suomessa on kuitenkin useita maakuntia, jossa kaupan liikevaihto on 2000-luvulla kasvanut Etelä-Karjalaa enemmän (ks. seuraava taulu). Näitä ovat mm. Varsinais-Suomi, Pirkanmaa, Päijät-Häme, Pohjois-Pohjanmaa ja Ahvenanmaa.

Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys maakunnissa 2001-2010
(ei sis. autokauppaa)

Ind. 100 = 2001	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Uusimaa	100	101	105	109	113	120	130	138	135	141
Varsinais-Suomi	100	105	110	113	123	127	139	149	148	153
Satakunta	100	106	108	113	117	120	127	138	139	140
Kanta-Häme	100	102	110	114	119	122	128	147	148	149
Pirkanmaa	100	104	108	113	118	123	135	144	143	150
Päijät-Häme	100	106	107	115	118	126	127	150	152	155
Kymenlaakso	100	105	109	114	116	121	135	141	139	142
Etelä-Karjala	**100**	**101**	**105**	**108**	**109**	**118**	**127**	**142**	**141**	**148**
Etelä-Savo	100	104	109	113	113	120	130	130	131	133
Pohjois-Savo	100	100	105	113	116	123	131	138	139	141
Pohjois-Karjala	100	104	108	110	114	119	125	137	135	139
Keski-Suomi	100	103	109	114	121	126	132	143	145	147
Etelä-Pohjanmaa	100	103	107	115	116	121	129	135	133	138
Pohjanmaa	100	105	109	120	117	123	134	145	145	148
Keski-Pohjanmaa	100	103	106	121	115	122	128	136	134	137
Pohjois-Pohjanmaa	100	104	108	115	123	127	134	146	148	153
Kainuu	100	105	108	108	111	121	121	137	134	135
Lappi	100	102	104	108	110	116	126	138	133	136
Ahvenanmaa	100	100	104	106	105	108	118	133	138	153
Koko maa	**100**	**103**	**107**	**112**	**116**	**122**	**131**	**141**	**139**	**144**

Lähde: Tilastokeskus

Kauppa on kehittynyt Lappeenrannassa keskimääräistä positiivisemmin, vaikka asukasmäärä maakunnassa on laskenut. Kun tarkastellaan vähittäiskaupan liikevaihdon kehitystä asukasluku huomioon ottaen (eli liikevaihto/asukas), on kehitys Etelä-Karjalassa hyvin positiivista. Vain Päijät-Hämeen maakunta yltää yhtä suureen vähittäiskaupan liikevaihdon kasvuun, kun asukasmäärän kehitys huomioidaan kasvussa. Etelä-Karjalassa kasvuun ovat vaikuttaneet venäläiset matkailijat.

Vähittäiskaupan liikevaihdon kehitys per asukas 2001-2010
(ei sis. autokauppaa)

Ind. 100 = 2001	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Uusimaa	100	101	104	107	110	115	123	129	125	130
Varsinais-Suomi	100	105	109	112	121	125	136	145	144	148
Satakunta	100	106	108	114	118	122	129	141	142	144
Kanta-Häme	100	102	109	113	117	119	124	140	141	141
Pirkanmaa	100	103	106	110	114	118	128	136	133	139
Päijät-Häme	100	105	106	114	117	125	126	147	150	152
Kymenlaakso	100	105	110	114	117	123	138	145	142	145
Etelä-Karjala	**100**	**102**	**106**	**109**	**111**	**119**	**129**	**145**	**144**	**152**
Etelä-Savo	100	105	111	115	116	124	135	136	138	141
Pohjois-Savo	100	100	106	114	117	125	133	140	142	144
Pohjois-Karjala	100	104	109	111	116	122	129	141	139	143
Keski-Suomi	100	103	109	113	120	125	130	141	142	143
Etelä-Pohjanmaa	100	103	107	115	116	122	130	135	134	138
Pohjanmaa	100	105	109	120	117	123	132	143	142	144
Keski-Pohjanmaa	100	103	106	121	115	122	128	135	133	135
Pohjois-Pohjanmaa	100	104	107	113	120	123	128	139	140	144
Kainuu	100	106	110	111	115	127	128	146	144	146
Lappi	100	103	106	110	112	119	129	142	137	141
Ahvenanmaa	100	99	102	104	102	105	113	126	129	142
Koko maa	**100**	**103**	**106**	**111**	**115**	**120**	**128**	**137**	**135**	**139**

Lähde: Tilastokeskus

Vähittäiskaupan liikevaihdon taso asukasta kohden laskettuna on Etelä-Karjalassa korkeampi kuin keskimäärin Suomessa. Keskimääräistä korkeampi taso on ainoastaan Uudellamaalla ja Ahvenanmaalla. Useassa maakunnassa liikevaihdon taso asukasta kohden on siis alhaisempi kuin Etelä-Karjalassa.

Liikevaihto asukasta kohden kertoo osin tarjonnan tasosta ja ostovoiman siirtymistä, osin myös asukkaiden ostovoiman tasosta. Uudellamaalla ostovoiman taso on korkea, mutta alueelle virtaa ostovoimaa myös muualta Suomesta. Etelä-Karjalassa vastaavasti liikevaihdon tasoa selittävät siirtymät venäläisiltä matkailijoilta. Lapissa taso on myös matkailun takia korkea. Ahvenanmaalla on sekä korkea ostovoimantaso että paljon matkailijoita.

Vähittäiskaupan liikevaihto asukasta kohden 2010

	euroa	Ind. koko maa=100
Uusimaa	7 459	114
Varsinais-Suomi	6 574	100
Satakunta	6 074	93
Kanta-Häme	6 051	92
Pirkanmaa	6 038	92
Päijät-Häme	6 346	97
Kymenlaakso	6 236	95
Etelä-Karjala	**6 751**	**103**
Etelä-Savo	6 098	93
Pohjois-Savo	6 200	94
Pohjois-Karjala	5 834	89
Keski-Suomi	5 967	91
Etelä-Pohjanmaa	6 371	97
Pohjanmaa	5 822	89
Keski-Pohjanmaa	6 177	94
Pohjois-Pohjanmaa	6 063	92
Kainuu	6 082	93
Lappi	6 564	100
Ahvenanmaa	8 300	126
Koko maa	**6 566**	**100**
Koko maa (pl. Uusimaa)	**6 209**	

Lähde: Tilastokeskus

Vähittäiskaupan liikevaihdon kehityksen lisäksi on tarkasteltu liikerakentamista Etelä-Karjalassa, lähimaakunnissa sekä parissa muussa maakunnassa. Liikerakentaminen osittain selittää myös liikevaihdon kehitystä. Oheisessa taulussa on Tilastokeskuksen rakennustilastosta liikerakennusten kerrosala rakennusvuoden mukaan. Tilasto ei ole täysin yhteneväinen tässä selvityksessä laskettuun kaupallisten palveluiden kerrosalaan. Tilastokeskuksen tilastossa on liikerakennukset kokonaisuudessaan, myös mm. ylemmissä kerroksissa olevat toimistotilat. Lisäksi tilastosta puuttuvat asuintalojen kivijalkamyymälät.

Liikerakennukset Etelä-Karjalassa ja muualla Suomessa

K-m^2	Rakennusvuoden mukaan				Osuus		Osuus	
	Kaikki	1990-1999	2000-2009	2010-2011	1990-2011	1990-2011	2000-2011	2000-2011
Koko Suomi	27 630 000	5 880 000	5 450 000	880 000	12 210 000	44 %	6 330 000	23 %
Uusimaa	5 610 000	1 010 000	1 500 000	150 000	2 660 000	47 %	1 650 000	29 %
Varsinais-Suomi	2 310 000	460 000	430 000	30 000	920 000	40 %	460 000	20 %
Pirkanmaa	2 370 000	460 000	520 000	110 000	1 090 000	46 %	630 000	27 %
Kymenlaakso	990 000	270 000	120 000	20 000	410 000	41 %	140 000	14 %
Etelä-Karjala	**870 000**	**150 000**	**170 000**	**60 000**	**380 000**	**44 %**	**230 000**	**26 %**
Imatran seutu	270 000	50 000	30 000	10 000	90 000	33 %	40 000	15 %
Lappeenrannan seutu	600 000	100 000	140 000	50 000	290 000	48 %	190 000	32 %

Lähde: Tilastokeskus

Maakunnat ovat eri kokoisia, joten liikerakennusten kerrosala ei sinällään ole vertailukelpoinen. Liikerakentamisen kehitystä voidaan kuvata sillä, kuinka suuri osuus liikerakennuksista on rakennettu lähivuosikymmenten aikana. Suomen kaikista liikerakennuksista lähes 44 % on rakennettu viimeisten runsaan kahdenkymmenen vuoden aikana (1990-2011). Sama tilanne on Etelä-Karjalassa.

2000-luvulla rakennettuja liikerakennuksia on koko Suomen kannassa 23 % ja Etelä-Karjalassa 26 %. Tämä kertoo siitä, että Etelä-Karjalassa liikerakentaminen on 2000-luvulla ollut keskimääräistä suurempaa. Vertailumaakunnista vain Uudellamaalla ja Pirkanmaalla liikerakentaminen on suhteessa liiketilakantaan ollut suurempaa. Sekä Uudellamaalla että Pirkanmaalla väestö on voimakkaasti kasvanut. Etelä-Karjalassa kaupan rakentamisen suureen määrään on vaikuttanut venäläisten matkailijoiden suuri kasvu. Lappeenrannassa kasvu on ollut erityistä voimakasta.

3.4 Väestön kehitys Etelä-Karjalassa

Väestö Etelä-Karjalassa on viimeisen kymmenen vuoden aikana laskenut. Tällä hetkellä maakunnassa on asukkaita 133.000. Tilastokeskuksen ennusteen mukaan väestömäärä on maakunnassa edelleen laskussa. Lasku on kuitenkin hyvin hidasta. Vuonna 2025 maakunnan väestömäärän ennustetaan olevan lähes 132.000.

Väestö kehittyy maakunnan eri osissa eri tavoin. Lappeenrannan seudulle on odotettavissa väestönkasvua. Kasvu kohdistuu Lappeenrannan kaupunkiin ja Taipalsaareen, kun taas muiden seudun kuntien väkimäärä vähenee. Imatran seudulla Tilastokeskuksen ennusteen mukaan väestö vähenee jokaisessa seudun kunnassa.

Vakituisesti asuvat ulkomaalaiset ovat mukana oheisissa väestöluvuissa. Näistä on tehty kuitenkin myös oma taulukko, josta nähdään että ulkomaalaisten osuus on Etelä-Karjalassa kasvussa. Kasvava väestöryhmä ovat venäläiset. Maakunnassa asuvista ulkomaan kansalaisista 56 % on venäläisiä. Maakunnassa siis on matkailijoiden lisäksi myös vakituisesti asuvia venäläisiä kohtalaisen paljon. Venäjänkielisten määrä on esimerkiksi Lappeenrannassa kasvanut vuosina 2008-2011 yhteensä 10 %. Näiden ostovoima ja merkitys on mukana maakunnan asukkaiden ostovoimassa.

Etelä-Karjalan väestönkehitys 2010 - 2030

	2005	2010	2011	2015	2020	2025	2030	Muutos 2011-25	Vuosi-muutos 2011-25
Imatra	29 529	28 540	28 472	27 701	27 073	26 560	26 077	-1 912	-0,5 %
Parikkala	6 227	5 787	5 664	5 617	5 446	5 344	5 268	-320	-0,4 %
Rautjärvi	4 273	3 937	3 832	3 733	3 535	3 403	3 294	-429	-0,8 %
Ruokolahti	5 897	5 668	5 595	5 473	5 343	5 240	5 154	-355	-0,5 %
Imatran seutu	**45 926**	**43 932**	**43 563**	**42 524**	**41 397**	**40 547**	**39 793**	**-3 016**	**-0,5 %**
Lappeenranta	71 435	71 982	72 133	72 767	73 353	73 877	74 273	1 744	0,2 %
Lemi	3 107	3 064	3 068	3 011	2 989	2 966	2 937	-102	-0,2 %
Luumäki	5 297	5 147	5 119	5 044	5 001	4 977	4 951	-142	-0,2 %
Savitaipale	4 126	3 863	3 789	3 779	3 666	3 592	3 530	-197	-0,4 %
Suomenniemi	818	804	784	754	735	720	709	-64	-0,6 %
Taipalsaari	4 895	4 911	4 855	5 073	5 173	5 237	5 268	382	0,5 %
Lappeenrannan seutu	**89 678**	**89 771**	**89 748**	**90 428**	**90 917**	**91 369**	**91 668**	**1 621**	**0,1 %**
Etelä-Karjala	**135 604**	**133 703**	**133 311**	**132 952**	**132 314**	**131 916**	**131 461**	**-1 395**	**-0,1 %**

Lähde: Tilastokeskus

Ulkomaan kansalaiset

				Osuus väestöstä		
	2005	2010	2011	2005	2010	2011
Imatran seutu	661	908	980	1,4 %	2,1 %	2,2 %
Lappeenrannan seutu	2 080	2 705	2 944	2,3 %	3,0 %	3,3 %
Etelä-Karjala	**2 741**	**3 613**	**3 924**	**2,0 %**	**2,7 %**	**2,9 %**

Lähde: Tilastokeskus

3.5 Loma-asukkaat ja matkailijat

Maakunnan asukkaiden lisäksi markkinoilla painoarvoa saadaan myös loma-asukkaista ja matkailijoista. Etelä-Karjalassa on yli 21.000 loma-asuntoa/kesämökkiä. Määrä on kasvussa. Edellisten vuosien kehitysten pohjalta on arvioitu, että vuonna 2025 maakunnassa on loma-asuntoja noin 22.700. Arvio perustuu siis puhtaaseen menneeseen kehitykseen. Mukana arviossa ei ole lomakeskuksia kuten Rauhan aluetta tai Ukonniemeä.

Loma-asunnot Etelä-Karjalassa 2000-2011 ja arvio vuodelle 2025

	2000	2005	2011	2025*	Muutos 2000 - 2011	
Imatra	199	197	194	200	-5	-3 %
Parikkala	1 846	1 810	1 814	1 800	-32	-2 %
Rautjärvi	1 241	1 270	1 301	1 400	60	5 %
Ruokolahti	3 012	3 168	3 177	3 400	165	5 %
Imatran seutu	**6 298**	**6 445**	**6 486**	**6 800**	**188**	**3 %**
Lappeenranta	3 058	3 132	3 071	3 100	13	0 %
Lemi	1 259	1 319	1 342	1 400	83	7 %
Luumäki	2 925	3 069	3 026	3 200	101	3 %
Savitaipale	2 360	2 669	2 702	3 100	342	14 %
Suomenniemi	1 222	1 393	1 427	1 700	205	17 %
Taipalsaari	3 219	3 407	3 305	3 400	86	3 %
Lappeenrannan seutu	**14 043**	**14 989**	**14 873**	**15 900**	**830**	**6 %**
Etelä-Karjala	**20 341**	**21 434**	**21 359**	**22 700**	**1 018**	**5 %**

Lähde: Tilastokeskus

Loma-asunnoista osa on maakunnan oman asukkaiden omistuksessa. Nämä saattavat tuoda paikallisesti ostovoimaa jollekin alueelle, mutta maakunnan kokonaisostovoimaan näillä ei ole lisävaikutusta, koska ostovoima on laskettu jo maakunnan asukkaiden ostovoimaan.

Maakunnan ulkopuolisten omistamia loma-asuntoja on Etelä-Karjalassa noin 7600. Kesämökkibarometrin (Tilastokeskus/Työ- ja elinkeinoministeriö) mukaan pysyvästi kesämökkiä käyttää keskimäärin neljä henkilöä. Näin ollen maakunnan ulkopuolisia loma-asukkaita on maakunnassa noin 30.000. Vuonna 2025 loma-asukkaiden määrän arvioidaan olevan noin 32.500. Loma-asukkaat tuovat ostovoimaa maakuntaan ja lisäävät kaupan markkinoita. Pääosa loma-asukkaiden ostovoimasta suuntautuu kuitenkin kotikuntaan, jossa valtaosa viettää vielä suurimman osan ajastaan.

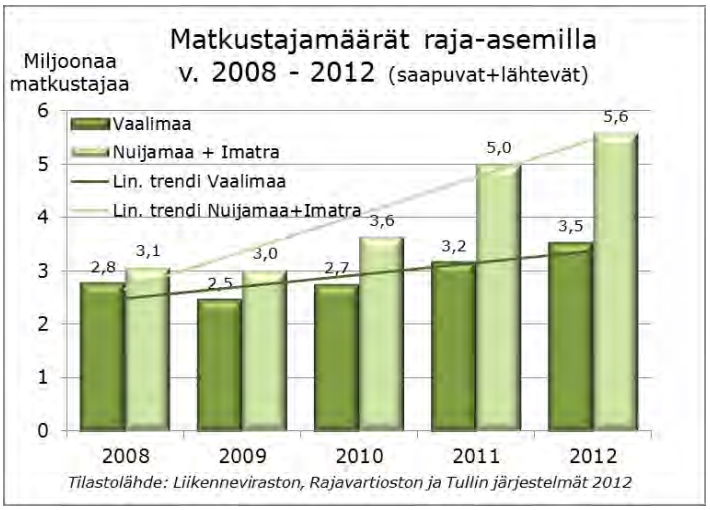
Maakunnan ulkopuolisten asukkaiden loma-asunnot ja loma-asukkaat Etelä-Karjalassa 2005 ja arvio 2011 - 2025

	Loma-asunnot 2005	Osuus 2005	Loma-asunnot 2011	Loma-asukkaat 2011	Loma-asunnot 2025*	Loma-asukkaat 2025*
Imatra	43	22 %	40	160	40	160
Parikkala	750	41 %	750	3 000	750	3 000
Rautjärvi	279	22 %	290	1 160	310	1 240
Ruokolahti	655	21 %	660	2 640	700	2 800
Imatran seutu	**1 727**	**27 %**	**1 740**	**6 960**	**1 800**	**7 200**
Lappeenranta	787	25 %	770	3 080	780	3 120
Lemi	383	29 %	390	1 560	410	1 640
Luumäki	1 801	59 %	1 780	7 120	1 880	7 520
Savitaipale	1 129	42 %	1 140	4 560	1 310	5 240
Suomenniemi	934	67 %	960	3 840	1 140	4 560
Taipalsaari	814	24 %	790	3 160	810	3 240
Lappeenrannan seutu	**5 848**	**39 %**	**5 830**	**23 320**	**6 330**	**25 320**
Etelä-Karjala	**7 575**	**35 %**	**7 570**	**30 280**	**8 130**	**32 520**

Lähde: Tilastokeskus ja Kesämökkibarometri

Vakituisten loma-asukkaiden lisäksi alueella on merkittävä määrä matkailijoita ja tilapäisiä loma-asukkaita. Määrän odotetaan yhä kasvavan, koska panostus matkailun kehittämiseen on maakunnassa suurta. Rauhan alue sekä Ukonniemi houkuttelevat venäläisten matkailijoiden lisäksi myös kotimaisia matkailijoita. Alueille rakentuu myös loma-asuntoja sekä myyntiin että tilapäiseen käyttöön.

Matkailijoista merkittävin ryhmä ovat venäläiset matkailijat. Imatra-Nuijamaan rajaliikenne kasvaa kovaa vauhtia, ja trendi on huomattavasti jyrkempi kuin Vaalimaalla. Myös Vaalimaan kautta tulevien venäläisten ostosmatkailijoiden määrä tulee lisääntymään. Entistä nopeampi tieyhteys tulee johtamaan siihen, että merkittävä osa matkailijoista suuntautuu Helsinkiin. Tämä johtuu Helsingin seudun laajemmasta ja monipuolisemmasta palvelutarjonnasta. Suuntautumista voi tulla myös Etelä-Karjalaan alueen monipuolisen palvelutarjonnan mm. Ikea ja Ikano sekä muiden merkittävien matkailupalvelujen vuoksi.



Venäläisten matkailijoiden määrää ja rahankäyttöä Kaakkois-Suomessa on tutkinut Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy, joka on tehnyt aiheesta erillisen selvityksen. Selvityksen mukaan Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta tehtiin vuonna 2011 lähes 3,2 miljoonaa matkaa, joista 60 % suuntautui Etelä-Karjalaan. Maakuntaan tehtiin yhteensä lähes 1,9 miljoonaa matkaa Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta.

TAK Oy on ennustanut venäläisten matkailijoiden määrää vuodelle asiantuntijahaastattelujen sekä muiden matkailijoiden määrään vaikuttavien muuttujien pohjalta. Eri skenaarioiden pohjalta koko maahan tehdään Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta 7 - 26 miljoonaa matkaa vuonna 2025. Näistä skenaarioista 2 ja 3 ovat todennäköisimpiä.

Etelä-Karjala on tulevaisuudessakin matkailijoiden näkökulmasta kaikkein kiinnostavin maakunta. Arvion mukaan Etelä-Karjalaan suuntautuu tulevaisuudessa kaikista matkoista noin 70 %. Vuonna 2025 skenaarion 3 mukaan Etelä-Karjalaan tehdään yhteensä 11 miljoonaa matkaa ja skenaarion 2 mukaan yli 13 miljoonaa matkaa. TAK Oy mukaan skenaario 3 on todennäköisin vaihtoehto ja toinen todennäköinen vaihtoehto on skenaario 2.

Venäläisten matkat Suomeen kaakkois-Suomen raja-asemien kautta
TAK Oy:n arvio matkailijamääristä

	2011	osuus venäläisten Suomen-matkoista 2011	2025 Skenaario 3	2025 Skenaario 2	2025 Skenaario 1	osuus venäläisten Suomen-matkoista 2025
Imatran seutu	776 000	25 %	4 030 000	5 856 000	7 740 000	30 %
Lappeenrannan seutu	1 454 000	46 %	8 059 000	11 712 000	15 480 000	60 %
Etelä-Karjala	**1 873 000**	59 %	9 402 000	13 664 000	18 060 000	70 %
Kotkan-Haminan seutu	462 000	15 %	2 418 000	3 514 000	4 644 000	18 %
Kouvolan seutu	146 000	5 %	672 000	976 000	1 290 000	5 %
Kymenlaakso	**571 000**	18 %	2 686 000	3 904 000	5 160 000	20 %
Koko maa	**3 163 000**		**13 432 000**	**19 520 000**	**25 800 000**	

Lähde: Tak Oy

TAK Oy:n ennuste matkailijamäärien kehityksestä pohjautuu menneeseen trendiin. Siinä ei ole huomioitu muuttuvia olosuhteita mm. rajanylityspaikkojen parantamisia, matkailualueiden kehittymistä tai parantuvaa kaupan tarjontaa. Ennusteissa ei myöskään ole huomioitu mahdollista viisumivapauden vaikutusta matkailijamäärien kehitykseen. Viisumivapauden uskotaan kuitenkin tulevan tarkastelujakson aikana. TAK Oy:n Rajatutkimuksen mukaan on olemassa viitteitä, että viisumivapaus saattaisi jopa kolminkertaistaa matkailijamäärät. Viisumivapauden vaikutuksesta on tekeillä oma selvitys.

Rajaliikennettä ja sen kasvua on tutkinut myös sisäasiainministeriö. Ministeriön rajavartio-osasto on tehnyt selvityksen Kasvavan rajaliikenteen hallinta (Sisäasianministeriön julkaisuja 42/2012). Vuonna 2011 Suomen ja Venäjän välisellä maarajalla oli yhteensä 10,6 miljoonaa rajanylitystä, kasvu edellisvuoteen verrattuna oli 27 %. Rajanylitysliikenne kasvoi kaikilla kansainvälisillä rajanylityspaikoilla. Kasvu on jatkunut vahvana vuonna 2012. Selvityksen mukaan rajanylitysliikenteen lähiajan kasvupotentiaali on merkittävä. Selvityksessä on esitetty neljä skenaariota rajaliikenteen kasvusta vuodelle 2017. Selvityksessä on otettu huomioon viisumivapauden vaikutus rajaliikenteeseen. Sisäasianministeriön skenaariossa kasvuvauhti on selvästi suurempi kuin TAK Oy:n skenaarioissa, jossa siis viisumivapautta ei ole otettu huomioon.

Etelä-Karjalan liitto on laatinut tullin tilastoihin ja ennusteisiin sekä sisäasiainministeriön rajaliikenneselvitykseen ja sen skenaarioihin perustuvan rajaliikenteen määrien kasvuennustetaulukon. Liiton kokoaman taulukon skenaarioiden kasvuvauhti pohjautuu edellä mainittuihin ennusteisiin, mutta vuoden 2020 jälkeen on arvoitu että kasvuvauhti on 5 %. Eri skenaarioissa matkailijoiden määrä kasvaa vuoteen 2018 saakka skenaarion nimen mukaisella vuosivauhdilla. Vuonna 2018 viisumivapauden myötä vuosikasvu on 75 % ja tämän jälkeen vuosikasvu laskee ensin 10 %:iin kahdeksi vuodeksi ja tämän jälkeen 5 %:iin.

Matkustajamäärän vuosikasvu eri skenaarioissa

	Kaakkois-Suomi					Etelä-Karjala
Vuosikasvu	2011-2017	2018	2019-2020	2021-2025	2011-2025	2011-2025
Skenaario +15 %	15 %	75 %	10 %	5 %	15 %	17 %
Skenaario +20 %	20 %	75 %	10 %	5 %	17 %	19 %
Skenaario +25 %	25 %	75 %	10 %	5 %	19 %	21 %
Skenaario +30 %	30 %	75 %	10 %	5 %	21 %	23 %
Tak Oy / Skenaario 3					*11 %*	*12 %*
Tak Oy / Skenaario 2					*14 %*	*15 %*
Tak Oy / Skenaario 1					*16 %*	*18 %*

Nykyään Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta tulevista matkailijoista 25 % käy Imatran seudulla ja 46 % Lappeenrannan seudulla. Lappeenrannassa käy matkailijoita kaksinkertaisesti Imatran seudun matkailijoihin nähden. Kokonaisuudessaan Etelä-Karjalassa käyvien osuus tulee TAK Oy:n ennusteiden mukaan kasvamaan.

TAK Oy on ennustanut, että matkustajista 70 prosenttia käy Etelä-Karjalassa, 30 % Imatran seudulla ja 60 % Lappeenrannan seudulla. Osa matkailijoista käy siis sekä Imatralla että Lappeenrannassa. Tätä suuntautumismallia on myös Etelä-Karjalan liitto käyttänyt kokoamassaan ennustetaulukossaan. Toinen suuntautumismalleista on TAK Oy:n ennustetta hieman enemmän Imatra-painotteinen. Vaihtoehtoisessa suuntautumismallissa matkustajista 35 % käy Imatran seudulla ja 55 % Lappeenrannan seudulla. TAK Oy:n ei ole ottanut huomioon matkailijamäärien ennusteissa matkailupalveluiden tarjonnan merkittävää kasvua Imatralla sekä Lappeenrannan Rauhan alueella (joka vaikuttaa enemmän Imatraan kuin Lappeenrantaan) eikä myöskään Parikkalan rajanylityspaikan mahdollista avautumista kansainväliselle rajaliikenteelle. Näin ollen pidetään todennäköisempänä, että Imatran painopiste matkailukohteena tulee kasvamaan verrattuna TAK Oy:n selvitykseen.

Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta tulevat venäläiset matkustajat

Arvio matkailijamääristä Imatran ja Lappeenrannan seuduilla

	2011	Osuus 2011	2025 Sk +15 %	2025 Sk +20 %	2025 Sk +25 %	2025 Sk +30 %	Osuus 2025
Imatran seutu	868 000	25 %	7 500 000	9 700 000	12 400 000	15 800 000	30 %
Lappeenrannan seutu	1 632 000	47 %	14 900 000	19 400 000	24 800 000	31 500 000	60 %
tai							
Imatran seutu			8 700 000	11 300 000	14 500 000	18 400 000	35 %
Lappeenrannan seutu			13 700 000	17 700 000	22 800 000	28 900 000	55 %
Etelä-Karjala	**2 049 000**	**59 %**	**17 400 000**	**22 600 000**	**29 000 000**	**36 800 000**	**70 %**
Raja-asemat yhteensä	**3 473 000**		**24 900 000**	**32 300 000**	**41 400 000**	**52 500 000**	

Lähde: Etelä-Karjalan liitto / Sisäasiainministeriö: Kasvavan rajaliikenteen hallinta

3.6 Etelä-Karjalan ostovoiman kehitys

Ostovoiman kehitykseen vaikuttaa alueen väestönkehitys sekä muutokset kulutuksessa. Ostovoiman kehityksen arviointi pohjautuu kulutuksen kasvuun ja sen rakenteen muutokseen. Erikoiskauppaan kohdistuva ostovoima kasvaa nopeammin kuin päivittäistavarakaupan. Erityisesti tilaa vaativa kauppa on voimakkaasti kasvava erikoiskaupan toimiala. Väestön ennustetaan maakunnassa vähenevän, tosin niin hitaasti, että kulutuksen kasvu asukasta kohden ylittää tämän. Näin ollen ostovoima maakunnassa on kasvussa. Lisäksi Etelä-Karjalan ostovoiman kehitykseen vaikuttaa merkittävästi Venäjältä tulevan ostovoiman kehitys, jota selvitetään luvussa 3.8.

2000-luvulla ostovoima on kasvanut usean prosentin vuosivauhdilla. Toimialoittaiset vaihtelut ovat suuria. Pitkällä aikavälillä kulutuksen ennustetaan yhä kasvavan, mutta tähänastista hillitymmällä vauhdilla. Vuosina 2010 - 2025 ostovoiman ennustetaan kasvavan asukasta kohden päivittäistavarakaupassa (sis. Alko) keskimärin noin prosentin vuodessa ja erikoiskaupassa keskimäärin pari prosenttia vuodessa (vaihtelee toimialoittain). Keskimääräistä nopeammin kasvavat tilaa vaativa erikoiskauppa, tietotekninen erikoiskauppa, terveyskauppa, urheilukauppa ja sisustuskauppa. Ennuste on positiivinen mutta realistinen, jos tarkastellaan vähittäiskaupan toteutunutta kehitystä. Aikaisempiin kehityslukuihin tuskin kuitenkaan enää pitkällä aikajaksolla päästään. Ostovoiman kasvu kuvaa reaalista kasvua eli määrällistä kasvua. Esitetty ostovoima ei siten pidä sisällään inflaatiota.

Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima Etelä-Karjalassa 2025

milj. euroa	Lappeen-ranta	Lemi	Luumäki	Savi-taipale	Suomen-niemi	Taipal-saari	Lappeen-rannan seutu
Päivittäistavarakauppa ja Alko	275	10	18	12	3	17	335
Tilaa vaativa kauppa	149	6	9	6	2	9	181
Muu erikoiskauppa	254	9	16	11	3	16	308
Erikoiskauppa yhteensä	*402*	*15*	*25*	*17*	*5*	*25*	*490*
Vähittäiskauppa yhteensä	**678**	**25**	**43**	**29**	**8**	**42**	**824**
Autokauppa ja huoltamot	348	13	22	15	4	22	423
Ravintolat	58	2	3	2	1	4	70
Kauppa ja palvelut yhteensä	**1 084**	**40**	**68**	**46**	**13**	**68**	**1 318**

milj. euroa	Imatra	Parikkala	Rautjärvi	Ruoko-lahti	Imatran seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa ja Alko	100	19	12	18	149	484
Tilaa vaativa kauppa	54	10	6	10	79	260
Muu erikoiskauppa	91	17	11	16	135	443
Erikoiskauppa yhteensä	*145*	*26*	*17*	*26*	*214*	*703*
Vähittäiskauppa yhteensä	**245**	**45**	**29**	**44**	**363**	**1 187**
Autokauppa ja huoltamot	124	22	15	22	183	607
Ravintolat	20	3	2	3	29	99
Kauppa ja palvelut yhteensä	**389**	**70**	**46**	**69**	**575**	**1 893**

Lähde: Santasalo Ky

Vuonna 2025 Etelä-Karjalassa arvioidaan olevan vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa lähes 1,2 miljardia euroa ja autokauppa ja ravintolatoiminta mukaan lukien noin 1,9 miljardia euroa. Ostovoimasta noin 70 % on Lappeenrannan seudulla ja 30 % Imatran seudulla. Oheisessa taulussa ostovoima on esitetty kunnittain.

3.7 Loma-asukkaiden ostovoiman kehitys

Etelä-Karjalan kokonaisostovoimapotentiaaliin vaikuttavat myös loma-asukkaat, jotka tuovat oman lisänsä markkinoihin. Kesämökkibarometrin mukaan loma-asukkaat viipyvät Etelä-Karjalassa mökillä keskimäärin 79 vuorokautta vuodessa. Luku on suuri, mutta sitä selittää se, että valtaosa mökkiläisistä on eläkeläisiä. Päivittäistavarakauppaostoksiin loma-asukkaat käyttävät rahaa keskimäärin noin 26 € vrk/talous eli noin 2000 euroa vuodessa loma-asuntoa kohden. Muihin mökkitavaroihin kulutetaan vuodessa keskimäärin noin 600 euroa taloutta kohden. Myös korjausrakentamiseen käytetään rahaa ja lisäksi loma-asukkaat käyttävät rahaa mökkiseudullaan muihin henkilökohtaisiin ostoihin.

Loma-asukkaiden ostovoimapotentiaali Etelä-Karjalassa vuonna 2011 on noin 22 miljoonaa euroa. Tähän on laskettu mukaan vakituiset loma-asukkaat (luku 3.5). Maakunnan asukkaiden ostovoimaan nähden loma-asukkaiden ostovoima on noin neljä prosenttia. Pienissä kunnissa loma-asukkaiden merkitys on kuitenkin suuri. Merkitys on suurin päivittäistavarakaupassa.

Ulkomaakuntalaisten loma-asukkaiden ostovoima 2011

milj. euroa	Lappeenranta	Lemi	Luumäki	Savitaipale	Suomenniemi	Taipalsaari	Lappeenrannan seutu
Päivittäistavarakauppa	1,6	0,8	3,7	2,3	2,0	1,6	12,0
Tilaa vaativa kauppa	0,5	0,2	1,1	0,7	0,6	0,5	3,5
Muu erikoiskauppa	0,2	0,1	0,5	0,3	0,3	0,2	1,7
Yhteensä	**2,3**	**1,2**	**5,3**	**3,4**	**2,8**	**2,3**	**17,2**
Loma-asunnot 2011	770	390	1 780	1 140	960	790	**5 830**

milj. euroa	Imatra	Parikkala	Rautjärvi	Ruokolahti	Imatran seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	0,1	1,5	0,6	1,4	3,6	15,5
Tilaa vaativa kauppa	0,0	0,5	0,2	0,4	1,0	4,5
Muu erikoiskauppa	0,0	0,2	0,1	0,2	0,5	2,3
Yhteensä	**0,1**	**2,2**	**0,9**	**1,9**	**5,1**	**22,4**
Loma-asunnot 2011	40	750	290	660	**1 740**	**7 570**

Lähde: Santasalo Ky

Mökkiläisten ostovoiman suhde maakunnan asukkaiden ostovoimaan 2011

	Lappeenranta	Lemi	Luumäki	Savitaipale	Suomenniemi	Taipalsaari	Lappeenrannan seutu
Päivittäistavarakauppa	1 %	9 %	23 %	21 %	68 %	12 %	4 %
Tilaa vaativa kauppa	0 %	5 %	15 %	13 %	38 %	7 %	3 %
Muu erikoiskauppa	0 %	2 %	4 %	4 %	11 %	2 %	1 %
Yhteensä	**1 %**	**10 %**	**27 %**	**24 %**	**70 %**	**13 %**	**5 %**

	Imatra	Parikkala	Rautjärvi	Ruokolahti	Imatran seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	0 %	9 %	5 %	8 %	3 %	4 %
Tilaa vaativa kauppa	0 %	6 %	3 %	5 %	2 %	2 %
Muu erikoiskauppa	0 %	2 %	1 %	2 %	0 %	1 %
Yhteensä	**0 %**	**10 %**	**6 %**	**9 %**	**3 %**	**4 %**

Loma-asukkaiden ostovoima kasvaa loma-asuntojen kasvun myötä. Myös loma-asunnolla vietetyn ajan määrä kasvaa ja täten mökkiseudulla käytetty rahamäärä. Vuonna 2025 Etelä-Karjalassa arvioidaan olevan vähittäiskauppaan kohdistuvaa loma-asukkaiden ostovoimaa noin 31 miljoonaa euroa. Tähän tuovat oman lisänsä tilapäiset loma-asukkaat, joita ei edellisissä luvuissa ole mainittu. Näitä ovat mm. Rauhan ja Ukonniemen alueelle majoittuvat matkailijat.

Ulkomaakuntalaisten loma-asukkaiden ostovoima 2025

milj. euroa	Lappeen-ranta	Lemi	Luumäki	Savi-taipale	Suomen-niemi	Taipal-saari	Lappeen-rannan seutu
Päivittäistavarakauppa	2,0	1,1	4,9	3,4	3,0	2,1	16,6
Tilaa vaativa kauppa	0,6	0,3	1,5	1,0	0,9	0,6	5,1
Muu erikoiskauppa	0,3	0,2	0,8	0,5	0,5	0,3	2,5
Yhteensä	**3,0**	**1,6**	**7,2**	**5,0**	**4,4**	**3,1**	**24,2**
Loma-asunnot 2025	780	410	1 880	1 310	1 140	810	**6 330**

milj. euroa	Imatra	Parikkala	Rautjärvi	Ruoko-lahti	Imatran seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	0,1	2,0	0,8	1,8	4,7	21,3
Tilaa vaativa kauppa	0,0	0,6	0,2	0,6	1,4	6,5
Muu erikoiskauppa	0,0	0,3	0,1	0,3	0,7	3,3
Yhteensä	**0,2**	**2,9**	**1,2**	**2,7**	**6,9**	**31,1**
Loma-asunnot 2025	40	750	310	700	**1 800**	**8 130**

Lähde: Santasalo Ky

3.8 Venäläisten rahankäytön kasvu Etelä-Karjalassa

Asukkaiden ohella tärkeä tekijä markkinoilla Kaakkois-Suomessa ja Etelä-Karjalassa ovat venäläiset matkailijat. Rahakäytön kasvua on seuraavassa arvoitu TAK Oy:n selvityksen, tax-free -tilastojen sekä Etelä-Karjalan liiton kokoaman ennustetaulukon pohjalta.

Rahankäytön kasvu Tak Oy:n arvioissa

TAK Oy:n selvityksen mukaan vuonna 2011 venäläiset matkailijat käyttivät Etelä-Karjalassa rahaa vähittäiskauppaan lähes 200 miljoonaa euroa ja autokauppa ja ravintolat mukaan lukien 240 miljoonaa euroa. Tämä vastaa maakunnan asukkaiden ostovoimasta 16 %, Lappeenrannan seudulla merkitys on suurempi kuin Imatran seudulla. Etelä-Karjalassa venäläisten merkitys on vastaavasti suurempi kuin Kymenlaaksossa.

Vähittäiskauppaan kohdistuva venäläisten ostovoima Kaakkois-Suomessa 2011

milj. euroa	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala	Kotkan-Haminan seutu	Kouvolan seutu	Kymen-laakso
Päivittäistavarakauppa ja Alko	8	50	58	9	3	12
Tilaa vaativa kauppa	4	20	24	3	0	3
Muu erikoiskauppa	19	97	116	14	8	22
Erikoiskauppa yhteensä	*23*	*117*	*140*	*17*	*8*	*26*
Vähittäiskauppa yhteensä	**30**	**167**	**198**	**27**	**11**	**38**
Autokauppa ja huoltamot	2	20	22	4	1	4
Ravintolat	13	9	22	2	1	4
Kauppa ja palvelut yhteensä	**46**	**196**	**241**	**33**	**13**	**46**

Lähde: TAK Oy/Santasalo Ky

Venäläisten rahankäyttö suhteessa maakuntien asukkaiden ostovoimaan 2011

milj. euroa	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala	Kotkan-Haminan seutu	Kouvolan seutu	Kymen-laakso
Päivittäistavarakauppa ja Alko	5 %	17 %	13 %	3 %	1 %	2 %
Tilaa vaativa kauppa	6 %	15 %	12 %	2 %	0 %	1 %
Muu erikoiskauppa	17 %	42 %	34 %	6 %	3 %	5 %
Erikoiskauppa yhteensä	*13 %*	*32 %*	*26 %*	*5 %*	*2 %*	*3 %*
Vähittäiskauppa yhteensä	**10 %**	**25 %**	**20 %**	**4 %**	**2 %**	**3 %**
Autokauppa ja huoltamot	2 %	6 %	5 %	1 %	0 %	1 %
Ravintolat	45 %	14 %	24 %	4 %	2 %	3 %
Kauppa ja palvelut yhteensä	**9 %**	**19 %**	**16 %**	**3 %**	**1 %**	**2 %**

Tulevaisuudessa venäläiset ovat vielä nykyistä merkittävämpi asiakasryhmä Etelä-Karjalassa. Venäläisten matkailijoiden määrä on voimakkaassa kasvussa. Näin ollen myös matkailijoiden ostovoimapotentiaali on kasvussa. TAK Oy:n tekemässä rahankäyttöennusteessa rahankäyttö matkailijaa kohden säilyy nykyisellä tasollaan, ja näin ollen kasvua ostovoimaan tulee matkailijamäärän kasvusta. Ostovoima vuodelle 2025 on laskettu skenaarion 3 (vuosikasvu 12 %) ja skenaarion 2 (vuosikasvu 15 %) mukaiselle matkailijamäärille (ks luku 3.5)

Vähittäiskauppaan kohdistuva venäläisten ostovoima Etelä-Karjalassa 2025

milj. euroa	Venäläiset matkailijat sk 3			Venäläiset matkailijat sk 2		
	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa ja Alko	20	150	170	29	218	246
Tilaa vaativa kauppa	13	78	91	19	112	131
Muu erikoiskauppa	119	687	806	173	996	1 169
Erikoiskauppa yhteensä	*132*	*764*	*897*	*192*	*1 108*	*1 300*
Vähittäiskauppa yhteensä	**152**	**914**	**1 067**	**221**	**1 326**	**1 547**
Autokauppa ja huoltamot	8	75	83	11	109	120
Ravintolat	67	48	115	97	70	167
Kauppa ja palvelut yhteensä	**227**	**1 038**	**1 264**	**329**	**1 505**	**1 833**

Lähde: TAK Oy/Santasalo Ky

Venäläisten rahankäytöstä on tehdyssä ennusteessa (TAK Oy) tuoteryhmäpainotus muuttuu jonkin verran nykyisestä. Ennusteen mukaan vaateostokset ja muut erikoiskauppaostokset kasvattavat osuuttaan elintarvikkeiden ja tilaa vaativan kaupan ostosten kustannuksella. Elintarvikkeiden osuus on kuitenkin edelleen merkittävä. Oheisessa taulussa esitetään vuoden 2025 ostovoima skenaarion 3 ja 2 mukaisilla matkustajamäärillä ja muuttuneella tuoteryhmäpainotuksella. Vuonna 2025 Etelä-Karjalaan suuntautuisi venäläisten ostovoimaa lähes 1,3-1,8 miljardia euroa. Määrä vastaa eteläkarjalaisten asukkaiden vuoden 2025 ostovoiman tasosta eri skenaarioissa 67-97 %.

Suhde maakunnan asukkaiden ostovoimaan 2025

milj. euroa	Venäläiset matkailijat sk 3			Venäläiset matkailijat sk 2		
	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa ja Alko	13 %	45 %	35 %	19 %	65 %	51 %
Tilaa vaativa kauppa	17 %	43 %	35 %	24 %	62 %	51 %
Muu erikoiskauppa	88 %	223 %	182 %	128 %	323 %	264 %
Erikoiskauppa yhteensä	*62 %*	*156 %*	*127 %*	*90 %*	*226 %*	*185 %*
Vähittäiskauppa yhteensä	**42 %**	**111 %**	**90 %**	**61 %**	**161 %**	**130 %**
Autokauppa ja huoltamot	4 %	18 %	14 %	6 %	26 %	20 %
Ravintolat	231 %	69 %	116 %	335 %	100 %	168 %
Kauppa ja palvelut yhteensä	**39 %**	**79 %**	**67 %**	**57 %**	**114 %**	**97 %**

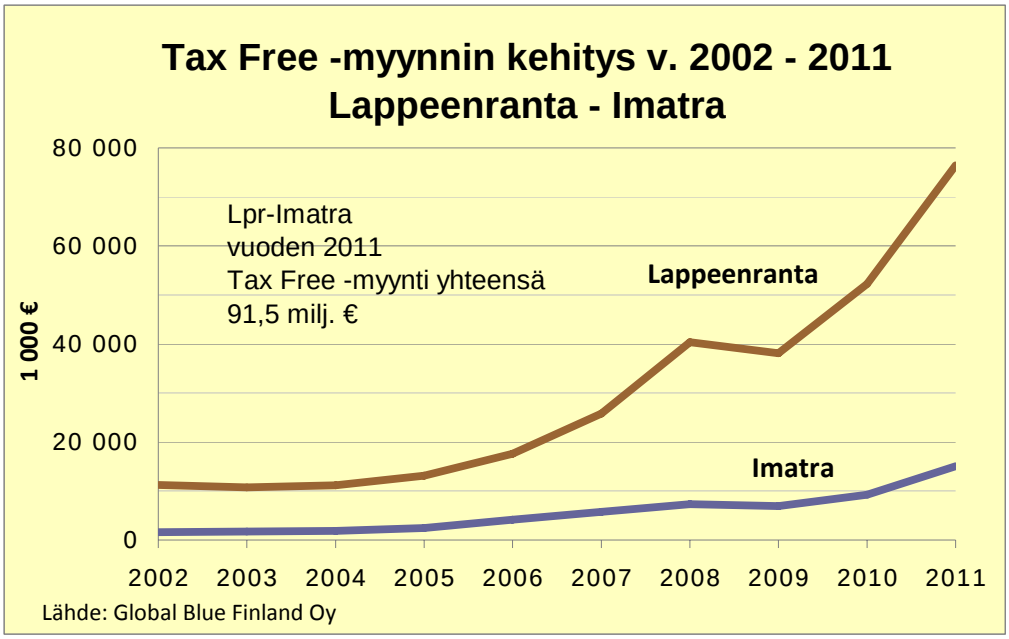
Lähde: TAK Oy/Santasalo Ky

Pääosa venäläisten matkoista suuntautuu lähellä rajaa helposti saavuttavissa oleviin kaupunkeihin. Lähiseudut ovat myös viime vuosina muita kaupunkeja enemmän kasvattaneet osuuttaan matkailijamääristä. Näin ollen Etelä-Karjalassa venäläisten merkitys on suurempi kuin Kymenlaaksossa ja Lappeenrannassa suurempi kuin Imatralla. Tulevaisuuden rahankäytössä ei kuitenkaan TAK Oy:n selvityksessä ole otettu huomioon tarjonnan muutoksia seuduilla, vaan ne ovat potentiaali, joka on laskettu nykyisen matkailijamäärän trendin pohjalta perustuen vuoden 2011 tilastoihin. Erityisesti Imatran seudulla on tapahtunut vuoden 2011 jälkeen ja tapahtuu jatkossa merkittäviä muutoksia. Näitä ovat mm. Imatran rajanylityspaikan ja kaupallisten palveluiden sekä Rauha-Imatran kylpylä -alueen matkailu- ja urheilupalvelujen merkittävä kehittäminen, mikä tuo merkittävää lisää matkailupotentiaaliin

ja vaikuttaa matkailijamäärän positiiviseen kehitykseen. Myös Parikkalan rajanylityspaikan kansainvälistäminen tulee vaikuttamaan Parikkalan ja Rautjärven lisäksi koko Imatran seudulle.

Tax-free -kaupan kehitys

Tax-free -kauppa on viimeisten kymmenen vuoden aikana kasvanut Lappeenrannassa yli 700 % ja Imatralla 1200 %. Viimeisten vuosien aikana tax-free -kaupan vuosikasvu on ollut noin 30 - 60 %. Tax-free -kaupan kasvu on siten ollut merkittävästi suurempaa kuin mitä TAK Oy ennustaa venäläisten rahankäytön kasvuksi.



Tax-free -kaupan kasvu Imatralla ja Lappeenrannassa 2002-2012

Tax-free -kauppa	Kasvu 2002-12	Vuosikasvu 2002-12	Vuosikasvu 2009-10	2010-11	2011-12
Imatra	1200 %	29 %	34 %	63 %	23 %
Lappeenranta	740 %	24 %	37 %	46 %	37 %

Lähde: Global Blue Finland Oy

Rahankäytön kasvu kauppaan ja palveluihin Etelä-Karjalassa 2011-2025

Venäläiset matkailijat sk 3

	Kasvu milj. €	%	Vuosi-kasvu
Imatran seutu	181	398 %	12 %
Lappeenrannan seutu	842	431 %	13 %
Etelä-Karjala	**1 023**	**424 %**	**13 %**

Lähde: Tak Oy

Rahakäytön kasvu TAK Oy:n ennusteiden mukaan on Etelä-Karjalassa suurta, mutta jos sitä vertaa toteutuneeseen tax-free -kaupan kasvuun alueella, on ennustettu kasvu jopa varovaista. TAK Oy:n ennusteen mukaan venäläisten rahankäyttö Etelä-Karjalassa kasvaa neljäntoista seuraavan vuoden aikana noin 400 %. Vuosikasvuna tämä tarkoittaa noin 13 prosenttia, mikä on siis selvästi vähemmän kuin viime vuosina toteutunut kasvu eli 23% - 63%.

Etelä-Karjalan liiton kokoaman matkailijamäärien ennustetaulukon pohjalta arvioitu rahankäytön kasvu

Edellä on esitetty ostovoiman kasvu pohjautuu TAK Oy:n ennusteisiin. Sisäasianministeriön rajanylitysten määrän pohjalta tehdyn ennusteen mukaan matkailijamäärä tulee Etelä-Karjalassa kasvamaan selvästi enemmän kuin, mitä TAK Oy on ennustanut (ks. luku 3.5). Näin ollen venäläisten rahankäyttöä Etelä-Karjalassa on myös arvioitu Etelä-Karjalan liiton kokoamien matkailijamäärien skenaarioiden pohjalta, jotka siis pohjautuvat sisäasiainministeriön selvitykseen sekä tullin tilastoihin (ks luku 3.5). Myös taxfree -kaupan voimakas kasvu puoltaa vaihtoehtoista kasvuarvioita matkailijoiden rahankäytön kehityksestä.

TAK Oy:n ennusteessa rahankäytön matkailijaa kohden arvioidaan vuonna 2025 pysyvän suunnilleen nykyisellä tasolla. TAK Oy:n selvityksessä kuitenkin todetaan, että venäläismatkailijat tulevat Suomeen usein 1-4 kertaa kuukaudessa tekemään elintarvike- ja käyttötavaraostoksia. Koska he useimmiten tulevat Pietarista, josta matkaa kertyy Suomeen yli 200 kilometriä, ostoksilla ei käydä yhtä usein kuin jos asuttaisiin aivan rajan tuntumassa. Tällöin ostokset ovat keskimäärin suurempia kuin useita kertoja viikossa rajan yli ostoksilla käyvien keskuudessa. Jatkossa ja viisumivapauden myötä Suomessa tulevat vierailemaan yhä enemmän keskituloiset venäläisperheet joiden käyttämä rahamäärä matkaa kohden tullee olemaan pienempi kuin nykyisin Suomessa käyvillä venäläismatkailijoilla keskimäärin.

Tulevaa rahankäyttöä matkailijaa kohden on viisumivapauden huomioivassa ennusteessa arvioitu uudelleen. Viisumivapauden huomioivan matkustajamäärän pohjalta lasketun rahankäytön matkailijaa kohden arvioidaan Lappeenrannassa laskevan 20 %, mutta Imatralla pysyvän samalla tasolla kuin TAK Oy:n selvityksessä. Nykyään Imatralla käytetty rahamäärä matkailijaa kohden on selvästi alhaisempi kuin Lappeenrannassa ja näin se tulee edelleen olemaan vuonna 2025. Kokonaisuudessaan käytetty rahamäärä matkailijaa kohden tulee Etelä-Karjalassa näin ollen pienenemään, kuten TAK Oy on arvioinut.

Vähittäiskauppaan kohdistuva venäläisten ostovoima matkailijaa kohden 2011 ja 2025

euroa/matkustaja	**2011 Tak Oy**		**2025 Tak Oy**		**2025 Etelä-Karjalan liitto/Sisäasian-ministeriö/Santasalo**	
	Imatran seutu	**Lappeen-rannan seutu**	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**
Päivittäistavarakauppa ja Alko	10	34	5	19	5	15
Tilaa vaativa kauppa	5	14	3	10	3	8
Muu erikoiskauppa	24	67	30	85	30	68
Erikoiskauppa yhteensä	*29*	*81*	*33*	*95*	*33*	*76*
Vähittäiskauppa yhteensä	**39**	**115**	**38**	**113**	**38**	**91**
Autokauppa ja huoltamot	3	14	2	9	2	7
Ravintolat	17	6	17	6	17	5
Kauppa ja ravintolat yhteensä	**59**	**135**	**56**	**129**	**56**	**103**

Venäläisten rahankäyttöä on laskettu edellä esitetyn mallin mukaisesti neljälle Etelä-Karjalan liiton kokoamalle matkustajamäärien skenaarioille, joissa kaikista matkustajamääristä 30 prosenttia suuntautuu Imatralle ja 60 % Lappeenrantaan. Tämän arvion mukaan vuonna 2025 venäläiset käyttävät rahaa Etelä-Karjalassa matkustajamääristä riippuen 2 - 4 miljardia euroa. Arvio edellyttää ennustettua matkailijamäärien kasvua, mutta myös kaupan tarjonnan kasvua maakunnassa.

Vähittäiskauppaan kohdistuva venäläisten ostovoima Etelä-Karjalassa 2025

Imatra 30 %, Lpr 60 %	Skenaario +15 %			Skenaario +20 %		
milj. euroa	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**
Päivittäistavarakauppa ja Alko	37	222	259	47	289	337
Tilaa vaativa kauppa	24	115	139	32	149	181
Muu erikoiskauppa	222	1 016	1 238	287	1 323	1 610
Erikoiskauppa yhteensä	*246*	*1 131*	*1 377*	*319*	*1 472*	*1 791*
Vähittäiskauppa yhteensä	**283**	**1 353**	**1 636**	**366**	**1 761**	**2 127**
Autokauppa ja huoltamot	15	111	126	19	144	163
Ravintolat	124	71	196	161	93	254
Kauppa ja palvelut yhteensä	**422**	**1 535**	**1 957**	**546**	**1 998**	**2 544**
	Skenaario +25 %			Skenaario +30 %		
milj. euroa	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**
Päivittäistavarakauppa ja Alko	61	370	430	77	469	547
Tilaa vaativa kauppa	41	191	231	52	242	294
Muu erikoiskauppa	367	1 691	2 058	467	2 148	2 615
Erikoiskauppa yhteensä	*407*	*1 882*	*2 289*	*519*	*2 390*	*2 909*
Vähittäiskauppa yhteensä	**468**	**2 251**	**2 719**	**596**	**2 860**	**3 456**
Autokauppa ja huoltamot	24	185	209	31	235	265
Ravintolat	206	119	324	262	151	413
Kauppa ja palvelut yhteensä	**698**	**2 555**	**3 252**	**889**	**3 245**	**4 134**

Lähde: Santasalo Ky, Tak Oy, Etelä-Karjalan liitto

Ostovoimalaskelma on tehty myös vaihtoehdolle, että matkustajista 35 % käy Imatralla ja 55 % Lappeenrannassa. Kokonaisostovoima säilyy lähes edellisen vaihtoehdon tasolla. Suuntautuminen seuduille on vain hieman eri suuruista. Tätä pidetään todennäköisempänä vaihtoehtona, koska matkailupalveluiden kehitys on Imatralla ja Imatran tuntumassa Rauhan alueella suurta.

Vähittäiskauppaan kohdistuva venäläisten ostovoima Etelä-Karjalassa 2025

Imatra 35 %, Lpr 55 %	Skenaario +15 %			Skenaario +20 %		
milj. euroa	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**
Päivittäistavarakauppa ja Alko	43	204	247	55	264	319
Tilaa vaativa kauppa	28	105	134	37	136	173
Muu erikoiskauppa	257	934	1 191	334	1 207	1 541
Erikoiskauppa yhteensä	*286*	*1 039*	*1 325*	*371*	*1 343*	*1 714*
Vähittäiskauppa yhteensä	**328**	**1 244**	**1 572**	**426**	**1 607**	**2 033**
Autokauppa ja huoltamot	17	102	119	22	132	154
Ravintolat	144	65	210	187	85	272
Kauppa ja palvelut yhteensä	**489**	**1 411**	**1 901**	**636**	**1 823**	**2 459**

	Skenaario +25 %			Skenaario +30 %		
milj. euroa	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**
Päivittäistavarakauppa ja Alko	71	340	411	90	431	521
Tilaa vaativa kauppa	47	175	223	60	222	282
Muu erikoiskauppa	429	1 555	1 983	544	1 970	2 515
Erikoiskauppa yhteensä	*476*	*1 730*	*2 206*	*604*	*2 193*	*2 797*
Vähittäiskauppa yhteensä	**547**	**2 070**	**2 617**	**694**	**2 624**	**3 318**
Autokauppa ja huoltamot	28	170	198	36	215	251
Ravintolat	240	109	349	305	138	443
Kauppa ja palvelut yhteensä	**816**	**2 349**	**3 164**	**1 035**	**2 977**	**4 012**

Lähde: Santasalo Ky, Tak Oy, Etelä-Karjalan liitto

Ennusteiden mukaan matkailijamäärät kasvavat Etelä-Karjalassa niin paljon, että venäläisten ostovoima maakunnassa yltäisi vuonna 2025 samalle tasolle maakunnan asukkaiden ostovoiman kanssa. Suurimmissa skenaarioissa matkailijoiden ostovoiman taso olisi kaksinkertainen maakunnan asukkaiden ostovoimaan nähden. Tällä on merkittävää vaikutusta tulevaan liiketilatarpeeseen.

Venäläisten matkailijoiden kaupan ja ravintolapalveluihin kohdistuvaan ostovoiman suhde maakunnan asukkaiden ostovoimaan 2025

Imatra 35 %, Lpr 55 %	**Imatran seutu**	**Lappeen-rannan seutu**	**Etelä-Karjala**
Skenaario +15 %	85 %	107 %	100 %
Skenaario +20 %	111 %	138 %	130 %
Skenaario +25 %	142 %	178 %	167 %
Skenaario +30 %	180 %	226 %	212 %

4 LIIKETILAN LASKENNALLINEN LISÄTARVE ETELÄ-KARJALASSA

Ostovoiman kasvu vaikuttaa vähittäiskaupan toimintamahdollisuuksiin positiivisesti. Ostovoiman kasvun pohjalta arvioidaan tulevaa liiketilan lisätarvetta alueella. Laskelma pohjautuu maakunnan asukkaiden ostovoiman kasvuun vuosina 2011- 2025. Lisäksi erikseen lasketaan loma-asukkaiden ja venäläisten merkitys liiketilan lisätarpeeseen.

Ostovoiman kasvu on suhteutettu pinta-alaksi siten, että laskelmassa on käytetty toimialoittaisia keskimääräisiä myyntitehokkuuksia, jotka on laskettu vähittäiskaupan myynnin ja erilaisten kartoitusten pohjalta. Tehokkuus vaihtelee toimialoittain.

Käytetty myyntitehokkuus
Kerrosala = 1,25 * Myyntiala

	€ / k-m2	€ / my-m2
Päivittäistavarakauppa	5 600	7 000
Tilaa vaativa kauppa	2 200	2 700
Muu erikoiskauppa	3 100	3 800
Autokauppa ja huoltamot	7 200	9 000
Ravintolat	2 700	3 400

Liiketilan lisätarve on laskettu nykyisellä myyntitehokkuudella eikä laskelmassa ole huomioitu tehokkuuden mahdollista paranemista. Uudenmaan liitossa on selvitetty, ettei päivittäistavarakaupan myyntiteho ole nykyrahassa mitattuna Uudellamaalla kasvanut vuoteen 1980 verrattuna, pikemmin se on hieman laskenut. Erikoiskaupan myyntitehosta ei ole tilastoja, mutta kaupan suuren liiketilamäärän kasvun pohjalta voidaan arvioida, ettei myyntiteho erikoiskaupassakaan ole merkittävästi kasvanut. Mikäli myyntiteho kasvaa paljon, myös kaupan investointihalukkuus uuteen liiketilaan kasvaa, ja tämä taas laskee myyntitehoa.

Mikäli laskelmassa oletettaisiin, että myyntitehokkuus kasvaa, laskennallinen liiketilan lisätarve pienenee. Jos uuden liiketilan mitoitus on liian pieni, nykyisten toimijoiden kilpailuedellytykset kasvavat ja vastaavasti markkinoille tulon edellytykset heikkenevät. Tämä heikentää yleisesti kilpailua markkinoilla. Koska tietoa myyntitehokkuuden kehityksestä ei ole, ja koska kaavoituksen tulee pikemmin olla mahdollistavaa kuin rajoittavaa, ei tässä selvityksessä ole oletettu, että myyntitehokkuus tulevaisuudessa kasvaisi. Oletuksena on, että kaupan kehitysmahdollisuuksia halutaan alueella tukea eli kaavoitetaan sopiva kauppapaikkoja ja luodaan mahdollisuuksia kaupan kasvulle. Mikäli ei maakunnassa luoda riittävästi mahdollisuuksia, ostovoimaa suuntautuu maakunnan ulkopuolelle, eli myyntitehokkuus ei kasva näinkään.

Vähittäiskaupan lisäksi myös kaupalliset palvelut tarvitsevat liiketilaa. Palveluiden liiketilatarpeen on laskettu suuntaa-antavasti olevan 25 % kaupan tarpeesta eli lähes saman verran kuin niitä on tälläkin hetkellä. Keskustoissa palvelujen osuus on suurempi kuin muilla kaupan alueilla.

Laskettu liiketilatarve kuvaa pinta-alan nettolisäystä, jossa koko ostovoiman kasvu on suunnattu uusiin neliöihin. Kaupan käytöstä poistuvat tai uudella korvautuvat liiketilat lisäävät tarvetta, mutta tätä ei laskelmassa ole otettu huomioon. Myöskään ei ole huomioitu verkkokaupan vaikutusta liiketilan lisätarpeeseen. Verkkokaupan vaikutuksista liiketilan

lisätarpeeseen ei ole tutkittua tietoa. Etelä-Karjalassa vaikutus voi myös olla positiivinen. Toimiessaan verkossa myymälät voivat laajentaa markkina-aluettaan ja näin kasvattaa myyntiään.

Liiketilan lisätarve vuoteen 2025 Etelä-Karjalassa

Väestön kasvu 2011 - 2025
Venäläisten matkailijamäärien kasvu 2011 - 2025

Ostovoiman kasvu 2011-2025
Venäläisten ostovoiman suuntautuminen Etelä-Karjalaan

Ostovoiman kasvu muutettu pinta-alaksi myyntitehokkuudella

Liiketilan laskennallinen lisätarve vuoteen 2025 Etelä-Karjalassa

Liiketilan lisätarpeen suuntaaminen
Keskustatyyppisille alueille
Muille alueille

4.1 Liiketilan lisätarve vuoteen 2025

Maakunnan asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta laskettu liiketilan lisätarve vuoteen 2025 mennessä on Etelä-Karjalassa noin 100.000 kerrosneliömetriä. Lappeenrannan seudulla tarve on noin 82.000 ja Imatran seudulla noin 22.000 kerrosneliömetriä. Tämä on laskennallinen liiketilan lisätarve, ei suoraan kaavallinen mitoitus.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Etelä-Karjalassa 2025
Maakunnan asukkaat

k-m^2	Pt-kauppa	Tilaa vaativa kauppa	Muu erikois-kauppa	Vähittäis-kauppa	Kaupalliset palvelut	Yhteensä
Imatra	1 100	6 800	5 400	13 300	2 300	15 600
Parikkala	200	1 200	1 000	2 400	400	2 800
Rautjärvi	0	500	500	1 000	200	1 200
Ruokolahti	200	1 200	900	2 300	400	2 700
Imatran seutu	**1 500**	**9 700**	**7 800**	**19 000**	**3 300**	**22 300**
Lappeenranta	6 800	29 300	21 600	57 700	11 400	69 100
Lemi	200	900	600	1 700	300	2 000
Luumäki	300	1 400	1 100	2 800	500	3 300
Savitaipale	200	900	700	1 800	300	2 100
Suomenniemi	0	200	100	300	0	300
Taipalsaari	500	2 100	1 500	4 100	800	4 900
Lappeenrannan seutu	**8 000**	**34 800**	**25 600**	**68 400**	**13 300**	**81 700**
Etelä-Karjala	**9 500**	**44 500**	**33 400**	**87 400**	**16 600**	**104 000**

Lähde: Santasalo Ky

4.2 Loma-asukkaiden merkitys liiketilatarpeeseen

Koska loma-asukkaiden ostovoima on kasvussa, on laskettu tämän merkitys liiketilatarpeeseen. Loma-asukkaiden liiketilan lisätarve on laskettu ostovoiman kasvun pohjalta käyttäen samoja myyntitehokkuuslukuja kuin maakunnan asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta lasketussa liiketilatarvelaskelmassa.

Loma-asukkaiden ostovoima kasvaa varsin maltillisesti, joten loma-asukkaiden merkitys liiketilan lisätarpeeseen on varsin pieni. Loma-asukkaiden osalta haastetta tuo myöskin kesäpainotteisuus. Uutta liiketilaa ei hevin rakenneta vain kesätarpeisiin. Kokonaisuudessaan loma-asukkaiden ostovoiman kasvu aiheuttaa noin 2200 kerrosneliömetrin vähittäiskaupan lisätarpeen maakunnassa vuoteen 2025 mennessä. Palvelut mukaan lukien liiketilan lisätarve on noin 2800 k-m^2. Suurissa kaupungeissa ei tällä ole merkitystä, mutta pienemmissä kunnissa loma-asukkaiden merkitys suhteessa kunnan omien asukkaiden tarpeeseen nähden on paikoin kohtalainen. Jatkossa ei loma-asukkaiden tarvetta ole liiketilatarvelaskelmissa otettu huomioon, koska kokonaistarpeeseen nähden sillä ei maakunnassa ole merkitystä. Loma-asukkailla on kuitenkin merkitystä pienten kuntien palvelutarjontaan. Maakuntakaavan pienten keskusten mitoituksessa loma-asukkaat on näin ollen huomioitu.

Liiketilan lisätarve 2011 - 2025
Ulkomaakuntalaiset loma-asukkaat

k-m²	Lappeen-ranta	Lemi	Luumäki	Savi-taipale	Suomen-niemi	Taipal-saari	Lappeen-rannan seutu
Päivittäistavarakauppa	100	0	200	200	200	100	800
Tilaa vaativa kauppa	100	0	200	200	200	100	700
Muu erikoiskauppa	0	0	100	100	100	0	300
Yhteensä	**200**	**100**	**500**	**400**	**400**	**200**	**1 800**

k-m²	Imatra	Parikkala	Rautjärvi	Ruoko-lahti	Imatran seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	0	100	0	100	200	1 000
Tilaa vaativa kauppa	0	100	0	100	200	900
Muu erikoiskauppa	0	0	0	0	100	300
Yhteensä	**0**	**200**	**100**	**200**	**400**	**2 200**

Luvut pyöristetty 100 neliön tarkkuudella, joten summat eivät täsmää

4.3 Venäläisten matkailijoiden merkitys liiketilatarpeeseen

Venäläisten matkailijoiden määrä ja rahankäyttö tulee voimakkaasti kasvamaan Etelä-Karjalassa. Liiketilan lisätarve on ensimmäiseksi laskettu TAK Oy:n skenaarioiden 3 ja 2 mukaisille matkustajamäärille. Laskelmassa on käytetty samoja myyntitehokkuuslukuja kuin maakunnan asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta lasketussa liiketilatarvelaskelmassa.

Skenaarion 3 mukaisilla matkustajamäärillä arvioituna liiketilan lisätarve vuoteen 2025 mennessä on Etelä-Karjalassa yli 500.000 kerrosneliömetriä. Skenaario 2 ennustaa alueelle skenaariota 3 enemmän matkailijoita, ja tämän pohjalta laskennallinen liiketilan lisätarve Etelä-Karjalassa on lähes 800.000 kerrosneliömetriä.

Skenaario 3:n mukaiset kokonaismatkustajamäärät ovat TAK Oy:n mukaan todennäköisimpiä, jos viisumikäytännössä tai taloudessa ei tapahdu merkittäviä muutoksia lähitulevaisuudessa. Skenaarioissa ei siis ole otettu huomioon viisumivapauden mahdollista vaikutusta.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Etelä-Karjalassa 2025
Tak Oy:n skenaarion 3 mukaan, jossa ei viisumivapautta otettu huomioon

k-m²	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	2 200	17 800	20 000
Tilaa vaativa ja autokauppa	7 300	43 000	50 300
Muu erikoiskauppa	44 300	289 600	333 900
Vähittäiskauppa yhteensä	**53 800**	**350 400**	**404 200**
Kaupalliset palvelut	30 500	81 700	112 200
Kauppa ja palvelut yhteensä	**84 300**	**432 100**	**516 400**
Alueellinen jakautuminen	16 %	84 %	100 %

Lähde: Santasalo Ky

Vähittäiskaupan lisätilantarve Etelä-Karjalassa 2025

Tak Oy:n skenaarion2 mukaan, jossa ei viisumivapautta otettu huomioon

k-m^2	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	3 800	29 900	33 700
Tilaa vaativa ja autokauppa	12 100	69 300	81 400
Muu erikoiskauppa	68 100	441 400	509 500
Vähittäiskauppa yhteensä	**84 000**	**540 600**	**624 600**
Kaupalliset palvelut	47 500	126 000	173 500
Kauppa ja palvelut yhteensä	**131 500**	**666 600**	**798 100**
Alueellinen jakautuminen	16 %	84 %	100 %

Lähde: Santasalo Ky

TAK Oy:n matkailijamääriä koskevien ennusteiden pohjalta lasketusta liiketilatarpeesta 84 % sijoittuu Lappeenrantaan ja 16 % Imatran seudulle. TAK Oy:n venäläisten matkailijoiden alueittaista määrää koskevat ennusteet pohjautuvat nykyiseen trendiin.

Ennusteissa ei ole otettu huomioon tekijöitä, jotka saattavat muuttaa trendiä. Näitä ovat mm. Parikkalan raja-aseman avautuminen, Imatran - Pietarin välinen rautatieyhteys ja Rauhan matkailualueen kasvu. Ennusteissa matkailijamäärän kasvu painottuu hyvin merkittävästi Lappeenrantaan. Todennäköisesti kasvua tulee suuntautumaan oheista laskelmaa enemmän Imatralle. Lisäksi, kuten jo todettiin, tämä vaihtoehto ei ota huomioon viisumivapauden vaikutuksia matkailijamääriin.

Etelä-Karjalan liiton kokoamamassa ennustetaulukossa, joka pohjautuu sisäasiainministeriön skenaarioihin sekä tullin ennusteisiin, on viisumivapaus otettu huomioon (luku 3.5). Etelä-Karjalan liiton kokoamat skenaariot ottavat huomioon myös Imatran matkailupalvelujen merkittävän kehittymisen, Imatran rajanylitykseen liittyvät parantamistoimenpiteet sekä Parikkalan rajanylityspaikan vaikutukset. Venäläisten ostovoima maakunnassa tulee näiden ennusteiden mukaan olemaan samaa tasoa kuin maakunnan asukkaiden ostovoima. Suurimmissa ennusteissa venäläisten rahankäyttö maakunnassa on jopa kaksinkertaista maakunnan asukkaiden rahankäyttöön alueella (luku 3.8). Venäläisten matkailijoiden kasvulla on siten hyvin suuri merkitys liiketilan lisätarpeeseen.

Mikäli rahankäyttö tulee kasvamaan luvussa 3.8 tehdyn arvion mukaan, tämä edellyttää merkittävää määrää uutta liiketilaa maakuntaan. Näin ollen Etelä-Karjalan liiton kokoamien skenaarioiden pohjalta lasketun liiketilan lisätarpeen arvioinnissa oletetaan, että myyntiteho on 20 % korkeampi kuin asukkaiden sekä TAK Oy:n ennusteen pohjalta tehdyssä laskelmassa. Rahankäytön kasvu tulee olemaan niin nopeaa ja toisaalta myös epävarmaa, ettei siihen pystytä vastaamaan nopeasti. Näin ollen myyntiteho tullee kasvamaan.

Liiketilan lisätarve vuoteen 2025 mennessä on laskettu neljälle eri skenaariolle ja kahdelle suuntautumisvaihtoehdolle (Imatra/Lpr 30/60 % tai 35/55 %). Näistä vaihtoehdoista pidetään todennäköisempänä sitä, missä Imatran painopiste on suurempi. Tässä vaihtoehdossa on huomioitu Imatran parantuva tarjonta sekä rajanylitysten parannukset Imatran seudulla. Tämän mukaan riippuen matkailijamäärien kasvusta liiketilan laskennallinen lisätarve Imatran seudulla on 170.000 - 380.000 kerrosneliömetriä ja Lappeenrannan seudulla 520.000-1.170.000 kerrosneliömetriä. Eri kasvuennusteet ja kasvun mahdollisuudet, myös suurin vaihtoehto, tulee ottaa huomioon maakuntakaavan kaupan mitoituksessa.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Etelä-Karjalassa 2025

Skenaario +15%

k-m²	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	5 200	22 900	28 100	5 500	33 000	38 500
Tilaa vaativa ja autokauppa	16 200	53 400	69 600	16 200	71 900	88 100
Muu erikoiskauppa	87 900	342 500	430 400	81 900	415 700	497 600
Vähittäiskauppa yhteensä	**109 300**	**418 800**	**528 100**	**103 600**	**520 600**	**624 200**
Kaupalliset palvelut	61 800	97 700	159 500	58 600	121 100	179 700
Kauppa ja palvelut yhteensä	**171 100**	**516 500**	**687 600**	**162 200**	**641 700**	**803 900**
Matkailijat milj.	8,7	13,7	17,4	7,5	14,9	17,4
Osuus kaikista matkailijoista	35 %	55 %	70 %	30 %	60 %	70 %

Skenaario +20%

k-m²	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	7 100	31 800	38 900	7 100	43 000	50 100
Tilaa vaativa ja autokauppa	21 900	72 700	94 600	21 000	93 700	114 700
Muu erikoiskauppa	116 300	454 100	570 400	106 000	541 200	647 200
Vähittäiskauppa yhteensä	**145 300**	**558 600**	**703 900**	**134 100**	**677 900**	**812 000**
Kaupalliset palvelut	82 200	130 200	212 300	75 600	157 800	233 400
Kauppa ja palvelut yhteensä	**227 500**	**688 800**	**916 200**	**209 700**	**835 700**	**1 045 400**
Matkailijat	11,3	17,7	22,6	9,7	19,4	22,6
Osuus kaikista matkailijoista	35 %	55 %	70 %	30 %	60 %	70 %

Skenaario +25%

k-m²	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	9 400	43 100	52 500	9 000	55 000	64 000
Tilaa vaativa ja autokauppa	28 800	97 300	126 100	26 900	119 700	146 600
Muu erikoiskauppa	151 300	596 400	747 700	135 400	691 900	827 300
Vähittäiskauppa yhteensä	**189 500**	**736 800**	**926 300**	**171 300**	**866 600**	**1 037 900**
Kaupalliset palvelut	107 100	171 600	278 700	96 800	201 700	298 500
Kauppa ja palvelut yhteensä	**296 600**	**908 400**	**1 205 000**	**268 100**	**1 068 300**	**1 336 400**
Matkailijat	14,5	22,8	29,0	12,4	24,8	29,0
Osuus kaikista matkailijoista	35 %	55 %	70 %	30 %	60 %	70 %

Skenaario +30%

k-m²	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Päivittäistavarakauppa	12 300	56 600	68 900	11 500	69 800	81 300
Tilaa vaativa ja autokauppa	37 200	126 700	163 900	34 300	152 000	186 300
Muu erikoiskauppa	193 900	766 600	960 500	172 600	878 800	1 051 400
Vähittäiskauppa yhteensä	**243 400**	**949 900**	**1 193 300**	**218 400**	**1 100 600**	**1 319 000**
Kaupalliset palvelut	137 600	221 200	358 700	123 300	256 200	379 500
Kauppa ja palvelut yhteensä	**381 000**	**1 171 100**	**1 552 000**	**341 700**	**1 356 800**	**1 698 500**
Matkailijat	18,4	28,9	36,8	15,8	31,5	36,8
Osuus kaikista matkailijoista	35 %	55 %	70 %	30 %	60 %	70 %

Liiketilan lisätarve, lähde: Santasalo Ky

Matkailijoiden määrä, lähde: Etelä-Karjalan liitto / Sisäasiainministeriö: Kasvavan rajaliikenteen hallinta

Liiketilan lisätarpeen alueellinen jakautuminen

	Imatran seutu	Lappeen-rannan seutu	Etelä-Karjala
Tak Oy:n skennariot	16 %	84 %	100 %
Liitto* Imatra 35 % / Lpr 55 %	25 %	75 %	100 %
Liitto* Imatra 30 % / Lpr 60 %	20 %	80 %	100 %
Nykyinen liiketila	35 %	65 %	100 %
Vähittäiskaupan myynti	0 %	0 %	0 %

* Matkailijoiden määrä koottu Sisäasiainministeriön
Kasvavan rajaliikenteen hallinta -selvityksen pohjalta

Laskemissa liiketilan lisätarve jakautuu alueellisesti eri tavoin. TAK Oy:n ennuste painottaa venäläisten matkailussa merkittävästi Lappeenrantaa. Lappeenrannassa matkailijamäärät kasvavat eniten ja alueella käytetään eniten rahaa. Näin ollen liiketilatarpeesta 84 % sijoittuu Lappeenrantaan. Etelä-Karjalan liiton sisäasianministeriön ennusteista laatiman skenaarion Imatra 35 % / Lpr 55 % mukaan Imatran seudulle kohdistuu liiketilan lisätarpeesta 25 % ja Lappeenrannan seudulle 75 %. Koska TAK Oy:n ennusteissa ei ole otettu huomioon Imatran alueella tapahtuvaa matkailun kasvua eikä myöskään Rauhan alueen vaikutusta Imatralle, pidetään skenaarioita Imatra 35 % / Lpr 55 % todennäköisempänä kuin TAK Oy:n alueellista kävijämääräennustetta (30 %/60 %). Imatra 35 % / Lpr 55 % -skenaarioin pohjalta lasketun liiketilatarpeen alueellinen jakautuminen on myös lähimpänä nykyistä liiketilan sekä vähittäiskaupan myynnin painotusta seudulla.

Kokonaisuudessaan venäläisten merkitys maakunnan liiketilatarpeessa on huomattava. Asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta laskettu tarve on kohtalaisen pieni, varsinkin Imatran seudulla, koska väestö alueella on Tilastokeskuksen ennusteen mukaan laskussa. Mikäli ennustetut matkailijamäärät toteutuvat, syntyy maakuntaan merkittävä määrä uusia työpaikkoja, jonka myötä alueelle tarvitaan myös lisää asukkaita. Tällöin vastaavasti asukkaiden pohjalta laskettu liiketilan lisätarve tulisi olemaan suurempi kuin tässä selvityksessä laskettu tarve.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Etelä-Karjalassa 2025
Asukkaat, matkailjat eri skenaariossa (Imatra 35 %, Lpr 55 %)

k-m²	Asukkaat	Matkailijat	Imatran seutu
Skenaario +15 %	22 300	171 100	**193 400**
Skenaario +20 %	22 300	227 500	**249 800**
Skenaario +25 %	22 300	296 600	**318 900**
Skenaario +30 %	22 300	381 000	**403 300**

k-m²	Asukkaat	Matkailijat	Lappeen-rannan seutu
Skenaario +15 %	81 700	516 500	**598 200**
Skenaario +20 %	81 700	688 800	**770 500**
Skenaario +25 %	81 700	908 400	**990 100**
Skenaario +30 %	81 700	1 171 100	**1 252 800**

k-m²	Asukkaat	Matkailijat	Etelä-Karjala
Skenaario +15 %	104 000	687 600	791 600
Skenaario +20 %	104 000	916 300	1 020 300
Skenaario +25 %	104 000	1 205 000	1 309 000
Skenaario +30 %	104 000	1 552 100	1 656 100

4.4 Liiketilan lisätarpeen suuntaaminen keskustatyyppisille alueille ja muille alueille

Liiketilan lisätarvelaskelma on tehty kuntakohtaisesti ja venäläisten osalta seutukohtaisesti, mutta laskelma ei vielä kerro mihin kaupan alueelle liiketilatarve suuntautuu. Kaupan toiminnan mukaan liiketilan lisätarve on jaettu keskustahakuisiin toimintoihin ja keskustan ulkopuolisten alueiden toimintoihin. Puhdas toimialajako ei ole soveltuva, sillä keskustat ja muut kaupan alueet ovat yleensä monipuolisia ja alueille sijoittuu monen toimialan myymälöitä. Eli keskusta-alueilla on myös tilaa vaativaa kauppaa ja muilla alueilla jonkin verran päivittäistavarakauppaa ja erikoiskauppaa.

Liiketilatarpeen suuntaamisessa keskustoihin ja muille alueille on otettu huomioon MRL:n 71 b §:n kaupan sisältövaatimukset maakuntakaavassa eli mm. se ettei suunniteltu maankäyttö saa haitata merkittävästi keskustojen kaupallisia palveluja ja kehittämistä. Suuntaamisessa on otettu huomioon nykyinen liiketilan jakautuminen keskusta-alueille ja muille alueille sekä myös tavoitteellinen toimialarakenne eri tyyppisillä alueilla, niin etteivät muut kaupan keskittymät vaikuta liikaa keskustakauppaan. Keskusta-alueille suuntautuu suuri osa päivittäistavarakaupan tarpeesta ja suurin osa muun erikoiskaupan ja palvelujen tarpeesta. Vastaavasti muille alueille suuntautuu suurin osa tilaa vaativan kaupan sekä autokaupan tarpeesta. Tilaa vaativan kaupan tarvetta kohdistuu pienessä mittakaavassa myös keskusta-alueille.

Oheisessa taulussa on toimialoittain esitetty, kuinka suuri osa liiketilatarpeesta suuntautuu keskusta-alueille ja muille alueille. Lisäksi on esitetty, miten nykyliiketila jakautuu keskusta-alueille ja muille alueille Etelä-Karjalassa. Asukkaiden ostovoiman kasvu painottuu jonkin verran enemmän tilaa vaativaan kauppaan, kun taas venäläisten kasvu selvästi keskustahakuiseen kauppaan. Kokonaisuudessaan liiketilan lisätarvetta suunnataan pitkälle nykytilan mukaan, kuitenkin niin, että tulevaisuudessa uuden tilaa vaativan kaupan painopiste on muilla alueilla, minne toimialan kasvu tyypillisimmin hakeutuukin.

Liiketilan lisätarpeen suuntaaminen

	Liiketilatarve		Nykytila	
	Keskusta-tyyppiset alueet	**Muut alueet**	**Keskusta-tyyppiset alueet**	**Muut alueet**
Päivittäistavarakauppa	90 %	10 %	90 %	10 %
Tiva ja autokauppa	5 %	95 %	45 %	55 %
Muu erikoiskauppa	80 %	20 %	82 %	18 %
Palvelut	75 %	25 %	67 %	33 %
Kaikki liiketilat asukkaat	48 %	52 %	73 %	27 %
Kaikki liiketilat matkailijat	70 %	30 %		
Keskustatyyppiset alueet:	Maakuntakaavan keskustat, muut kuntien alakeskustat, lähiöt, kylät			
Muut alueet:	KM-alueet, tiva-alueet, liikenneasema-alueet muut kaupan alueet, jotka eivät ole asuinalueiden keskuksia			

Keskustatyyppisillä alueilla tarkoitetaan tässä kaupunkien ja kuntien perinteisiä ydinkeskustoja, alakeskuksia ja kyliä. Keskusta-alueita ovat tässä myös asuinalueen keskukset ja lähipalvelupisteet. Keskustatyyppinen alue ei ole sama kuin maakunta- tai yleiskaavoihin merkitty keskustatoimintojen alue. Suuryksikköalueet ja muut market- ja tilaa vaativan kaupan alueet keskustan tuntumassa tai sen ulkopuolella ovat vastaavasti muita alueita, samoin kuin alueet, joille ei vielä kauppaa ole sijoittunut ja jotka eivät ole uusia aluekeskuksia.

Keskustojen ulkopuolisille alueille on suunnattu pieni määrä päivittäistavarakauppaa ja muuta erikoiskauppaa. Keskustojen ulkopuolelle voi myös sijoittaa pienimuotoisesti päivittäistavarakauppaa esimerkiksi liikenneasemien yhteyteen. Myös paikallisia päivittäistavarakauppoja voi jossakin tilanteessa sijoittaa näille muille kaupan alueille, ilman että sillä olisi vaikutusta keskustakauppaan. Muille alueille sopii luontevasti myös joidenkin erikoiskaupan toimialojen myymälöitä kuten lastentarvikekauppaa, eläinkauppaa tai polkupyöräkauppaa. Yksittäisten pienten erikoiskaupan myymälöiden sijoittaminen keskustan ulkopuolisille alueille ei yleensä haittaa keskustojen nykyisiä palveluja tai niiden kehittämistä. Lisäksi tilaa vaativan kaupan myymälöissä myydään myös jonkin verran erikoiskaupan tuotteita. Muille alueille voidaan sijoittaa myös sellaisia laajan tavaravalikoiman myymälöitä, jotka eivät keskustoihin sovi. Tällaisia ovat mm. sisustustavaratalot tai laajan tavaravalikoiman myymälät, joiden tuotevalikoima painottuu tilaa vaativaan kauppaan, mutta joissa myydään myös erikoiskaupan tuotteita. Tällaisten liiketyyppien sijoittaminen keskusta-alueiden ulkopuolelle ei suurilla markkina-alueilla vaikuta merkittävästi keskustakauppaan.

Keskustojen ulkopuolelle suuntautuu osin myös matkailua palvelevaa kauppaa. Näistä esimerkkejä Etelä-Karjalassa ovat mm. Lapplandia tai Rajamarket, jotka palvelevat pääosin venäläisiä ja sijoittuvat matkailijoille hyvin saavutettavissa oleviin paikkoihin.

Palvelut suunnataan alueille lähes nykyisen tilanteen mukaisesti. Keskustat ovat tyypillisesti enemmän palvelutilan tarjoajia, mutta muille alueille soveltuvat hyvin mm. suuret kunto- ja liikuntasalit sekä lasten leikki- ja seikkailupalvelut. Lisäksi alueille voi hyvin sijoittua esim. lounasravintoloita ja pienimuotoisesti muita palveluja kauppojen yhteyteen.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Etelä-Karjalassa 2025
maakunnan asukkaiden tarve

k-m^2	Keskusta-alueet	Muut alueet	Yhteensä
Imatran seutu	10 600	11 800	22 400
Lappeenrannan seu	39 400	42 300	81 700
Etelä-Karjala	**50 000**	**54 100**	**104 100**

Lähde: Santasalo Ky

Edellä esitellyllä suuntaamisjaolla keskustoihin suuntautuu seudun asukkaiden liiketilatarpeesta noin 50.000 k-m^2 ja muille alueille 54.000 k-m^2. Muille alueille suuntautuu kerrosalaa hieman enemmän, mutta toiminnot näillä alueilla ovat myös tehottomia, eli myyntiä pinta-alaa kohden on vähemmän kuin keskustoissa.

Venäläisten rahankäyttö painottuu keskustahakuiseen kauppaan eli muotikauppaan, sisustuskauppaan ja päivittäistavarakauppaan. Näin ollen venäläisten rahankäytön kasvun pohjalta laskettu liiketilatarve painottuu keskusta-alueille. Matkailijoiden pohjalta lasketusta liiketilan lisätarpeesta keskusta-alueille suuntautuu skenaariosta riippuen 490.000-1.100.000 k-m^2 ja muille alueille 190.000-440.000 k-m^2.

Kokonaisuudessaan liiketilan lisätarve painottuu matkailuun painottuvaan kauppaan ja tätä kautta keskustatyyppiseen kauppaan. Tarve vaihtelee eri skenaarioissa suuresti. Lasketut tarpeet ovat mahdollisuuksia, mutta eivät välttämättä toteudu kokonaisuudessaan. Jotta maakuntaan saadaan ennusteiden mukainen määrä matkailijoita, alueelle tulee myös rakentaa riittävän nopeasti riittävä määrä uutta liiketilaa.



Uudelle keskustakaupalle on maakunnassa kysyntää.

Vähittäiskaupan lisätilantarve Etelä-Karjalassa 2025
Matkailijat eri skenaariossa (Imatra 35 %, Lpr 55 %)

k-m²	Keskusta-alueet	Muut alueet	Imatran seutu
Skenaario +15 %	122 200	49 000	171 100
Skenaario +20 %	162 200	65 400	227 500
Skenaario +25 %	211 200	85 400	296 600
Skenaario +30 %	271 300	109 700	381 000

k-m²	Keskusta-alueet	Muut alueet	Lappeen-rannan seutu
Skenaario +15 %	370 600	145 900	516 500
Skenaario +20 %	493 200	195 700	688 800
Skenaario +25 %	649 500	258 900	908 400
Skenaario +30 %	836 400	334 700	1 171 100

k-m²	Keskusta-alueet	Muut alueet	Etelä-Karjala
Skenaario +15 %	492 800	194 900	687 600
Skenaario +20 %	655 400	261 100	916 300
Skenaario +25 %	860 700	344 300	1 205 000
Skenaario +30 %	1 107 700	444 400	1 552 100

Lähde: Santasalo Ky

Vähittäiskaupan lisätilantarve Etelä-Karjalassa 2025
Asukkaat, matkailijat eri skenaariossa (Imatra 35 %, Lpr 55 %)

k-m²	Keskusta-alueet	Muut alueet	Imatran seutu
Skenaario +15 %	132 800	60 800	193 600
Skenaario +20 %	172 800	77 200	250 000
Skenaario +25 %	221 800	97 200	319 000
Skenaario +30 %	281 900	121 500	403 400

k-m²	Keskusta-alueet	Muut alueet	Lappeen-rannan seutu
Skenaario +15 %	410 000	188 200	598 200
Skenaario +20 %	532 600	238 000	770 600
Skenaario +25 %	688 900	301 200	990 100
Skenaario +30 %	875 800	377 000	1 252 800

k-m²	Keskusta-alueet	Muut alueet	Etelä-Karjala
Skenaario +15 %	542 800	249 000	791 800
Skenaario +20 %	705 400	315 200	1 020 600
Skenaario +25 %	910 700	398 400	1 309 100
Skenaario +30 %	1 157 700	498 500	1 656 200

Lähde: Santasalo Ky

4.5 Liiketilan lisätarve ja liikerakentaminen Etelä-Karjalassa aikaisempina vuosikymmeninä

Liiketilan laskennallista lisätarvetta verrataan liikerakentamiseen aikaisempina vuosikymmeninä. Vastaavaa tietoa kaupallisten palveluiden käytössä olevasta pinta-alasta, kuin tässä selvityksessä on kartoitettu, ei löydy aikaisemmilta vuosilta. Tilastokeskuksen rakennustilastosta saadaan kuitenkin liikerakennusten kerrosala rakennusvuoden mukaan jaoteltuna. Tämä tilasto ei ole yhteneväinen kaupan kerrosalan kanssa, mutta kertoo suuntaa liikerakentamisesta vuosikymmenittäin. Tilasto kattaa vuoteen 2011 mennessä valmistuneet liikerakennukset.

Rakennustilastosta voidaan verrata eri vuosikymmeninä valmistuneita liikerakennuksia nykyiseen kantaan. Eli aikaisempina vuosina tapahtunutta liikerakennusten poistumaa ei tilastosta saa selville. Liikerakentamisen kasvu on siten laskettu aikaisemmin rakennettuihin liikerakennuksiin nähden, niin että purettuja rakennuksia ei ole otettu huomioon.

Rakennustilaston mukaan Etelä-Karjalassa on liikerakennuksia noin 900.000 kerrosneliömetriä. Lappeenrannan seudulla liikerakennuksia on 600.000 kerrosneliömetriä ja Imatran seudulla lähes 300.000 kerrosneliömetriä. Tässä selvityksessä tehtyjen kartoituksen mukaan kaupallisten palveluiden kerrosalaa on maakunnassa noin 660.000 k-m^2.

Viimeisten 22 vuoden aikana Etelä-Karjalaan rakennettujen uusien liikerakennusten kerrosala on noin 380.000 k-m^2, eli kasvua aikaisemmin rakennettujen liikerakennusten kerrosalaan on 44 %. Viimeisten 12 vuoden aikana maakunnassa on rakennettu lisää liikekerrosalaa noin 230.000 m^2. Kasvu aikaisemmin rakennettuihin nähden on 26 %. Rakentaminen on maakunnassa painottunut Lappeenrannan seudulle, jossa tällä hetkellä venäläistenkin merkitys on suurempi.

Liikerakentamisen mennyt kehitys ja liiketilan lisätarve

K-m^2	Kaikki rakennukset	Mennyt kehitys 2000-2011 Uudet rakennukset	Kasvu***	Mennyt kehitys 1990-2011 Uudet rakennukset	Kasvu***
Etelä-Karjala	870 000	230 000	**26 %**	380 000	**44 %**
Imatran seutu	270 000	40 000	**15 %**	90 000	**33 %**
Lappeenrannan seutu	600 000	190 000	**32 %**	290 000	**48 %**

*** Aikaisemmin rakennettuihin nähden puretut liikerakennukset eivät näy kannassa
Lähde: Tilastokeskus

K-m^2	Liiketilat 2012	Lisätarve 2025 Asukkaat ja matkailijat* Laskettu tarve*	Kasvua nykytilaan	Lisätarve 2025 Asukkaat Laskettu tarve*	Kasvua nykytilaan
Etelä-Karjala	653 100	791 600	121 %	104 000	16 %
Imatran seutu	229 800	193 400	84 %	22 300	10 %
Lappeenrannan seutu	423 300	598 200	141 %	81 700	19 %

* venäläiset matkailijat skenaario +15%

Tässä selvityksessä lasketut liiketilan lisätarpeet ovat merkittävästi suurempia kuin liikerakentamisessa tapahtunut mennyt kehitys, koska venäläisten matkailun kasvuennusteet ovat niin suuret. Asukkaiden ja matkailijoiden ostovoiman kasvun pohjalta laskettu liiketilan lisätarve alhaisimmassa skenaariossa, jossa viisumivapaus on huomioitu, on maakunnassa yhteensä 790.000 kerrosneliömetriä. Tarve on suurempi kuin nykyinen liiketilamäärä. Muiden skenaarioiden tarpeet ovat vielä tätä suurempia.

Venäläisten merkitys maakunnassa on voimakkaassa kasvussa, joten liiketilan lisätarvetta ei voida suoraan peilata menneeseen kehitykseen. Nyt venäläisten suhde maakunnan omaan ostovoimaan on 16 %, kun se tulevaisuudessa on mahdollisesti jo 100 - 200 % (ks. luku 3.8). Näin ollen rakentamisenkin pitää olla suurempaa kuin aikaisemmin, jotta ennustettu kasvu voidaan saavuttaa.

Mikäli menneeseen kehitykseen verrataan vain asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta lasketun liiketilan lisätarvetta, nähdään sen olevan puolet pienempi kuin viimeisen 11 vuoden aikana tapahtunut liikerakentaminen. Tämä kertoo myös siitä, että maakunnassa asukkaiden ostovoiman kasvu ei selitä kaikkea liikerakentamista, vaan liikerakentaminen on jo aikaisemminkin painottunut matkailun varaan. Tulevaisuudessa matkailun merkitys liikerakentamisessa tulee olemaan entistä suurempaa.



Venäläisten matkailu on kehittynyt merkittävästi ja kasvu jatkuu.

5 KAUPAN PALVELUVERKON KEHITYSNÄKYMÄT

Etelä-Karjalan kaupan palveluverkon kehitysnäkymiä tarkastellaan tässä nykyisen palveluverkon, kaupan hankkeiden sekä kuntien tavoitteiden pohjalta. Kehitysnäkymiin vaikuttaa myös asukkaiden ja matkailijoiden ostovoiman kehityksen pohjalta laskettu liiketilan lisätarve. Luvussa keskitytään seudulliseen kaupan palveluverkkoon, jota maakuntakaava ohjaa. Kaupan palveluverkon kehittämistä ohjaa maankäyttö- ja rakennuslaki. Vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijaisena sijaintipaikkana on keskusta, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu. Lisäksi maakunta- ja yleiskaavoissa tulee soveltaa vähittäiskauppaa koskevia erityisiä sisältövaatimuksia, jotka ovat:

- Suunniteltu maankäyttö ei saa haitata merkittävästi keskusta-alueiden kaupallisia palveluja ja kehittämistä.
- Palvelut saavutettavissa mahdollisuuksien mukaan joukko- ja kevytliikenteellä.
- Edistetään sellaisen palveluverkon muodostumista, jossa asiointimatkat ovat kohtuullisia ja liikenteen haitat mahdollisimman vähäisiä.

5.1 Vähittäiskaupan suuryksiköt ja seudullisuuden alarajat

Maakuntakaavassa tulee esittää seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja. Määrittelemällä seudullisesti merkittävän vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja voidaan maakuntakaavassa keskittyä aidosti seudullisten vähittäiskaupan suuryksikköjen sijainninohjaukseen. Muut keskustatoimintojen alueet ja vähittäiskaupan suuryksiköiden alueet ovat paikallisia ja niiden sijaintia ja mitoitusta ohjataan kuntakaavoilla.

Suuryksikön seudullista merkitystä arvioidaan tapauskohtaisesti sen vaikutusten perusteella: miten yksikkö vaikuttaa alueen muissa kunnissa ja keskuksissa sijaitsevien vähittäiskaupan myymälöiden myyntiin ja miten paljon sen ennakoidaan saavan asiakkaita oman sijaintikuntansa ulkopuolelta tai muista keskushierarkialtaan samantasoisista tai ylemmän tasoisista keskuksista. Seudullisuuden täsmällistä rajaa on maakuntakaavassa hankala määritellä, koska samankin taajaman eri kohdissa seudullinen merkittävyyden raja voi vaihdella mm. kaupan konseptin mukaan ja riippuen lähettyvillä olevasta väestöstä, tieyhteyksistä tai kunnan rajasta. Tässä luvussa esitetty raja on siten suuntaa antava ja se voi olla yksittäisen suuryksikön kohdalla esitettyä alhaisempi tai korkeampi. Suunnittelumääräyksiin voidaan laittaa lause “jollei selvitysten perustella muutoin osoiteta”. Yksityiskohtaisemmassa suunnittelussa tulee siten vaikutusten arviointien pohjalta tarkastella, onko kyseessä seudullisesti vai paikallisesti merkittävä vähittäiskaupan suuryksikkö.

Seudullisuuden käsitettä voidaan pohtia kahdesta näkökulmasta. Näitä ovat, löytyykö myymälän myynnille riittävästi lähiasukkaita ja kuinka laajalta alueelta myymälässä asioidaan eli ovatko myymälät niin vetovoimaisia, että ne vetävät asiakkaita lähialuetta laajemmalta alueelta. Usein suurmyymälän laskennalliseen myyntiin löytyy lähiasukkaita jo kohtalaisen läheltä, mutta usein suurmyymälä on niin vetovoimainen, että siellä asioidaan kauempaakin. Vetovoimaisuuteen vaikuttaa liikkeen sijainti, keskuksen muu tarjonta sekä myös muiden lähikeskusten tarjonta.

Kaikki vähittäiskaupan suuryksiköt eivät maakunnassa ole seudullisesti merkittäviä. Paikallisten yksiköiden asiakaskunta tulee pääosin omasta kunnasta tai omalta lähialueelta. Seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön vaikutusalue ulottuu useamman kunnan tai kunnan osan alueelle. Matkailijoita palvelevat suuryksiköt ovat myös seudullisesti merkittäviä.

Seudullisten vähittäiskaupan suuryksiköiden rajoja on arvioitu nykyisten vähittäiskaupan suuryksiköiden sekä lähialueen väestön ja ostovoiman pohjalta. Pinta-alatarkastelu perustuu

kartoitukseen ja myymälöiden todelliset kerrosalat voivat olla hieman erisuuruisia. Tarkkuustaso on kuitenkin maakuntakaavatasolla riittävä. Vähittäiskaupan seudullisuuden raja on suurempi isoissa kaupungeissa kuin pienissä kunnissa. Seudullisuus vaihtelee lisäksi toimialoittain jonkin verran. Tilaa vaativassa kaupassa yksiköt voivat olla pienempiä kuin päivittäistavarakaupassa tai tavaratalokaupassa, vaikka niiden vaikutusalue olisi sama.

Vähittäiskaupan suuryksikkökoon ylittäviä (seudullisia ja paikallisia) myymälöitä on Etelä-Karjalassa eri tyyppisiä. Suurmyymälät maakunnassa ovat puhtaita päivittäistavarakauppoja (supermarketit), laajan tavaravalikoiman myymälöitä (hypermarketit ja muut laajan tavaravalikoiman myymälät) tai tilaa vaativan kaupan myymälöitä. Erikoiskaupan suuryksiköt ovat maakunnassa pääosin laajan tavaravalikoiman myymälöitä, ainoastaan Lappeenrannassa on pari vähittäiskaupan suuryksikkörajan ylittävää urheilukauppaa.

Etelä-Karjalassa on kartoituksen mukaan päivittäistavarakaupan suurmyymälöitä (kerrosala noin 2000 tai yli) Imatralla, Ruokolahdessa, Lappeenrannassa, Luumäellä, ja Savitaipaleella. Todellisuudessa Ruokolahden, Luumäen ja Savitaipaleen myymälöiden koko jää todennäköisesti juuri alle 2000 kerrosneliömetriin. Imatran ja Lappeenrannan myymälät ovat kooltaan noin 2000-3000 kerrosneliömetriä. Nämä myymälät palvelevat pääosin oman alueen asukkaita ja näin ollen ovat vaikutuksiltaan pääosin paikallisia. Kussakin kunnassa on riittävästi lähiasukkaita näiden laskennalliseen myyntiin. Toki esimerkiksi Imatran vaikutusalueen pienemmissä kunnissa päivittäistavarakaupan tarjonta on selvästi suppeampaa kuin Imatralla, joten esimerkiksi Ruokolahdelta asioidaan jonkin verran mm. Vuoksenniskalla päivittäistavaraostoksilla. Pääosa supermarkettien asiakkaista on kuitenkin paikallisia asukkaita.

Hypermarketteja on Etelä-Karjalassa vain suurissa keskuksissa ja ne vetävät asiakkaita koko seudulta. Hypermarketit ovat maakunnassa kooltaan noin 7.500-15.000 kerrosneliömetriä, ja näiden päivittäistavarakaupan pinta-ala noin 2500-4500 m2 (myyntiala). Laskennallisesti imatralaisten ja lappeenrantalaisten oma ostovoima riittäisi hyvinkin näille myymälöille. Niitä voidaan kuitenkin pitää seudullisesti merkittävinä, koska niiden vaikutusalue on paikallista laajempi eli seudullinen.

Hypermarketin ohella maakunnassa on myös jonkin verran muita laajan tavaravalikoiman myymälöitä tai tavarataloja. Näiden tarjonta painottuu useimmiten erikoiskauppaan ja osin myös tilaa vaativaan kauppaan. Päivittäistavarakaupan tarjonta näissä on useimmiten pientä. Tällaisia myymälöitä ovat Etelä-Karjalassa Anttila, Rajamarket, Minimani, Tokmanni, Säästötalo Robinhood, Laplandia, Kodin Ykkönen ja Biltema.

Laajan tavaravalikoiman suuryksiköitä on maakunnassa ainoastaan Lappeenrannassa ja Imatralla. Imatralla ne ovat kooltaan noin 3000-4000 kerrosneliömetriä ja Lappeenrannassa noin 4000-6000 kerrosneliömetriä. Laajan tavaravalikoiman myymälöitä Imatralla vain keskusta-alueella ja Lappeenrannassa sekä keskustatoimintojen alueella että Myllymäessä ja Nuijamaalla. Nämä laajan tavaravalikoiman myymälät ovat alueella seudullisia myymälöitä siinä mielessä, että niiden asiakkaat tulevat koko seudulta. Osin tähän vaikuttaa se, että sekä Imatra että Lappeenranta ovat seudullisia kauppapaikkoja, ja alueelle sijoittuvat vetovoimaiset yritykset vetävät asiakkaita aina koko seudulta. Myymälöittäin voi asiakaskunnan seudullisuus vaihdella suurestikin. Imatralla tai Lappeenrannassa yhden tämän tyyppisen yksikön vaikutus ei kuitenkaan ole siinä mielessä seudullinen, että sillä olisi merkitystä seudulliseen palveluverkkoon. Merkittävä seudullinen vaikutus syntyy vasta useamman vetovoimaisen yrityksen kokonaisuudesta. Lisäksi tällaisen suuryksikön myyntiin riittää laskennallisesti sekä Imatralla että Lappeenrannassa oman kunnan ostovoima.

Luumäellä ja Parikkalassa ei tällä hetkellä ole laajan tavaravalikoiman suuryksiköitä. Mikäli näihin kuntiin sellaisia sijoittuisi, ei oman kunnan ostovoima täysin kattaisi niiden laskennallista myyntiä olettaen että kunnassa toimii myös muita pienempiä erikoiskaupan myymälöitä. Toisaalta kunnissa on kysyntää erikoiskaupan suuryksiköille, koska venäläisten asiakkaiden määrä seudulla on kasvussa. Luumäellä ja Parikkalassa erikoiskaupan suuryksiköt rakentuisivat pääosin paikallisten, matkailijoiden ja kesäasukkaiden ostovoiman varaan. Luumäellä ei lähikunnista suuntaudu merkittävästi ostovoimaa kuntaan, vaikka alueelle sijoittuisi erikoiskaupan suuryksikkö. Lappeenranta on luontevampi ostospaikka lähikuntalaisille monipuolisemman tarjonnan ja lyhyemmän matkan takia. Parikkalaan sijoittuva erikoiskaupan suuryksikkö palvelisi jonkin verran seudun asukkaita, mutta merkittävimmin lähikunnista suuntautuu ostovoimaa monipuolisempiin kauppapaikkoihin. Kesälahti ja Punkaharju kuuluvat Savonlinnan asiointialueeseen ja Rautjärvi Imatran asiointialueeseen. Näin ollen pienet erikoiskaupan suuryksiköt Luumäellä ja Parikkalassa eivät pääsääntöisesti ole seudullisesti merkittäviä.

Lappeenrannassa ja Imatralla erikoiskaupan ja laajan tavaravalikoiman seudullisesti merkittävän suurmyymälän alarajana voidaan pitää noin 7000 kerrosneliömetriä. Tämän suuruisille myymälöille riittää laskennallisesti ostovoimaa lähialueelta, eikä yhdellä yksiköllä ole merkittäviä vaikutuksia palveluverkkoon. Seutukeskusten kehittämisvyöhykkeillä Parikkalassa ja Luumäellä rajana voidaan pitää 5000 kerrosneliömetriä. Matkailijat ovat paikallisten asukkaiden ohella merkittävä asiakaskunta, millä on suuri merkitys tällaisen myymälän rakentumiseen. Yksittäinen tätä pienempi myymälä ei ole niin vetovoimainen, että sillä olisi merkittävää vaikutusta seudun asukkaiden asiointikäyttäytymiseen. Maakunnan pienemmissä kunnissa alarajana on 2000 kerrosneliömetriä. Tätä suuremmalle yksiköllä ei riitä tarpeeksi paikallista ostovoimaa.



Tilaa vaativa kauppa keskittyy seudullisiin kauppapaikkoihin.

Tilaa vaativan kaupan suurmyymälät ovat yleensä pienempiä kuin laajan tavaravalikoiman myymälät. Tilaa vaativan kaupan verkko on harvempi kuin muussa erikoiskaupassa, samoin asiointitiheys on harvempi. Asiakaskunta tulee usein laajalta alueelta, koska pienissä kunnissa/keskuksissa ei tarjontaa ole.

Tilaa vaativan kaupan suurmyymälöitä on Etelä-Karjalassa rauta- puutarha-, huonekalu-, kodintekniikka- ja autokaupassa. Tilaa vaativan kaupan suurmyymälät maakunnassa ovat kooltaan noin 2000-10.000 kerrosneliömetriä. Suurimpia myymälöitä (5000-10.000 k-m^2) löytyy rautakaupassa ja autokaupassa. Tilaa vaativan kaupan myymälät ovat pääosin keskittyneet Lappeenrannassa Myllymäkeen. Imatralla on tilaa vaativan kaupan suuryksiköitä ainoastaan kaksi, huonekaluliike Mansikkalassa ja rautakauppa Sotkulammen alueella. Tilaa vaativan kaupan suuryksiköitä ei maakunnan pienissä kunnissa ole.

Tilaa vaativa kauppa sijoittuu yleensä sellaisille kaupan alueille, joissa asioidaan koko seudulta. Näin ollen tällaiselle alueelle sijoittuvan tiva-myymälän asiakaskunta on usein myös seudullista. Imatralla ja Lappeenrannassa rajana voidaan pitää 4000 kerrosneliömetriä, koska laskennallisesti lähiasukkaita löytyy riittävä määrä useallekin tämän kokoiselle tilaa vaativalla myymälälle. Pienemmissä kunnissa tilaa vaativan kaupan alaraja on 2000 kerrosneliömetriä. Tämän suuruinen myymälä vaatii pienemmissä kunnissa jo seudullista asiakaspohjaa.

Seudullisen yksikön alaraja, ellei selvityksin toisin osoiteta

Päivittäistavarakaupassa

	K-m^2
Imatra, Lappeenranta	3 000
Parikkala, Rautjärvi, Ruokolahti, Lemi, Luumäki, Savitaipale, Taipalsaari	2 000

Erikoiskaupassa ja laajantavaravalikoiman kaupassa

	K-m^2
Imatra, Lappeenranta	7 000
Parikkala, Luumäki	5 000
Rautjärvi, Ruokolahti, Lemi, Savitaipale, Taipalsaari	2 000

Tilaa vaativassa kaupassa

	K-m^2
Imatra, Lappeenranta	4 000
Parikkala, Rautjärvi, Ruokolahti, Lemi, Luumäki, Savitaipale, Taipalsaari	2 000

Seudullisesti merkittävien vähittäiskaupan suuryksiköiden alarajaa on täydennetty tutkimalla, kuinka paljon asukkaita kaksi suurmyymälää tarvitsee toimiakseen keskimääräisellä myyntitehokkuudella. Lähtökohdaksi on otettu kaksi myymälää, koska on päädytty siihen, ettei yksittäinen myymälä voi hallita koko markkinoita. Tarkastelu on tehty päivittäistavara-kaupassa, erikoiskaupassa (laajan tavaravalikoiman kaupassa) ja tilaa vaativassa kaupassa ja autokaupassa. Myyntitehokkuutena käytetään toimialan keskimääräistä myyntitehokkuutta ja ostovoimaan on laskettu mukaan toimialan ostovoima. Oletuksena erikoiskaupan laskel-

massa on, että laajan tavaravalikoiman myymälöiden myynti muodostuu lähes koko erikoiskaupan toimialavalikoimasta. Laskelma on tehty vuoden 2011 ostovoiman tasolla. Ostovoima kasvaa tulevaisuudessa, joten tavoitemyynnin aikaansaamiseen (olettaen että myyntitehokkuus pysyy samana) tarvitaan pienempi määrä asukkaita.

Päivittäistavarakaupan laskelmassa myyntitehokkuuden on arvioitu olevan suuremmissa suuryksiköissä korkeampi kuin pienemmissä. Tästä on viitteitä, kun tarkastellaan myymälärekisterin myynti/pinta-alatietoja. Muiden toimialojen laskelmissa myyntitehokkuus ei muutu suuryksikön koon kasvaessa, koska tietoa myyntitehokkuuden vaihtelusta erikokoisilla erikoiskaupan yksiöillä ei ole saatavilla.

Tarkastelussa on käytetty nykyisiä keskimääräisiä myyntitehokkuuslukuja. Autokaupan rakenne on kuitenkin muuttumassa. Perinteisesti käytettyjä autoja on myyty pihalla, mutta yhä enemmän käytettyjen autojen myynti on siirtymässä sisätiloihin. Näin autokaupan myymäläpinta-ala kasvaa, vaikkei suurta muutosta kokonaismyynnissä tapahtuisikaan. Myyntiteho näin ollen laskee. Autokaupassa laskelma on näin ollen tehty alennetulla myyntiteholla (-20 %).

Päivittäistavarakaupassa kahden 2000 neliömetrin suuruisen myymälän laskennalliseen myyntiin tarvitaan noin 7000 asukasta. Näin ollen pienemmissä kunnissa/keskuksissa alaraja ei voi olla tätä suurempi. Kahden kerrosalaltaan 3000 suuruisen myymälän myyntiin tarvitaan noin 11.000 asukkaan ostovoimaa. Tämän verran asukkaita löytyy Imatran ja Lappeenrannan keskusten lähialueelta. Näin ollen tätä voidaan hyvin pitää seudullisen päivittäistavarakaupan suuryksikön alarajana. Tätä suurempi yksikköjä on käytännössä hypermarketeissa, jotka vastaavasti ovat seudullisesti merkittäviä.

Erikoiskaupan myymälässä kahden kerrosalaltaan 7000 suuruisen myymälän laskennalliseen myyntiin tarvitaan asukkaita noin 17.000. Suurimmissa keskuksissa asukkaita löytyy suurin piirtein tämän verran. Tätä suuremmallekin myymälälle löytyy Imatralla ja Lappeenrannassa asukkaita, mutta tämän kokoinen myymälä on jo niin vetovoimainen, että sen markkinat ovat seudullisia. Kerrosneliömetriltään 5000 suuruinen myymälä vaatii asukaspohjakseen noin 6200 asukasta ja kaksi tämän kokoista myymälää noin 12.400 asukasta. Tätä pienempää erikoiskaupan myymälää ei kuitenkaan voida Luumäellä ja Parikkalassa pitää vielä seudullisesti merkittävänä. Kun oma väestöpohja ei myymälän myyntiin aivan riitä, kertyy valtaosa myynnistä ostosmatkailijoilta. Seudun muiden kuntien asukkaiden ostoskäyttäytymiseen ei tämän kokoisella myymällä ole vielä merkittävää vaikutusta, koska asiointi suuntautuu pääosin muualle. Näin alle 5000 kerrosneliömetrin myymälällä ei ole merkittäviä seudullisia vaikutuksia. Muissa kunnissa ja muilla alueilla erikoikaupan seudullisen yksikön alarajana on 2000 kerrosneliömetriä.

Vähittäiskaupan suuryksikön vaatima laskennallinen asukaspohja

Päittäistavarakauppa

Laskennallinen myynti milj €

2 suurmyymälää

k-m²	2011
2 * 2000	22
2 * 3000	36
2 * 4000	72
2 * 5000	100

Kahden myymälän vaatima asukaspohja

k-m²	2011
2 * 2000	7 000
2 * 3000	**11 300**
2 * 4000	22 500
2 * 5000	31 300

Erikoiskauppa (laajantavaravalikoiman kauppa)

Laskennallinen myynti milj €

2 suurmyymälää

k-m²	2011
2 * 2000	12
2 * 3000	19
2 * 4000	25
2 * 5000	31
2 * 6000	37
2 * 7000	43
2 * 8000	50

Kahden myymälän vaatima asukaspohja

k-m²	2011
2 * 2000	5 000
2 * 3000	7 400
2 * 4000	9 900
2 * 5000	**12 400**
2 * 6000	14 900
2 * 7000	**17 400**
2 * 8000	19 800

Tilaa vaativa erikoiskauppa

Laskennallinen myynti milj €

2 suurmyymälää

k-m²	2011
2 * 2000	9
2 * 3000	13
2 * 4000	18
2 * 5000	22

Kahden myymälän vaatima asukaspohja

k-m²	2011
2 * 2000	5 900
2 * 3000	8 900
2 * 4000	**11 800**
2 * 5000	14 800

Autokauppa (alennettu myyntiteho)

Laskennallinen myynti milj €

2 suurmyymälää

k-m²	2011
2 * 2000	23
2 * 3000	35
2 * 4000	46
2 * 5000	58

Kahden myymälän vaatima asukaspohja

k-m²	2011
2 * 2000	15 500
2 * 3000	23 200
2 * 4000	**30 900**
2 * 5000	38 600

Tilaa vaativassa kaupassa riittää Imatralla ja Lappeenrannassa laskennallisesti hyvin ostovoimaa 4000 kerrosneliömetrin suuruiselle myymälälle. Autokaupassa saman suuruinen myymälä vaatii jo suuremman väestöohjan, mutta Imatralla ja Lappeenrannassa riittää tähänkin ostovoimaa. Pienemmissä kunnissa alarajana pidetään 2000 kerrosneliömetriä, koska tämän suuruinen myymälä vaatii ostovoimaa jo lähimmän seuraavan keskuksen vaikutusalueelta.

Seudullisuuden tarkastelu edellä koskee yksittäisiä myymälöitä. Oman tarkastelunsa vaativat vähittäiskaupan myymäläkeskittymät. Vähittäiskaupan myymäläkeskittymä on useasta

erillisestä ja toisistaan kävelyetäisyydellä olevasta myymälästä muodostuva kaupallinen keskus tai alue, jossa yksittäisten myymälöiden koko ei ylitä 2000 kerrosalaneliömetriä. Vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevia erityisiä säännöksiä sovelletaan sellaiseen myymäläkeskittymään, joka on vaikutuksiltaan verrattavissa vähittäiskaupan suuryksikköön.

Myymäläkeskittymän seudullisuuden raja on yleensä suurempi kuin yksittäisen myymälän. Yksittäisiä tai useampia pieniä myymälöitä voi rakentua kauppa-alueelle enemmän kuin edellä mainitut rajat osoittavat yhdelle suurmyymälälle ilman, että alueesta vielä muodostuu seudullinen keskittymä. Kahden tai useamman pienemmän myymälän vetovoima ei useastikaan yllä yhden ison myymälän vetovoimaan. Esimerkiksi kaksi supermarkettia (á 2500 k-m^2) Lappeenrannassa eivät vielä muodosta seudullista keskittymää, mutta päivittäistavarakaupan pinta-alaltaan kaksinkertaisen suuruinen (5000 k-m^2) hypermarket on jo seudullisesti merkittävä. Myös esimerkiksi Imatran ja Lappeenrannan taajama-alueella 6000 kerrosneliömetrin suuruinen tilaa vaativan kaupan myymäläkeskittymä on vielä vaikutuksiltaan paikallinen, mikäli alue muodostuu yksittäisistä pienistä paikallisesti merkittävistä yksiköistä. Alueella riittää tämän suuruiselle keskittymälle hyvinkin paikallista ostovoimaa. Näin ollen myymäläkeskittymän raja voi olla suurempi kuin edellä lasketut yksittäisiä myymälöitä koskevat rajat.

5.2 Kuntien näkemyksiä palveluverkon kehittämisestä

Selvityksen taustaksi on maakunnan liitto kerännyt kuntien näkemyksiä palveluverkon kehittämisestä ja mitoituksesta. Ostovoima on Etelä-Karjalassa venäläisten matkailijoiden takia voimakkaassa kasvussa ja tämä luo edellytyksiä uusille kauppapaikoille. Kunnilla on myös voimakasta kiinnostusta osoittaa uusia kaupan keskuksia alueilleen.

Kuntien tavoitteena on kaavoittaa uusia kaupan alueita riittävän paljon, jotta kasvavaan kysyntään voidaan vastata. Tavoitteet pohjautuvat usein palveluverkkoselvityksiin ja/tai hankekysyntään. Lisäksi kunnilla on myös tavoitteita, jotka pohjautuvat tulevaan pitkäntähtäimen venäläisten asiakkaiden kasvuun alueella. Useassa kunnassa on myös jo voimassa olevia yleis- ja asemakaavoja kaupallisille palveluille.

Maakuntakaavassa keskusta-alueet ovat laajoja. Imatra ja Lappeenranta ovat tehneet tavoitteita keskusta-alueelle, siten että keskusta-alue on jaettu toiminnallisiin kokonaisuuksiin. Keskusta-alueille pyritään luomaan riittävästi mahdollisuuksia uuden liiketilan rakentamiselle. Imatralla on tavoitteena Mansikkalan laajennus länteen päin, niin että keskusta-alue yhdistyy Korvenkannan kaupan alueeseen. Myös Vuoksenniskan keskusta-aluetta pyritään laajentamaan. Lappeenrannassa Myllymäen alue on suunnitelmissa liikekeskusta-aluetta.

Parikkalan keskustassa on vireillä kaupan hanke, ja tämän lisäksi on tavoitteena mahdollistaa muutakin uutta liiketilaa keskustaan. Luumäen keskustassa on vireillä kaksi kaupan hanketta, mutta mitoitustavoitetta ei keskustalle ole luotu. Myöskään muissakaan pienissä keskuksissa ei ole varsinaisia mitoitustavoitteita, mutta yleisenä tavoitteena on kaupan kehittämisen mahdollistaminen keskustoissa.

Keskustojen ohella uutta kaupan liiketilaa voidaan kuntien tavoitteissa suunnata myös keskustojen ulkopuolisille alueille. Maakunnassa on tavoitteita usealle uudelle vähittäiskaupan suuryksikölle, koska alueen ostovoima on kasvussa ja koska kasvavan venäläisten matkailun takia halutaan kehittää uusia matkailua palvelevia kauppapaikkoja. Lisäksi vähittäiskaupan suuryksiköiden määrän lisäämiseen vaikutta uusi laki, jonka mukaan myös seudulliset tilaa vaativan kaupan suuryksiköt tulee merkitä maakuntakaavan.

Imatralla tavoitteena on, että vähittäiskaupan suuryksikköalueiden kauppa on pääosin tilaa vaativaa kauppaa. Lisäksi mm. Korvenkantaan voidaan osayleiskaavan mukaan sijoittaa myös matkailuun painottuvaa kauppaa. Lappeenrannassa vähittäiskaupan suuryksikköalueiden mitoituksen pohjana on keskustan ulkopuolisille alueille suunnatun kaupan liiketilatarve.

Parikkalassa tavoitteena on mahdollistaa Koirniemen alueelle sekä tilaa vaativaa kauppaa että matkailua palvelevaa kauppaa. Luumäellä suunnitellaan Somerharjuun outlet-kauppaa tai vastaavaa erikoiskauppaa sekä Puukylään liikenneasemaa ja sen yhteyteen muutakin kauppaa. Kaupan konseptit näille alueille olisivat sellaisia, joilla ei ole toimintaedellytyksiä keskustoissa.



Somerharjussa on suunnitteilla matkailukeskuksen laajennus.

Kaupan selvityksen ohjausryhmässä on yleisesti keskusteltu, että vähittäiskaupan suuryksikköalueille suunnataan tilaa vaativaa kauppaa. Keskustakauppaa suunnataan keskustoihin ja niiden laajennusalueille (Myllymäki, Mansikkala-Korvenkanta). Keskustakaupan mahdollisuuksia tarvitaan kuitenkin jonkin verran myös muilla alueilla, koska on olemassa sellaisia kaupan konsepteja, joita ei keskustoissa voi kehittää. Lisäksi maakunnassa tulee voida vastata kaupan konseptien muuttumiseen, niin että myös uusille kaupan konsepteille ja toimijoille voidaan osoittaa kauppapaikkoja. Keskustahankkeet ovat usein hyvin hitaita, koska alueelle on useita kiinteistönomistajia. Näin ollen varauksien tulee olla kaupan laajentamiseen lähialueella, jos kaupan kehittäminen keskustassa ei onnistu.

Maaseutualueilta ja kaupunkien taajamien reunamilta kaupan palvelut ovat maakunnassa loppuneet tai vähentyneet merkittävästi. Päivittäistavarapalvelujakin täytyy usein hakea hyvinkin kaukaa suurista keskuksista. Maaseudulle tulee lisätä palveluja kylien ja myös haja-asutusalueen asukkaille, loma-asukkaille sekä matkailijoille, millä voidaan todennäköisesti vähentää matkailun sekä myös pysyvän ja loma asukkaiden asiointiliikennettä.
Tavoitteena maakunnassa on palvella asukkaiden sekä loma-asukkaiden ohella siis myös venäläisiä asiakkaita ja matkailijoita. Matkailijoiden tarpeet ovat pääosin keskustatyyppistä kauppaa ja näin ollen matkailua palvelevaa kauppaa tulee voida sijoittaa myös keskustojen ulkopuolisille kaupan alueille, sellaisille alueille, jotka palvelevat matkailua mahdollisimman hyvin ja jotka ovat matkailijoiden lähtökohdista mahdollisimman hyvin saavutettavissa. Tällä voidaan vähentää matkailun asiointiliikennettä.

5.3 Vähittäiskaupan sijoittumisen kannalta potentiaaliset alueet

Palveluverkon kehittämisen pääpaino on nykyisen palveluverkon kehittämisessä. Lisäksi Etelä-Karjalassa on vireillä suunnitelmia uusista kauppapaikoista, koska alueen ostovoima on kasvussa kasvavien matkailijamäärien vaikutuksesta.

Etelä-Karjalan palveluverkko muodostuu useista eritasoisista keskuksista. Pääkeskuksiin eli Lappeenrantaan ja Imatralle on sijoittunut valtaosa maakunnan erikoiskaupasta. Näiden suurimpien kuntien keskustat ovat edelleen ensisijaisia keskustakaupan kehitysalueita. Lisäksi nämä ovat potentiaalisimmat keskustat, joissa keskustakauppa voi voimakkaimmin kasvaa. Koska keskusta-alueet ovat laajoja on alueella tilaa myös vähittäiskaupan suuryksiköille. Lappeenranta ja Imatra ovat ne keskukset maakunnassa, joihin suuntautuu eniten venäläisten ostovoimaa.

Imatran pääkeskustan (Imatrankoski/Mansikkala) keskusta-alue on laaja. Alue jakautuu toiminnallisesti kahteen osaan. Imatrankoski on tiivis keskustamainen erikoiskaupan keskus. Mansikkalan rakenne painottuu market-kauppaan ja tätä tukevaan kauppaan. Mansikkalan alueelle on Imatrankoskea helpompaa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikköjä.

Lappeenrannan keskusta-alue jakautuu myös useaan toiminnalliseen kokonaisuuteen. Ydinkeskusta-alue on tiivis erikoiskaupan keskus. Alueelle on haastavaa tiiviin rakenteen ja lukuisten kiinteistönomistajien takia saada toteutettua merkittäväsi uutta erikoiskaupan tarjontaa. Leirin ja Reijolan alueet painottuvat market-kauppaan. Alueella on vähittäiskaupan suuryksiköitä sekä myös pienempiä erikoiskauppoja ja palveluita. Lappeenrannan keskusta-alue on laaja ja alueella on kokonaisuudessaan merkittävästi kehityspotentiaalia.

Pääkeskusten ohella Imatralla on Vuoksenniska monipuolinen keskus, jolla on myös seudullista merkitystä. Vuoksenniska palvelee paikallisen asutuksen lisäksi myös mm. Ruokolahtea sekä loma-asukkaita hyvä saavutettavuuden ansiosta. Seudullinen erikoiskaupan tarjonta ei Vuoksenniskalla tule todennäköisesti merkittävästi kasvamaan, koska se keskittyy ensisijaisesti Imatrankoskelle, Mansikkalaan ja Korvenkantaan, mutta alueella on pienimuotoista potentiaalia tilaa vaativan kaupan kehittämiselle.



Pienet keskukset tarjoavat lähipalveluita alueen asukkaille.

Maakunnan pienempien kuntien keskustojen merkitys palveluverkossa on paikallis- ja lähipalveluissa. Näiden keskusten kehityksen painopisteenä ovat paikalliset asukkaat ja heille tuotettavat paikallispalvelut. Paikallisille kehityshankkeille olisi kysyntää, koska ostovoimaa virtaa nykyään merkittävästi muualle. Haasteena on kuitenkin saada keskustoihin uusia toimijoita.

Keskusten ohella paikallispalveluita ja lähipalveluita voidaan hyvin sijoittaa myös suurten keskustojen taajama-alueille, mikäli läheisyydessä asuu riittävästi asukkaita. Päivittäistavarakaupan lähtökohdista tiivis ydinkeskusta ei aina ole optimaalisin sijaintipaikka. Lisäksi on hyvä että päivittäistavarakaupan verkko on mahdollisimman tiheä, eikä keskittynyt vain ydinkeskustaan.

Nykyisten keskusta-alueiden ohella merkittävä kauppapaikka on Lappeenrannan keskusta-alueen laajennusosa Myllymäen liikekeskusta. Keskustoja täydentää vähittäiskaupan suuryksikköverkko. Osa näistä kuntien suunnitelmissa olevista vähittäiskaupan suuryksiköistä sijoittuu kiinni taajamarakenteeseen, mutta osa on irrallisia kauppapaikkoja, joiden merkitys on pääosin matkailullinen.

Imatralla on suunnitelmia useista vähittäiskaupan suuryksikköalueista. Näistä merkittävin on Korvenkanta, joka sijoittuu Mansikkalan reunaan. Imatran kaupunki tehnyt YIT:n kanssa aiesopimuksen liike- ja kauppakeskuksen rakentamisesta alueelle. Lisäksi alueelle rakentuu ABC-liikenneasema. Matkailu on kasvamassa huomattavasti lähivuosina sekä Rauha-Tiuruniemi -alueella että Ukonniemen alueella, mikä luo mielenkiintoa ja palveluiden kysyntää Korvenkannan alueelle. Keskittymä soveltuu siten matkailijoille suunnattuun kauppaan sekä tilaa vaativaan kauppaan. Lähialueella on paljon asutusta ja alue on hyvin myös seudun asukkaiden saavutettavissa, joten alue tulee palvelemaan myös asutusta. Alueelle voidaan sijoittaa sellaista kauppaa ja palveluita, joihin suurin osa asiakaskuntaa tulee kaukaa ja jota ei keskustoihin voida sijoittaa. Tavoitteena on, ettei alueelle sijoiteta sellaista kauppaa, joka heikentää keskustan palveluita. Korvenkannan alue jatkuu myös Lappeenrannan puolella.

Sotkulampi sijoittuu keskeiselle paikalle Mansikkalan ja Vuoksenniskan väliin. Alueella on tällä hetkellä rautakauppa, jolla on laajennussuunnitelmia. Alue soveltuu hyvin tilaa vaativan kaupan kehitysalueeksi Imatralla. Alueelle soveltuu myös matkailu- ja liikennepainotteinen kauppa hyvän saavuttavuuden ansioista. Teppanala sijoittuu Sotkulampea lähemmäksi raja-asemaa. Alue kiinnostaa kauppaa ja alueelta on jo varattu tontteja liikerakentamiselle. Rajan läheisyyden takia alue soveltuu matkailua palvelevan kaupan keskittymäksi. Sotkulammen ja Korvenkannan alueet ovat paremmin saavutettavissa seudun asukkaiden näkökulmasta, joten ne soveltuvat Teppanalaa paremmin seudun asukkaita palvelevalle kaupalle.

Voimassa olevassa maakuntakaavassa on vähittäiskaupan suuryksikkömerkintä Rautjärvellä Änkilässä. Alueen kehittäminen liikennepalvelujen ja kaupan alueena palvelee sekä alueen asutusta että väyläkulkijoita ja matkailijoita. Ruokolahdella on Ortilammmen, Myllyntaustan ja Virmutjoen alueilla pientä potentiaalia kaupan alueiden kehittämiseksi. Alueet soveltuvat pienimuotoiseksi liikennepalveluita tarjoavaksi ja ohikulkevia matkailijoita palvelevaksi alueeksi. Lähialueiden oma ostovoima on pientä. Ruokolahden alueista Myllyntausta on parhaiten kiinni nykyisessä taajamarakenteessa.

Parikkala on Imatran seudun kunnista toiseksi suurin ja Parikkalaan on suunnitelmissa uuden raja-aseman avaaminen tulevaisuudessa. Parikkala on alueensa taloudellis-hallinnollinen keskus, jossa on monipuoliset yksityiset ja julkiset palvelut. Keskustaajaman palveluita käyttää Parikkalasta ja ympäristökunnista on n. 10 000 asiakasta. Parikkalasta on muodostunut luonteva asiointikeskus paitsi maaseutupaikkakunnalle harvinaisen monipuolisen palvelutarjonnan ansioista myös liikenteellisesti edullisen sijaintinsa vuoksi. Parikkalassa on

potentiaalia kaupan kehittymiselle. Keskustaa kehitetään asutusta palvelevana kaupan keskuksena. Tilaa vaativaa kauppaa voidaan kehittää keskustan ulkopuolella mm. Koirniemen alueella. Raja-aseman toiminnan laajentaminen ja kansainvälistäminen luo merkittäviä mahdollisuuksia alueella myös matkailua palvelevalle kaupalle.

Lappeenrannan seudulla vähittäiskaupan suuryksikkösuunnitelmat painottuvat Lappeenrantaan. Mälkiän alueelle Nuijamaantien risteykseen on voimassa olevassa maakuntakaavassa osoitettu vähittäiskaupan suuryksikkö. Alue sijoittuu keskeiselle paikalle kaupunkirakenteeseen ja alue on yksi kaupungin uusista kaupan alueista, joissa on merkittäviä mahdollisuuksia sijoittaa sellaisia uusia suuria vähittäiskaupan yksiköitä, joita ei keskustaan ole mahdollista sijoittaa. Alue palvelee sekä kaupungin asukkaita, seudun asukkaita että venäläisiä asiakkaita.

Viipurinportti on tällä hetkellä vilkas liikenneasema-alue keskeisellä paikalla Lappeenrannan kaupunkirakenteessa. Alue on hyvin saavutettavissa ja alueen läheisyydessä asuu merkittävä määrä asukkaita. Alue soveltuu sekä seudulliselle tilaa vaativalle kaupalle että matkailua palvelevalle kaupalle.

Nuijamaa sopii matkailua palvelevan kaupan kehitysalueeksi. Merkittäviä paikallisia kaupan yksiöitä ei alueelle kannata sijoittaa, koska alueen läheisyydessä on vähän asukkaita ja alueen saavutettavuus paikallisten asukkaiden näkökulmasta ei ole ihanteellinen. Mustola sopii Nuijamaan tavoin matkailua palvelevalle kaupalle, koska se sijoittuu lähelle raja-asemaa. Mustola tukeutuu osin myös Mälkiän alueen palveluihin.

Joutsenon Annukan alue on ollut perinteinen matkailua ja liikennettä palveleva kauppapaikka. Sen asema kauppapaikkana on viime vuosina heikentynyt johtuen hankalasta saavutettavuudesta. Alueen kehittämiselle tulee luoda edellytyksiä.

Lavola ja Selkäharju ovat tulevaisuuden kaupan alueita Lappeenrannassa. Alueet soveltuvat tilaa vaativalle kaupalle, jotka palvelevat seudun asukkaiden lisäksi jonkin verran myös venäläisiä. Näistä Lavola sijoittuu osin nykyiseen taajamarakenteeseen ja alueen läheisyydessä asuu kohtalaisen paljon asukkaita. Lavolaan voidaan näin ollen sijoittaa myös jonkin verran sellaista erikoiskauppaa, joka laatunsa vuoksi soveltuu sijoitettavaksi vähittäiskaupan suuryksikköalueelle. Lavola on asukkaita palvelevan kaupan kannalta parempi alue kuin Selkäharju, koska sen läheisyydessä on enemmän asutusta. Tosin Selkäharjun läheisyyteen ollaan kaavoittamassa lisää asutusta. Selkäharjussa on lisäksi olemassa olevaa rakennuskantaa ja rakennettua infraa, jotka soveltuvat sekä tilaa vaativalle kaupalle että matkailua palvelevalle kaupalle.

Lappeenrannan seudulla on Lappeenrannan kauppapaikkojen lisäksi kauppapaikkoja myös muissa kunnissa. Seudun kunnat ovat pieniä, joten alueiden kehittämisedellytykset nojaavat osin matkailijoihin, loma-asukkaisiin sekä muihin väyläkulkijoihin. Alueet sopivat lähinnä pienimuotoiselle tilaa vaativalle kaupalle sekä liikenne- ja matkailupalveluille.

Luumäen Rantisilanmäki on nykyisessä maakuntakaavassa vähittäiskaupan suuryksikköalue. Alueella on tällä hetkellä liikenneasemapalveluita. Aluetta voidaan kehittää nykyisten palveluiden pohjalta matkailijoita ja ohiajavaa liikennettä palvelevaksi kauppapaikaksi. Maakuntakaavaan merkitty matkailun ja virkistyksen kehittämisen kohdealue Taavetin lomakeskuksessa tukee alueen matkailullista potentiaalia.

Luumäen Somerharjulla on tällä hetkellä liikenne/matkailupalvelukeskus, joka on tyhjillään. Kiinteistö on saanut uuden omistajan, jolla on aikomus kehittää kiinteistön toimintaa. Somerharju jää irralleen Luumäen muusta yhdyskuntarakenteesta. Alue sijoittuu kuitenkin

maakuntakaavan seutukeskuksen kehittämisvyöhykkeelle sekä tuotannon ja palveluiden kehittämisen kohdealueelle. Alue soveltuu matkailua ja ohikulkuliikennettä palvelevalle kaupalle.

Luumäellä Taavetin Puukylän kehittäminen liikenne- ja matkailupainotteisen kaupan alueena on mahdollista. Alueelle soveltuu myös tilaa vaativan kaupan palveluita, koska alue sijoittuu asutuksen tuntumaan ja alueelle on kaavoitettu työpaikkoja. Alueelle on suunnitteilla liikenneasema ja sen yhteyteen myös liiketiloja.

Valtatien E-18 suunnittelussa vahvana teemana on ollut tievarsipalveluiden kehittäminen ja kysyntään perustuvien palveluiden osoittaminen sopiville elinkeinoelämää tukeville tienvarsi-alueille. Saman periaatteen mukaan myös valtatien 6 varren kysyntään perustuvia palveluja kehitetään ja siinä otetaan huomioon erityisesti jo olevat palvelurakenteet. Valtatien 6 kehittäminen tuo uusia mahdollisuuksia matkailun ja kaupallisten palvelujen kehittämiseen valtatien varrelle. Tämä tavoite heijastuu hyvin esimerkiksi Luumäen alueella sekä muissa valtatien 6 varrella olevissa kauppapaikoissa.

Voimassa olevassa maakuntakaavassa Savitaipaleen keskustan sisääntuloväylän alue on merkitty vähittäiskaupan suuryksikköalueeksi. Alue sijoittuu lähelle keskustaa ja soveltuukin täten kunnan asukkaita palvelevalle tilaa vaativalle kaupalle sekä liikennepalveluita tarjoavalle toiminnalle.

5.4 Keskustojen ja vähittäiskaupan suuryksiköiden mitoitus Etelä-Karjalassa

Etelä-Karjalan 1. vaihemaakuntakaavan luonnoksen mitoituksen taustalla ovat laskennallinen liiketilan lisätarve sekä kuntien suunnitelmat ja tavoitteet kaupan alueiden kehittämiseksi. Merkittävä lähtökohta kaupan kehittämiseen on venäläisten matkailijoiden voimakas kasvu maakunnassa. Alustavassa mitoituksessa ei ole mukana nykyisiä liiketiloja.

Vaihemaakuntakaavan luonnoksessa keskustatoimintojen alueet/merkinnät ovat pääosin samoja kuin voimassa olevassa maakuntakaavassa. Uusia merkintöjä ovat Vuoksenniskan ja Lappeenrannan keskustan laajennusalueet, jotka on osoitettu liikekeskustan alueiksi. Näille on luonnoksessa osoitettu oma mitoitus. Uusi c-1 merkintä on osoitettu Lappeenrannan Korvenkylään. Rauhan matkailukeskuksen vaikutuksesta aluetta kehitetään laatukäytävään kuuluvana aluekeskuksena.

Vaihemaakuntakaavan luonnoksessa keskustojen ja vähittäiskaupan suuryksiköiden alustava mitoitus koskee alueelle sijoittuvaa uutta kauppaa. Alustava mitoitus koskee kaikkea kauppaa sekä vähittäiskaupan suuryksiköitä että pieniä myymälöitä. Keskustojen mitoitus on pääosin osoitettu kaikelle vähittäiskaupalle. Joissakin keskuksissa on erikseen mainittu tilaa vaativan kaupan suuryksiköiden osuus. Esimerkiksi Vuoksenniskan liikekeskustan mitoitus on suunnattu tilaa vaativalle kaupalle.

Etelä-Karjala Vaihemaakuntakaava I Luonnos
Mitoitus keskustoissa

k-m^2		Yhteensä	Km-1	Km-2
Imatra	Imatrankoski-Mansikkala	66 000	49 000	17 000
	Vuoksenniska	2 000		2 000
	Vuoksenniskan laajennus	5 000		5 000
Parikkala		8 000	8 000	
Rautjärvi	Simpele	3 000	3 000	
Ruokolahti	Rasila	5 000	5 000	
Imatran seutu		**89 000**		
Lappeenranta	Ydin, Leiri, Reijola	403 000		
	Myllymäki	26 000		
	Lauritsala	3 000	3 000	
	Sammonlahti	3 000	3 000	
	Joutseno	8 000	8 000	
	Korvenkylä	3 000	3 000	
Lemi		3 000	3 000	
Luumäki	Taavetti	5 000	5 000	
Savitaipale		3 000	3 000	
Suomenniemi		2 000	2 000	
Taipalsaari	kk - Saimaanharju	3 000	3 000	
Lappeenrannan seutu		**462 000**		
Etelä-Karjala		**551 000**		

Keskustojen ulkopuolisia alueita on vaihemaakuntakaavan luonnoksessa osoitettu useita. Osa näistä on jo voimassa olevassa maakuntakaavassa. Suurin osa alueista on uusia. Uusia alueita on osoitettu vaihemaakuntakaavaan, koska venäläisten matkailijoiden määrä maakunnassa on voimakkaassa kasvussa. Lisäksi uusia alueita on luonnoksessa esitetty, koska uuden maankäyttö- ja rakennuslain mukaan myös tilaa vaativan kaupan suuryksiköt kuuluvat vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevan lain piiriin.

Vähittäiskaupan suuryksikköjä on vaihemaakuntakaavaluonnoksessa kolmenlaisia. Km-1 mitoitus on osoitettu vähittäiskaupalle, km-2 tilaa vaativalle kaupalle ja km-3 matkailua palvelevaa kaupalle. Valtaosalla vähittäiskaupan suuryksiköistä sallitaan ainoastaan tilaa vaativaa kauppaa ja/tai matkailua palvelevaa kauppaa.

Etelä-Karjala Vaihemaakuntakaava I Luonnos
Mitoitus vähittäiskaupan suuryksiköissä

k-m^2		Yhteensä	Km-1	Km-2	Km-3
Imarta	Korvenkanta	161 500	106 500	55 000	
	Sotkulampi	60 000		60 000	
	Teppanala	17 000			17 000
Parikkala	Koirniemi	60 000		40 000	20 000
Rautjärvi	Änkilä	30 000			30 000
	Simpele	10 000		10 000	
Ruokolahti	Oritlampi	3 000			3 000
	Myllyntausta	3 000			3 000
	Virmutjoki	3 000			3 000
Imatran seutu		**347 500**	**106 500**	**165 000**	**76 000**
Lappeenranta	Nuijamaantien risteys	127 000	72 000	55 000	
	Viipurinportti	13 000		7 000	6 000
	Mustola	13 000		6 000	7 000
	Lavola	7 000	4 000	3 000	
	Selkäharju	10 000		4 500	5 500
	Nuijamaa	16 000		7 500	8 500
	Korvenkanta	13 000	7 000	6 000	
	Kaukas	3 000	3 000		
	Joutseno Annukka	3 000			3 000
Luumäki	Rantsilanmäki	34 000		17 000	17 000
	Puukylä	10 000		5 000	5 000
	Somerharju	5 000			5 000
Savitaipale	ABC-alue	5 000		5 000	
Lappeenrannan seutu		**259 000**	**86 000**	**116 000**	**57 000**
Etelä-Karjala		**606 500**	**192 500**	**281 000**	**133 000**

Alustava mitoitus vähittäiskaupan suuryksiöissä koskee kaikkea liiketilaa vähittäiskaupan suuryksiköiden ohella, siis myös pieniä yksiköitä. Alustava mitoitus on osoitettu vain uudelle liiketilalle. Nykyisiä liiketiloja ei siis alustavassa mitoituksessa ole otettu huomioon.

6 VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

Vaikutusten arvioinnilla selvitetään luvussa 5 esitetyn 1. vaihemaakuntakaavan luonnoksen mukaisen keskusta-vähittäiskaupan suuryksikkö -verkon vaikutuksia keskustoihin ja niiden kehittämiseen sekä muuhun palveluverkkoon. Lisäksi arvioidaan vaikutuksia asiointiliikenteeseen. Tavoitteena on edistää sellaisen palveluverkon muodostumista jossa asiointimatkat ovat kohtuullisia ja liikenteen haitat mahdollisimman vähäisiä.

Vaikutusarvioinnin ensimmäisessä luvussa tarkastellaan liiketilan laskennallista lisätarvetta sekä sen suhdetta maakuntakaavassa osoitettavaan mitoitukseen. Toisessa luvussa verrataan 1. vaihemaakuntakaavan mukaista mitoitusta tässä selvityksessä laskettuun liiketilan lisätarpeeseen. Varsinaisessa vaikutusten arvioinnissa arvioidaan esitetyn mitoituksen mukaisen palveluverkon vaikutuksia keskusta-alueisiin sekä asiointiliikenteeseen.

6.1 Laskennallinen liiketilan lisätarve

Selvityksessä on laskettu laskennallinen liiketilan lisätarve, joka perustuu asukkaiden ostovoiman kasvuun sekä venäläisten rahankäytön kasvuun maakunnassa. Laskennallinen tarve on vain teoreettinen arvio tulevaisuudessa tarvittavasta liiketilan lisätarpeesta. Tulokseen vaikuttaa usea muuttuja ja laskennassa on mukana paljon epävarmuustekijöitä. Näitä ovat mm. venäläisten matkailijoiden määrän ja rahankäytön kasvu, väestön kasvu, väestön sijoittuminen, ostovoiman kasvu ja myyntitehokkuus.

Asukkaiden osuus koko laskennallisessa liiketilan lisätarpeessa on pieni. Tässäkin arviossa on kuitenkin epävarmuustekijöitä. Väestöennusteen pohjana on käytetty Tilastokeskuksen ennustetta. Ennuste pohjautuu menneeseen trendiin eikä ota huomioon mm. yhteiskunta- tai aluepoliittisten päätösten vaikutusta tulevaan väestönkehitykseen. Etelä-Karjalan alueelliselle kehitykselle on olemassa positiivisia näkymiä ja mahdollisia uusia työpaikkoja syntyy alueelle huomattavia määriä kasvavan venäjän matkailun vuoksi. Mikäli venäläisten matkailijoiden määrä kasvaa alueella ennustetulla tavalla, syntyy alueelle uusia kaupan ja palvelun työpaikkoja. Näitä työpaikkoja ei pystytä täyttämään paikallisväestön voimin, vaan alueelle tarvitaan uusia asukkaita. Tätä ei asukasennusteessa ole otettu huomioon, eli todennäköisesti asukasmäärä kasvaa tässä selvityksessä ennustettua nopeammin, mikä kasvattaa alueen ostovoimaa ja täten myös liiketilan laskennallista lisätarvetta.

Asukkaiden ostovoiman kasvu on selvityksessä myös arvioitu varovasti. Kauppa on viimeisen vuosikymmenen aikana kasvanut merkittävästi enemmän. Mikäli kasvu tulee tulevaisuudessa olemaan suurempaa, kuin mitä tässä selvityksessä on oletettu, liiketilatarve tulee täyttymään arvioitua nopeammin.

Asukkaiden ostovoima voi myös vaihtoehtoisesti kasvaa tarkastelujaksolla arvioitua hitaammin. Ikärakenteen muutos saattaa siirtää kasvua palveluihin arvoitua enemmän. Myös internetkauppa voi arvioitua herkemmin korvata nykyistä myymälärakennetta. Ostovoiman kasvu ei tällöin suuntautuisi nykyisen mittakaavan mukaisesti uusiin liiketiloihin ja liiketilatarve jäisi arvioitua vähäisemmäksi.

Suuren epävarmuuden liiketilan lisätarvelaskelmaan tuovat venäläiset matkailijat. Venäläisten matkailijoiden määrän ennakoidaan kasvavan maakunnassa hyvin merkittävästi. Myös venäläisten rahankäytön kasvu on suurta, paljon suurempaa kuin asukkaiden ostovoiman kasvu maakunnassa. Matkailijoiden ostovoiman ja sen kasvun arvioiminen on epävarmempaa kuin asukasostovoiman kasvun arvioiminen. Vähittäiskaupan myynti on pitkällä tähtäimellä kehittynyt varsin tasaisesti, kun taas venäläisten matkailijoiden määrissä on tapahtunut suuriakin heilahteluja. Epävarmuus heijastuu matkailijamäärien ennusteissa siten, että

eri skenaarioiden väliset erot ovat hyvin suuria. Tässä selvityksessä esitetyt matkailijamäärä-ennusteet vaihtelevat 9-37 miljoonan välillä.

Venäläisten matkailijoiden rahankäytön kasvusta johtuvaan liiketilan lisätarpeeseen vaikuttavat mm. venäläisten määrä ja rahankäyttö matkaa kohden sekä alueellinen jakautuminen. Lisäksi liiketilan lisätarpeeseen vaikuttaa myös laskelmissa käytetty myyntiteho. Eri ennusteiden pohjalta laskettu liiketilan lisätarve vaihteleekin 500.000-1.700.000 kerrosneliömetrin välillä.

Myyntitehokkuuden on selvityksessä oletettu asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta lasketussa liiketilan lisätarpeessa säilyvän keskimääräisellä nykytasolla. Todellisuudessa se voi joko nousta tai laskea. Jos myyntitehokkuus nousee suuresti, se nostaa yritysten halukkuutta sijoittua alueelle. Tämä taas lisää kilpailua ja laskee myyntitehokkuutta. Toisaalta myyntitehokkuus voi myös laskea väljentyvien kaupan konseptien myötä. Kaupan valikoimat kasvavat vaativien asiakkaiden myötä, mikä vastaavasti lisää pinta-alatarvetta, vaikkei myynti kasvaisikaan. Päivittäistavarakaupassa mm. tuotevalikoimat ovat kasvaneet hyvin merkittävästi. Esimerkiksi ennen kaupassa myyntiin vain kahta maitoa (kulutus- ja kevytmaitoa), kun taas nykyään maitohyllyistä löytyy varmasti yli kymmentä eri maitolaatua. Sama näkyy myös muissa tuoteryhmissä. Myös erikoiskaupassa kuluttajat ovat valikoimien laajuuden suhteen entistä vaativampia, halutaan sekä edullista pintamuotia että laadukasta kallista muotia. Osalla ostovoiman kasvu kuluu määrään ja osalla laatuun ja tarvitaan usean tyyppisiä myymälöitä. Autokaupassa liiketilatarve kasvaa, koska käytettyjä autoja myydään entistä enemmän sisätiloissa. Niinpä autokaupassa pinta-ala kasvaa, vaikkei myynti samassa suhteessa kasvaisikaan.

Etelä-Karjalan liiton kokoaman venäläisten matkailijamäärien ennustetaulukon pohjalta tehdyssä laskelmassa myyntitehokkuuden on arvoitu olevan 20 % asukaslaskelmaa korkeampi. Mikäli rahankäyttö tulee kasvamaan luvussa 3.8 tehdyn arvion mukaan, tämä edellyttää hyvin suurta määrää uutta liiketilaa maakuntaan. Rahankäytön kasvu tulee olemaan niin nopeaa ja toisaalta myös epävarmaa, ettei siihen pystytä liikerakentamisella vastaamaan riittävän nopeasti. Näin ollen myyntiteho tullee kasvamaan.

Laskennallinen liiketilan lisätarve on pohjana maakuntakaavan mitoitukselle. Se ei kuitenkaan ole suoraan maakuntakaavan mitoitus. Laskennassa on sen verran epävarmuustekijöitä, että laskelmaan on syytä tuoda väljyyttä, ettei maakuntakaavalla rajoiteta liikaa kaupan kehitystä ja kilpailua. Maakuntakaavan mitoituksessa on siten syytä ottaa huomioon joustovara. Kaavallinen mitoitus tuo kaavoitukseen joustavuutta ja maakuntakaavassa tarvitaan vaihtoehtoisia kauppapaikkoja. Kaavat eivät yleensä toteudu täysmääräisinä eikä lasketussa tarpeessa ole otetuttu huomioon myymäläpoistumaa, joka lisää mitoitusta. Tyypillistä on, että pitkällä tähtäimellä epäsopivat ja huonoilla paikoilla sijaitsevat myymälätilat poistuvat käytöstä ja rakennuksen käyttötarkoitus voi muuttua.

Maakuntakaavassa mitoitus tulee osoittaa riittävän suurena suhteessa laskennalliseen liiketilan lisätarpeeseen. Maakuntakaavan pitää olla mahdollistava, jolloin mitoituksessa lähtökohdaksi tulisi ottaa suurimmat ennusteet. Mikäli ennustetaan liian varovaisesti ja mitoitetaan liian varovaisesti, eivät ennustetut matkailijamäärät pysty toteutumaan, koska tarjontaa ei maakunnassa ole riittävästi. Maakuntakaavassa kaupan varausten tulee olla riittävä suuria, jotta kauppa lähtee kehittämään konseptiaan, lisäksi riittävän suurta, jotta venäläisiä voidaan alueelle houkutella.

Mikäli käykin niin, etteivät ennustetut matkailijamäärät alueella toteudu, ei myöskään kauppa todennäköisesti ryhtyisi laajenemaan niin mittavasti, kuin mitä tässä selvityksessä on

laskettu. Mikäli kysyntää ei olekaan, ei liikerakentaminenkaan toteudu. Näin ollen maakuntakaavaan vain jäisi toteutumattomia kauppapaikkoja ja varauksia.

Maakuntakaavalla tulee mahdollistaa kaupan kehittyminen sekä yritysten välinen kilpailu toimialalla. Lisäksi tulee luoda edellytyksiä uusien toimijoiden tulolle markkinoille. Kaavallinen mitoitus antaa joustoa sen suhteen, että ostovoima, paikallisten tai matkailijoiden, kasvaakin nyt arvioitua nopeammin. Joustavuutta edellyttää myös kaupan konseptien kehittyminen. Uudet kaupan konseptit vaativat usein enemmän tilaa kuin perinteiset konseptit. Lisätila tuo väljyyttä ja mukavuutta asiointiin, ja kauppaan liittyy myös elämyksiä ja palveluita, jotka vaativat tilaa.

Maakuntakaavan mitoituksessa tulee siis olla väljyyttä, ettei maakuntakaavalla rajoiteta kaupan kehitystä ja kilpailua. Kaikki kaavoitetut kauppapaikat eivät tule toteutumaan. Yleensäkin kaavat toteutuvat vain osittain ja toteutumatta jäävä osa jää tulevaisuuden varaukseksi. Vaihtoehtoiset kauppapaikat luovat riittävästi edellytyksiä kilpailulle. Kaavoissa tulee siten myös olla ylitarjontaa, sillä näin yrityksille löytyy vaihtoehtoisia sijaintipaikkoja eikä liikepaikoista tule niukkuutta, joka taas kasvattaa merkittävästi hintoja.

Venäläisten merkitys maakunnan kaupan kasvussa on niin suuri, että maakuntakaavaan on syytä osoittaa uusia venäläisille suunnattuja kauppapaikkoja. Näistä esimerkkejä ovat jo nyt osittain rakentuneet Nuijamaa ja Mustola. Laskennallinen liiketilan lisätarve on niin suuri, ettei sitä pystytä nykyisiin kauppapaikkoihin sijoittamaan. Venäläisten asiakkaiden kysyntä on myös osin erilaista kuin maakunnan asukkaiden, joten on luontevaa että syntyy uusia venäläisiä palvelevia kauppapaikkoja. Keskustat eivät kaikilta osin ole ensisijaisia matkailijoiden kauppapaikkoja vaan ne keskittymät, jotka ovat lähellä rajaa, matkareitin varrella tai muuten helposti saavutettavissa. Näin myös asiointimatkat pysyvät mahdollisimman vähäisinä.

6.2 Kaupan mitoituksen vertailua laskennalliseen liiketilan lisätarpeeseen

Etelä-Karjalan 1. vaihemaakuntakaavan luonnoksen mitoituksen taustalla ovat laskennallinen liiketilan lisätarve sekä kuntien suunnitelmat ja tavoitteet kaupan alueiden kehittämiseksi. Alustavan luonnoksen mitoitus koskee uutta liiketilaa. Tätä maakuntakaavan mahdollistamaa uutta liiketilaa on verrattu laskennalliseen liiketilan lisätarpeeseen. Vertailuun on otettu kolme suurimman kasvun vaihtoehtoa. Suurimpia skenaarioita pidetään hyvänä pohjana maakuntakaavan mitoitukselle, jottei maakunnan matkailun kehitys hidastuisi sen takia, että maakuntakaavan kaupan mitoitus on liian alhainen.

Etelä-Karjala Vaihemaakuntakaava I Luonnos
Keskustat ja vähittäiskaupan suuryksiköt

k-m^2	Keskustat	Km-alueet	Yhteensä
Imatran seutu	89 000	347 500	436 500
Lappeenrannan seutu	462 000	259 000	721 000
Etelä-Karjala	**551 000**	**606 500**	**1 157 500**

k-m^2	Km-1	Km-2	Km-3	Yhteensä
Imatran seutu	171 500	189 000	76 000	436 500
Lappeenrannan seutu	548 000	116 000	57 000	721 000
Etelä-Karjala	**719 500**	**305 000**	**133 000**	**1 157 500**

k-m^2	Keskusta-kauppa*	Muut liiketilat**	Yhteensä
Imatran seutu	247 500	189 000	436 500
Lappeenrannan seutu	605 000	116 000	721 000
Etelä-Karjala	**852 500**	**305 000**	**1 157 500**

* K-m1 ja k-m3
** K-m2

Vaihemaakuntakaavan luonnoksessa liiketilan kokonaismitoitus on 1,16 miljoonaa kerrosneliömetriä. Luonnoksessa keskustoihin on suunnattu uutta liiketilaa yhteensä noin 550.000 k-m^2 ja vähittäiskaupan suuryksikköalueille noin 600.000 k-m^2. Keskustoihin on suunnattu pääosin perinteistä vähittäiskauppaa, mutta joiltakin osin mitoitusta on osoitettu myös tilaa vaativalle kaupalle. Vähittäiskaupan suuryksikköalueille on osoitettu vähittäiskauppaa, tilaa vaativaa kauppaa ja matkailua palvelevaa kauppaa.

Luonnoksessa vähittäiskauppaa (keskustakauppaa, km-1) on osoitettu kaavaan yhteensä 719.500 k-m^2. Tilaa vaativan kaupan suuryksiköille (km-2) on osoitettu liiketilaa yhteensä 305.000 k-m^2. Matkailua palvelevaa kauppaa on kaavaan osoitettu yhteensä 133.000 k-m^2. Luvut pitävät sisällään myös pienet kaupan yksiköt.

Sekä km-1 että km-2 -alueille rakentuva kauppa palvelee asutuksen lisäksi myös matkailijoita. Vähittäiskaupan suuryksikkömerkinnän km-3 -mukainen matkailua palveleva kauppa on suunnattu pääosin matkailijoille. Alueen palvelut ovat laadultaan sellaisia, etteivät ne suuressa määrin kiinnosta paikallisia asukkaita. Alueelle sijoittuva kauppa on pääosin keskustahakuista kauppaa, mutta alueelle voi sijoittua myös matkailua palvelevaa tilaa vaativaa kauppaa.

Kun verrataan vaihemaakuntakaavan luonnoksen mitoitusta laskennalliseen liiketilan lisätarpeeseen kaavallinen väljyys (+ 30%) huomioiden, niin maakunnan kokonaismitoitus on hieman suurempi kuin skenaarion +15 % mukainen liiketilan lisätarve. Vaihemaakuntakaavan luonnoksen kokonaismitoitus on selvästi alhaisempi kuin liiketilan lisätarve voimakkaimpien kasvujen skenaarioissa.

Liiketilan laskennallinen lisätarve Etelä-Karjalassa vuoteen 2025
kaavallinen mitoitus (+30 %) huomioon ottaen

Asukkaat ja venäläiset skenaario +15%

k-m²	Keskustat	Muut alueet	Yhteensä
Imatran seutu	172 600	79 000	251 600
Lappeenrannan seutu	533 000	244 700	777 700
Etelä-Karjala	**705 600**	**323 700**	**1 029 300**

Asukkaat ja venäläiset skenaario +20%

k-m²	Keskustat	Muut alueet	Yhteensä
Imatran seutu	224 600	100 400	325 000
Lappeenrannan seutu	692 400	309 400	1 001 800
Etelä-Karjala	**917 000**	**409 800**	**1 326 800**

Asukkaat ja venäläiset skenaario +25 %

k-m²	Keskustat	Muut alueet	Yhteensä
Imatran seutu	288 300	126 400	414 700
Lappeenrannan seutu	895 600	391 600	1 287 200
Etelä-Karjala	**1 183 900**	**518 000**	**1 701 900**

Asukkaat ja venäläiset skenaario +30 %

k-m²	Keskustat	Muut alueet	Yhteensä
Imatran seutu	366 500	158 000	524 500
Lappeenrannan seutu	1 138 500	490 100	1 628 600
Etelä-Karjala	**1 505 000**	**648 100**	**2 153 100**

Etelä-Karjala Vaihemaakuntakaava I Luonnos
Mitoitus vs. laskennallinen liiketilan lisätarve (+30 % kaavallinen mitoitus)

Asukkaat ja venäläiset skenaario +15 %

	Keskusta-kauppa*	Muut liiketilat**	Yhteensä
Imatran seutu	143 %	239 %	173 %
Lappeenrannan seutu	114 %	47 %	93 %
Etelä-Karjala	**121 %**	**94 %**	**112 %**

Asukkaat ja venäläiset skenaario +20 %

	Keskusta-kauppa*	Muut liiketilat**	Yhteensä
Imatran seutu	110 %	188 %	134 %
Lappeenrannan seutu	87 %	37 %	72 %
Etelä-Karjala	**93 %**	**74 %**	**87 %**

Asukkaat ja venäläiset skenaario +25 %

	Keskusta-kauppa*	Muut liiketilat**	Yhteensä
Imatran seutu	86 %	150 %	105 %
Lappeenrannan seutu	68 %	30 %	56 %
Etelä-Karjala	**72 %**	**59 %**	**68 %**

Asukkaat ja venäläiset skenaario +30 %

	Keskusta-kauppa*	Muut liiketilat**	Yhteensä
Imatran seutu	68 %	120 %	83 %
Lappeenrannan seutu	53 %	24 %	44 %
Etelä-Karjala	**57 %**	**47 %**	**54 %**

* K-m1 ja k-m3 / keskusta-alueet
** K-m2 / Muut alueet

Imatran osalta mitoitus on lähellä kasvultaan toiseksi suurinta skenaariota (sk +25 %), kun taas Lappeenrannassa lähimpänä alhaisimman kasvun skenaariota (sk +15 %). Kokonaisuudessaan laskennallinen tarve Lappeenrannassa on suurimmissa skenaariossa niin suuri, ettei sitä ehdittäne toteuttamaan maakuntakaavan tavoitevuoteen mennessä. Imatralla todennäköisesti kasvu on lähempänä suurinta ennustetta kasvavan matkailutarjonnan sekä parantuvien raja-asemapalveluiden takia.

Keskustakauppaa on vaihemaakuntakaavan alustavassa luonnoksessa osoitettu molemmille seuduille kohtalaisen tasainen määrä suhteessa laskennalliseen tarpeeseen. Tilaa vaativan kaupan mitoitusta ei vaihemaakuntakaavan luonnoksessa ole osoitettu laskennalliseen liiketilan lisätarpeeseen verrattuna niin tasaisesti. Imatran seudulla tilaa vaativan kaupan mitoitus on suurempi kuin laskennallinen liiketilan lisätarve. Vastaavasti Lappeenrannan seudulla tilaa vaativan kaupan mitoitus on pienempi kuin laskennallinen tarve. Imatran seudulla on näin ollen enemmän vaihtoehtoisia kauppapaikkoja, joista kaikki eivät tule kokonaisuudessaan todennäköisesti toteutumaan. Lappeenrannan seudulla tilaa vaativan kaupan mitoitus voisi olla suurempikin, mutta toisaalta keskusta-alue on laaja ja alueelle voidaan sijoittaa jonkin verran myös tilaa vaativaa kauppaa.

6.3 Vaikutukset keskustoihin

Keskustojen mitoitus perustuu kunnan/kunnan osa-alueen asukkaiden ostovoiman kasvuun. Lisäksi suurimmissa keskuksissa lisämitoitusta saadaan venäläisiltä asiakkailta.

Keskustoihin on vaihemaakuntakaavan luonnoksessa osoitettu lähes yhtä paljon uutta liiketilaa kuin vähittäiskaupan suuryksikköalueille. Asukkaiden ostovoiman kasvun pohjalta laskettu tarve jakautuu lähes puoliksi keskustakaupan ja muiden alueiden kaupan välille, mutta venäläisten rahankäytön kasvun pohjalta laskettu liiketilatarve on pitkälti keskustakauppaa, mutta tätä on suunnattu myös matkailua palveleville kaupan alueille.

Venäläisille suunnattua keskustakauppaa ei ole kaikilta osin järkevää suunnata varsinaisille keskusta-alueille. Keskustakaupan tarve on niin suuri, ettei sitä ehditä kokonaisuudessaan sijoittamaan keskusta-alueille maakuntakaavan tavoitevuoteen mennessä. Keskustoissa kaupan rakentaminen on usein hidasta, koska keskustat ovat monesti tiiviitä ja kiinteistönomistus hajanaista. Esimerkiksi Lappeenrannassa on ydinkeskustassa olevaa Citykorttelia suunniteltu uudistettavan jo yli 20 vuotta. Nyt korttelihankkeita on lähtenyt toteutumaan. Tyhjiäkään tontteja mittaville hankkeille ei keskusta-alueilta useinkaan löydy. Toiseksi venäläisiä tulisi palvella sellaisissa kauppapaikoissa, jotka ovat venäläisten kannalta parhaiten saavutettavissa. Tämä tarkoittaa yleensä kauppapaikkoja lähellä raja-asemia tai sellaisissa paikoissa, jotka ovat matkailijoiden muidenkin kulkureittien varrella. Näin asiointimatkat muodostuvat mahdollisimman lyhyiksi.

Tärkeää on että asukkaita palveleva keskustakauppa sijoittuu pääosin keskustoihin. Mikäli sitä sijoitetaan vähittäiskaupan suuryksikköalueille, se ei saa haitata merkittävästi keskusta-alueita tai niiden kehittämistä. Kokonaisuudessaan vaihemaakuntakaava mahdollistaa keskusta-alueille sijoitettavan merkittävän määrän uutta keskustakauppaa. Pääkeskuksiin eli Imatran ja Lappeenrannan keskustoihin on keskustakaupasta osoitettu suurin osa. Pääkeskusten potentiaali on suurempi kuin kuntalaisten ostovoima johtuen venäläisistä asiakkaista. Pääkeskukset ovat ne keskukset maakunnassa, joilla on suurimmat kehitysedellytykset. Näitä keskuksia tukevat laatukäytävään kuuluvat aluekeskukset sekä kuntakeskukset.

Pääkeskusten kehittämisellä ei ole haitallisia vaikutuksia pienempien keskusten kehittämiseen. Positiivista on, että pääkeskukset kasvavat, jotta seutu on myös kaupallisesti vetovoimainen. Keskustahakuinen kauppa (esim. muotikauppa) hakeutuu voimakkaasti suuriin

keskuksiin. Jos tällainen kauppa ei sijoitu maakunnan pääkeskuksiin, ei se mitä todennäköisimmin sijoitu myös tätä pienempiinkään keskuksiin. Mikäli seutukeskukset eivät ole riittävän monipuolisia, venäläisten ostovoimaa suuntautuu maakunnan ulkopuolelle.

Pääkeskuksiin sijoittuva kaupan kasvu ei ole pienistä keskuksista pois, vaan sillä vastaan pikemmin venäläisten kasvavaan kysyntään. Pienillä keskuksilla on kehittymisedellytyksiä pienimuotoisemmin ja oman lähialueen väestön pohjalta. Keskukset ovat niin pieniä, ettei niihin tule rakentumaan riittävän monipuolisesti kauppaa. Ja joka tapauksessa näistä pienemmistä keskuksista siirtyy ostovoimaa suurempiin keskuksiin. Pääkeskusten kasvu ei myöskään vaikuta toisiinsa merkittävästi. Ne eivät ole keskenään merkittäviä kilpailijoita, eivätkä niiden vaikutusalueet mene merkittävästi päällekkäin. Imatralta suuntautuu ostovoimaa myös Lappeenrantaan, ja oman keskustan vetovoiman kasvu vaikuttaa näihin siirtymiin. Tällä ei Lappeenrannan osalta ole kuitenkaan merkittävää haitallista vaikutusta, koska venäläisten matkailijamäärän kasvu korvaa imatralaistan asioinnin mahdollisen vähenemisen.

Lappeenrannan ja Vuoksenniskan keskusten alueita on vaihemaakuntakaavan alustavassa luonnoksessa laajennettu liikekeskusta-merkinnällä. Laajennus koskee Vuoksenniskalla pääosin tilaa vaativaa kauppaa, jolla ei ole vaikutuksia muuhun keskusverkkoon. Myllymäessä keskustakaupan määrä on sen verran pieni nykyiseen Lappeenrannan keskustan tarjontaan nähden, ettei sillä ole merkitystä nykyiseen keskustaan tai sen kehittämiseen. Lisäksi keskustalla on riittävästi omaa potentiaalia kehittyä. Molemmat näistä liikekeskusta-alueista voitaisiin maakuntakaavassa osoittaa vaihtoehtoisesti myös vähittäiskaupan suuryksiköiksi. Samoin vastaavasti osa Korvenkannasta voitaisiin osoittaa Mansikkalan liikekeskusta-alueeksi. Vaikutusten arvioinnin kannalta ei ole merkitystä ovatko alueet liikekeskusta-alueita vai km-alueita, jos mitoitus pysyy samana.

Pienempien keskustojen mitoitus pohjautuu kunnan asukkaiden ja loma-asukkaiden ostovoiman kasvuun. Keskustojen mitoitus on näin ollen suhteutettu lähialueen asukasmäärään, eikä mitoituksella siten ole vaikutusta palveluverkkoon. Kukin keskusta voi kasvaa lähialueen asukasmäärän kasvun pohjalta. Pienemmissä keskuksissa mitoitus tarkoittaa käytännössä yhtä vähittäiskaupan suuryksikköä, johon sijoittuu yksi supermarket ja muutamia pienliiketiloja lähinnä palveluille. Mitoituksen ollessa 5000 (tai 8000) kerrosneliömetriä suuryksikköjä voi rakentua 1-2, joihin mahtuu 1-2 supermarkettia ja pienliiketiloja palveluille ja erikoiskaupalle. Suuryksiköt rakentuvat paikallisväestön sekä loma-asukkaiden tarpeisiin. Ne eivät ole niin vetovoimaisia, että niillä olisi haitallista vaikutusta muihin keskustoihin tai niiden kehittämiseen.

Kokonaisuudessaan esitetyllä keskustamitoituksella ei ole vaikutuksia maakunnan keskusverkkoon eikä muuhun palveluverkkoon. Pääkeskukset säilyvät pääkeskuksina ja näitä pienemmät keskukset oman tasoisina keskuksina.

Vähittäiskaupan suuryksikköalueiden mitoituksessa tärkeää on alueelle suunnatun toiminnan laatu. Lain mukaan vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu. On tiettyjä kaupan toimialoja ja liiketyyppejä, joiden luonteva sijaintipaikka ei ole keskusta-alue.

Pääsääntöisesti voidaan todeta, ettei vähittäiskaupan suuryksikköalueille suunnatulla tilaa vaativalla kaupalla tai muulla alueelle soveltuvalla erikoiskaupalla ole merkitystä keskusta-kauppaan. Tilaa vaativa kauppa ei hakeudu keskustaan ja sen sijoittuminen keskustan ulkopuolelle ei vaikuta keskustaan. Muu alueelle soveltuva kauppa ei myöskään yleisesti ole keskustahakuista ja sen määrä on niin pientä, ettei sillä ole vaikutusta keskustakauppaan. Kun vähittäiskaupan suuryksikköalueille suunnataan oikean tyyppistä kauppaa, ei tällä ole

vaikutuksia keskustakauppaan ja sen kehittämiseen. Keskustoihin hakeutuva ja sijoittuva kauppa on eri tyyppistä eikä vähittäiskaupan suuryksikköalueille sijoittuva kauppa kilpaile keskustakaupan kanssa.

Etelä-Karjalassa vähittäiskaupan suuryksiköihin osoitettu kauppa on yleensä tilaa vaativaa kauppaa tai matkailua palvelevaa kauppaa. Kuten jo edellä todettiin, tilaa vaativan kaupan suuryksiköillä ei ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia keskustoihin. Matkailua palvelevaa kauppaa on maakunnassa osoitettu usealle vähittäiskaupan suuryksikköalueelle. Matkailua palveleva kauppa on lähinnä venäläisille matkailijoille suunnattua kauppaa. Kaupan konsepti, tarjonta ja palvelut ovat sen tyyppisiä, etteivät ne merkittävästi kilpaile asukasta palvelevan keskustakaupan kanssa. Matkailua palvelevaa kauppaa voi sijoittua keskustoihin, mutta osa matkailukaupasta on sen tyyppistä että sen luontainen sijaintipaikka on matkailijoille hyvin saavutettavissa oleva paikka. Koska näiden tarjonta on erityyppistä kuin asukasta palveleva keskustakauppa, ei matkailua palvelevalla kaupalla ole merkittävää haitallista vaikutusta keskustoihin tai niiden kehittämiseen.

Viidelle vähittäiskaupan suuryksikköalueelle on vaihemaakuntakaavan luonnoksessa osoitettu vähittäiskauppaa eli vähittäiskaupan suuryksikköön voidaan sijoittaa perinteistä keskustakauppaa. Imatran Korvenkannan alueelle voidaan sijoittaa 106.500 kerrosneliömetriä vähittäiskauppaa. Alue yhdistyy Mansikkalan keskusta-alueeseen. Voimassa olevan maakuntakaavan selostuksessa todetaan, että alueelle tavoitellaan sellaista kaupan muotoa, mikä tukee alueen matkailupalveluja eikä merkittävästi vähennä Imatrankosken ja Mansikkalan kauppojen ostovoimaa. Tämän tulee olla lähtökohtana myös vaihemaakuntakaavassa.

Korvenkannan alueella on voimassa oleva osayleiskaava, jonka mukaan alueelle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikön, paljon tilaa vaativan erikoistavaran kaupan tiloja ja varastoja. Päivittäistavarakaupan myyntipinta-ala saa olla korkeintaan 2000 m^2. Matkailu on kasvamassa huomattavasti lähivuosina sekä Rauha-Tiuruniemi -alueella että Ukonniemen alueella, mikä luo mielenkiintoa ja palveluiden kysyntää Korvenkannan alueelle.

Vaihemaakuntakaavan mitoitus Korvenkannassa on vähittäiskaupan (km-1) osalta saman suuruinen kuin mitä tällä hetkellä Imatrankoskella ja Mansikkalassa on liiketilaa yhteensä kaupallisten palveluiden käytössä. Lisäksi alueelle on mitoituksessa osoitettu km-2 -kauppaa eli tilaa vaativaa kauppaa. Alueesta on tulossa merkittävän kokoinen uusi kauppapaikka seudulle. Toisaalta myös keskusta-alueella on useita kaupan laajennussuunnitelmia. Mikäli Korvenkannan mitoitus sekä keskustan laajennussuunnitelmat toteutuisivat kokonaisuudessaan, olisivat alueet liikepinta-alaltaan lähes saman suuruisia. Alueet muodostavat kuitenkin yhtenäisen kokonaisuuden, koska Korvenkannan alue yhdistyy keskusta-alueeseen Mansikkalassa. Luonteeltaan alueet kuitenkin eroavat toisistaan. Mansikkala on enemmän päivittäisasioinnin kauppapaikka, kun taas Korvenkanta palvelee enemmän seudun asukkaita ja matkailijoita. Imatrankoski on pienen keskustahakuisen erikoiskaupan ja palveluiden keskusta.

Kaupan laadulla on merkitystä siihen, onko Korvenkannan alueen kaupalla vaikutuksia keskustoihin. Mikäli Korvenkantaan rakentuu perinteinen keskustakaupan kauppakeskus, voi tällä olla keskustan kehittämistä hidastavia vaikutuksia. Uudet liiketoiminnot hakeutuvat Korvenkantaan, eikä keskustan kehittämiselle löydy lyhyellä tähtäimellä kysyntää. Osa toiminnoista voi siirtyä keskustasta Korvenkantaan. Korvenkannan kehittyminen kaupan alueena edistää matkailun kehittymistä Imatran seudulla, millä on pitkällä tähtäimellä positiivista vaikutusta myös keskustaan ja sen kehittymiseen. Alue on Imatralla ainoa, jonne voi sijoittaa laajamittaisesti uutta kaupan toimintaa suuressa yksikkökoossa. Maakuntakaavan mitoitus mahdollistaa myös Imatrankosken-Mansikkalan keskustan riittävän kehittymisen.



Korvenkannan aluetta kehitetään kaupallisille palveluille.

Korvenkannan alueelle ei suositella suunnattavan massiivisesti sellaista kaupan toimintaa, joka kuuluisi sijoittaa keskustaan. Alue soveltuu tyypiltään sellaiselle kaupalle ja palveluille, joihin suurin osa asiakaskuntaa tulee kaukaa ja jota ei keskustoihin voida sijoittaa. Matkailupalveluilla ei ole merkitystä paikallisiin keskuksiin, sillä paikalliskeskukset palvelevat kaupunkilaisia ja matkailukeskukset pääosin matkailijoita.

Vaihemaakuntakaavan luonnoksessa on Lappeenrannassa Nuijamaantien risteykseen osoitettu 72.000 kerrosneliömetriä vähittäiskauppaa. Alue on voimassa olevassa maakuntakaavassa osoitettu vähittäiskaupan suuryksikölle. Selostuksen mukaan alueelle soveltuu sijoitettavaksi matkailua palvelevaa kauppaa. Alueen vetovoima on matkailussa, mutta nykyisten suunnitelmien mukaan alueelle rakentuva kaupan tarjonta palvelee myös maakunnan omaa väestöä. Lappeenrannan keskusta on jo tällä hetkellä niin monipuolinen ja vetovoimainen kauppapaikka, että Nuijamaantien risteyksellä ei ole merkittävää haitallista vaikutusta keskustaan. Keskustan kehittyminen saattaa jonkin verran hidastua, mutta Nuijamaantien risteyksen kauppapaikka lisää koko seudun matkailullista vetovoimaa, joten myös keskustakaupan kehittämiselle löytyy kysyntää. Ennusteiden mukaan keskustakaupan kysyntä kasvaa niin paljon, että haasteellisempaa on löytää paikkoja, missä se voidaan toteuttaa. Nuijamaantien risteystä lähinnä oleva keskusta on Lauritsala, joka toimii paikalliskeskustana eli sen asema palveluverkossa on erilainen eikä uudella kauppapaikalla ole tähän vaikutusta. Näin ollen Nuijamaantien risteyksen kaupalla ei arvioida olevan merkittäviä haitallisia vaikutuksia keskustoihin tai niiden kehittämiseen.

Lappeenrannan kaupungin puolella Korvenkannassa on myös mitoituksessa osoitettu pieni määrä vähittäiskauppaa. Alueen rakentuminen tukeutuu Imatran puoleiseen Korvenkannan alueeseen. Lappeenrannan alue tuo pienen lisän kokonaisalueeseen, vaikutusten ollessa yhteneviä Imatran Korvenkannan kanssa.

Lappeenrannassa on lisäksi Kaukaan alueelle osoitettu 3000 kerrosneliömetriä uutta vähittäiskauppaa. Tämä mahdollistaa alueelle yhden supermarket-kokoluokan myymälän rakentamisen. Alueella on tällä hetkellä jo yksi tämän kokoluokan market. Toinen vastaavanlainen market ei muuta alueen tarjontaa tai vetovoimaa niin merkittävästi, että sillä olisi vaikutuksia keskustoihin.

Lappeenrannan Lavolan alueelle on myös mahdollista sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikkö tilaa vaativan kaupan lisäksi. Kooltaan Lavolan vähittäiskaupan suuryksikkö vastaa supermarkettia tai pientä laajan tavaravalikoiman myymälää. Alueen tarjonta tulee olemaan vähäistä verrattuna keskustan palvelurakenteeseen, joten alueella ei ole vaikutuksia Lappeenrannan keskustaan. Lähin aluekeskusta on Sammonlahti, jossa on supermarket- ja lähipalveluita. Supermarket-palvelut ovat Sammonlahdessa riittävän vahvoja, eikä keskuksessa ole erikoiskauppaa. Näin ollen Lavolan kauppapaikalla ei ole merkittävää haitallista vaikutusta Sammonlahteen. Ennemminkin Lavola tuo lähialueen asukkaille sellaisia palveluita lähelle, joita nyt joudutaan hakemaan vähän kauempaa.

Keskustakaupan laadulla on merkitystä kun arvioidaan, onko suuryksikköalueille sijoitettavalla keskustakaupalla vaikutuksia keskustaan. Tässä laadulla ei tarkoiteta toimialaa, vaan kauppatyyppiä. Esimerkiksi laajan tavaravalikoiman myymälän muotikaupalla ei ole niin suurta merkitystä keskustakauppaan kuin muotikaupan erikoisliikkeillä esim. ketju ja merkkiliikkeillä. Laajan tavaravalikoiman myymälöiden (hypermarketit ja“halpahallityyppiset” kaupat) erikoiskaupan tarjonta on erityyppistä kuin keskustojen erikoiskaupan eikä niiden tarjonta suuresti kilpaile keskustan erikoiskaupan kanssa. Laajan tavaravalikoiman myymälät ja keskustakaupat pikemmin täydentävät toisiaan, sillä asiointi hypermarketissa ei korvaa keskusta-asiointia.

Jos suuryksikköalueelle sijoittuu vähittäiskaupan suuryksiköitä kauppakeskusmuodossa, on tällä suurempi merkitys keskustakauppaan. Tarjonta kauppakeskuksissa on enemmän saman tyyppistä kuin keskustoissa. Kauppakeskusmaista kauppaa on myös mahdollista sijoittaa jonkin verran suuryksikköalueille, niin ettei sillä ole vaikutusta keskustaan. Tähän vaikuttaa myös se, onko kauppakeskuksen ketjuliikkeillä omat myymälät myös keskustassa ja se miten keskustakauppa on kehittymässä.

Monipuolinen muotikaupan tarjonta on usein tarkastelun kannalta kriittinen. Muotikauppa on perinteisesti se kaupan toimiala, joka sijoittuu keskustoihin. Muotikauppa on myös monipuolisen keskustan merkittävin tekijä, mikä erottaa suuret monipuoliset keskustat muista keskuksista. Mikäli venäläisten asiointi Etelä-Karjalassa kasvaa arvioidulla tavalla, on muotikaupan kasvu maakunnassa suurta. Näin ollen muotikauppaa voidaan myös sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikköalueillekin, kunhan keskustakaupan tarjonta jää riittävän vahvaksi.

Edellä esitetyt vaikutukset on arvoitu olettaen, ettei suuryksikköalueille saa sijoittaa uutta seudullisesti merkittävää päivittäistavarakauppaa. Seudullisesti merkittävä päivittäistavarakauppa voi muuttaa matkailuun painottuvien vähittäiskaupan suuryksikköalueiden luonteen enemmän seudun asukkaita palvelevaksi, millä voi olla haitallisia vaikutuksia lähimpiin keskustoihin. Lisäksi Korvenkannan ja Nuijamaantien risteyksen kauppapaikat muuttuisivat mm. hypermarketin myötä enemmän päivittäisasiointipaikoiksi, mikä taas lisäisi paikallista ja seudullista asiointiliikennettä.

Uutta seudullisesti merkittävää päivittäistavarakauppaa ei vähittäiskaupan suuryksikköalueille suositella sijoitettavan. Nykyään venäläiset ostavat Suomesta paljon elintarvikkeita. Elintarvikkeiden osuuden ostoskorista arvioidaan kuitenkin tulevaisuudessa pienentyvän. Jonkin verran päivittäistavarakauppaa suuryksikköalueille voidaan osoittaa, mutta sen tulee olla merkitykseltään enemmän matkailua palvelevaa kauppaa kuin sellaista, mikä liikuttaa laajoja paikallisten asukkaiden päivittäisiä massoja.

Mikäli vähittäiskaupan suuryksikköalueille ei saisi maakunnassa sijoittaa keskustakauppaa, ei maakuntaan ole mahdollista saada houkuteltua arvoitua määrää venäläisiä asiakkaita ja matkailijoita. Näin ollen jää saamatta merkittävä määrä matkailutuloa, jää syntymättä uusia työpaikkoja, millä on haitallisia vaikutuksia maakunnan kokonaistalouteen ja tätä kautta asukkaiden hyvinvointiin.

6.4 Vaikutukset palveluverkkoon

Keskustojen ja vähittäiskaupan suuryksiköiden mitoitus pohjautuu asukkaiden ostovoimaan sekä venäläisten rahankäytön kasvuun. Pääkeskustoihin on osoitettu suuri osa paikallisten asukkaiden samoin kuin venäläisten keskustakaupan liiketilatarpeesta. Pienempiin keskuksiin on kuitenkin jätetty mahdollisuuksia kasvaa lähialueen oman ostovoiman kasvun pohjalta.

Vähittäiskaupan suuryksikköalueiden mitoitukseen vaikuttavat suuresti venäläiset ostosmatkailijat. Tilaa vaativan kaupan osalta myös asukkaiden ostovoima vaikuttaa alueiden mitoitukseen.

Palveluverkko ja mitoitukset on pyritty suuntaamaan niin, että ratkaisulla olisi mahdollisimman vähän haitallisia vaikutuksia nykyiseen palveluverkkoon ja kuitenkin niin, että maakunnan kaupalla on mahdollisuuksia riittävässä määrin kehittyä.

Nykyiset pääkeskukset Lappeenranta ja Imatrankoski-Mansikkala säilyvät maakunnassa yhä erikoiskaupan pääkeskuksina, jotka palvelevat sekä seudun asukkaita että myös matkailijoita. Keskuksia pyritään laajentamaan, jotta kaupan kehittäminen keskustoissa mahdollistuisi riittävässä määrin. Mansikkalassa laajennus jatkuu Korvenkannan kaupan alueena. Vaihtoehtoisesti alue voisi jatkua osin myös liikekeskusta-alueena Korvenkannan suuntaan.

Pääkeskuksia täydentää aluekeskusten ja kuntakeskusten verkko, joiden palvelut on suunnattu paikallisille asukkaille. Pienten keskusten kehityspotentiaali on rajallinen. Pienten keskusten mitoitukset mahdollistavat yhden-kahden uuden supermarket-kokoluokan sijoittamisen näihin. Lisäksi marketin yhteyteen voi sijoittua muutamia pienliiketiloja lähinnä palveluille. Pieniin keskuksiin on kuitenkin pikemmin haastavaa saada toteutettua uutta liiketilaa, kuin että keskukset laajenisivat liikaa. Uutta erikoiskauppaa ei keskuksiin herkästi rakennu.



Lappeenrannan keskusta on tulevaisuudessakin maakunnan erikoiskaupan pääkeskus.

Vaihemaakuntaratkaisussa on keskustojen ohella kaksi kauppapaikkaa, jonne voi sijoittaa merkittävästi keskustakauppaa Korvenkanta Imatralla ja Nuijamaantien risteys Lappeenrannassa. Molemmilla alueilla on voimassa olevassa maakuntakaavassa vähittäiskaupan suuryksikkömerkintä. Alueita kehitetään kasvavan matkailun pohjalta, mutta alueiden palvelurakenne tulee olemaan sellainen, että se palvelee myös seudun asukkaita. Alueilla on jo olemassa olevia palveluita ja uusista toteutettavista kaupan palveluista on jo tehty alustavia aiesopimuksia.

Matkailijoiden kasvun pohjalta laskettu kysyntä on niin suurta, että on luontevaa että keskustakauppaa sijoittuu jonkin verran myös keskustojen ulkopuolelle. Osa tästä matkailun varaan rakentuvasta kaupasta palvelee myös paikallisia asukkaita. Tietyt kaupan konseptit vaativat niin paljon tilaa, ettei niitä mahdu keskustoihin sijoittamaan. Mikäli keskustojen ulkopuolisia kauppapaikkoja ei maakuntakaavaan osoitettaisi, ei maakunnassa kauppa todennäköisesti pystyisi kehittymään ennusteiden mukaisesti. Keskustoissa ei ole riittävästi tilaa. Mikäli kaikki arvioitu keskustakauppa pitäisi rakentaa keskustaan, liikenteen sujuvuus keskustassa heikkenisi huomattavasti. Lisäksi keskustoihin ei ehdittäisi tarpeeksi nopeasti rakentamaan uutta liiketilaa, kuin mitä ennustetut matkailijoiden kasvut edellyttäisivät.

Korvenkanta liittyy hyvin yhdyskuntarakenteeseen ja asutukseen. Korvenkannan kaupan alue yhdistyy Mansikkalassa keskusta-alueeseen. Tällä hetkellä Mansikkalan ja Korvenkannan välisellä alueella on jo jonkin verran kauppaa. Mikäli laajennukset toteutuvat kokonaisuudessaan Korvenkanta-Mansikkala tulee olemaan yhtenäistä keskusta/kaupan aluetta. Alueesta muodostuu hyvin vetovoimainen kauppapaikka seudulle. Tämä on mahdollista, mikäli venäläisten matkailijoiden kysyntä tulee Imatralla olemaan ennustetun suuruista. Vastaavasti jos tätä ei mahdollistettaisi, ei matkailu ja kauppa Imatralla pystyisi riittävästi kasvamaan.

Vaihekaavan mahdollistamien muutosten myötä Imatrankoski säilyy perinteisenä keskusta-kaupan kauppapaikkana kävelykatuineen ja keskustatunnelmineen. Alueella ei kuitenkaan ole suuria laajennusmahdollisuuksia tiiviin rakenteen vuoksi. Mansikkalaan keskittyy suurempimuotoista kauppaa kuin Imatrankoskelle ja Mansikkalan luonne muuttuu palveluil-taan nykyistä enemmän keskustamaisemmaksi. Korvenkanta täydentää Imatrankosken ja Mansikkalan palveluita lähinnä erikoiskaupan ja tilaa vaativan kaupan suhteen palvelleen kauempaa tulevia seudun asukkaita sekä merkittävästi myös matkailijoita.

Nuijamaantien risteys muodostaa uuden kaupallisen keskittymän Lappeenrantaan. Alue sijoittuu keskeiselle paikalle kaupunkirakenteeseen ja alueen läheisyydessä on paljon asutusta. Alueesta tulee osin vaihtoehtoinen kauppapaikka keskustan kanssa, mutta koska alueen ostovoima kasvaa niin paljon, on luontevaa, että keskustalle löytyy vaihtoehtoja. Keskusta tulee olemaan kuitenkin Nuijamaantien risteyksen toteutuksenkin jälkeen merkittä-vin kauppapaikka Lappeenrannassa. Mikäli vaihtoehtoja ei tarjottaisi, keskusta ruuhkautuisi, mikä rajoittaisi kaupan mahdollisuutta kasvaa seudulla ennusteiden mukaisesti.

Palveluverkkoon sisältyy lisäksi useita muita keskustojen ulkopuolisia kaupan alueita. Keskustan ulkopuolisten alueiden rooli palveluverkossa on toinen kuin keskustojen. Alueille sijoittuu pääosin tilaa vaativaa kauppaa sekä matkailua palvelevaa kauppaa.

Imatralla uusi tilaa vaativan kaupan kauppapaikka voi vaihemaakuntakaavan luonnoksen mukaan rakentua Sotkulammen alueille. Alue palvelee koko Imatran seutua sekä myös matkailijoita. Tällä hetkellä tilaa vaativan kaupan siirtymät Lappeenrantaan ovat suuret, joten tilaa vaativan kaupan tarjonnan parantuminen Imatralla pienentäisi siirtymiä. Kauppapaikka monipuolistaa Imatran palveluverkkoa sekä luo tilaa vaativalle kaupalle uuden vaihtoehtoi-sen sijaintipaikan eikä sillä ole merkittävää haitallista vaikusta keskustakauppaan.

Imatran Teppanalan alueelle syntyy uusi matkailua palveleva kauppapaikka. Alue on vaihtoehtoinen kauppapaikka matkailua palvelevalle kaupalle. Alue sijoittuu lähelle rajaa ja palvelee näin luontevasti matkailijoita, jotka käyttävät Imatran raja-asemaa. Alue vastaa hyvin haasteeseen, että asiointimatkat pysyvät kohtuullisina, koska kauppapaikka sijoittuu matkailijoiden kulkureitin varrelle.

Imatran seudulla muita uusia tilaa vaativan kaupan keskittymiä ovat Parikkalan Koirniemi sekä Rautjärven Simpele, vähittäiskaupan suuryksikköalue keskustan tuntumassa. Rautjär-ven Simpeleen alue palvelee paikallisia tilaa vaativalla kaupalla. Mitoitus on kohtalaisen suuri alueen omaan ostovoimaan nähden, mutta nykyään alueelta siirtyy merkittävästi ostovoimaa mm. Imatralle, joten palvelutarjonnan paraneminen Simpeleellä olisi palveluver-kon kannalta hyvä asia. Tilaa vaativan kaupan mitoituksella ei ole haitallista vaikutusta keskustaan tai muuhun palveluverkkoon.

Parikkalan raja-aseman toiminnan laajentaminen ja kansainvälisen rajaliikenteen kehittämi-nen luovat edellytyksiä Parikkalan Koirniemen rakentumiselle. Parikkalassa on siis tarvetta omalle matkailua palvelevalle kauppapaikalle. Tarvetta kunnassa on myös tilaa vaativan kaupan keskittymälle, koska tilaa vaativan kaupan siirtymät Imatralle ovat suuret. Koirniemi palvelee hyvin tätä matkailun ja asutuksen luomaa kysyntää. Koirniemen mitoitus tilaa vaativan kaupan osalta on suurempi kuin asukkaiden ostovoiman pohjalta laskettu liiketilan lisätarve, mutta kuten jo todettiin, alue tulee palvelemaan myös matkailijoita sekä loma-asukkaita. Lisäksi alue palvelee asukkaita ja loma-asukkaita, jotka tulevat lähikunnista, joissa kaupalliset palvelut ovat Parikkalaa heikommat. Tilaa vaativa kauppa ei heikennä keskustan kehittämistä, koska tilaa vaativa kauppa ei kilpaile merkittävästi keskustan palveluiden kanssa. Tilaa vaativan kaupan mitoituksella ei siten ole haitallista vaikutusta keskustaan tai muuhun palveluverkkoon.

Koirniemen lisäksi Imatran seudulla on toinen suuri matkailua palveleva kauppapaikka, Rautjärven Änkilä. Alueelle on jo voimassa olevassa maakuntakaavassa osoitettu vähittäiskaupan suuryksikkö. Alueella on jo liikenneasema, lähikauppa ja ravintola, jotka palvelevat jo tällä hetkellä ohikulkevaa liikennettä ja matkailua. Alueen kehittäminen matkailu- ja liikennepalveluiden alueena palvelee edelleen väyläkulkijoita ja matkailijoita, mutta myös jonkin verran alueen asutusta. Nämä kaupan palvelut lisäävät alueen kaupan tarjontaa ja tuovat seudulle sellaisia palveluja, joita nyt haetaan kauempaa. Tärkeää on varmistaa, että alueelle suunnataan vain sellaista kauppaa, joka ei kilpaile keskustakaupan kanssa.

Ruokolahden alueelle on vaihemaakuntakaavan luonnoksessa osoitettu kolme pienimuotoista matkailua palvelevaa kauppapaikkaa. Alueille mahtuu käytännössä sijoittamaan liikenneaseman palveluineen. Näillä yksiköillä ei ole vaikutusta muuhun palveluverkkoon, mikäli yksiköihin ei sijoiteta suurta päivittäistavarakauppaa.

Lappeenrannassa on vaihemaakuntakaavaluonnoksessa osoitettu muutamia uusia tilaa vaativan kaupan ja matkailua palvelevan vähittäiskaupan suuryksikköjä. Alueet palvelevat siis paikallisia, mutta myös venäläisiä, mutta alueille ei suunnitella asukkaita palvelevaa keskusta-kauppaa. Alueet ovat ostovoiman kasvuun nähden pieniä. Nämä täydentävät palveluverkkoa, ja tuovat suurten keskittymien rinnalle vaihtoehtoisen kauppapaikan.

Lappeenrannan alueelle on luotu mahdollisuuksia kahdelle pienimuotoiselle kauppapaikalle, jonne voi sijoittaa myös muutakin kuin tilaa vaativaa kauppaa tai matkailua palvelevaa kauppaa. Kaukaan mitoitus mahdollistaa kaupan laajentumisen alueella, mutta laajennusmahdollisuus on sen verran pieni, ettei sillä ole vaikutusta seudulliseen palveluverkkoon. Lavolassa on vaihemaakuntakaavaan osoitettu mitoitusta vähittäiskaupan suuryksikölle. Lavolasta voi syntyä alueen lähikeskusverkkoa täydentävä kauppapaikka. Mitoitus on niin pieni, ettei Lavolalla nähdä olevan haitallisia vaikutuksia seudulliseen palveluverkkoon.

Luumäellä on vaihemaakuntakaavaan merkitty kolme osin paikallisia, osin matkailijoita palvelevaa kauppapaikkaa. Näistä Rantsilanmäen alueelle on jo voimassa olevassa maakuntakaavassa osoitettu vähittäiskaupan suuryksikkö. Alueet palvelevat paikallisia asukkaita, mutta merkittävissä määrin erityisesti matkailijoita ja väyläkulkijoita. Alueelle sijoittuvat kaupan palvelut lisäävät kaupan tarjontaa alueella ja tuovat seudulle sellaisia palveluja, joita nyt haetaan kauempaa. Alueiden kehittämisen myötä palveluita voidaan saada omasta kunnasta ja näin ollen asiointimatkat lyhenevät. Alueet tukevat Taavetin palveluja, kun kuntalaisten ostovoimaa jää enemmän omaan kuntaan. Tärkeää on, että alueelle sijoitettaan vain sellaista kauppaa, joka ei kilpaile liikaa nykyisen keskustakaupan kanssa.

Savitaipaleen ABC:n alueelle on voimassa olevassa maakuntakaavassa osoitettu vähittäiskaupan suuryksikkö. Tavoitteena on palvella alueen asutusta sekä väyläkulkijoita ja matkailijoita. Alueen tarjontaa voidaan vaihemaakuntakaavan luonnoksen mukaan täydentää tilaa vaativalla kaupalla. Alue tuo lisää tarjontaa kuntaan, jossa kaupan tarjonta on suppea. Alueella ei ole suurta merkitystä muuhun palveluverkkoon, koska aluetta kehitetään tilaa vaativan kaupan alueena eikä mitoitus mahdollista suuren seudullisen kauppapaikan syntymistä alueelle.

Kokonaisuudessaan vaihemaakuntakaavan alustavassa luonnoksessa on lukuisia uusia kauppapaikkoja. Suurin osa näitä kauppapaikoista tukeutuu jo olemassa oleviin palveluihin. Alueet ovat siten jo olemassa olevia kauppapaikkoja, joita ollaan kehittämässä. Matkailun pohjalta tapahtuva kaupan kasvu maakunnassa on niin suurta, että lukuisilla kauppapaikoilla on alueella myös kehitysedellytyksiä. Mikäli uusia kauppapaikkoja ei alueelle synny, ei myöskään matkailu todennäköisesti kehity oletetulla tavalla. Kokonaisuudessaan palvelu-

verkko tulee monipuolistumaan maakunnassa merkittävästi. Maakuntaan tulee syntymään luonteeltaan uuden tyyppisiä kauppapaikkoja, jotka palvelevat matkailijoita ja joissa kaupan konseptit ovat osin toisenlaisia kuin paikallisia asukkaita palvelevissa nykyisissä kauppapaikoissa.

Suurin osa matkailua palvelevista kauppapaikoista sijoittuu liikenteellisesti hyvin saavutettavissa oleviin paikkoihin. Lähiasutusta on joillakin kauppapaikoilla hyvin vähän. Tällä ei asutusta palvelevaan palveluverkkoon ole vaikutusta, koska alueet kehittyvät matkailun varaan ja ovat matkailun lähtökohdista ja matkailun asiointiliikenteen näkökulmasta hyviä paikkoja.

Palvelujen lisääminen maaseutukuntiin palvelee laajaa asutusta, loma-asukkaita ja matkailijoita ja siten täydentävät maaseutukuntien palvelurakennetta. Vähittäiskaupan suuryksikköalueille sijoittuva kauppa ei kilpaile keskustakaupan kanssa, vaan tarjoaa paikallisille asukkaille oman kunnan alueella sellaista uutta kaupan tarjontaa, jota ei keskustoihin synny. Nykyisin näitä palveluja haetaan lähikaupungeista Imatralta tai Lappeenrannasta. Asiointimatkat lyhenevät kun tarjontaa lisääntyy myös pienissä kunnissa.

Vaihemaakuntakaavan tavoitevuosi on vuosi 2025. Todennäköisesti kaikki kaavaan merkityt kauppapaikat eivät tule toteutumaan tavoitevuoteen mennessä. On kuitenkin hyvä, että maakuntakaavassa on riittävästi paikkoja kaupan kehittämiselle, jotta venäläisten kasvavaan kysyntään pystytään vastaamaan. Verrattuna laskennalliseen liiketilan lisätarpeeseen on kaavaluonnoksen mitoituksessa suurinta joustovaraa Imatran seudun tilaa vaativan kaupan suuryksiköissä. Seudun asukkaiden ostovoiman kasvu on pientä ja pääosa matkailijoiden laskennallisesta tarpeesta suuntautuu keskustakauppaan. Mitoituksella vastataan kuitenkin osin myös siihen kysyntään, mikä nyt karkaa Lappeenrantaan. Lisäksi parantuva tarjonta mahdollisesti luo myös uutta kysyntää matkailijoiden piirissä. Ylimitoituksella ei ole haitallista vaikutusta keskustoihin tai muuhun palveluverkkoon. Osa kauppapaikoista todennäköisesti jää toteutumatta.

Kokonaisuudessaan kauppapaikkojen toteutuminen Etelä-Karjalassa on hyvin pitkälle riippuvaista matkailun kasvusta. Mikäli matkailu ei kasvakaan odotetulla tavalla, kauppapaikat jäävät osin toteutumatta. Mahdollisella ylimitoituksella ja joustovaralla ei sinänsä ole haittaa, koska matkailua palvelevalla kauppapaikkaverkolla ei arvioida olevan merkittävästi haitallisia vaikutuksia keskustakauppaan. Lisäksi uudet paikat sijoittuvat pääosin olevien kaupallisten palveluiden yhteyteen, joten mahdollisesta toteutumattomuudesta ei ole merkittävää haittaa.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Ostovoima on Etelä-Karjalassa kasvamassa ja se luo mahdollisuuksia myös kaupan kasvulle. Venäläisten matkailijoiden määrä ja rahankäyttö kasvavat alueella hyvin merkittävästi. Suurimmat kasvupaineet ovat jo nykyään vetovoimaisissa kauppakeskittymissä. Lisäksi maakunnassa on kysyntää uusille kauppapaikoille, jotka rakentuvat pitkälti venäläisiä matkailijoita varten.

Maakunnan palveluverkko on hyvässä kunnossa Lappeenranta-Imatra -akselilla keskustoissa ja keskeisillä taajama-alueilla sekä muissa kuntakeskuksissa. Alueelle on sijoittunut monipuolista kaupan palvelutarjontaa useaan eritasoiseen ja tyyppiseen keskittymään. Päivittäistavarakaupan verkko on kohtalaisen kattava. Päivittäistavarakauppaa löytyy monipuolisesti kaikista keskuksista ja kauppoja on myös kylissä. Erikoiskaupan verkko ei ole niin kattava kuin päivittäistavarakaupan verkko. Erikoiskauppa keskittyy lähinnä Lappeenrantaan ja Imatralle. Muiden kuntien tarjonta jää erikoiskaupan osalta suppeaksi. Pienten keskusten tarjonta painottuu lähipalveluihin. Maaseudulta ja kaupunkien taajamien reunoilta kaupalliset palvelut ovat lähestulkoon kadonneet.

Etelä-Karjalassa on kaksi kaupunkiseutua, jotka toimivat osin omina markkina-alueinaan. Imatralta asioidaan kuitenkin myös Lappeenrannassa. Toisaalta myös Lappeenrannan kaupungin puolelta mm. entisen Joutsenon kunnan alueelta sekä Rauha-Tiuru matkailualueelta asioidaan Imatralla. 1. vaihemaakuntakaavan ratkaisu tuo mahdollisuuksia Imatran seudun kehittämiselle siinä mittakaavassa, että siirtymät Lappeenrantaan voivat merkittävästi pienentyä, mikä vähentää asiointiliikennettä. Siirtymät Lappeenrannan itäisistä osista Imatralle ovat vastaavasti luontevia, koska asiointimatkat Imatralle ovat lyhyempiä kuin Lappeenrantaan.

Keskustahakuinen kauppa suunnataan maakunnassa yleisesti keskustoihin. Keskustoissa uutta liiketilaa rakennetaan yleensä joko kauppakeskuksiin, kauppakeskusmaisesti korttelikeskuksiin tai liikerakennuksiin, johon sijoittuu yleensä myös päivittäistavarakauppaa tai laajan tavaravalikoiman kauppaa sekä tämän yhteyteen mahdollisesti muita pienempiä liiketiloja. Yksittäisiä erikoisliikkeitä tai pieniä erikoiskaupan liikekeskuksia rakennetaan keskustoihin harvoin. Pienempiä liiketiloja rakennetaan uusien asuintalojen pohjakerroksiin.

Venäläisten asiointi suuntautuu pääosin keskustakauppaan ja tästä johtuen keskustakaupan lisätarve on niin huomattava, että se ei kokonaisuudessaan ole toteutettavissa keskustoissa. Keskustoissa uuden liiketilan rakentaminen tarkoittaa yleensä vanhan rakennuskannan purkamista tai uudistamista. Omistus on keskustakortteleissa usein hajanaista ja näin ollen suunnitelmien tekeminen, niiden läpivieminen ja toteuttaminen on aikaa vievää. Monessa tapauksessa uudistuminen jää suunnitelmista huolimatta toteuttamatta.

Vaihtoehtona on, ettei venäläisten kysyntään voida täysmittaisesti vastata tai että keskustakauppaa voidaan suunnata jonkin verran myös muille alueille. Mikäli venäläisten kauppapalveluiden kysyntään ei voida täysmittaisesti vasta, ei maakunnan matkailijamäärä voi kasvaa arvioidulla tavalla ja alueelta jää saamatta matkailutuloja. Matkailua palvelevaa keskustakauppaa on siten suunnattu myös vähittäiskaupan suuryksiköihin. Tavoitteena on, että suuryksikköalueiden matkailua palvelevalla kaupalla ei ole merkittävästi haitallisia vaikutuksia keskustoihin ja niiden kehittämiseen.

Erikoiskaupan pääkeskukset maakunnassa ovat Lappeenrannan keskusta ja Imatran keskusta. Selvityksessä esitetty palveluverkko ja sen mitoitus tähtäävät siihen, että nämä keskukset pysyvät jatkossakin maakunnan pääkauppapaikkoina. Keskusta-alueita on laajennettu, jotta riittävämäärä kauppaa pystytään toteuttamaan keskustoissa ja välittömästi

niiden tuntumassa. Pääkeskuksia tukevat alue- ja kuntakeskukset, joiden mitoitus pohjautuu pääosin asukkaiden ostovoimaan.

Suurissa keskuksissa on merkittävästi potentiaalia uuden liiketilan toteuttamiselle. Pienemmissä keskuksissa on haastavaa saada uutta pienliiketilaa toteutumaan keskuksissa, vaikka lähialueella olisikin ostovoimaa. Pienissä keskuksissa kaupan kehittyminen painottuu päivittäistavarakauppaan ja palveluihin.

Maakunnan keskusverkkoa täydentävät vähittäiskaupan suuryksikköalueet. Vähittäiskaupan suuryksikköalueille suunnataan pääosin tilaa vaativaa kauppaa ja matkailua palvelevaa kauppaa. Lisäksi parille vähittäiskaupan suuryksikköalueelle on mahdollista sijoittaa myös keskustakauppaa kuitenkin niin, ettei sillä ole vaikutuksia keskustoihin ja niiden kehittämiseen.

Pääsääntöisesti voidaan todeta, ettei vähittäiskaupan suuryksikköalueille suunnatulla tilaa vaativalla kaupalla tai muulla alueelle soveltuvalla kaupalla ole merkitystä keskustakauppaan. Tilaa vaativa kauppa ei hakeudu keskustaan ja sen sijoittuminen keskustan ulkopuolelle ei vaikuta keskustoihin.

Matkailua palvelevaa kauppaa on suunnattu vähittäiskaupan suuryksikköalueille, koska suuren kysynnän takia kaikkea kauppaa ei ole mahdollista sijoittaa maakuntakaavan keskustoihin tavoitevuoteen mennessä. Lisäksi venäläisillä on yleensä lyhyempi asiointimatka vähittäiskaupan suuryksikköalueille kuin keskustoihin. Matkailua palvelevan kaupan sijoittaminen vähittäiskaupan suuryksikköalueille lyhentää siten asiointimatkoja, jolloin liikenteen haitat ovat mahdollisimman vähäisiä. Vähittäiskaupan suuryksikköalueille suunnatun keskustakaupan edellytyksenä kuitenkin on, ettei sillä ole vaikutuksia keskustoihin eikä niiden kehittämiseen.

Etelä-Karjalan vähittäiskaupan suuryksiköt tukeutuvat pääosin hyvin alueen keskusverkkoon eli sijoittuvat yleensä samalle taajama-alueelle läheisimmän keskustan kanssa. Ne ovat pääosin Etelä-Karjalan laatukäytävän alueella, hyvien liikenneyhteyksien varrella. Osa kauppapaikoista sijoittuu seutukeskusten kehittämisvyöhykkeille, joiden kautta Etelä-Karjalan pääliikenneväylät kulkevat. Näillä alueilla liikenne välittyy valtateillä sekä niihin liittyvillä kevyenliikenteen väylillä. Myös Etelä-Karjalan joukkoliikenteen kehittämisselvityksessä joukkoliikennettä kehitetään laatukäytävän alueella erityisesti palvelemaan työmatka ja asiointiliikennettä. Muilla seuduilla joukkoliikenne ei toimi hyvin ja sen kehittämiseksi ei ole riittävästi matkustajapotentiaalia. Valtateiden varsilla on kuitenkin hyvä mahdollisuus käyttää joukkoliikennettä, koska kaukoliikenteen bussit kulkevat valtateillä 6 ja 13. Parikkalassa toimii sen lisäksi taajamajuna (kiskobussi) Parikkalan keskustan ja Savonlinnan välillä. Se toimii liityntäliikenteenä Helsingin ja Joensuun väliselle kaukojunaliikenteelle Parikkalasta Särkisalmen kautta Punkaharjulle ja Savonlinnaan.

Vähittäiskaupan suuryksikköalueet ovat hyvin saavutettavissa ja sellaisia, jotka tavoittavat hyvin seudun asukkaat sekä matkailijat. Alueille on suunnattu pääosin matkailua palvelevaa kauppaa sekä tilaa vaativaa kauppaa, jonka on ajateltu palvelevan matkailijoita mutta myös asustusta. Tilaa vaativan kaupan asiointitiheys on niin alhainen, ettei kauppapaikoilla ole merkittävää vaikutusta asiointiliikenteeseen.

Tässä selvityksessä esitetyn palveluverkon ja sen mitoituksen lähtökohtana on, ettei suunniteltu maankäyttö haittaa merkittävästi keskusta-alueiden kaupallisia palveluja. Lisäksi tavoitteena on, että kaupan palveluverkko on kokonaisuudessaan tasapainoinen, jolloin asiointimatkat ovat kohtuullisia.

Selvityksessä esitetty laskennallinen liiketilan lisätarve on laskettu ostovoiman kasvun sekä venäläisten matkailijoiden kasvun pohjalta. Tämä on lähtökohta maakuntakaavan mitoitukselle. Liiketilan lisätarve pohjautuu useaan muuttujaan, joiden kehitystä tässä on arvoitu. Laskelma sisältää lukuisia epävarmuustekijöitä, joten liiketilan lisätarve on vain arvio tarvittavasta uudesta pinta-alasta. Se ei suoraan ole kaavallinen mitoitus. Maakuntakaavan mitoitus johdetaan liiketilan lisätarpeesta, mutta maakuntakaavassa mitoituksen tulee olla laskennallista mitoitusta joustavampi ja väljempi, jotta kauppa pystyy maakunnassa kehittymään todellisen kysynnän mukaisesti.

Maakuntakaavan mitoitus pohjautuu siihen, että venäläisten matkailijoiden määrä maakunnassa tulee kasvamaan hyvin merkittävästi. Venäläisten matkailijoiden ja ostovoiman kasvun ennustaminen on hyvin haasteellista. Matkailijavirtojen kehitykseen vaikuttaa lukuisia erilaisia tekijöitä, joiden vaikutuksia matkailijamääriin tietyllä alueella ei voida aukottomasti selvittää. Näitä ovat mm. liikenneyhteydet ja niiden parantaminen, tarjonnan kehittyminen alueilla, Venäjän talouden kehittyminen, raja-asemien läpäisykyky, tullirajoitukset ja viisumikäytännöt. Arviot venäläisten tulevasta määrästä maakunnassa ovat siten suuntaa-antavia.

Maakuntakaavassa kaupan mitoitus tulee tehdä joustavaksi ja niin että elinkeinoilla on maakunnassa mahdollista kehittyä. Mikäli maakuntakaavan kaupan mitoitus tehdään vain paikallisten asukkaiden pohjalta, ei maakunnan kauppa voi kehittyä kokonaiskysynnän mukaisesti. Mikäli venäläisten matkailijoiden tarve arvioidaan hyvin tiukalla kaavalla, ei ehkä todellista kysyntää vastaavaa kauppaa pystytä maakuntaan sijoittamaan. Matkailijoita palvelevaa keskustakauppaa pitää myös voida sijoittaa vähittäiskaupan suuryksikköalueille, jotta matkailijoita voidaan palvella kauppapaikoissa, jotka ovat heidän lähtökohdistaan hyvin saavutettavissa. Mikäli keskustakauppaa ei vähittäiskaupan suuryksikköalueilla sallita, ei maakunnan palveluverkko pysty kehittymään ennustetulla tavalla ja kehitys suuntautuu maakunnan ulkopuolelle.

Mikäli venäläisten matkailu ei kasvakaan niin paljon kuin liiketilan laskennallisessa mitoituksessa on arvioitu, ei myöskään kauppa alueella kasva niin paljon. Kaupan alueet toteutuvat vain osittain, osa uusista alueista saattaa jäädä jopa toteutumatta. Osa toteutuu vasta pidemmällä aikavälillä. Eli kaavat eivät vain toteutuisi mitoitusten mukaisina.

Joustava mitoitus voi johtaa siihen, että kauppa kasvaa alueella epätasapainoisesti ja ylimitoitetusti. Kauppa kuitenkin tekee viime kädessä laskelmansa siitä, mihin sillä on liiketaloudelliset mahdollisuudet sijoittua. Kauppa pyrkii myös sijoittumaan lähelle asiakkaitaan. Eli mikäli matkailijoiden määrä ei kasva, ei myöskään kauppa matkailuun painottuvissa kohteissa kehity. Puhtaasti paikallisia asukkaita palveleva kauppa ei sijoitu Nuijamaalle tai Somerharjuun, vaikka siellä olisi kaavallisia mahdollisuuksia. Näin ollen on epätodennäköistä, että palveluverkko alueella muodostuisi epätasapainoiseksi.

Selvityksessä esitetyllä palveluverkolla ja sen mitoituksella tavoitellaan sellaisen palveluverkon muodostumista, jossa asiointimatkat ovat kohtuullisia ja liikenteen haitat mahdollisimman vähäisiä. Palveluverkkoa kehitetään sekä asukkaiden että kasvavan ostosmatkailun pohjalta. Kokonaisuudessaan palveluverkko palvelee hyvin asukkaita heidän lähialueillaan sekä matkailijoita heidän hyvin saavutettavissa olevissa paikoissaan. Nämä eivät ole tosiaan poissulkevia, eikä matkailua palvelevalla kaupalla ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia maakunnan asukkaiden kannalta optimaaliseen palveluverkkoon.

Liite 1

Maankäyttö ja rakennuslaki
9 a luku (8.4.2011/319)
Vähittäiskauppaa koskevat erityiset säännökset

71 a § (8.4.2011/319)
Vähittäiskaupan suuryksikkö

Vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan tässä laissa yli 2 000 kerrosneliömetrin suuruista vähittäiskaupan myymälää.

71 b § (8.4.2011/319)
Vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevat erityiset sisältövaatimukset maakunta- ja yleiskaavalle

Osoitettaessa maakunta- tai yleiskaavassa vähittäiskaupan suuryksiköitä on sen lisäksi, mitä maakunta- ja yleiskaavasta muutoin säädetään, katsottava, että:

1) suunnitellulla maankäytöllä ei ole merkittäviä haitallisia vaikutuksia keskusta-alueiden kaupallisiin palveluihin ja niiden kehittämiseen;

2) alueelle sijoittuvat palvelut ovat mahdollisuuksien mukaan saavutettavissa joukkoliikenteellä ja kevyellä liikenteellä; sekä

3) suunniteltu maankäyttö edistää sellaisen palveluverkon kehitystä, jossa asiointimatkojen pituudet ovat kohtuulliset ja liikenteestä aiheutuvat haitalliset vaikutukset mahdollisimman vähäiset.

Maakuntakaavassa tulee esittää merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja. Vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus on osoitettava maakuntakaavassa riittävällä tarkkuudella.

71 c § (8.4.2011/319)
Vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittuminen

Vähittäiskaupan suuryksiköiden ensisijainen sijaintipaikka on keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan laatu huomioon ottaen ole perusteltu.

Merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön sijoittaminen maakuntakaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle edellyttää, että vähittäiskaupan suuryksikön sijoituspaikaksi tarkoitettu alue on maakuntakaavassa erityisesti osoitettu tähän tarkoitukseen.

71 d § (8.4.2011/319)
Asemakaavan oikeusvaikutukset vähittäiskaupan suuryksiköiden sijoittumiseen

Vähittäiskaupan suuryksikköä ei saa sijoittaa maakunta- tai yleiskaavan keskustatoiminnoille tarkoitetun alueen ulkopuolelle, ellei alue ole asemakaavassa erityisesti osoitettu tätä tarkoitusta varten.

Mitä 1 momentissa säädetään, koskee myös olemassa olevan vähittäiskaupan myymälän laajentamista tai muuttamista vähittäiskaupan suuryksiköksi, vähittäiskaupan suuryksikön laajentamista sekä sellaista myymäläkeskittymää, joka vaikutuksiltaan on verrattavissa

vähittäiskaupan suuryksikköön. Mitä 1 momentissa säädetään, ei kuitenkaan koske vähittäiskaupan myymälän, vähittäiskaupan suuryksikön tai myymäläkeskittymän laajentamista, joka ei ole merkittävä.

71 e § (8.4.2011/319)
Vähittäiskauppaa koskevat asemakaavamääräykset

Sen lisäksi, mitä 57 §:ssä säädetään, asemakaavamääräykset voivat koskea vähittäiskaupan laatua ja kokoa, jos se kaupan palvelujen saatavuuden kannalta on tarpeen.

Liite 2 Selvityksessä käytettyjä käsitteitä

Supermarket

Supermarket on pääosin itsepalveluperiaatteella toimiva ruoan myyntiin keskittyvä päivittäistavaramyymälä, jonka myyntipinta-ala on vähintään 400 m^2 ja jossa elintarvikkeiden osuus on yli puolet myyntipinta-alasta. Toimialan tilastoinnissa supermarketmyymälät jaetaan pinta-alaltaan suuriin yli 1 000 m^2 ja pieniin 400-1 000 m^2 supermarketteihin, joita kutsutaan myös yleisesti marketeiksi.

Hypermarket

Hypermarket on monen alan tavaroita myyvä pääosin itsepalveluperiaatteella toimiva vähittäismyymälä. Hypermarketissa elintarvikkeiden osuus on yleensä vähemmän kuin puolet kokonaispinta-alasta, mutta myynnin painopiste on päivittäistavaroissa. Hypermarket voi sijaita kaupungin keskustassa, sen tuntumassa, kauppakeskuksessa tai muualla liikenteellisesti hyvin saavutettavissa paikoissa. A.C Nielsenin tilastossa hypermarketteja ovat Prisma, Citymarket ja Euromarket.

Tavaratalot

Tavarataloiksi käsitetään keskustatavaratalot kuten Stockmann, Anttila ja Sokos. A.C Nielsenin tilastossa tavaratalokauppaan kuuluvat Stockmann, Anttila, Halpahalli ja Minimani (Pohjanmaalla M-market Talas Kristiinankaupungissa). Sokoksen päivittäistavaramyynti (S-market) luokitellaan supermarketkauppaan.

Tavaratalokauppa

Hypermarketit (Prisma, Euromarket, Citymarket), tavaratalot (esim. Sokos, Anttila) sekä muut laajan tavaravalikoiman myymälät (esim. Säästötalo Robin Hood, Hong Kong, Kärkkäinen).

Kauppakeskus

Kauppakeskus muodostuu liikerakennuksesta, jossa myymälät ja palvelut avautuvat sisäänpäin käytäville tai keskusaukiolle. Vuokrattavan liiketilan määrä on yleensä vähintään 5 000 huoneistoneliömetriä. Kauppakeskuksessa on vähintään kymmenen myymälää. Kauppakeskuksessa on yksi tai useampi ankkuri- tai veturiyritys ja joukko avainyrityksiä sekä muita myymälöitä ja palveluja. Yksittäisen yrityksen osuus liiketilan kokonaismäärästä ei ylitä 50 prosenttia. Kauppakeskuksella on yhteinen johto ja markkinointi.

Valintamyymälä/pienmyymälä/lähikauppa

A.C Nielsenin tilastossa valintamyymälä on myyntialaltaan alle 400 neliömetrin suuruinen pienmyymälä alle 100 neliömetrin suuruinen myymälä. Näitä kutsutaan tekstissä myös lähikaupoiksi. Lähikauppana voi myös toimia suuri myymälä.

Tilaa vaativa erikoiskauppa (tiva)

Paljon tilaa vaativaan erikoiskauppaan eli tiva-kauppaan kuuluvat autokauppa, venekauppa, huonekalukauppa, kodintekniikkakauppa rauta- ja rakennustarvikekauppa sekä maatalous- ja puutarha-alan kauppa.

Autoalan kauppa

Autoalan kauppaan kuuluvat autokauppa, moottoripyöräkauppa ja näiden varaosien kauppa, rengasliikkeet sekä autojen huolto- ja korjaustoiminta. Lisäksi autoalan kauppaan kuuluu huoltamotoiminta.

Muotikauppa

Vaate-, kenkä-, kangas- ja laukkukauppa.

Muu erikoiskauppa (tauluissa ja kaavioissa)

Muu erikoiskauppa kuin tilaa vaativaa kauppa eli muotikauppa, lahjatavara-, urheilu- ja sisustuskauppa, kirja- ja paperikauppa, foto- ja optisen alan kauppa, kulta- ja kellokauppa, matkapuhelinliikkeet sekä lelukauppa yms.

Keskustahakuinen erikoiskauppa, keskustan erikoiskauppa, keskustakauppa

Erikoiskauppaa, joka pääasiassa sijoittuu keskuksiin ja kauppakeskuksiin. Keskustahakuista erikoiskauppaa ovat muotikauppa ja muu erikoiskauppa. Kauppakeskukset ovat yleensä pääosin keskustakauppaa. Keskustakauppa-terni voi pitää sisällään myös päivittäistavara-kauppaa ja palveluita.

Keskustatyyppinen alue

Maakunnan, kunnan tai sen osan toiminnallinen keskus, jolla sijaitsee vähittäiskaupan palvelujen lisäksi myös muita keskustahakuisia palveluja ja asuntoja. Keskustoja ovat myös mm. alakeskukset, kyläkeskukset, lähiökeskukset ja muut asuinalueiden keskukset. Keskus-tahakuinen kauppa sijoittuu tyypillisesti keskustatyyppiselle alueelle, erikoiskauppa pääosin suuriin keskuksiin, päivittäistavarakauppa tämän lisäksi myös pieniin keskuksiin.

Keskustatoimintojen alue

Keskusta-alue osoitetaan maakunta- ja yleiskaavoissa keskustatoimintojen alue - kaavamer-kinnällä. Keskustatoimintojen alueella ja alakeskuksella ymmärretään keskustahakuisten palvelu-, hallinto- ja muiden toimintojen aluetta, joka muodostaa todellisen toiminnallisen keskustan. Maakunta- ja yleiskaavan keskustatoimintojen alueille voidaan sijoittaa vähittäis-kaupan suuryksikkö ilman erityistä merkintää asemakaavassa.

Muu kaupan alue

Keskustojen ulkopuoliset kaupan alueet, vähittäiskaupan suuryksikköalueet, tilaa vaativan kaupan alueet, liikenneasema-alueet.

Lähteet: Päivittäistavarakaupan yhdistys, A.C Nielsen, ympäristöministeriö, Suomen kauppakeskusyhdistys ry, Santasalo Ky