



Korson ja Koivukylän kaupallinen selvitys

Raportti 19.12.2023

Sisältö

1. Selvityksen tausta ja tavoite
2. Päivittäistavarakaupan kehityksessä huomioitavia ilmiöitä ja trendejä
3. Saavutettavuus ja sosiaalinen kestävyys
4. Päivittäistavarakaupan ostovoima ja tilantarve
5. Koivukylän ja Korson keskustatarkastelut
 - 5.1. Koivukylä
 - 5.2. Korso
6. Skenaariotarkastelut
7. Johtopäätökset ja suositukset

1

Selvityksen tausta ja tavoite

Osion tavoitteena on kuvata selvityksen tutkimuskysymykset, Vantaan strategiset linjaukset keskustojen kehittämiseksi sekä määritellä Koivukylän ja Korson kaupallinen vaikutusalue.

Tausta ja tavoite

Selvityksen tavoite

Työn tavoitteena on arvioida Koivukylän ja Korson keskustojen kaavarunkoalueiden päivittäistavarakaupan ja kaupallisten palveluiden potentiaali, sijoittumisvaihtoehdot ja vaikutukset. Työssä on tutkittu Koivukylän ja Korson alueilla:

- Sijainnilliset ja mitoitukselliset edellytykset erilaisissa päivittäistavarakaupan sijaintivaihtoehdoissa. Sijaintivaihtoehtojen taustaksi on laadittu neljä skenaariota peilaten erityisesti päivittäistavarakaupan mitoitukseen ja sijoittumiseen alueella.
- Sijoittumisvaihtoehtojen vaikutukset keskustojen elinvoimaisuuteen ja Vantaan strategiaan tavoitteisiin liittyen keskustan kehittämiseen
- Sijoittumisvaihtoehtojen vaikutukset kaupalliseen ja toiminnalliseen rakenteeseen huomioiden nykyisten ostoskeskusten ja kaupallisten keskittymien kehitysnäkymät

Työssä on esitetty suositukset päivittäistavarakaupan ja kaupallisten palveluiden sijoittumiseen, mitoitukseen ja laatuun Koivukylän ja Korson keskustoissa ja suuralueilla.

Lisäksi työssä tarkennetaan Vantaan yleiskaavan taustaksi laaditussa kaupan palveluverkkoselvityksessä (WSP, 2022) tunnistettuja päivittäistavarakaupan sijoittumisvaihtoehtoja ja niiden toteuttamisedellytyksiä sekä keskustojen kehityskuvia ja palveluprofiileja.

Tavoitteena on löytää ratkaisu, jossa päivittäistavarakaupan ratkaisu Koivukylän ja Korson alueella tukee molempien keskusta-alueiden elinvoimaisuutta ja kaupallisia palveluita sekä kaupungin strategiaa

tavoitteita kukoistavista keskustoista, mukaan lukien alueellisen eriytymiskehityksen ehkäiseminen.

Selvitys on jatkoa WSP:n vuonna 2022 toteutetulle yleiskaavan kaupan selvitykselle, jossa on toteutettu laajempaa sidosryhmävuoropuhelua. Aikaisemmassa kaupan selvityksessä esitetyt asiat on otettu huomioon lähtökohtina Koivukylän ja Korson kaupalliselle kehittämiselle.

Selvityksen keskeiset tutkimuskysymykset:

1. **Tarvitaanko Koivukylän ja Korson alueelle päivittäistavarakaupan suuremman kokoluokan yksikköä tai yksikköjä** (suuri supermarket- tai hypermarket -kokoluokka)? Missä ko. toiminnolle olisi parhaat sijoittumisen edellytykset?
2. **Mitkä ovat vaikutukset** mikäli alueelle sijoittuu hypermarket-kokoluokan myymälä? Mitä vaikutuksia on, jos myymälä ei sijoitu alueelle?
3. **Minkälainen päivittäistavarakaupan ratkaisu tukee parhaalla tavalla Koivukylän ja Korson strategiaa kehittämistavoitteita** ja keskustojen elinvoimaisuutta?

Tausta ja tavoite

Innovaatioiden Vantaa kaupunkistrategia – kukoistavat kaupunkikeskustat

Korson ja Koivukylän keskusten kehittämisen lähtökohtana on Vantaan kaupunkistrategia ”Innovaatioiden Vantaa” 2022-2025.

Kaupunkistrategian mukaisesti kaupunkikeskusten kehityksen suunnitelmallisuuden vahvistamiseksi ja yksityisten sekä julkisten investointien kokoamiseksi kaupungissa laaditaan jokaiseen suuralueen keskusta oma kehittämissuunnitelma, jossa korostuvat alueen myönteiset ominaispiirteet. Niiden lähtökohtana ovat kaupungin eri toimialojen yhteistyössä määritellyt kehittämiskohteet.

Strategiassa määriteltyjä keskustoille yhteisiä tavoitteita on esitetty seuraavissa tekstikappaleissa:

Kaupunkikeskustoissa on hyvät kehittymisedellytykset monipuolisille palveluille ja yrityksille. Kaupunkikeskustat eivät kehity ilman monipuolista keskustarakennetta. Asumisen, viherympäristöjen ja liikkumisympäristöjen lisäksi tarvitaan julkisia ja yksityisiä palveluita, erilaisia työpaikkoja sekä omaleimaisuutta korostavia kulttuurin tiloja ja palveluita. Näiden välillä oleva synergia tunnistetaan ja sitä kehitetään näkyväksi. Lentokentän läheisyys ja kansainväliset yhteydet vahvistavat keskustojen paikallisia ominaispiirteitä ja toimintoja ja tukevat niiden monikulttuurisuutta. Kaupunki hakee ratkaisua keskustojen pysäköinnin haasteisiin.

Luonto on lähellä asukkaita kaduilla, toreilla ja pihoilla perustuu Vantaan kattavaan viherrakenteeseen ja luonnonsuojelualueisiin. Alueiden tiivistyessä pidetään huoli siitä, että asukkaat pääsevät edelleen helposti virkistys- ja luontoalueille. Viheralueiden mitoitusta ja saavutettavuutta ja niiden mittaamista tutkitaan ja ulkoilureittiyhteyksiä laajoille viheralueille parannetaan. Puistoja ja viherkatuja toteutetaan tiivistyville alueille ja vihertehokkuuden käyttöä seurataan.

Helpon liikkumisen kaupunki tarkoittaa sitä, että keskustat ovat helposti saavutettavia kaikilla kulkumuodoilla (joukkoliikenne, autoilu, pyöräily jne.) muista keskustoista, oppilaitoksista, työpaikka-alueilta ja lentoasemalta. Se tarkoittaa myös keskustojen sisäisiä erinomaisia jalankulku- ja pyöräilymahdollisuuksia, arjen liikkumisen mahdollisuuksia. Liikkumisen ympäristöt ovat laadukkaita ja viihtyisiä ja liittyvät hyvin kaupunkikuvaan. Näiden toteuttamista ja ylläpitoa seurataan. Valtuustokauden lopulla päätetään poikittaisten joukkoliikenneyhteyksien kehittämisestä.

Tausta ja tavoite

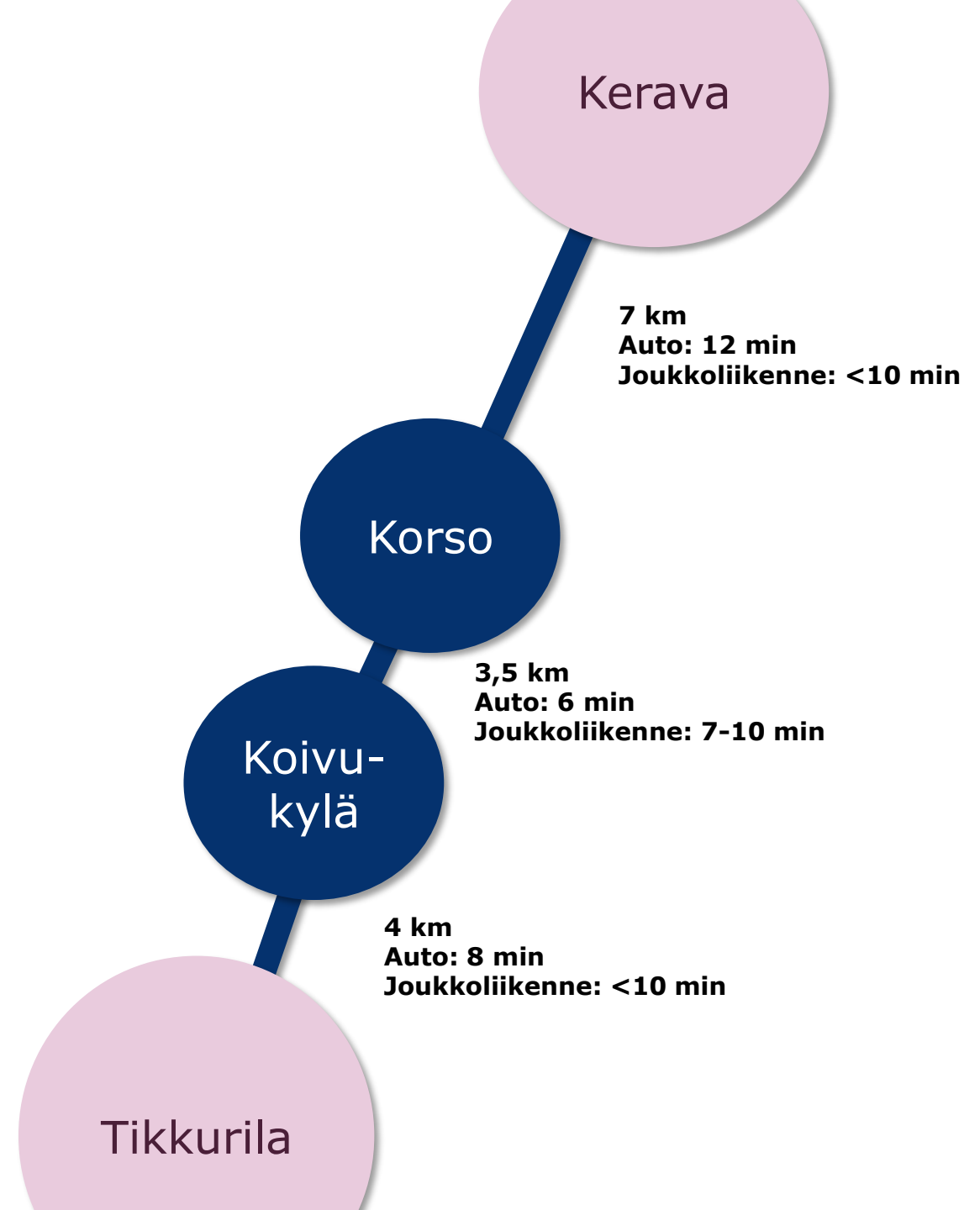
Sijainti ja kaupallinen vaikutusalue

Koivukylän ja Korson kaupunkikeskukset sijaitsevat Koillis-Vantaalla, pääradan varrella. Molemmissa keskuksissa sijaitsee lähijunaliikenteen asema.

Koivukylän ja Korson välinen etäisyys on vain noin 3,5 km. Suhteellisen lähellä sijaitsevat myös Keravan ja Tikkurilan keskustat, joissa on hypermarket-tason tarjontaa sekä monipuolisesti erikoistavarakaupan tarjontaa. Tikkurila ja Kerava ovatkin pääkeskustoja, joiden palvelutarjontaan tukeutuvat myös Korson ja Koivukylän alueilla asuvat. Kyseisiltä alueilta ostovoimaa virtaa Jumbon kauppakeskukseen ja Tammiston alueelle sekä erikoistavarakaupan ja palveluiden osalta lisäksi Helsingin keskusta.

Asiointitodennäköisyyden perusteella keskeisiä tekijöitä ovat saavutettavuus ja kaupallisen tarjonnan laajuus; mitä lähempänä palvelut sijaitsevat (saavutettavuus) ja mitä laajempi tarjonta (houkuttelevuus), sitä todennäköisemmin asiointit ko. keskuksen kohdistuvat. Koivukylä ja Korso ovat alue- ja keskusverkkorakenteessa paikalliskeskuksia, joiden asiointi- ja markkina-alueita rajaavat Tikkurilan ja Keravan kaupunkikeskukset ja niissä sijaitseva laajempi kaupallinen tarjonta.

Koivukylän ja Korson kaupallisina vaikutusalueina ja päämarkkina-alueina käytetään kummankin alueen osalta suuraluetta, joka kuvaa hyvin asiointien suuntautumista sekä toisaalta asiointialueen rajautumista. Keskukset palvelevat tarjonnallaan erityisesti lähialueen asukkaita, eikä näihin suuntaudu merkittävässä määrin asiointivirtoja suuralueen ulkopuolelta.



2

Päivittäistavarakaupan kehityksessä huomioitavia ilmiöitä ja trendejä

Osion tavoitteena on kuvata, minkälainen vähittäiskaupan – erityisesti päivittäistavarakaupan – toimintaympäristö on ja millaiseksi se on nykyisen näkemyksen mukaisesti kehittymässä. Näitä toimintaympäristön muutostekijöitä peilataan Koivukylän ja Korson kaupalliseen kehittämiseen.

Ilmiöt ja trendit

Kaupunkikeskusten kaupallisen kehittämisen taustatekijöitä



**Kulutuskäyttäytyminen
muutoksessa**



**Kauppa ja palvelut
muutoksessa**



**Asumispreferenssit
muutoksessa**



**Keskukset
muutoksessa**

Kestävä kehitys ja ilmasto (mm. talousjärjestelmän muutos)

Digitalisaatio, automatisaatio ja teknologia

Arvojen muutos (luontosuhde, yhteisö, hyvinvointi, ympäristö, vapaa-aika, eettisyys)

Väestön ikääntyminen, moninaistuminen, eriarvoistuminen ja kasvu / väheneminen

Kaupungistuminen



Kulutus- käyttäytyminen muutoksessa

- Siirtyminen kulutuskeskeisyydestä luovuuden ja elämysten hankkimiseen
- Muuttuva kulutuskäyttäytyminen haastaa palveluntarjoajia erottautumaan erikoisosaaminen tai paikallisuus voimavarana, mm. lähituotteet, paikallistuotanto, käsityöläisyys
- Omistamisen muutos: kaikkea ei tarvitse ostaa vaan voi lainata tai liisata
- Tiedostava kulutus lisääntyy: Lähituotteet, kierrätystavarat ja –tavaratalot, lainaaminen
- Arjen palveluiden ja toimintojen saavutettavuuden, erityisesti ajallisen, merkitys korostuu
- Vapaa-ajan merkitys kasvaa: Aikaa arvostetaan, kauppa ja kauppakeskukset kilpailevat asiakkaan ajasta
- Lähellä kotia tai jopa samassa kiinteistössä olevat palvelut lisääntyvät (esim. postin automaatit talossa, kauppakassitoimitus jne).
- Kulutuskohteet muuttuvat yksilöllisemmiksi, arjen luksusta arvostetaan
- Sosiaalinen media muuttaa markkinointia ja myyntiä, jolloin myös trendit vaihtelevat nopeasti.

JÄNNITTEET

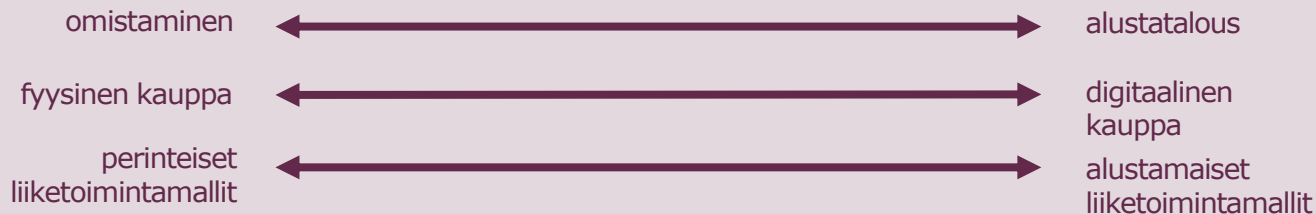




-

The diagram consists of three horizontal rows, each representing a different concept. Each row has a term on the left, a double-headed arrow in the center, and a corresponding term on the right. The terms are: 'omistaminen' (ownership) and 'alustatalous' (platform economy), 'fyysinen kauppa' (physical trade) and 'digitaalinen kauppa' (digital trade), and 'perinteiset liiketoimintamallit' (traditional business models) and 'alustamaiset liiketoimintamallit' (platform business models).

omistaminen	←→	alustatalous
fyysinen kauppa	←→	digitaalinen kauppa
perinteiset liiketoimintamallit	←→	alustamaiset liiketoimintamallit





- ## JÄNNITTEET





Keskukset muutoksessa

- Yliopisto- ja keskuskaupunkien kasvu, yliopisto- ja korkeakoulukaupungit sekä niiden läheisyydessä olevat lievealueet vahvistuvat ihmisten ja rahoituksen keskittyessä niiden alueelle.
- Kilpailukyky politiikka kansallisella ja alueellisella tasolla; toimivuuden ja vaikuttavuuden lisääminen sekä kestävä kasvun, kilpailukykyyn ja hyvinvoinnin edistäminen.
- Liikepaikkoina korostuvat keskustat, olemassa olevat kaupan alueet sekä liikenteen (erit. raideliikenne) asemat ja solmukohdat
- Raideliikenteen kilpailu, investointien kohdentuminen eri liikkumismuodoille, erityisesti raide vs. tie
- Julkisen palveluverkon keskittyminen vaikuttaa myös kaupan sijaintipäätöksiin, yksityisten ja julkisten palveluiden synergiahyödyt korostuvat ja niiden väliset rajat hämärtyvät
- Lähimatkailu on nousussa, ja suuntautuu erityisesti idyllisiin ja helposti saavutettaviin kyliin
- Palvelujen saavutettavuus kestävillä kulkumuodoilla ja erityisesti kävellen korostuu eri kokoisissa keskuksissa ("15 minuutin kaupunki")

JÄNNITTEET



Ilmiöt ja trendit

Kauppojen lukumäärän ja rakenteen muutos

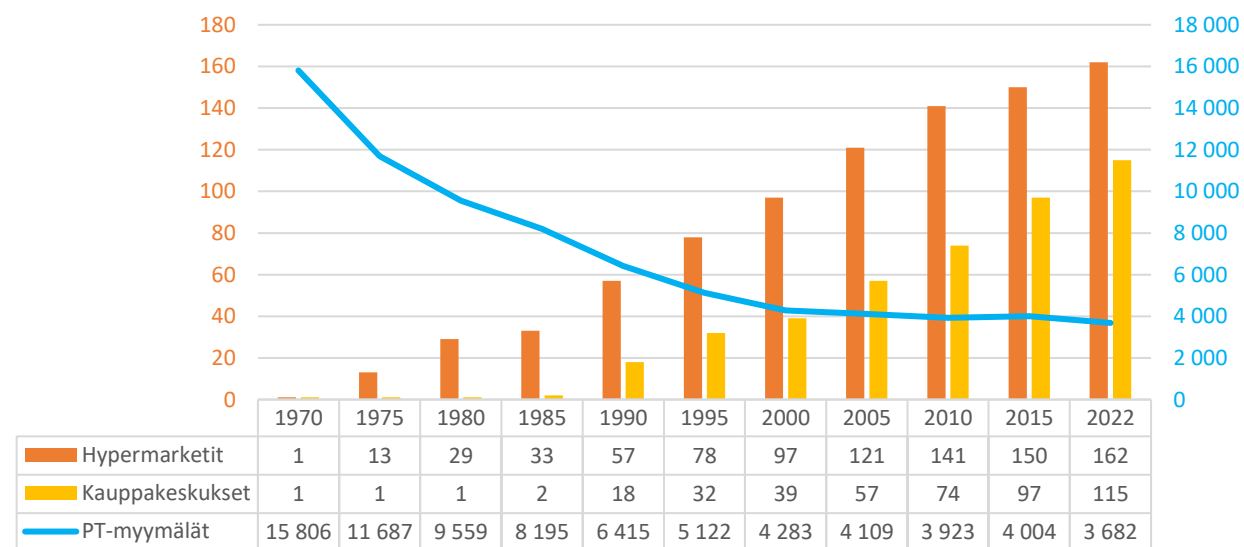
Päivittäistavarakaupan rakenne on keskittynyt ja ketjuuntunut voimakkaasti kaikilla toimialoilla, mitä trendiä kuvataan oheisessa kaaviossa. Suuryksiköiden määrä (Maankäyttö- ja rakennuslain mukaisesti yli 4 000 k-m² kokoiset yksiköt kuten kauppakeskukset, hypermarketit) on 1970-luvulle ulottuvalla tarkastelujaksolla kasvanut ja vastaavasti pienempien myymälöiden määrä on laskenut. Päivittäistavarakaupan osalta vuosina 2009-2022 myymälöiden lukumäärä on muuttunut:

- Hypermarketit: vuonna 2022 yhteensä 162 hypermarkettia, kasvua suhteessa vuoteen 2009 yhteensä 19 kpl.
- Supermarketit (isot ja pienet): vuonna 2022 yhteensä 1 252 supermarkettia, kasvua suhteessa vuoteen 2009 yhteensä 253 kpl

Erityisesti 2010-luvulla trendi on kuitenkin tasoittunut ja eräänlaisena vastatrendinä on havaittavissa erityisesti hyvän päivittäistavaravalikoiman supermarket-kokoluokan myymälöiden merkityksen kasvu sekä toisaalta hiljaisena signaalina pienempien paikallisten lähipalveluiden paluu kaupunkien katukuvaan (esim. pienemmät liha- ja kalaliikkeet sekä leipomot). Suuremmissa kasvukeskuksissa myös esim. etnisten ruokakauppojen määrä ja kokoluokka on kasvanut.

Kauppojen lukumäärän kehitys 1970-2022

Lähteet: Päivittäistavarakauppa Ry ja Kauppakeskusyhdistys Ry.



Ilmiöt ja trendit

Päivittäistavarakaupan konseptit ja markkinaosuudet

Oheisessa taulukossa on esitetty Suomen päivittäistavarakaupan myyntiä ja markkinaosuuksia vuonna 2022. Taulukossa on esitetty ainoastaan päivittäistavaroiden myyntiä, joten luvuissa ei ole huomioitu esimerkiksi hypermarkettien ja tavaratalojen käyttötavarakauppaa (vaatteet, kodinkoneet yms.). Tiedot perustuvat Suomen Päivittäistavarakauppa Ry:n vuosijulkaisuun 2022).

Hypermarkettien ja suurempien supermarkettien markkinaosuus on kasvanut viime vuosina.

- Vuonna 2008 hypermarkettien markkinaosuus oli 24 % ja vuoteen 2022 mennessä markkinaosuus on kasvanut 30 %:in
- Vuonna 2008 isojen supermarkettien markkinaosuus oli 33 % ja vuoteen 2022 mennessä markkinaosuus on kasvanut 38 %:iin.

Hypermarketeista myydään lähes kolmasosa kaikesta päivittäistavaroista euromääräisesti mitattuna. Hyper- ja supermarkettien (isot) yhteenlaskettu markkinaosuus on noin 68 %. Pienemmät myymälätyypit (pien- ja valintamyymälät) sijoittuvat lähemmäksi asutusta tiheämmällä verkostolla, mutta niiden tarjonnan laajuus ei vastaa kaikkiin asukkaiden tarpeisiin – näiden rooli on toimia ennen kaikkea täydennysostopaikkoina. Onkin tärkeää, että asukkaille on hyvin ja kestävällä liikkumisen muodoilla saavutettavissa myös suurempia päivittäistavarakaupan konsepteja, erityisesti hypermarketteja ja supermarket-kokoluokan myymälöitä.

*Päivittäistavaroiden myynti ja markkinaosuudet vuonna 2022
(Lähde: Päivittäistavarakauppa Ry)*

Päivittäistavaramyymälän tyyppi	Määritelmä	Myynti 2022 M€	Markkinaosuus
Hypermarketit	Citymarket, Prisma, Minimani Myyntipinta-ala yli 2 500 m ² , merkittävä osa käyttötavaraa	6 469	30 %
Tavaratalot	>1000 m ² (päivittäistavarat alle 2/3 myynnistä)	431	2 %
Supermarketit, isot	>1000 m ² (päivittäistavarat yli 2/3 myynnistä)	8 279	38 %
Supermarketit, pienet	400-999 m ²	2 631	12 %
Valintamyymälät, isot	200-399 m ²	2 145	10 %
Valintamyymälät, pienet	100-199 m ²	377	2 %
Pienmyymälät	<100 m ²	153	1 %
Erikoismyymälät		345	2 %
Halpahintamyymälät, laajan valikoiman myymälät		568	3 %
Huoltoasemamyymälät		135	1 %
Yhteensä		21 533	100 %

Ilmiöt ja trendit

Hyper- ja supermarkettien kerrosala

Hypermarketit ovat kooltaan maankäyttö- ja rakennuslain mukaisia vähittäiskaupan suuryksiköjä (kerrosala yli 4 000 k-m²). Johtuen vähittäiskaupan suuryksiköiden merkittävästä vaikutuksesta mm. keskustojen elinvoimaisuuteen, kaupan saavutettavuuteen sekä liikenteeseen ja liikkumiseen, on niiden ensisijainen sijaintipaikka maankäyttö- ja rakennuslain 71 c §:n mukaan keskusta-alue, ellei muu sijainti kaupan palvelujen saavutettavuus huomioon ottaen ole perusteltu. Keskusta-alueet osoitetaan maakunta- ja yleiskaavoissa.

Määritelmän mukaisesti hypermarket-kokoluokan myymälät ovat yli 2 500 myyntineliön kokoisia ja käyttötavaran osuus kokonaismyyntialasta on merkittävä, tyypillisesti n. 40-50 % kokonaismyyntialasta. Myyntineliö ei ota huomioon varastotiloja, käytäviä, sosiaali-tiloja yms. Tyypillisesti kaupan alalla myyntineliöt muunnetaan kerrosneliömetreiksi kertoimella 1,3.

Pääkaupunkiseudulla hypermarketit ovat kokoluokaltaan noin 7 000 – 16 000 k-m², mistä päivittäistavaroiden osuus on noin 3 300 – 7 700 k-m². Valtaosa hypermarketeista on kokoluokaltaan 8 000 – 10 000 k-m² välissä ja päivittäistavaroiden osalta 4 000 – 6 000 k-m².

Supermarket-kokoluokan myymälät jaotellaan myyntipinta-alan mukaan suuriin (yli 1 000 myyntineliötä) sekä pieniin (400-999 myyntineliötä). Supermarkettien kokoluokka vaihtelee pääkaupunkiseudulla noin 800 k-m²:sta lähes 3 000 k-m²:een. Tyypillisin kokoluokka on noin 1 200 -1 800 k-m².

Viime aikoina varsinkin ruoan osuus kaupan myyntialasta on kasvanut hyper- ja supermarket-kokoluokan myymälöissä. Kasvu on seurausta sekä valikoiman laajenemisesta (esim. tuoretuotteet, kansainvälisen keittiön tuotteet yms.) että kaupan sisään sijoittuneiden erilaisten palveluiden ja palvelutilojen synnyttämästä tilantarpeesta. Tällaisia tiloja ovat mm. ravintolat ja kahvilat sekä ruoanlaittotilat.



Koivukylän K-Citymarket

Lähde: Coen (CC-BY-SA 4.0)

https://fi.wikipedia.org/wiki/Kauppakeskus_Koivukeskus#/media/Tiedosto:Koivukeskus_shopping_mall_in_Asola,_Vantaa,_Finland,_2021.jpg

Ilmiöt ja trendit

Liiketilojen tilan tarpeen muutokset

Kuluttajien tarpeet ja kulutustottumukset muuttuvat yksilöllisemmiksi. Kulutusmahdollisuuksien ja -kohteiden lisääntymisen myötä kulutus kohdistuu entistä moninaisempiin kohteisiin niin fyysisissä liiketiloissa kuin verkkokaupassa.

Perinteinen fyysisiä tuotteita myyvä kauppa joutuu entistä enemmän kilpailemaan kuluttajien ajasta ja ostovoimasta. Kilpaileviksi kulutuskohteiksi ovat entistä laajemmin tulleet elämykset ja palvelut (esim. ravintolat, viihde, harrastukset ja matkailu) sekä myös virtuaalinen kulutus (esim. netin suoratoistopalvelut).

Ilmiö näkyy jo nykyään liiketilojen käytössä niin kauppakeskuksissa kuin kaupunkikeskustoissakin; pinta-alasta entistä suurempi osa on palveluita, viihdettä ja ravintoloita. Muita kasvavia toimialoja ovat esim. julkiset palvelut ja liikuntapalvelut, kauneus- ja hyvinvointipalvelut sekä viihde- ja elämyssektorin palvelut. Kokonaisuuksista tulee entistä sekoittuneempia ja esimerkiksi julkisten palveluiden sijoittuminen kaupunkikeskustoihin tai kauppakeskuksiin tukee myös niiden kaupallista elinvoimaisuutta.

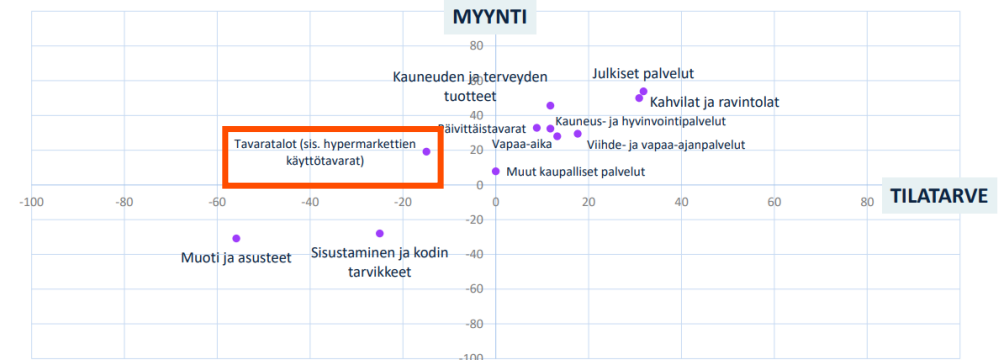
Tilantarve pienenee sen sijaan erityisesti muotikaupassa, sisustamisessa ja muissa käyttötavaroissa (mm. hypermarkettien käyttötavaraosastot). Tilantarpeen pienenemisen taustalla on erityisesti ko. Tuotesegmenttien siirtyminen verkkokaupan alustoille.

Aikaa arvostetaan yhä enemmän ja kauppa kilpailee asiakkaan ajasta; joko asiakkaan täytyy selviytyä vähemmällä ajalla eli asioinnin täytyy olla sujuvaa (erityisesti päivittäistavarat ja tilaa vievä kauppa) tai asioinnin täytyy olla niin miellyttävää, että asiakas haluaa viettää aikaa ostosympäristössä, jolloin myymälämiljööön elämyksellisyys korostuu. Sama asia korostuu myös

keskustaympäristöissä, joissa pyritään synnyttämään viihtyisää, turvallista ja käveltävää ympäristöä, mikä edistää puolestaan keskustan vetovoimaisuutta.

Seuraavassa kaaviossa on kuvattu kauppakeskusyhdistyksen barometrin 2022 mukaisesti myynnin ja tilantarpeen kehitystä seuraavan vuoden aikana. Vaikka tarkasteluperspektiivi on lyhyt, voidaan esitetyistä kehityskuluista tehdä johtopäätöksiä pidemmänkin aikavälin kehityskuluista. Keskeisimpänä muutoksena on muoti- ja asustekaupan sekä sisustaminen kodin tarvikkeet -tuoteryhmien siirtyminen entistä voimakkaammin nettikauppoihin, mikä vähentää fyysistä liiketilan tarvetta. Myös tavaratalojen ja hypermarkettien käyttötavaraosastojen tilantarpeen nähdään pienenevän. Kasvua on erityisesti palveluissa, niin yksityisissä kuin julkisissakin.

Miten myynti ja tilan tarve kehittyvät eri toimialoilla seuraavan vuoden aikana?



Ilmiöt ja trendit

Elämyksellisyys ja toimialarajojen hälveneminen

Edellisellä sivulla nostettiin esiin elämyksellisyyden, viihteen ja vapaa-ajan sekä hyvinvoinnin kasvu liiketilojen käytössä. Vastaavanlaista rakenteellista muutosta on ollut havaittavissa myös ruokakaupoissa; perinteiset päivittäistavarakaupatkin pyrkivät synnyttämään arkisenkin asioinnin yhteyteen elämyksellisyyttä sekä tarjoamaan uudentyyppisiä palveluita.

Kauppojen toimialarajoja on entistä haastavampi tunnistaa. Ruokakaupan sisällä voi nykyisin olla erilaisia shop-in-shop -tyyppisiä ratkaisuja, joissa sijaitsee erillisiä päivittäistavarakaupan erikoistuneita myymälöitä, panimoita, ravintoloita, kahviloita ja showroomeja. Hyvänä esimerkkinä toimii Espoon Kauklahdessa sijaitseva K-Supermarket Lasihytti, jonka myymälätiloissa sijaitsee monipuolisesti erilaisia palveluita (kts. Oheinen artikkeli).

Kyseisiä palveluita tuotetaan eri syistä; toisaalta halutaan tarjota asiakkaille ainutlaatuisia kokemuksia ja vahvistaa asiakasuskollisuutta, toisaalta houkuttelemalla asiakas viipymään kaupassa, varmistetaan myös suurempi rahankäyttö. Tulevaisuudessa tuleekin varautua siihen, että päivittäistavarakauppa voi olla monipuolisempi palveluiden keskittymä, minkä toimialarajat ja käyttötarkoitukset ovat nykyistä häilyvämpiä.

Tämä asettaa haasteen myös kaupan sijainnin ohjaukselle, kaavoitukselle sekä tilojen suunnittelulle, koska kaupan toimijoiden tulee pystyä muuttamaan konseptejaan entistä nopeammalla syklillä. Toisaalta myymälöille tulee myös varata riittävästi tilaa ja joustovaraa laajentumista varten, jotta esim. tulevia konsepteja on mahdollista toteuttaa. Korson ja Koivukylän tyyppisillä alueilla perinteisemmän päivittäistavarakaupan yhteyteen voi tulevaisuudessa sijoittua esim. etnisiä tuotteita myyviä yrityksiä, kahviloita ja ravintoloita sekä esimerkiksi yhteisöllisiä tiloja (koulutuskeittiöt, kokoontumistilat).



Espoon Kauklahteen avautuu kesäkuun alussa ruokakauppa, joka on Suomessa ensimmäinen laatuaan.

K-Supermarket Lasihytti Espoon Kauklahdessa on monella tapaa poikkeuksellinen kauppa. Kesäkuun ensimmäisellä viikolla avautuvasta Lasihytistä löytyy muun muassa maailman pienin kahvipaahtimo, sushiravintola, viinibaari sekä ranskalaistyylinen juustuhuone.

Supermarketin tiloissa toimii myös uuden ajan kukkakauppa ja legendaarisen espoolaisen Halmeen leipomon toimipiste. Kyseessä ei ole paistopiste, vaan ihan oikea jauhaleipomo ruisjuuren kera. Halmeen leipomo on toiminut Espoon Kauklahdessa vuodesta 1899.

Lähde: MTV Uutiset (<https://www.mtvuutiset.fi/makuja/artikkeli/espooseen-avautuu-ruokakauppa-jota-ei-ole-ennen-suomessa-nahty-anniskelulupa-oli-pudottaa-kauppiaan-persuksilleen-en-voi-vielakaan-uskoa-etta-tama-on-mahdollista/7435876>)

Ilmiöt ja trendit

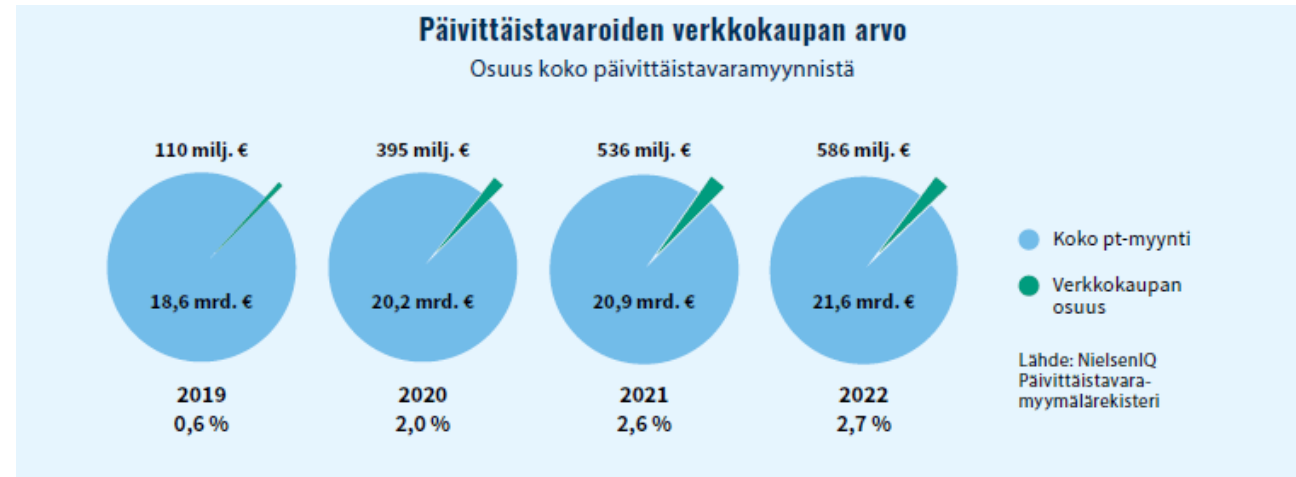
Verkkokaupan kasvu

Verkkokauppa on kasvussa myös päivittäistavarakaupan alalla. Pandemia kiihdytti kasvua: vuonna 2019 verkkokaupan osuus päivittäistavaramyynnistä oli noin 0,6 %, kun osuus vuonna 2022 oli 2,7 %.

Ruoan verkkokauppa ja sen kasvu on ollut Suomessa maltillista. Esimerkiksi Englannissa verkkokaupan osuus päivittäistavaroiden myynnistä on ollut noin 10 %:n luokkaa.

Tulevaisuudessa ruoan verkkokaupan osuuden nähdään kasvavan Suomessakin merkittävästi. Kauppa tuo markkinoille jatkuvasti uusia jakeluratkaisuja ja esimerkiksi S-ryhmä on avannut uusia vain päivittäistavaroiden verkkokaupan jakeluun erikoistuneita varastoja pääkaupunkiseudulla ja Pirkanmaalla. Päivittäistavarakaupan nykyiset myymälät toimivat myös keskeisinä verkkokaupan jakelukeskuksina; kaupoissa tehdään verkkokauppaostosten keräilyä niin kotiintoimituksia varten kuin tuotteiden kaupasta noutoa varten (ns. click&collect).

Päivittäistavarakauppaa voimakkaampaa verkkokaupan vaikutus on erikoistavarakaupan tavararyhmissä. Tämä puolestaan heijastuu esimerkiksi keskustan kivijalkaliiketiloihin käyttöön sekä hypermarkettien käyttötavaraosastojen laajuuteen ja tehokkuuteen. Erikoistavaroiden myynnin tapahtuessa yhä enenevässä määrin verkon kautta, onkin hypermarkettien käyttötavaraosastoja monin paikoin tiivistetty ja näiden tilalle on tullut mm. shop-in-shop -tyyppisiä ratkaisuja tai myymälätilasta on lohkaistu osa jonkin muun toimijan käyttöön. Useissa hypermarketeissa käyttötavaraosastoa on kavennettu ja tilalle on tullut esim. lasten seikkailupuistoja, huonekaluliikkeitä tai ravintolamaailmoja. Keskustaympäristöissä erikoiskaupalta vapautuneisiin tiloihin on sijoittunut erityisesti ravintoloita ja kahviloita, mutta myös toimistoja, gallerioita ja henkilökohtaisia palveluita (esim. kauneudenhoito ja terveys).



Päivittäistavarakaupan verkkokaupan arvo. Lähde: Päivittäistavarakauppa RY:
<https://www.pt.fi/kaupan-toiminta/paivittaistavaramarkkinat/>



Päivittäistavarakaupan jakeluratkaisuna toimiva kuljetusrobotti Leppävaaran asematunnelissa vuonna 2022.

Ilmiöt ja trendit

Verkkokaupan kasvu



Internetin vuoksi kuluttajien **vaatimukset myös fyysisiä myymälöitä kohtaan ovat kasvaneet**. Kun myymälään tullaan paikan päälle, myymälämiljööltä odotetaan entistä enemmän elämyksellisyyttä.



Kivijalkakaupat muuttuvat enemmän hybrideiksi:

Vähittäiskaupan ja palveluiden sekoittuminen, myymälöihin liittyvät oheisjutut kasvussa (esim. kahvilat, ajanviettopalvelut, Shop-in-shop-konseptit, outletit, popup-myymälät). Myymälässä pitää olla jotain, mitä nettikauppa ei tarjoa, Esim. tuotteet heti mukaan.



Toiminnan tehostaminen ja liiketilojen pienentäminen:

Nettikaupan vaikutukset (osa valikoimasta netissä) ja toiminnan tehostaminen yleisesti. Kaupoilla korostuu tasapainoilu riittävän myymälävalikoiman ja liiketilatehokkuuden välillä. Suomessa kaupat ovat tyypillisesti suurempia kuin muualla maailmassa.



Kauppakeskusten uudistumistarve jatkossa tiheä ja kauppakeskusten koko pienentynee: Suuria kauppakeskuksia vielä rakenteilla, mutta liiketilojen tehokkuusvaatimukset pienentävät liiketiloja jatkossa.



Pinta-alasta entistä suurempi osa palveluita, viihdettä ja ravintoloita:

Myös julkisia palveluita ja liikuntapalveluita. Ravintoloissa trendinä korkeatasoiset ravintolat, food court -alueita ei enää juuri tehdä. Kauneus- ja hyvinvointipalvelut lisääntyvät. Myös viihde- ja elämyssektori valtaa tilaa kaupunkikeskuksista ja kauppakeskuksista. Vähittäiskauppa kohtaa enemmän kilpailua muilta aloilta ja esim. ravintoloiden liikevaihto kasvaa nopeammin kuin vähittäiskaupan.



Kaupan liitto: Lähes puolet kaupoista uhkaa kadota vuoteen 2030 mennessä

Kaupan liitto varoittaa ostoskeskusten muuttumisesta ulkoisten ketjujen jakehukaksi.



Kauppakeskus Jumbon avajaisia vuonna 1999 (itti asiakasta, (osa) out jättänyt)



Trends in the shift of floor-space use in shopping centers:



DECREASING
Toys
Sporting Goods
Books
Electronics



STABLE
Fashion
Footwear
Food



INCREASING
Furnishings
Drugstore/Perfumery
Jewellery/Watches
/Optics



INCREASING RAPIDLY
Gastronomy
Entertainment
and Leisure
Services of all kinds
Vacancy

WALMART REIMAGINED

Welcome to the future vision of the Walmart experience. It's the Walmart experience you've come to expect and so much more. It's Open Space. Food. Beverage & Entertainment all in one location.



Ilmiöt ja trendit

Koivukylän ja Korson keskuksiin vaikuttavat toimintaympäristön muutostekijät

Kaupan ja palveluiden näkökulmasta ensiarvoisen tärkeää on houkutella asiakasvirtoja – kohtaamisten, kokemusten ja elämysten synnyttäminen on tärkeää kaikissa kaupallisissa ympäristöissä kaupunkikeskustoista kauppakeskuksiin ja marketteihin.

Kauppa siirtyy entistä enemmän verkkoon, minkä seurauksena fyysinen tilantarve ei tule kasvamaan, vaan ennemminkin päinvastoin; kauppa siirtyy tehokkaampiin tiloihin ja tavarat toimitetaan varastoista (monikanavaisuus). Keskustassa tulee olla tarjolla muuntojoustavia, moderneja tiloja, joihin voi sijoittua hyvinkin erityyppisiä toimintoja ja toimijoita kaupasta palveluihin ja ei-kaupallisista toiminnoista viihteeseen.

Ravintola ja kahvilatarjonta sekä henkilökohtaiset palvelut kasvattavat osuuttaan. Tulevaisuudessa keskustaympäristöissä sijaitsee myös entistä enemmän viihde- ja elämyspalveluita.

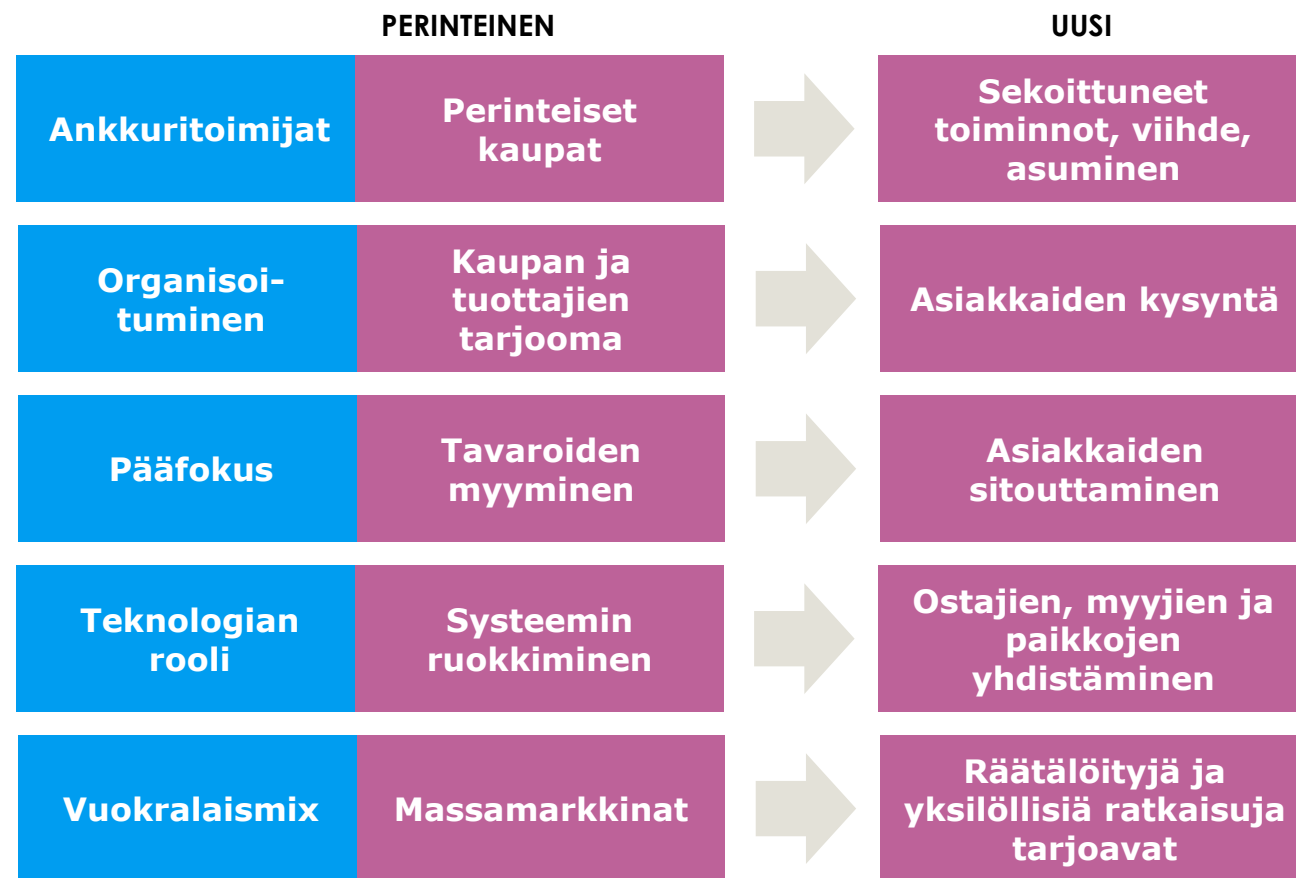
Hypermarkettien rakentaminen on 2010-luvun loppupuolella ja 2020-luvun alkupuolella vähentynyt yleisesti, millä on vaikutuksia myös Korsoon tai Koivukylään sijoittuvan hypermarketin toteutuspotentiaaliin.

Verkkokaupan jakelu mahdollistaa hyvien – jopa globaalin tason – palveluiden saavutettavuuden jakelupisteverkoston kautta yhä laajemmalle määrälle asukkaita.

Hybridi- ja keskustakonseptit ovat kasvussa. Kauppa sijoittuu erityisesti sinne, missä on a) asukkaita ja ostovoimaa sekä b) ohikulkuvirtoja. Keskustamaisissa ympäristöissä ovat yleistyneet hybriditoteutukset sekä erityisesti yhteistyö julkisten palveluiden kanssa (esim. kirjasto- ja terveydenhoitopalveluiden sijoittuminen kaupan yhteyteen). Korsossa ja Koivukylässä julkisen palveluverkon ratkaisulla on merkittävä rooli myös kaupan sijainti- ja investointipäätöksissä. Erityisesti Koivukylässä myös maahanmuuttajien kohtaamispaikat sekä palveluiden käyttö on teema, joka vaikuttaa kaupan ja palveluiden konsepteihin sekä sijoittumiseen (esim. kohtaamispaikkojen tarve, sijoittuminen kohtaamispaikkojen läheisyyteen).

Ramboll

Muutoksia kaupan kiinteistöjen käytössä ja toiminnassa:



3

Saavutettavuus ja sosiaalinen kestävyys

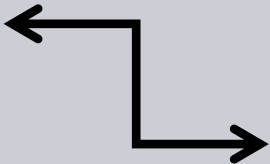
Osion tavoitteena on kuvata, mistä elementeistä koostuu käyttäjälle ja kaupalle toimiva keskustaympäristö ja miten vähittäiskaupan palveluiden saavutettavuus vaikuttaa esim. segregatioilmiöön.

Saavutettavuus ja sosiaalinen kestävyys

Palveluiden saavutettavuuden määrittely

Palveluiden hyvä saavutettavuus on keskeinen tekijä niin asukkaiden arjen sujuvuuden kuin kestävyysnäkökulmista. Erityisesti palveluiden saavutettavuus korostuu päivittäistavarakaupan osalta johtuen käyntifrekvenssistä; tyypillinen kotitalous tekee viikossa yli 4 asiointia päivittäistavara-kauppaan (Lähde: Päivittäistavara-kauppa Ry.).

Kaupan saavutettavuus on myös sosiaalisen kestävyysnäkökulman keskeinen elementti. Hyvä kaupan saavutettavuus tukee tasa-arvoisen ja asukkaat tasapuolisesti huomioon ottavan yhdyskuntarakenteen muodostumista. Hyvin saavutettavassa ympäristössä kauppa on fyysisesti lähellä ja sen palvelutarjonta vastaa myös monipuolisesti erilaisiin tarpeisiin. Saavutettavuus voidaan jakaa fyysiseen (objektiivinen) ja koettuun (subjektiivinen) saavutettavuuteen.

	Mitä tarkoittaa?	Miten voidaan parantaa?
FYYSINEN SAAVUTETTAVUUS 	Miten kaukana palvelut ovat? Maantieteellinen etäisyys, myymälöiden aukioloajat, tie- ja katuverkko sekä Liikkumismahdollisuudet (esim. joukkoliikennetarjonta) <i>Objektiivinen</i>	• Kaupan palveluverkon kattavuus • Asutuksen tiiveys • Jalankulkuverkoston kattavuus ja laatu • Joukkoliikenteen kattavuus ja palvelutaso
KOETTU SAAVUTETTAVUUS 	Miten palvelujen saavutettavuus koetaan? Kulutustavat, palvelujen laatu ja tarjonnan kattavuus, tietotaito, elämäntilanne, tulotaso, kulutustarpeet ja hintataso, jalankulkuympäristön miellyttävyys ja virikkeisyys <i>Subjektiiivinen</i>	• Monipuolisten palveluiden ja tarjonnan mahdollistaminen (kaavoitus) • Jalankulkuympäristön • Turvallisuus • Esteettömyys • Viihtyisyys ja miellyttävyys • Monipuolisuus

Katso myös esim:

Kohijoki, Anna-Maija (2013) Onko kauppa kaukana? Päivittäistavara-kaupan palvelujen saavutettavuus Turun seudulla – ikääntyvien kuluttajien näkökulma.

Spåre, Harri & Pulkkinen, Matti (1997) Päivittäistavaroiden kauppapalvelujen koettu saavutettavuus.

Saavutettavuus ja sosiaalinen kestävyys

Saavutettavuuden suhde alueiden eriytymiseen

Kaupunkisuunnittelun näkökulmasta yksi tärkeä sosiaalisen kestävyys näkökulma on palveluiden saavutettavuus kaikille väestöryhmille. Päivittäistavarakaupat ovat kiistämättä yksi keskeisimpiä palveluita, joiden tulee olla saavutettavissa kaikille väestöryhmille. Päivittäistavarakaupan palveluita käytetään keskimäärin useammin kuin kolme kertaa viikossa, ja palveluiden saavutettavuudella onkin erityisen suuri merkitys autottomille ja ikääntyneille.

Vuonna 2017 tehdyn selvityksen (kestäväkehitys.fi) mukaan päivittäistavarakauppojen saavutettavuus oli kaupunkiseuduilla parantunut 2000-luvun aikana tiiviin rakentamisen ansiosta, mutta hieman heikentynyt vuoden 2012 jälkeen kaupan keskittyessä ja myymäläverkon harventuessa.

Kuntaliiton mukaan segregaaion riskien ennaltaehkäisy näkökulmasta segregoituvat alueet tarvitsevat vahvempaa ja resursseiltaan parempaa integraatiota, mikä edellyttää muun muassa suurempaa alueille kohdentuvaa palveluresurssia, kattavaa palvelutarjontaa ja viihtyisyyden huomioimista esimerkiksi kaavoituksessa. Alueita, joissa asuu paljon pienituloisia, voidaan tukea turvaamalla muun muassa palveluiden saatavuutta ja ylläpitämällä riittäviä julkisen liikenteen palveluita. (Vaalavuo & Kauppinen 2018.)

Kaupan alueiden kannalta tulee kiinnittää huomiota turvallisuudentunteen parantamiseen. Esimerkiksi Turun Varissuolla turvattomimmiksi alueiksi koetaan ostoskeskukset, kauppojen lähiympäristö ja puistot.

Kuntaliiton selvityksessä pohditaan myös kiinteistö- ja liiketilojen roolia segregaaion ehkäisemisessä. Yritystoiminta on maahanmuuttajille keino työllistyä ja työllistää, ja monipuolinen kiinteistökanta houkuttelee myös aloittelevia ja nuoria yrittäjiä. Investoitaessa uudistetaan kiinteistökantaa, mutta nouseva maan arvo voi myös heikentää yrittäjien mahdollisuuksia.

THL:n kaupunkien sosiaalista kestävyyttä koskevassa raportissa (2018) nostetaan esiin asuinympäristöjen laatutekijät, kuten viihtyisyys, turvallisuus, palvelut ja liikenneyhteydet.

Lähteet:

<https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Nakokulmia-kaupunkien-sosiaaliseen-kestavyyteen.pdf>
https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136125/URN_ISBN_978-952-343-084-6.pdf
<https://kestavakehitys.fi/seuranta/tulkinnat/-/blogs/asuminen-ja-yhdyskunnat-asukastiheys-suurilla-kaupunkiseuduilla-kasvaa-ja-yli-75-vuotiaasta-yha-useampi-asuu-kotona>

Saavutettavuus ja sosiaalinen kestävyys

Esimerkkejä maailmalta

Yhdysvalloissa on hälyttäviä esimerkkejä alueiden eriarvoistumisesta nimenomaan edullisen ja ravinteikkaan ruoan saatavuuden näkökulmasta. Kun "food oasis" on alue, jossa on runsaasti vaihtoehtoja ruokaostosten tekoon, on "food desert" alue, jossa ruokakaupat ovat pahimmillaan kaukana tai kalliita sekä ravinteikkaan ruoan valikoimaltaan suppeita. Käytännössä tämä voi tarkoittaa, ettei jossakin naapurustossa ole lainkaan supermarketia tai ruokatoria, vaan sen sijaan ainoastaan pikaruokaravintoloita tai prosessoituja naposteltavia myyviä kioskeja. Tämä on luonnollisesti merkittävä terveysriski alueellisesta eriytymisestä kärsivien asukkaiden keskuudessa.

Ruoan ostaminen on myös usein kalliimpaa pienissä naapurustokaupoissa suurempiin yksiköihin verrattuna. Suomalaisessa lähiötä koskevassa keskustelussa on nostettu esiin yleinen palveluiden heikentyminen tietyillä alueilla kaupan ja liikepalveluiden rakennemuutoksen myötä.

Yhdysvalloissa ruokakauppojen keskittyminen rikkaampiin naapurustoihin kulkee käsi kädessä myös etnisen segregaaion kanssa – valkoisissa naapurustoissa supermarketteja on jopa nelinkertaisesti pääosin afroamerikkalaisiin naapurustoihin verrattuna, ja niiden valikoima on suurempi. Esimerkiksi Chicagossa jopa puoli miljoonaa lähinnä afroamerikkalaista kaupunkilaista asuu food deserteissä.

Aihetta koskevassa kirjallisuudessa urbaanissa ympäristössä yli mailin (n. 1,6 km) etäisyyttä ruokakauppaan pidetään pitkänä, etenkin mikäli perhe ei omista autoa eikä heillä ole mahdollisuutta käyttää julkista liikennettä. Mikäli etäisyydet kaupan suuryksiköihin kasvavat, tulee kiinnittää erityisesti

huomiota sujuviin joukkoliikenneyhteyksiin, erityisesti tulotasoltaan matalammilla alueilla.

Sen lisäksi, että pyritään sijoittamaan ruokakaupat niin että ne ovat saavutettavia kaikille väestöryhmille, voi Yhdysvalloista saada ideoita myös tulevaisuuden supermarkettien konseptointiin. Chicagossa jotkin ruokakaupat tarjoavat ruoanlaittotunteja ja ravintovalmennusta ja New Yorkissa tuorein kasviksin varustetut Green Cartit kiertävät naapurustoja, joissa tuotteita on muuten heikosti saatavilla. Lisäksi on syytä pohtia pienempien liikkeiden mahdollisuutta täyttää alueelta mahdollisesti puuttuvien kaupan suuryksiköiden sekä terveellisen ja edullisen ruoan tarvetta. Etnisten ruokakauppojen tapauksessa lisääntyvä tarjonta voi myös lisätä eri etnisiin ryhmiin kuuluvien asukkaiden mahdollisuutta löytää omaan ruokakulttuuriin sopivia aineksia. Myös erilaiset maatilatorit, luomuringit, kaupunkiviljely ja syötävät puutarhat voivat tuoda terveellisen ravinnon saavutettavammaksi kaikilla alueilla.

Lähteet:

<https://foodispower.org/access-health/food-deserts/>
<https://web.archive.org/web/20171019203758/https://www.epa.gov/sites/production/files/2016-05/documents/floridainternationaluniversitymedleyfooddesertproject.pdf>
https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136125/URN_ISBN_978-952-343-084-6.pdf

Saavutettavuus ja sosiaalinen kestävyys

Koettu ja fyysinen saavutettavuus sekä keskustaympäristöjen käveltävyys



Etäisyys koetaan fyysisen välimatkan sekä psyykkisten, matka-aikaa hidastavien tai kulkemista haittaavien tekijöiden summana. Kaupallisessa keskustassa tämän kokonaisuuden minimoiminen on ensiarvoisen tärkeää; palveluiden tulee sijaita tiiviisti toistensa läheisyydessä, jolloin niiden väliset matkat ovat lyhyitä ja kaupat koetaan helposti saavutettaviksi.



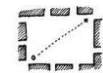
Vähittäiskaupan kannalta kriittisen etäisyyden on todettu olevan vain noin 10–25 metriä. Tämä tarkoittaa sitä, että kauppojen välisen matkan ollessa yli 25 metriä muodostuu jo selvä este hakeutua seuraavaan, kaukaiseksi koettuun kohteeseen ja jatkaa näin kulkemista kaupunkirakenteessa. Kriittinen etäisyys ylittyy Suomessa useasti jo pelkästään kadun ylityksellä.



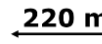
Epäviihtyisä kaupunkiympäristö ja erilaiset fyysiset esteet lisäävät myös etäisyyden tunnetta. Erityisen suuri merkitys tällä seikalla on, kun mietitään tietyn alueen soveltumista liiketoiminnalliseen käyttöön sekä sitä, mikä merkitys kokonaisuutena on ihmisten ostokäyttäytymiseen ja mahdollisuuksiin hakeutua alueella sijaitsevien kaupallisten palveluiden. Kadulla oleva liian pitkä suljettu näyteikkunasarja tai passiivinen seinätila voi lisätä suurestikin tunne-etäisyyttä ja estää hakeutumisen edessäpäin oleviin liikkeisiin tai kohteisiin.



Palveluiden sijoittuminen vertikaalisesti useaan kerrokseen pidentää etäisyyden tunnetta moninkertaisesti verrattuna etäisyyden muutoksiin horisontaalisella tasolla: yhden kerroksen nouseminen vastaa psyykkisesti jopa yli 100 metrin etäisyyttä katutasolla.



Suuret tyhjät aukiot ja torit rajoittavat kulkemista kaupunkirakenteessa. Kun aukiolla tai torilla on elämää, ihmisiä ja torimyyjiä, etäisyyden tuntua ei pääse syntymään, mutta aukion ollessa tyhjä tai pysäköityjen autojen täyttämä koetaan sen ylittäminen liian pitkänä matkana.



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



Paikat voivat tuottaa esteettisiä, maisemaan tai kaupunkikuvaan liittyviä kokemuksia, jolloin kyseessä ovat usein puistot, rannat, aukiot, torit tai kadut ja niissä olevat kiintopisteet sekä kaikki talojen välinen tila, suunniteltu tai suunnittelematon, joka on julkista ulkotilaa. Paikkoihin voidaan liittää myös sosiaalisia kokemuksia, jolloin kyseessä ovat useasti alueet, joissa syntyy paljon ihmisten välisiä kohtaamisia. Esteettisten ja sosiaalisten elämysten lisäksi paikat voivat tarjota toiminnallisia, psyykkisiä, fyysisiä ja kulttuurisia kaupunkikokemuksia.



Paikkojen järjestelmälle on tunnusomaista se piirre, että paikkojen välinen etäisyys on keskimäärin noin 200–220 metriä, mutta erityisen laadukkaasti rakentuneissa kaupungeissa etäisyys on vieläkin lyhyempi. Inhimillisesti rakentuneessa kaupungissa paikat toimivat jalankulkijoiden tukikohtina ja niiden sijoittuminen kaupunkirakenteeseen luo sopusointua ja rytmiä. Tällöin tuloksena on korkealaatuinen ja virikkeitä tarjoava kaupunki, jossa jalankulkija löytää uusia suunnistumahdollisuuksia ja kokee vaihtelua ennen väsymistään.

4

Päivittäistavarakaupan ostovoima ja tilantarve

Osiossa kuvataan, miten Koivukylän ja Korson alueelle arvioitu väestönkasvu vaikuttaa päivittäistavarakaupan palveluiden kysyntään vuoteen 2040 mennessä ja miten mitoitus on suhteutettavissa päivittäistavarakaupan suurempiin yksikkökokoihin.

Päivittäistavarakaupan ostovoima- ja tilantarve

Laskennan perusteet

Ostovoima- ja tilantarvelaskelman perusteella voidaan arvioida kaupan tulevaa mitoitusta. Ostovoima kuvaa alueen asukkaiden (nykyiset ja tulevat) kulutustottumuksiin perustuvaa vähittäiskaupan ostovoimaa. Ostovoiman perusteella johdetaan keskimääräisiin toimialakohtaisiin myyntitehoihin perustuen vähittäiskaupan laskennallinen tilantarve.

Oheisessa kaaviokuvassa on esitetty ostovoima- ja tilantarvelaskelman perusteet sekä havainnollistettu päivittäistavarakaupan laskennallisen tilantarpeen kasvua 10 000 uuden asukkaan esimerkin avulla. Esimerkissä ei ole huomioitu asukkaiden kulutuksen kasvua, vaan esimerkin avulla kuvataan, kuinka paljon uutta päivittäistavarakaupan pinta-alaa laskennallisesti uudet asukkaat tarvitsisivat, mikäli he sijoittuisivat alueelle kerralla.

Esimerkin mukaisesti 10 000 uutta asukasta tarvitsisi laskennallisesti noin yhden hypermarketin päivittäistavaraosaston verran uutta päivittäistavarakaupan alaa (noin 4 700 k-m²).

Seuraavalla sivulla esitetään ostovoima- ja tilantarvelaskelmaskenaarioita perustuen väestöennusteisiin sekä arvioituun kulutuksen kasvuun.

OSTOVOIMA- JA TILANTARVELASKELMAN PERUSTEET KUVITTEELLINEN ESIMERKKI VANTAALTA

OSTOVOIMA

Asukkaiden määrä kerrotaan:
keskimääräisellä vähittäiskauppaan
käytettävällä keskimääräisellä
rahasummalla €/vuosi.
ESIM. Kuinka paljon 10 000 uutta
asukasta synnyttäisi
päivittäistavarakaupan ostovoimaa:



10 000 uutta
asukasta



4 200 euroa
per asukas

x



**Uusien asukkaiden
ostovoima = 42 milj. €**

**usein huomioidaan myös asukkaiden
kulutuksen kasvu %/vuosi*

TILANTARVE

Asukkaiden ostovoima jaetaan
keskimääräisellä toimialoittaisella
myyntiteholla (ts. kuinka paljon
vähittäiskauppa myy per neliö)
ESIM. päivittäistavarakaupan
keskimääräinen myyntiteho on
arviolta 8 900 € / myynti-m²



42 milj. € / 8 900 €/m²



**Uusien asukkaiden
tilantarve
= 4 700 k-m²**

Päivittäistavarakaupan ostovoima- ja tilantarve

Laskennallinen tilantarve ja päivittäistavarakaupan mitoitus

Ostovoima- ja tilantarvelaskelman perusteena on käytetty Vantaan yleiskaavan kaupallisen selvityksen (WSP 2022) lähtöoletuksia niiltä osin kuin ne on selvityksessä esitetty. Tämä on tehty, jotta arvio on verrattavissa yleiskaavan lähtökohtiin. Ostovoima- ja tilantarvelaskelma eroaa yleiskaavan selvityksen vastaavasta väestömuutoksen osalta: Koivukylän ja Korson arvioitu väestömuutos 2022-2032 sekä 2033-2040 perustuu Vantaan kaupungin asuntorakentamisennusteeseen, asemakaavalliseen ja yleiskaavalliseen varantoon. Huomioitavaa, että vuosina 2033-2040 arvio on epävarmempi ja ns. spekulatiivisempi, osa rakentamisesta saattaa toteutua pidemmällä aikavälillä tai myös arvioitua maltillisemmin. Asukasarviot on jaoteltu yleiskaavan mukaisiin asumisen aluevarauksiin. Laskelma on tehty suuraluetasolla, joka kuvaa hyvin päivittäistavarakaupan asiointi-/vaikutusalueita.

Kerrosalatarve ja sen kasvu on esitetty oheisissa taulukoissa. Laskennallinen kerrosalatarve kuvaa absoluuttista vaikutusalueen asukkaiden ostovoiman muodostamaa tarvetta. Lisäkerrosalatarve on puolestaan erotus laskennallisesta tarpeesta tulevaisuudessa sekä laskennallisesta nykyisestä tarpeesta.

Koivukylässä tilantarve kasvaa vuoteen 2032 mennessä 2 400-7 600 k-m² ja vuoteen 2040 mennessä (yhteensä) 4 700-10 500 k-m². Yleiskaavan selvityksen mukaista mitoitusperustetta (90 % tilantarpeesta) käyttäen mitoitusarve (uusi kerrosala) kasvaa vuoteen 2032 noin 2 200-6 800 k-m² ja vuoteen 2040 yhteensä 4 200-9 500 k-m².

Korsossa tilantarve kasvaa vuoteen 2032 mennessä 2 800- 7 900 k-m² ja vuoteen 2040 mennessä 6 700-12 900 k-m². Yleiskaavan selvityksen mukaista mitoitusperustetta käyttäen Korson mitoitusarve (uusi kerrosala) kasvaa vuoteen 2032 noin 2 500-7100 k-m² ja vuoteen 2040 yhteensä 6 000-11 600 k-m².

Tilantarve- ja mitoituslaskelmat ovat aina arvioita tulevaisuudesta, eivätkä ne huomioi esim. verkkokaupan tuomaa muutosta fyysisen liiketilan tarpeeseen tai kaupan muita myyntitehokkuutta edistäviä toimenpiteitä.

Laskennassa käytetyt oletukset:

- Aluejakona suuralue, väestönkasvu Vantaan kaupungin toimittaman yleiskaava-aineiston perusteella
- Päivittäistavarakaupan ja alkon kulutusluku vuonna 2022 noin 4 200 €/asukas
- Asukkaiden kulutuksen kasvu vuosina 2022-2032 +0,8 %/vuosi ja vuosina 2033-2040 +0,4 %/vuosi
- Keskimääräinen päivittäistavarakaupan myyntiteho 8 900 €/k-m²
- Maksimilaskelmassa huomioitu kaavallinen ylimitoitus +30 %

Laskennallinen kerrosalatarve (absoluuttinen, k-m²)

	2022	2032		2040	
		MIN	MAX	MIN	MAX
Koivukylä	14 800	17 200	22 400	19 500	25 300
Korso	14 300	17 100	22 200	21 000	27 200

Laskennallinen lisäkerrosalatarve (k-m²)

	2022-2032		2033-2040		YHT 2022-2040	
	MIN	MAX	MIN	MAX	MIN	MAX
Koivukylä	2 400	7 600	2 300	2 900	4 700	10 500
Korso	2 800	7 900	3 900	5 000	6 700	12 900

Uuden mitoituksen tarve (90 % laskennallisesta lisäkerrosalatarpeesta (k-m²))

	2022-2032		2033-2040		YHT 2022-2040	
	MIN	MAX	MIN	MAX	MIN	MAX
Koivukylä	2 200	6 800	2 100	2 600	4 200	9 500
Korso	2 500	7 100	3 500	4 500	6 000	11 600

Päivittäistavarakaupan ostovoima- ja tilantarve

Päivittäistavarakaupan sijoittumisen kriteereitä

Hypermarketit sijoittuvat pääkaupunkiseudulla tyypillisesti osaksi kauppakeskusta tai omana yksikkönään (hypermarketkeskus etumyymälöineen) kaupunkikeskustaan tai hyvään liikenteelliseen sijaintiin (esim. joukkoliikenteen keskittymät, liittymäalueet sekä sisääntuloväylät).

Omissa myymälärakennuksissa sijaitsevat hypermarketit tarvitsevat myymälätilan lisäksi parkkipaikkoja. Yleisesti kaupallisten keskusten yhteydessä käytettyjä autopaikkanormeja ovat

- 1 ap/20 k-m² hypermarketeille
- 1 ap/35 k-m² päivittäistavarakaupalle
- 1 ap/50 k-m² muille liikeiloille.

Edellä mainitulla mitoituksella esimerkiksi urbaaniin ympäristöön soveltuvan tehokkaamman 6 000 k-m²:n laajuinen hypermarket tarvitsisi noin 300 autopaikkaa. Autopaikkojen tarve kuitenkin vaihtelee riippuen myymälän sijainnista. Nyrkkisääntönä voidaan sanoa että maantasopysäköinnillä hypermarket tarvitsee noin 2-3 ha tilaa ja supermarket noin 1 ha. (Tuunanen 2015).

Hypermarketit koostuvat päivittäis- ja käyttötavaraosastoista. Joissakin pääkaupunkiseudun hypermarketeissa päivittäistavarat sijaitsevat 1. kerroksessa ja käyttötavarat 2. kerroksessa. Tällainen ratkaisu mahdollistaa myymälän tehokkaan sijoittumisen pienemmällekin tontille, mutta edellytyksenä on merkittävien asiakasvirtojen tuoma potentiaali ja tonttimaan arvosta syntyvät tehokkuustarpeet. Tyypillisesti kahteen kerrokseen sijoittumisen haasteet ovat niin merkittäviä, että kaupan toimijat pyrkivät näitä ratkaisuja välttämään.

Korson ja Koivukylän kohdalla kahteen kerrokseen toiminnoiltaan jakautuvan hypermarketin sijoittuminen on hyvin epätodennäköistä perustuen erityisesti molempien ala- ja lähipalvelukeskusmaiseen luonteeseen.

Tuunanen, Mikko (2015) Kauppakeskuspysäköinnin Suunnittelu.

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/88703/Tuunanen_Mikko.pdf;jsessionid=114F5B9F85FCD01C38ABA8C9CF5DF9FB?sequence=1

Nimi	Kiinteistö
K-Citymarket Tammisto	Myymälärakennus
K-Citymarket Koivukylä	Myymälärakennus
Prisma Tikkurila	Myymälärakennus
Prisma Viikki	Myymälärakennus
Prisma Olari	Myymälärakennus
Prisma Itäkeskus	Myymälärakennus
Prisma Herttoniemi	Myymälärakennus
K-Citymarket Easton	Osana kauppakeskusta
K-Citymarket Jumbo	Osana kauppakeskusta
Prisma Jumbo	Osana kauppakeskusta
K-Citymarket Myyrmäki	Osana kauppakeskusta
Prisma Kaari	Osana kauppakeskusta
K-Citymarket Malmi	Osana kauppakeskusta
Prisma Malmi	Osana kauppakeskusta
Prisma Sello	Osana kauppakeskusta
K-Citymarket Sello	Osana kauppakeskusta
Prisma Iso Omena	Osana kauppakeskusta
K-Citymarket Iso Omena	Osana kauppakeskusta
Prisma Lippulaiva	Osana kauppakeskusta
Prisma Tripla	Osana kauppakeskusta

Päivittäistavarakaupan ostovoima- ja tilantarve

Esimerkkejä hypermarket-kokoluokan myymälöistä



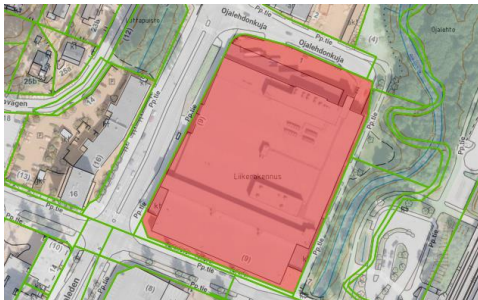
Prisma Viikki

Hypermarket-kokoluokan myymälä, joka sijoittuu kahteen kerrokseen. Myyntipinta-ala noin 9 000 m² ja koko keskuksen bruttoala (ml. pysäköintitalo) on noin 49 000 m², josta kauppakeskuksen liiketilojen osuus on noin 12 400 m². Tontin koko on hieman yli 15 000 m². Lähde:HOK-Elanto <https://hok-elanto.fi/news/viikin-prisma-avattiin/>



Prisma Tikkurila

Kahteen kerrokseen sijoittuva hypermarket-kokoluokan myymälä ja etumyyntitiloja. Tontin pinta-ala noin 6 500 m². Keskuksessa on rakenteellinen pysäköinti.



K-Citymarket Koivukylä

Yhteen kerrokseen sijoittuva hypermarket-kokoluokan myymälä ja etumyyntitiloja. Tontin pinta-ala noin 15 600 m². Rakenteellinen pysäköinti

5

Koivukylän ja Korson keskustatarkastelut

Osion tavoitteena on kuvata Koivukylän ja Korson keskusta-alueiden kaupallista nykytilaa kysynnän, tarjonnan, keskustarakenteen sekä saavutettavuuden näkökulmista. Osiossa esitellään myös päivittäistavarakaupan suuremmille yksiköille mahdolliset sijaintipaikat ja arvioidaan niiden toteutumisedellytyksiä sekä vaikutuksia.

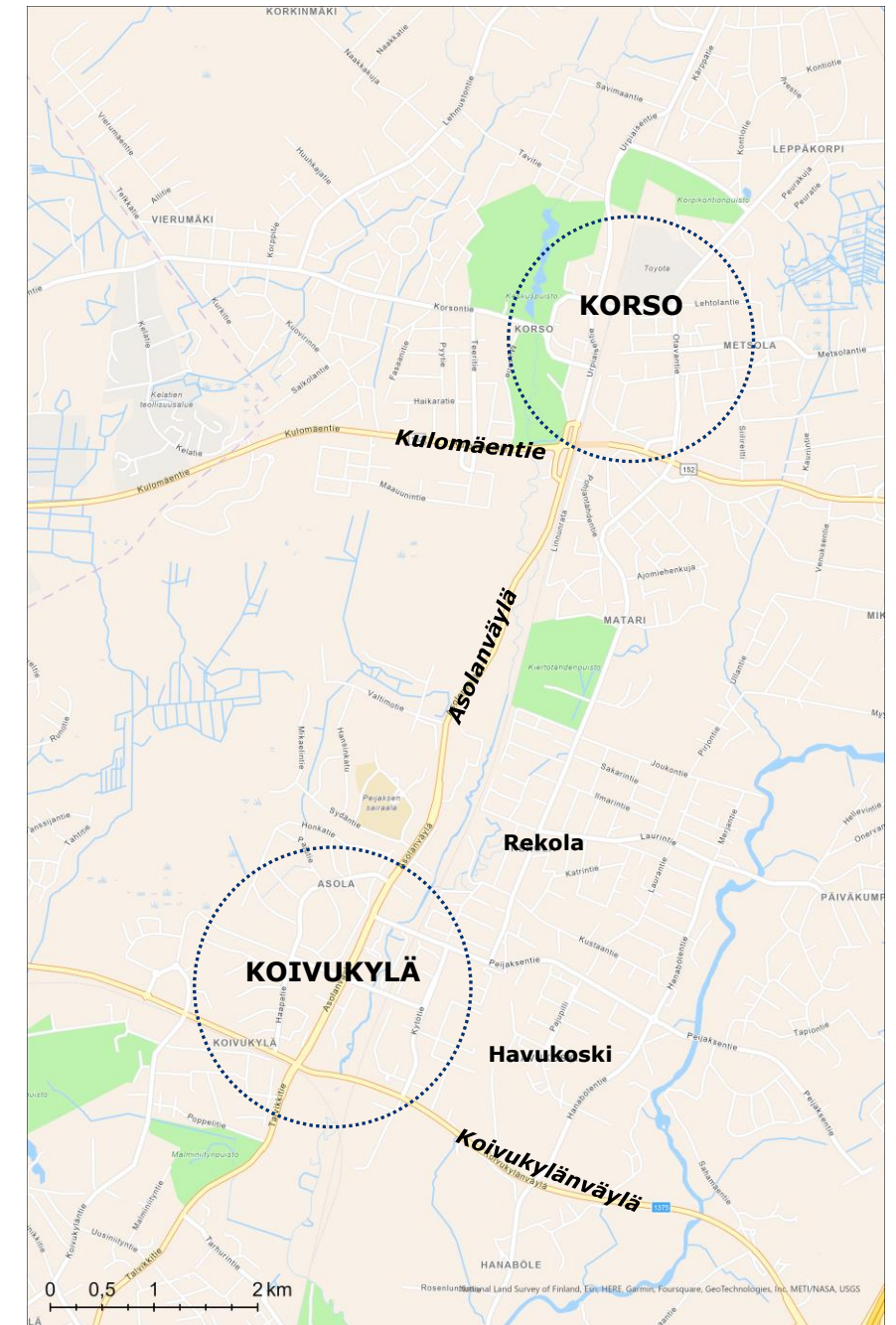
Koivukylän ja Korson aluetarkastelut

Johdanto tarkasteluihin

Keskeinen osa tätä tarkastelua on määritellä potentiaalisia hyper- ja supermarketin sijaintipaikkoja kummassakin keskuksessa. Kehittämisen tavoitteena on paitsi vastata alueen asukkaiden nykyisiin tarpeisiin myös ennakoida tulevaisuuden muutoksia ja kehityssuuntia. Sijaintipaikkojen valinta perustuu moniin eri kriteereihin, kuten väestötietoihin, liikennemääriin, kilpailuympäristöön sekä kaupunkisuunnitteluun ja kaavoitukseen.

Tarkastelun tavoitteena on tuottaa tietoa kaupungin päättäjille, paikallisille yrittäjille ja asukkaille, jotta Koivukylän ja Korson keskustojen kaupallinen toiminta voi kukoistaa ja palvella alueen tarpeita parhaalla mahdollisella tavalla.

Seuraavaksi tarkastelemme tarkemmin Koivukylän ja Korson nykytilaa erilaisten kartta- ja tilastotarkastelujen pohjalta. Seuraavissa luvuissa esitellään lisäksi potentiaaliset sijaintipaikat hyper- ja supermarketeille näissä keskuksissa ja arvioidaan kyseisiä potentiaalisia sijaintipaikkoja eri kriteerien valossa.



Tarkastelualue. Taustakarta: Esri

5.1. Koivukylä

Koivukylän keskusta

Yleisiä huomioita keskustasta

• Aseman ympäristö

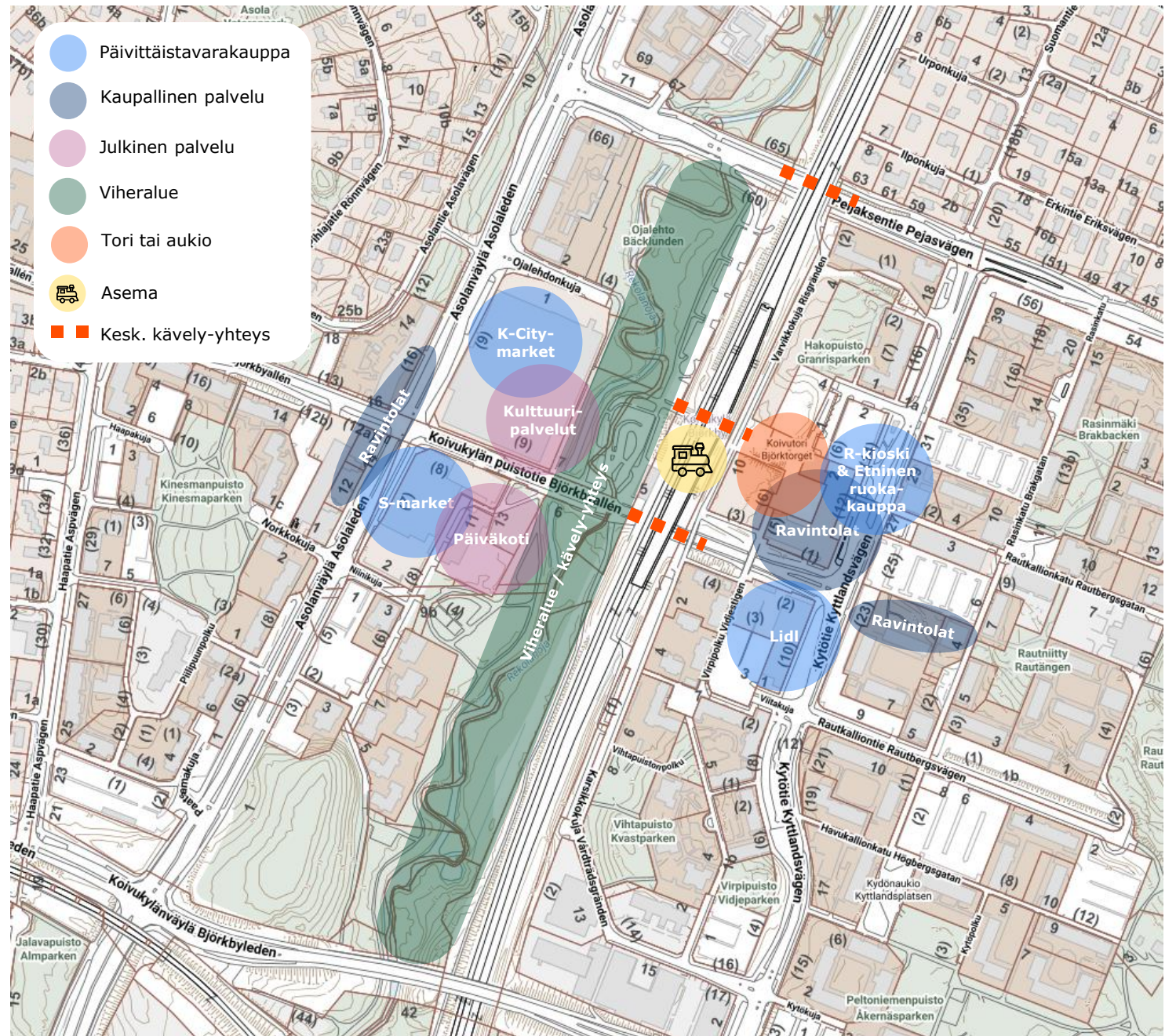
- Asemalla ei muita toimintoja, asema pysäköintialuomainen
- Ei kävelijän mittakaavaa

• Radan länsipuoli:

- Marketteja, K-Citymarketin yhteydessä myös muita palveluja kuten kirjasto, apteekki, pakettipalvelut ym.
- Asumista (kerrostalot) ja asukkaiden peruspalveluja esim. päiväkodit
- Muutamia pieniä kivijalkaliikkeitä ja palveluja (esim. pizzeria, kampaamo)
- Mittakaavaltaan suunniteltu autoilijalähtöisesti
- Markettiympäristöä ja niiden lähialueita rajaa useampi puisto, joissa kävelyreittejä

• Radan itäpuoli:

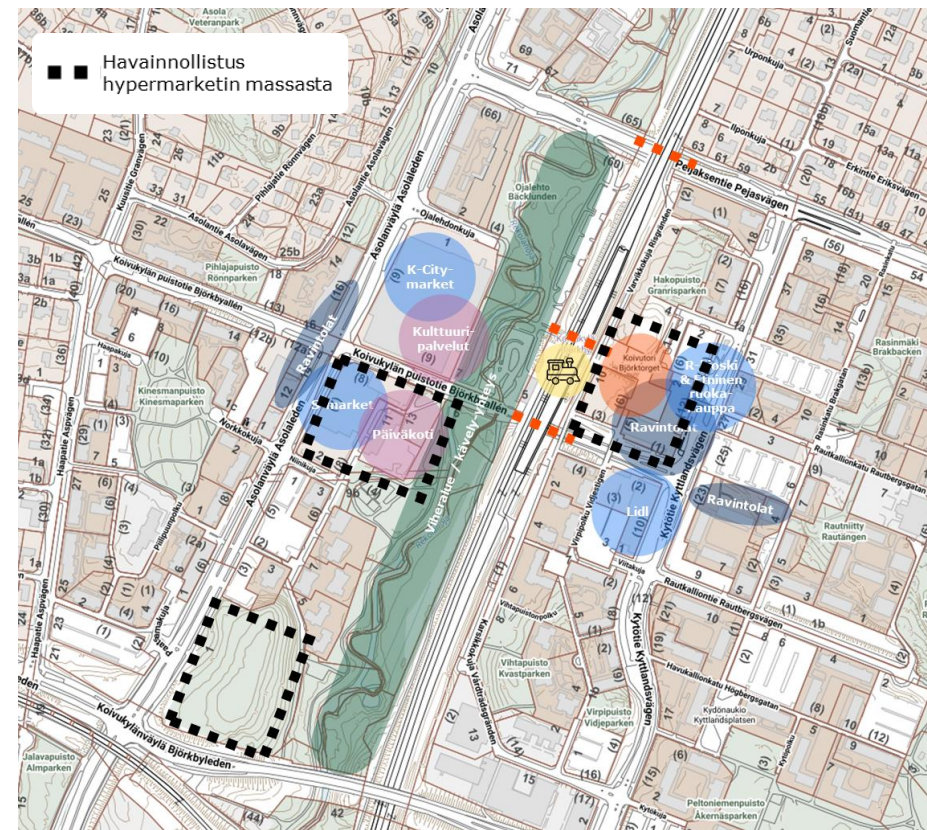
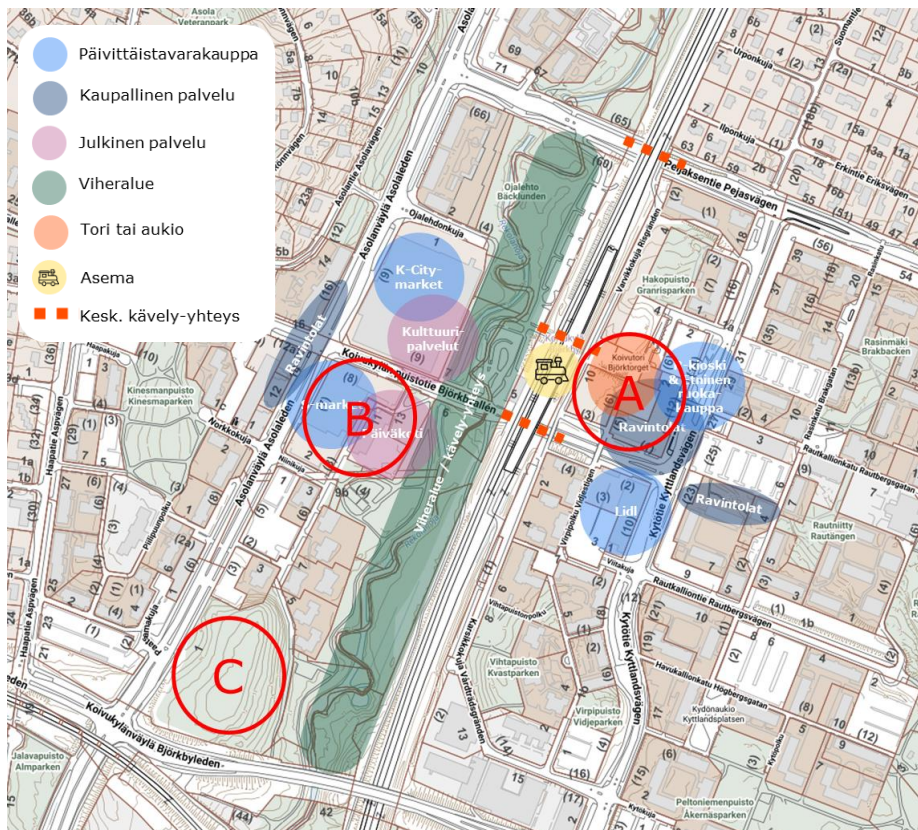
- Perinteinen ostari Koivutori, johon sijoittunut mm. etnisiä ravintoloita ja marketti, r-kioski ja pub
- Mittakaavaltaan pienipiirteisempi, ostari alueen sydän
- Koivukylän keskustamaisin elementti on ostarin ja asemayhteyden välissä oleva aukio (Koivutori)



Koivukylän keskusta

Tunnistettut mahdollisen suuremman päivittäistavarakaupan yksikön sijainnit

A	Koivukylän ydinkeskusta, Kytötien varsi
B	K-Citymarketin viereinen tontti, nykyinen S-market
C	Viheralue Koivukylänväylän ja Asolanväylän risteyksessä



Hypermarketin koko peilautuu olemassa olevaan K-Citymarketiin – havainnollistus hypermarketin massasta sijaintivaihtoehdoissa (mustalla ääriiviivalla).

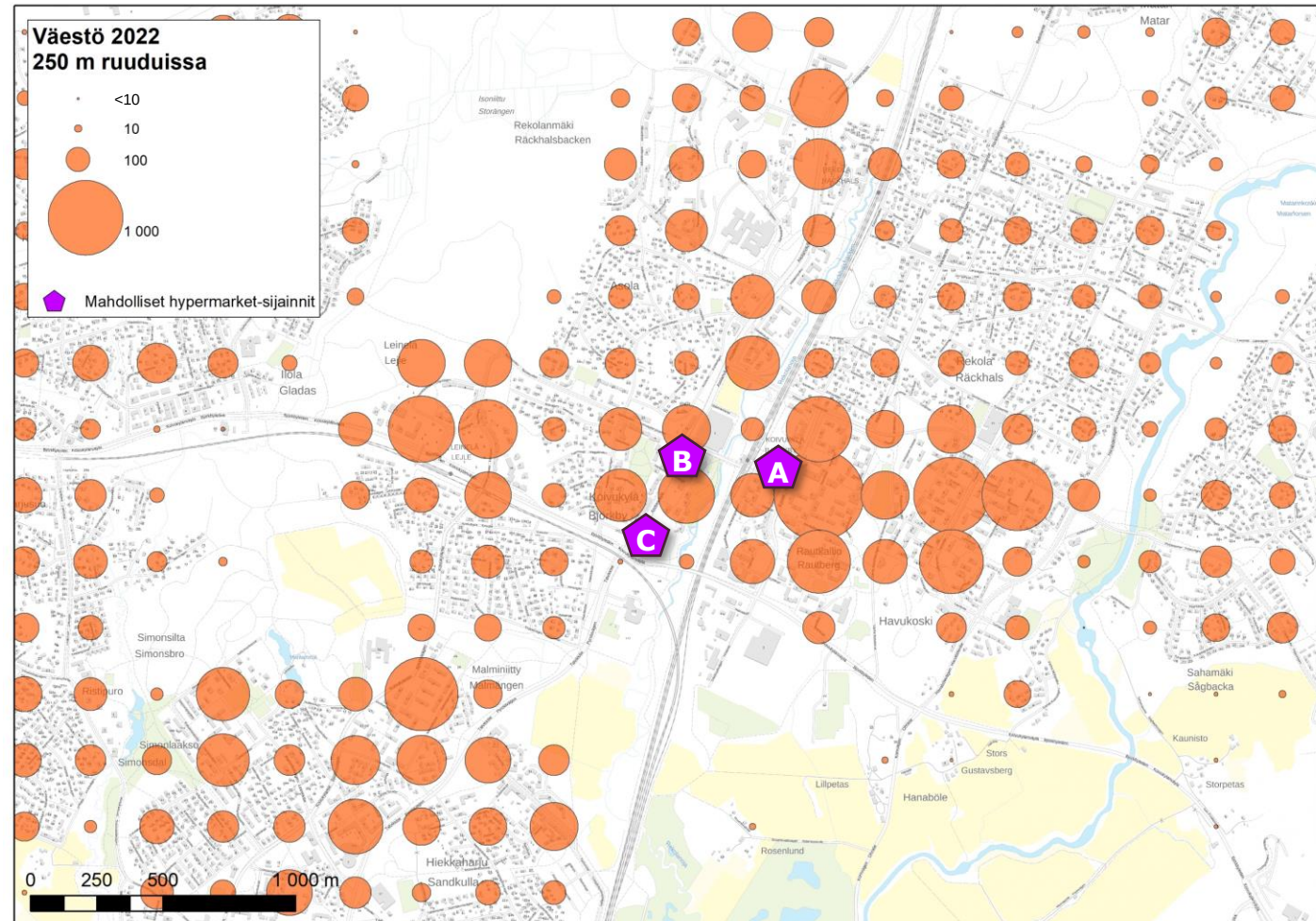
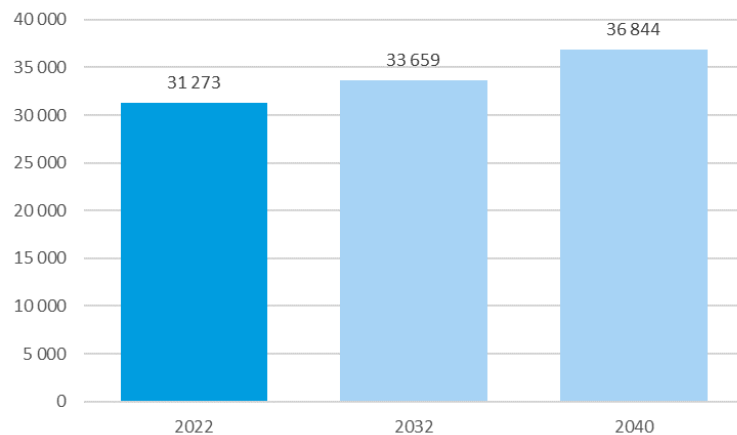
Koivukylän keskusta

Väestön sijoittuminen

Oheisella kartalla on kuvattu väestön sijoittuminen 250 metrin tilastoruuduissa vuonna 2021. Pallon koko kuvaa tilastoruudussa asuvien määrää. Koivukylässä väestö on hieman tiiviimmin sijoittunut radan itäpuolelle, mutta suhteellisen tiivis asutus jatkuu itä-länsisuunnassa myös radan länsipuolelle.

Alla olevassa kaaviossa on esitetty Koivukylän suuralueen asuntorakentamisennusteeseen perustuva väestön kasvu arvio vuosille 2022-2032-2040 (Lähde: Vantaan kaupunki, yleiskaavoitus). Väestön arvioidaan kasvavan vuoteen 2032 mennessä noin 2 400 asukkaalla ja vuoteen 2040 mennessä yhteensä noin 5 600 asukkaalla.

Väestönkasvu - Koivukylä



© YKR/SYKE ja TK 2022. Kartalla ei näytetä alle 5 asukkaan ruutuja.

Koivukylän keskusta

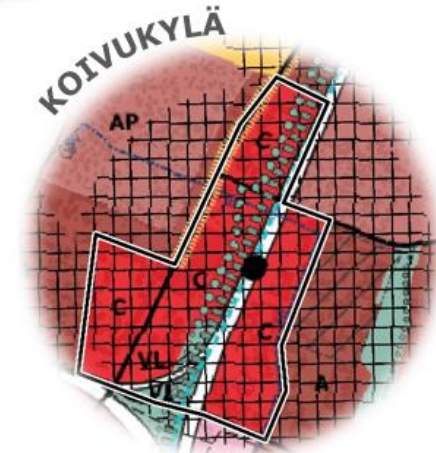
Väestön demografia

Oheinen diagrammi kuvaa Korson keskusta-alueen väestödemografiaa sekä muita aluerakennetta kuvaavia muuttujia. Tunnusluvut on indeksoitu suhteessa pääkaupunkiseudun keskiarvoon (pks=100).

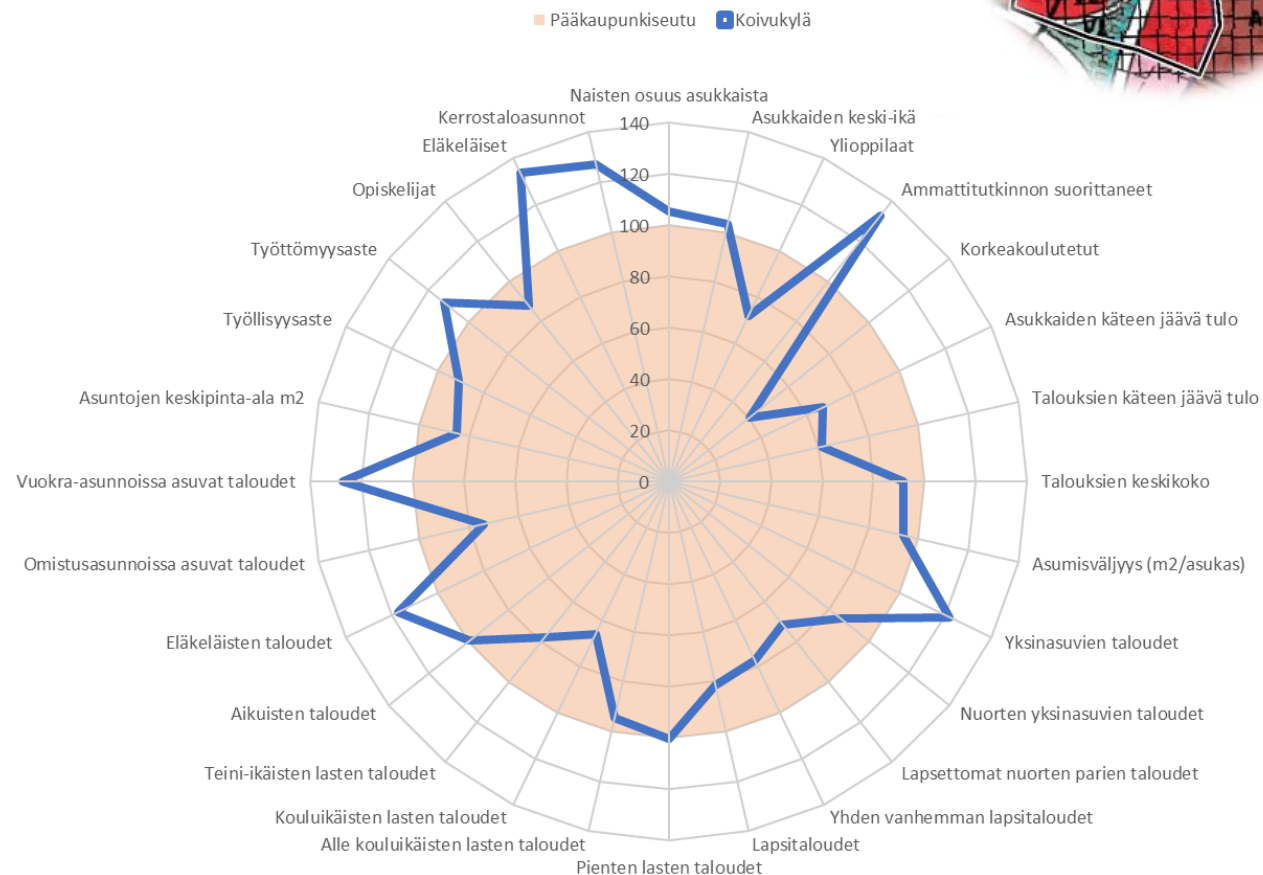
Koivukylän alueella korostuvat yksinasuvien ja eläkeläisten suuri osuus talouksista. Alueella on kohtalaisen vähän lapsiperheitä, mutta pienten lasten talouksien osuus on pääkaupunkiseudun keskimääräisellä tasolla. Asukkaiden käteen jäävä tulo on selkeästi pääkaupunkiseudun keskiarvon alapuolella.

Koivukylän alueella asuvien talouksien käteen jäävä keskitulo (31 626 €/vuosi/talous) jää selkeästi pääkaupunkiseudun keskitulon alle (pks=51 709 €/vuosi/talous). Koivukylän suuralueen asukkaista 28,6 % puhuu äidinkielenään muuta kuin suomea tai ruotsia.

Väestön nykyrakenteen perusteella kaupallisessa kehittämisessä tulee erityisesti huomioida väestön ikärakenteen synnyttämät vaatimukset ympäristön esteettömyydelle. Asukkaiden heikompi tulotaso luo tarpeen kohtuuhintaisen palvelutarjonnan syntymiselle, minkä lisäksi väestön tausta mahdollistaa mm. etnisten kauppojen ja palveluiden kehittämisen alueella.



Väestödemografia 2021 (vertailualue = 100)



Koivukylän keskusta

Saavutettavuus 15 minuutissa

Kuvassa on tarkasteltu Koivukylän keskuksen saavutettavuutta 15 minuutissa kävellen, pyörällä ja joukkoliikenteellä. Tarkastelua varten keskukselle on määritetty keskipiste, joka Koivukylässä sijaitsee Koivukylän puistotiellä, rautatien yläpuolella.

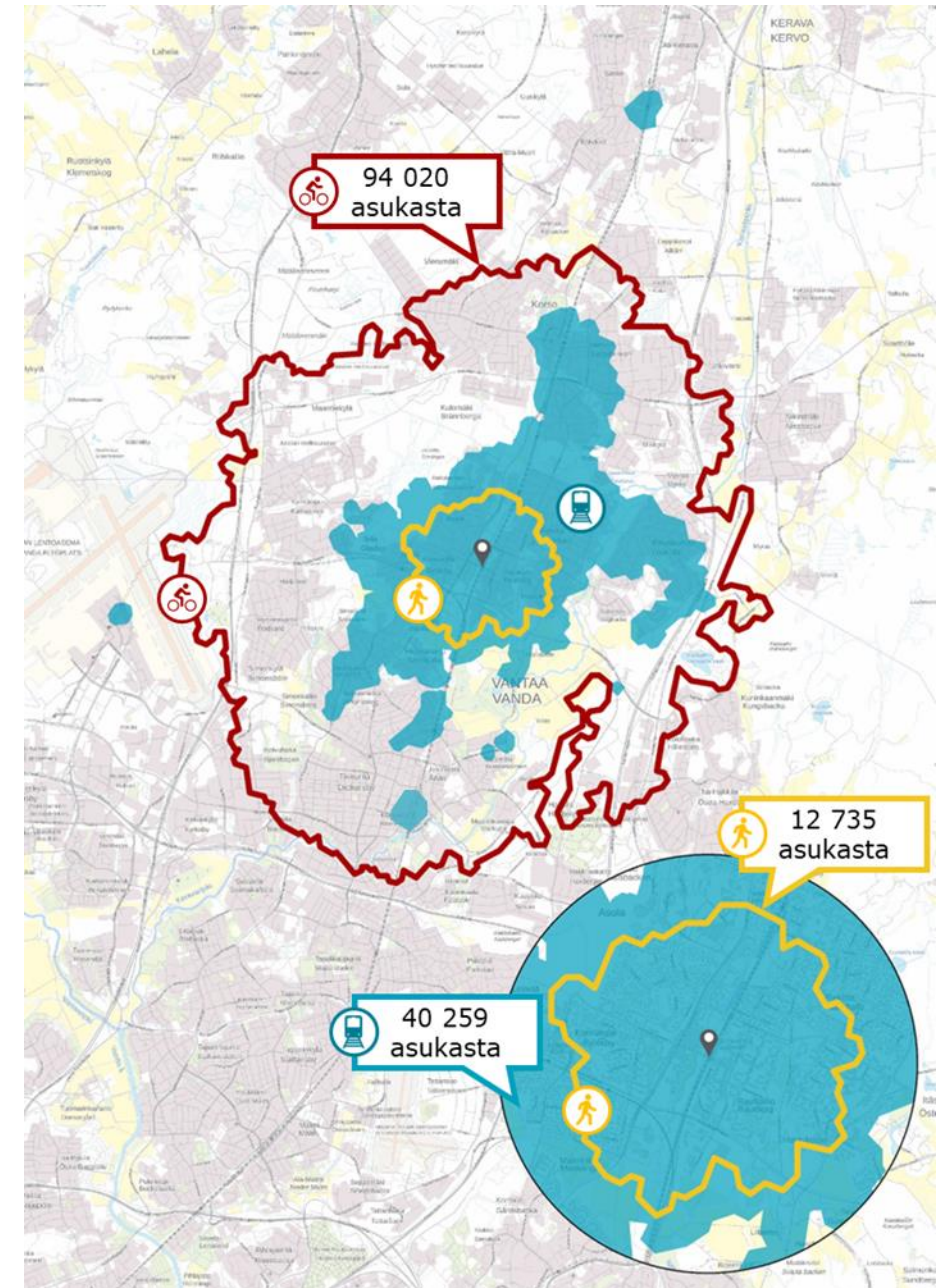
Tarkastelussa on käytetty kävelyvauhtina 80 m/min ja pyöräilyvauhtina 20 km/h. Joukkoliikenteessä tarkasteluajankohtana on keskiviikko 22.2.2023 klo 8.00-9.00. Joukkoliikenteen osalta analyysi on tehty 10 minuutin välein, jotta on minimoitu vuorovälien vaikutusta saavutettavuuteen.

Tarkastelussa on käytetty OpenStreetMap-tieverkkoaineistoa sekä HSL:n joukkoliikenneverkon ja aikataulujen GTFS-aineistoa. Asukkaiden määrän tarkastelussa on käytetty vuoden 2021 Ruututietokannan pisteaineistoa, mikä kuvaa vuoden 2020 väestötilannetta.

Koivukylän keskustan saavuttaa 15 minuutissa:

- Kävellen: 12 700 asukasta (Korso 8 800 asukasta)
- Pyörällä 94 000 asukasta (Korso 65 100 asukasta)
- Joukkoliikenteellä 40 300 asukasta (Korso 40 700 asukasta)

Seuraavilla sivuilla esitetyt saavutettavuus- ja tavoitettavuusanalyysit on tehty teknisesti eri toteutuksella, mistä johtuen lukemat ovat keskenään hieman erilaisia eri tarkastelujen välillä.



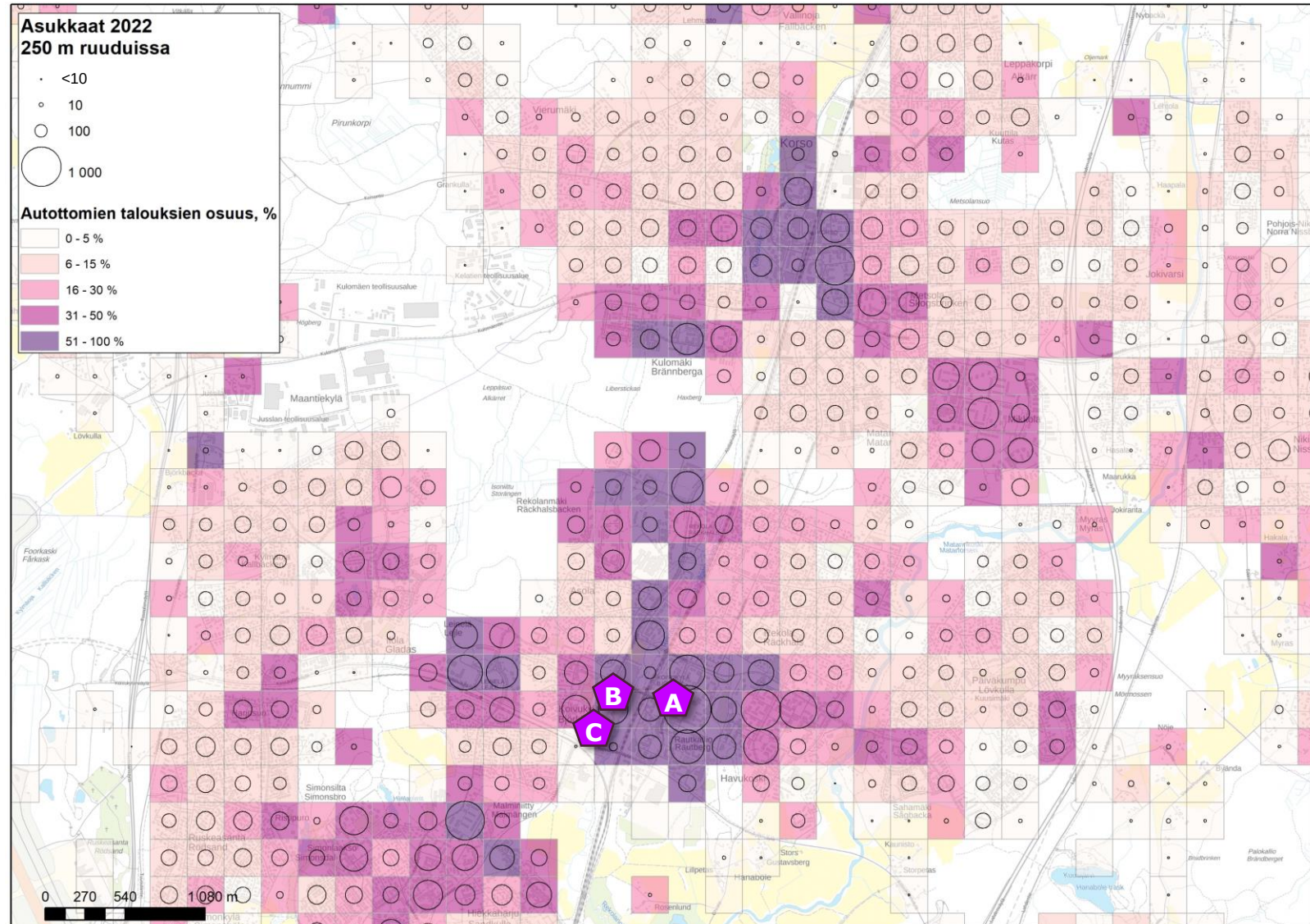
Taustakartta: Maanmittauslaitos.

Koivukylän keskusta

Autottomat taloudet

Kartalla on kuvattu Koivukylän ja Korson alueen asukasmäärää (pallot) 250 metrin tilastoruuduissa vuonna 2022 sekä kotitalouksien autonomistusta. Taustalla olevalla rasterilla tummemman punaisen / purppuran sävyisissä ruuduissa on suhteellisesti enemmän autottomia ja tummimman sävyisissä ruuduissa autottomien talouksien osuus ylittää 50 %. Autottomia on erityisesti Koivukylän keskustoissa sekä Koivukylän ja Korson välisellä alueella Rekolassa.

Autottomien talouksien osalta päivittäistavarakaupan sijainnin merkitys korostuu; miten hyvin lähipalvelut ovat saavutettavissa kävellen, pyörällä tai joukkoliikenteellä.



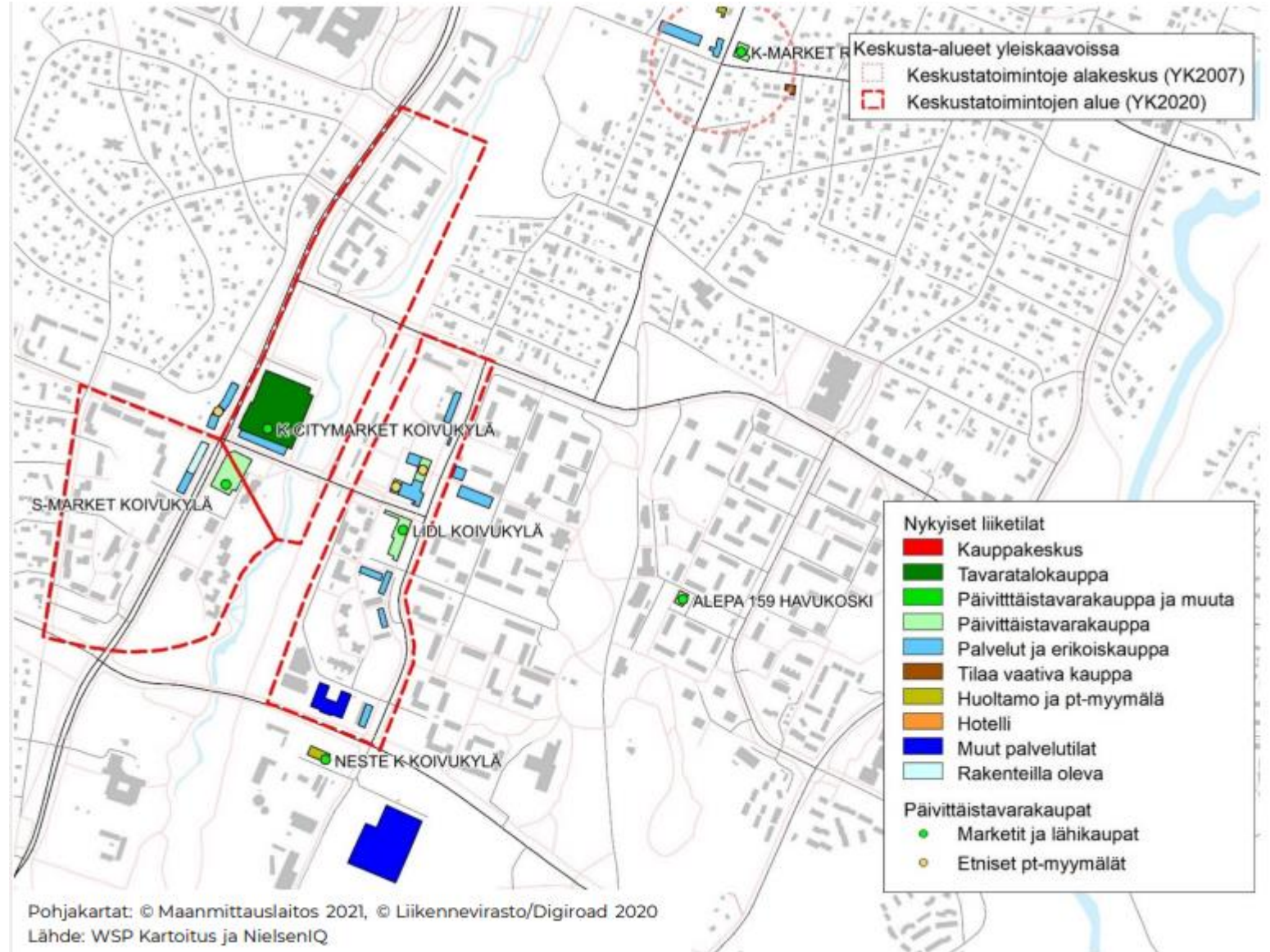
© YKR/SYKE ja TK 2022. Kartalla ei näytetä alle 5 asukkaan ruutuja.

Koivukylän keskusta

Kauppa ja palvelut nykyään

- Koivukylän kaupallinen rakenne on keskuksen profiiliin nähden monipuolinen
- Radan itäpuolella sijaitsee Koivukylän vanha kaupallinen keskusta, joka muodostuu Koivutorin liikekeskuksesta, Lidlistä sekä asuintalojen kivijalkaliiketiloiista
- Radan länsipuolelle sijoittuneita K-Citymarketin ja S-marketin täydentämää on rakentunut uusia asuintaloja, joiden kivijalassa on myymälätilaa.
- Liikepinta-alaa keskuksessa on yhteensä n. 29 000 k-m2
 - Tavaratalokauppa 41 %
 - Palvelut ja erikoiskauppa 38 %
 - Päivittäistavarakauppa 19 %
 - Huoltamot ja päivittäistavarakauppa 2 %
- Asolaan on rakentumassa uusi supermarket

Lähde: Vantaan kaupan palveluverkkoselvitys (WSP, 2022)



Koivukylän keskusta

Kaupan ja palveluiden kehitysnäkymät

- Uudelle hypermarketille on tunnistettu kysyntää erityisesti erikoiskaupan asiakasvirroista, jotka nykyisin suuntautuvat Koivukylän ulkopuolelle.
- Asolaan on suunnitteilla supermarket.
- Kaupan ydinalue on kaksinapainen, painopisteet kummallakin puolella rataa
- Länsipuolen rooli: Asolanväylän pääkeskustakatuna, jonka varrelle sijoittuvat kivijalkakaupat ja markettirakennukset avautuvat katutilaan pieninä liikeytiloina.
- Itäpuolen rooli: Arjen lähipalvelut ja yhteisölliset palvelut, joita tukevat alueen kehityshankkeet.

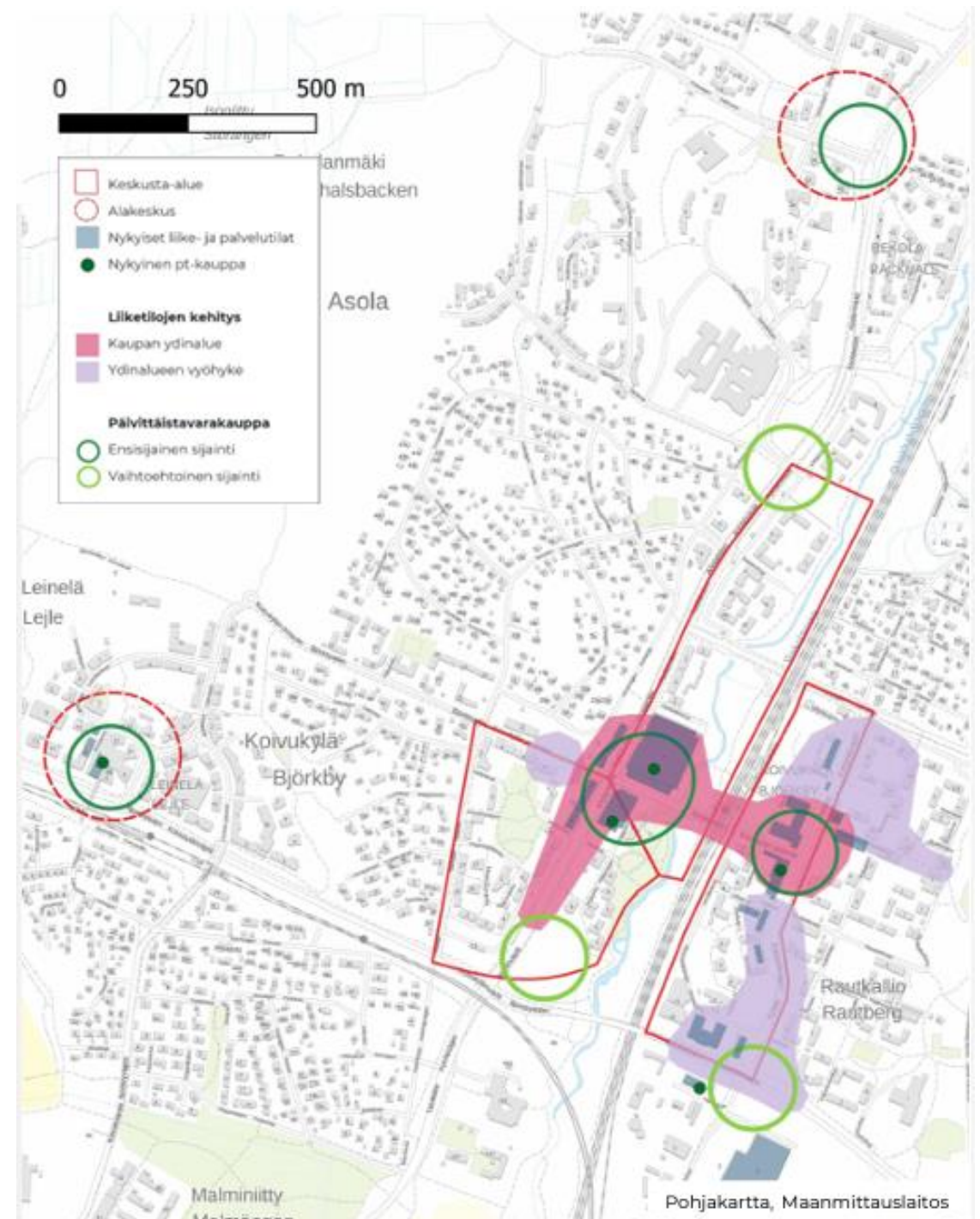
Koivukylä

- Hypermarket-keskukset
- Tiivis kivijalkakeskusta näiden välillä
- Lähipalvelu- ja kivijalkakeskusta radan itäpuolella



Koivukylän kaupallinen profiili

Lähde: Vantaan kaupan palveluverkkoselvitys (WSP, 2022)



Koivukylän keskusta

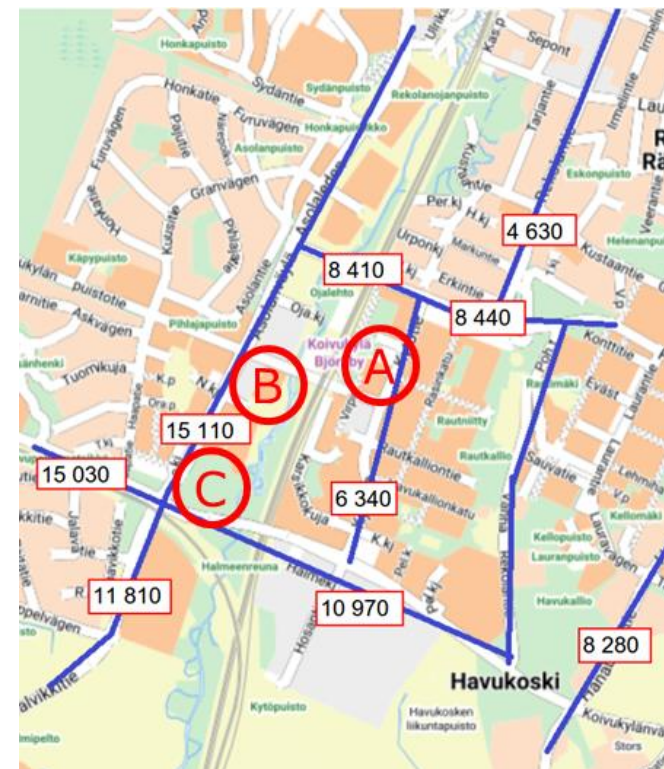
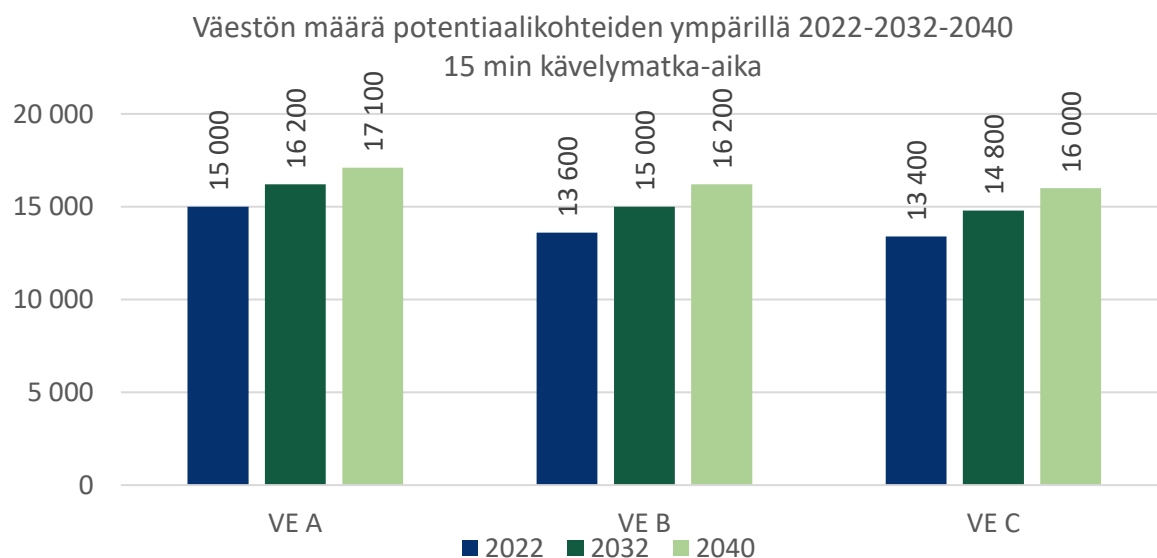
Vaihtoehtojen saavutettavuus

Kaikki vaihtoehdot ovat kävelen hyvin saavutettavissa rautatieasemalta, joskin VE A sijaitsee suhteellisen korkealla Asolanväylän suunnasta tarkasteltuna. Alla olevassa kaaviossa on esitetty potentiaali-kohteiden saavutettavuus kävelen eri tarkasteluvuosina. Luvut ovat suuntaa-antavia ja perustuvat yleiskaavatasoisiin asukasarviointeihin. Etäisyys on laskettu tie- ja katuverkkoa pitkin. Parhaiten on saavutettavissa vaihtoehto A (ydinkeskusta), jonka tavoittaa lähes 15 000 asukasta. Vuonna 2040 kohteen A saavuttaa jo yli 17 000 asukasta.

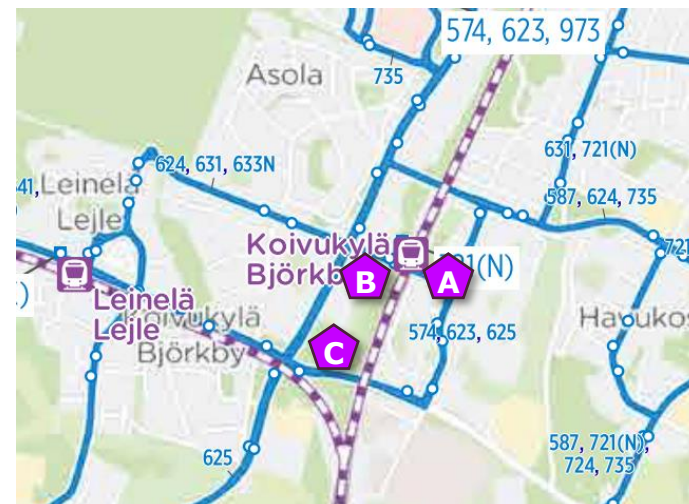
Kaikki kohteet ovat myös polkupyörällä hyvin saavutettavissa, VE A kärsii sijainnistaan mäen päällä myös pyöräilyn kannalta.

Joukkoliikennesaavutettavuus perustuu erityisesti junaliikenteeseen, ja on hyvä erityisesti vaihtoehdoissa A ja B (asemalta n. 300 m). Vaihtoehdoista C sijaitsee kauimpana asemasta (n. 600 m). Linja-autoliikenteen osalta keskeisiä yhteyksiä kulkee kaikkien kohteiden tuntumasta mm. Koivukylänväylää, Koivukylän puistotietä sekä Asolanväylää pitkin.

Autoliikenteen kannalta paras on VE C Asolanväylän ja Koivukylänväylän liittymän tuntumassa, ja VE B on lähes yhtä hyvä. Autosaavutettavuudeltaan heikoin on VE A.



Keskimääräinen vuorokausiliikenne alueella (lähde: Vantaan kaupunki)



Joukkoliikennelinjat (Lähde: HSL)

Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

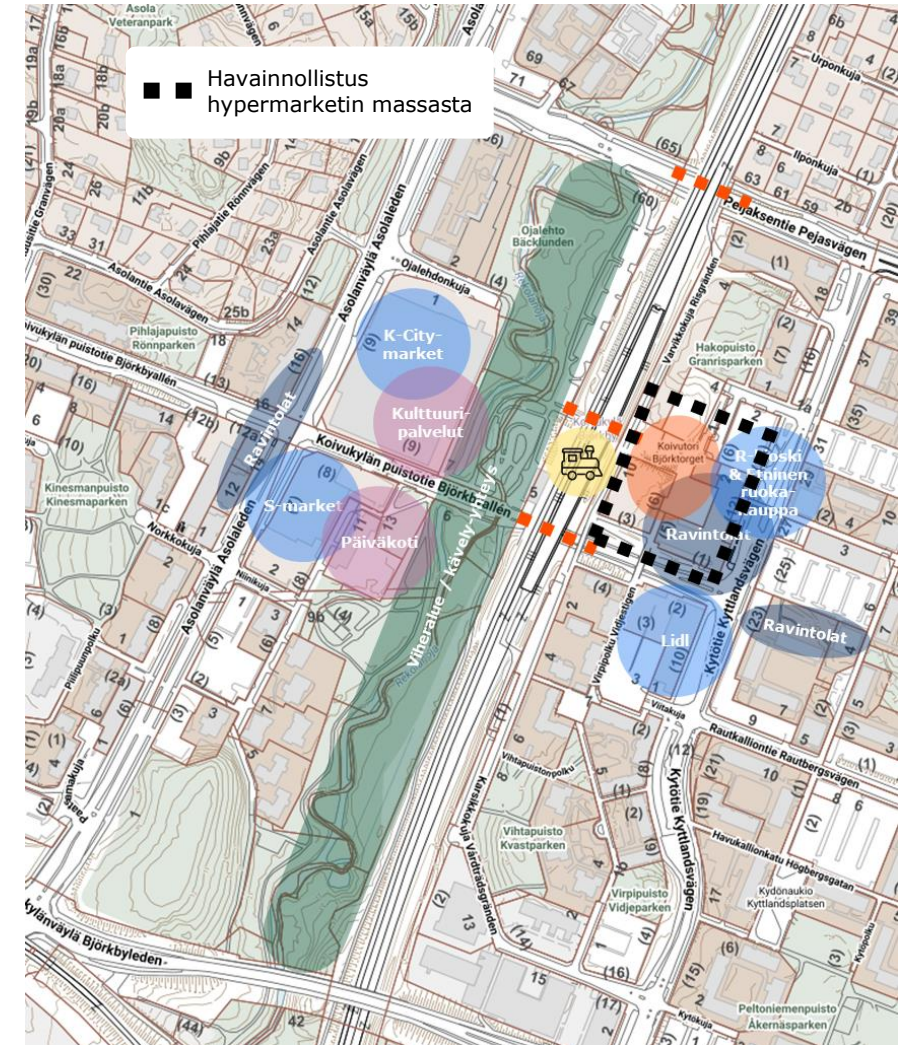
Koivukylä A

Kaupallinen rakenne ja kaupan toimintaedellytykset

- Paikalla nykyisin vanha ostari, johon on sijoittunut ravintolatoimintaa, r-kioski ja etninen ruokakauppa
- Uusi päivittäistavarakaupan myymälä muodostaisi
 - yhdessä Lidlin kanssa radan itäpuolen päivittäistavarakauppakesittymän
 - kummallekin puolelle rataa peilikuvamaisesti isot kaupalliset toiminnot (ja rakennusmassat)
- Nykyisen ostarin säilyttäminen ei ole mahdollista, mikäli uusi kaupan yksikkö sijoitetaan tähän sijaintiin. Ostarimaista rakennetta ja tunnelmaa on sen sijaan mahdollista tutkia uudessa urbaanissa marketissa
- Alueella olisi vaihtoehdon toteutuessa neljä päivittäistavarakaupan myymälää
- Kilpailee radan länsipuolella sijaitsevan kauppakesittymän kanssa, johon on sijoittunut S-marketin ja K-Citymarketin lisäksi myös mm. kirjasto. Radan länsipuoli on vetovoimaisempi keskittymä.

Helppo liikkuminen

- Kävely-yhteys asemalta olisi sijaintiin hyvä; Kävelijöiden tulisi päästä jatkossakin sujuvasti alueen läpi (ratkaistavissa päivittäistavarakaupan myymälän suunnitteluratkaisuissa)
- Pyörätieverkko kattava ja pyörällä saavutettavuus hyvä, mutta korkeuserot sijainnin välittömässä läheisyydessä ovat suuria. Tämä kuitenkin koskee lähinnä lännestä saapuvia.
- Ympäröivien liikenneväylien mitoitus ja nykyinen liikennekuormitus on matalampi kuin radan länsipuolella, ei kestäisi hypermarket-koon myymälän autoliikennevirtoja
- Joukkoliikennesaavutettavuus perustuu junaliikenteeseen, ja on hyvä suhteessa muihin sijaintivaihtoehtoihin.
- Bussiyhteydet kulkevat läheltä, erityisesti Koivukylän puistotietä pitkin.

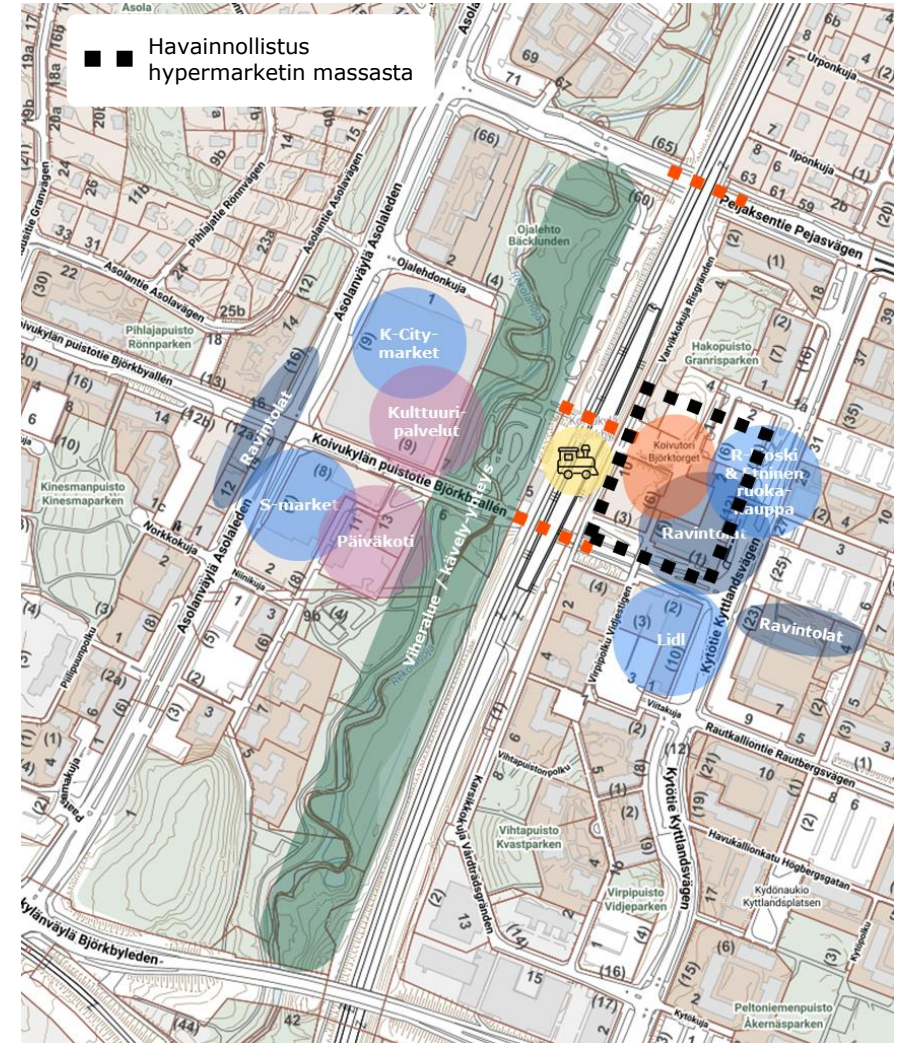


Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

Koivukylä A

Viihtyisät, turvalliset ja toimivat kaupunkikeskukset ja kaupallisen kävelykeskustan rakenne

- Uusi päivittäistavarakaupan myymälä palvelisi erityisesti radan itäpuolen asukkaita vastaten itäpuolella suuremman päivittäistavarakaupan yksikön puutteeseen parhaiten
- Ostarin nykyiset toiminnot ovat pääosin maahanmuuttajataustaisten pienyritysten pyörittämiä; uuden päivittäistavarakaupan myymälän toteutuksessa tulisi tutkia mahdollisuutta tuoda nykyiset toiminnot osaksi uutta kiinteistöä ja sen tunnelmaa paikallisena erityispiirteenä. Tällä olisi myös yhteisöllisyyttä parantavia ja segregaatiokehitystä lieventäviä vaikutuksia. Uusien liiketilojen toteuttamisen yhteydessä on huomioitava vuokratasoihin tulevat korotukset; mikäli uuden päivittäistavarakaupan myymälän yhteyteen ei ole mahdollista sijoittua esim. paikallisten toimijoiden palveluita, miten kaupunki tukee uuden toimitilan löytämistä.
- Uuden päivittäistavarakaupan myymälän toteutustavassa tulee tutkia millainen formaatti loisi viihtyisää ja urbaania kaupunkitilaa sekä asemanympäristöä joka toimii myös junamatkustajien läpikulkupaikkana (ml. Pienimittakaavaisuus ja hahmotettavuus, toiminnan avautuminen kaupunkitilaan, koettu turvallisuus ym).
- Tulisiko profiloida ratan itäpuolta pienipiirteisemmäksi keskustaksi kun itäpuolelle on sijoittunut suurempia massoja?
- Hypermarket-kokoluokan myymälä ei jättäisi tilaa kaupunkivihreälle, supermarketin toteutuksessa olisi kiinnitettävä huomiota radanvarren vehreyden säilyttämiseen / kehittämiseen päivittäistavarakaupan myymälän ympäristössä
- Vahvistaisi kävelykeskustan palveluita radan itäpuolella (Havukoski). Suunnittelussa olisi huomioitava erityisesti myymälän sijoittuminen tiiviiseen kaupunkikeskustaan sekä kävely-ympäristön laatutekijöiden turvaaminen. Suunnittelussa varmistettava jalankulkuyhteyden säilyminen juna-asemalta Rautkallionkadun suuntaan.



Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

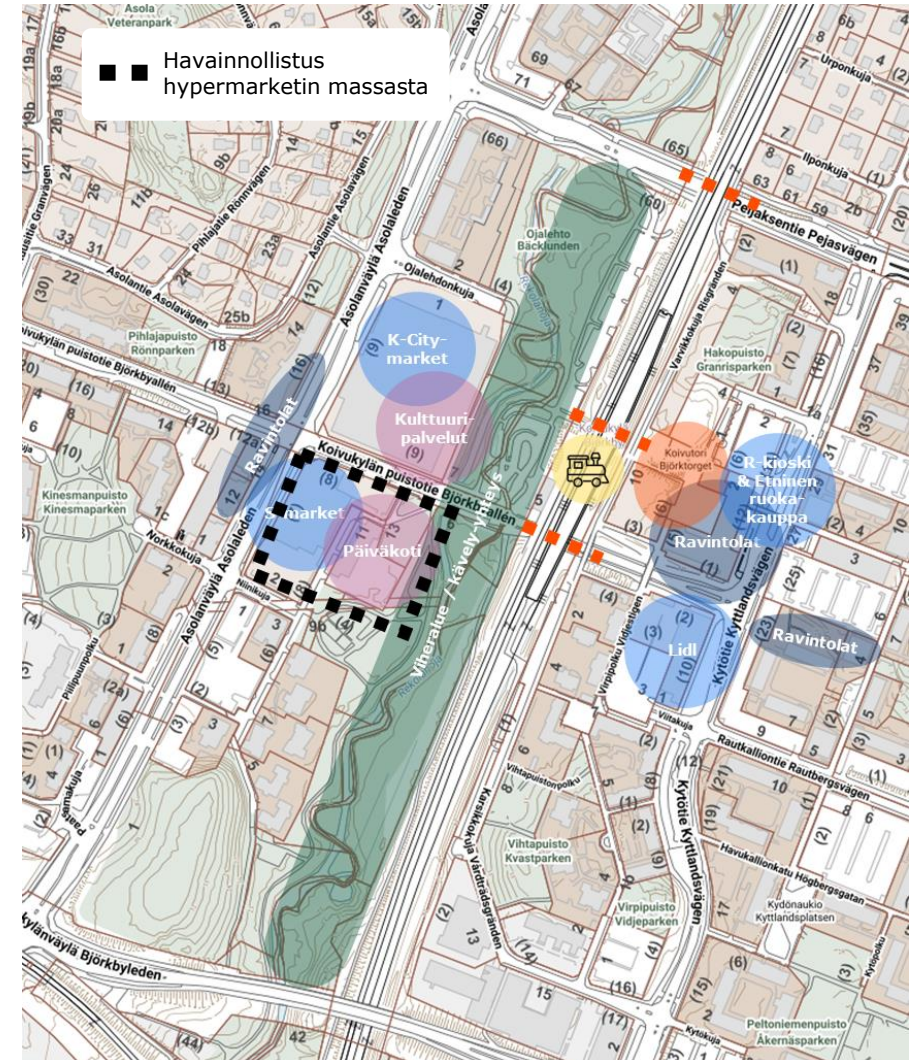
Koivukylä B

Kaupallinen rakenne ja kaupan toimintaedellytykset

- Jo tunnistettu kaupan kohde / keskittymä; alueella sijaitsee nykyisin S-market
- Luonteva kohde vahvistaa kaupallista keskittymää nykyistä supermarketia laajentamalla tai korvaamalla sen suuremmalla yksiköllä
- Konseptin osalta on huomioitavaa, että sijainnissa tulisi olla vähintään samankokoinen hypermarket kuin kadun toisella puolella nykyisin sijaitseva K-Citymarket; Kaupan toimijoilla ei ole tyypillisesti intressejä tuoda olemassa olevan kaupallisen yksikön viereen pienempää yksikköä

Helppo liikkuminen

- Kävely-yhteys asemalta on hyvä
- Pyörätieverkko kattava ja pyörällä saavutettavuus hyvä
- Vaikka liikennemäärät ovat jo nykyisin suuria Asolanväylällä, lokaatio kestäisi kasvavan autoliikenteen kuormituksen. Asolanväylän liikennemäärät tulevat kasvamaan tulevaisuudessa kaupallisesta ratkaisusta huolimatta ja ruuhkautuminen lisääntyy. Suurempi kaupan yksikkö kasvattaisi ruuhkautumista entisestään.
- Joukkoliikennesaavutettavuus perustuu junaliikenteeseen, ja on hyvä suhteessa muihin sijaintivaihtoehtoihin
- Bussiyhteyksiä kulkee kohteen ohi mm. Asolanväylää pitkin sekä Koivukylän puistotiellä.

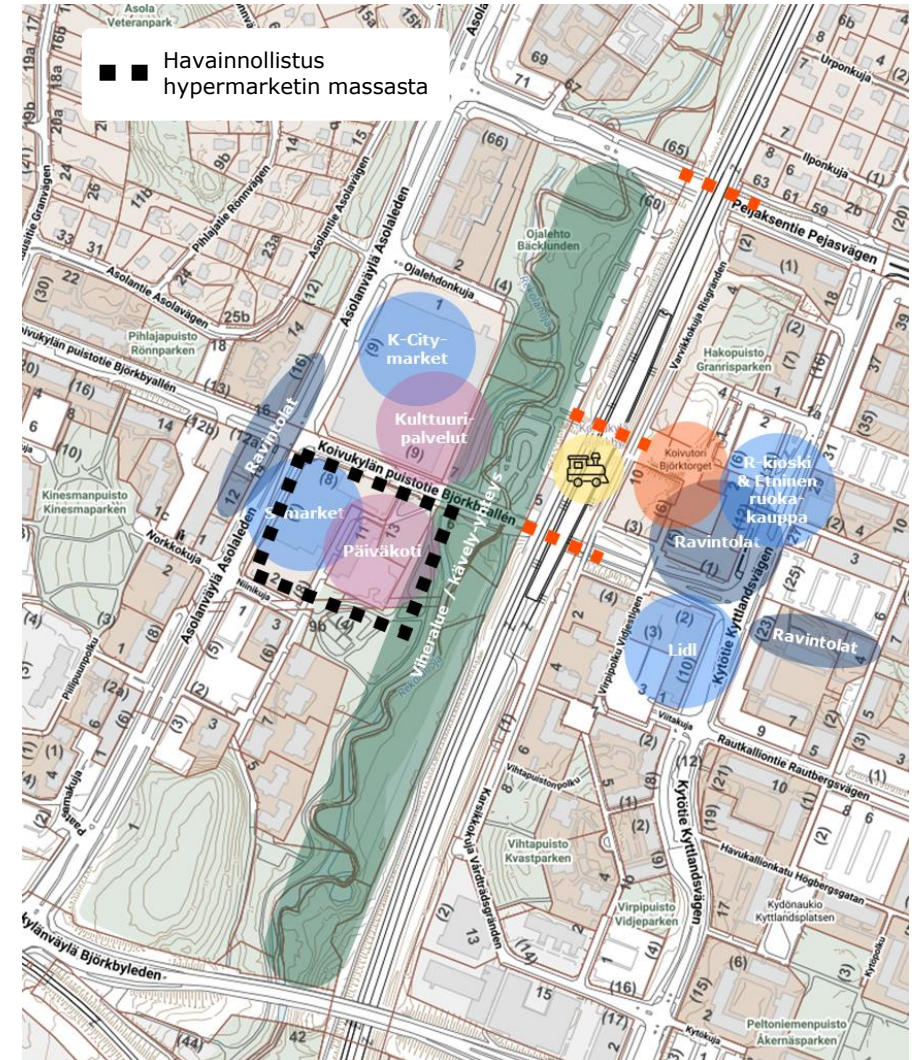


Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

Koivukylä B

Viihtyisät, turvalliset ja toimivat kaupunkikeskukset ja kaupallisen kävelykeskustan rakenne

- Sijainti on ahdas sijainti hypermarketille
 - Tontilla nykyisin sijaitseva päiväkoti tulisi purkaa ja toiminta siirtämään toisaalle (tässä selvityksessä oletetaan, että se on mahdollista)
 - Hypermarket ulottuisi hyvin lähelle Koivukylän keskuspuistoa ja puroa, joten sen vaikutukset niihin sekä mahdollisuudet luonnon monimuotoisuuden turvaamiseen tulee selvittää
- Konseptissa tulisi tutkia myymälätilojen avautumista ympäröivään kaupunkitilaan
 - Nykyinen S-market on kävelijän näkökulmasta ”kuollutta julkisivua”. Tulevaisuudessa mahdollisuutena olisi tutkittavissa, voisiko uusi hypermarket avautua paremmin Asolanväylän suuntaan mm. sijoittamalla pieniä liiketiloja kadun varteen.
 - Voisiko kadun lisäksi myös keskuspuistoa hyödyntää hypermarketin yhteyteen sijoittuvissa toiminnoissa, esim. terassit tai näkymät myymälätiloista
- Vahvistaisi kaupan palveluita radan länsipuolella ja siirtäisi kaupallista painopistettä Havukosken puolelta selkeämmin radan länsipuolelle. Heikentäisi mahdollisesti Havukosken palvelutarjontaa ja kaupallista vetovoimaa.



Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

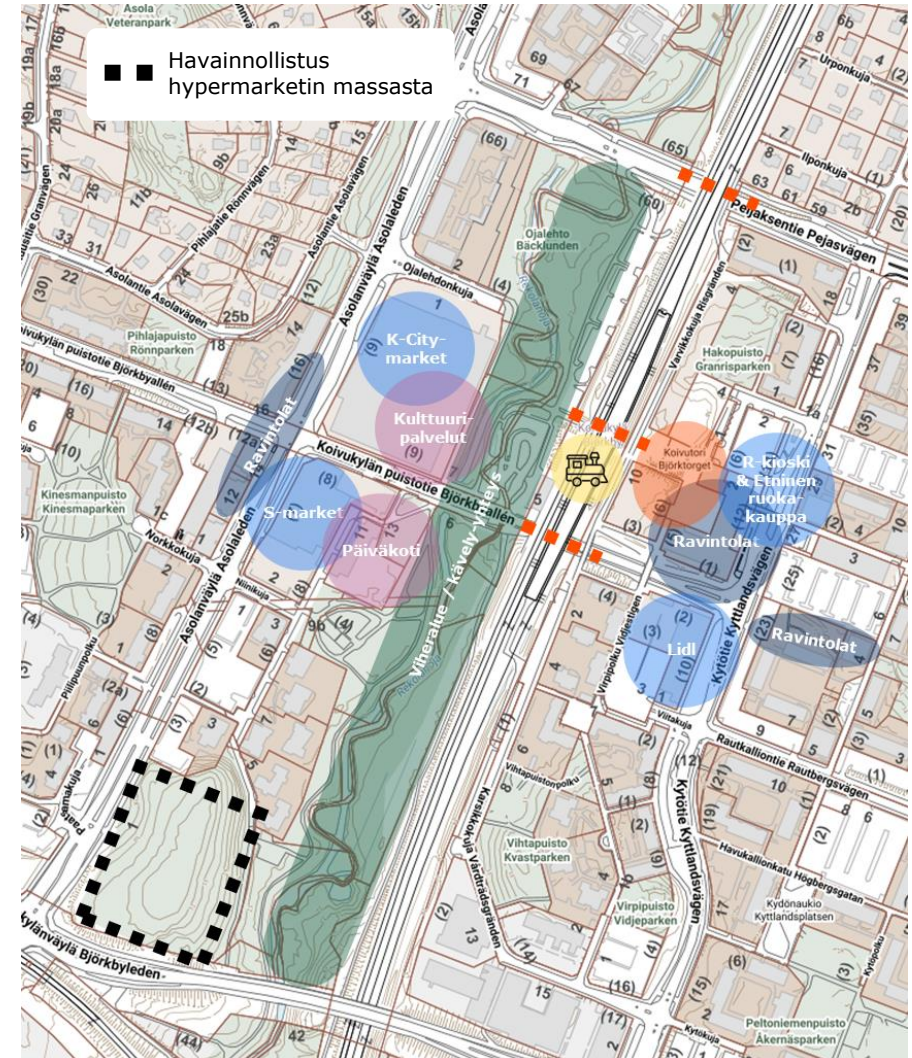
Koivukylä C

Kaupallinen rakenne ja kaupan toimintaedellytykset

- Sijaitsee erillään keskustan kaksinapaisesta kaupan keskittymästä – ja tekisi siitä kolminapaisen
 - riskinä on kaupallisen keskittymän liika hajautuminen
- Alueella olisi vaihtoehdon toteutuessa neljä päivittäistavaramyymälää sekä ostarin etninen päivittäistavaramyymälä
 - Todennäköistä kuitenkin on, että hypermarket olisi toteutuessaan Osuuskaupan minkä seurauksena nykyinen S-market lopettaisi toimintansa. Tulisi tutkia, mitä käyttöä nykyisen S-marketin kiinteistölle olisi.
 - S-marketin toiminta saattaa muuttua myös lähikauppakonseptiksi (Alepa)

Helppo liikkuminen

- Asemalta sijaintiin on sijaintivaihtoehtoista pisin matka (n. 500-600 m), joten sijainti ei ole houkuttelevin vaihtoehto kävelijöille.
 - Toisaalta aseman välittömässä läheisyydessä sijaitsee jo nyt päivittäistavara-kaupan myymälä, joten tämän sijainnin kohderyhmä on lähitalojen asukkaat ja autolla liikkuvat
- Pyörätieverkko kattava ja pyörällä saavutettavuus hyvä. Etäisyys radan itäpuolen tehokkaasti rakennetulta kerrostaloalueelta pidempi kuin muissa vaihtoehtoissa.
- Autoliikenteen saavutettavuus on vaihtoehtoista paras
- Joukkoliikennesaavutettavuus perustuu junaliikenteeseen ja on kohtuullinen, mutta vaihtoehtoista heikoin johtuen etäisyydestä rautatieasemalle (>600 m). Bussiyhteyksiä kulkee läheltä Asolanväylää sekä Koivukylänväylää pitkin.

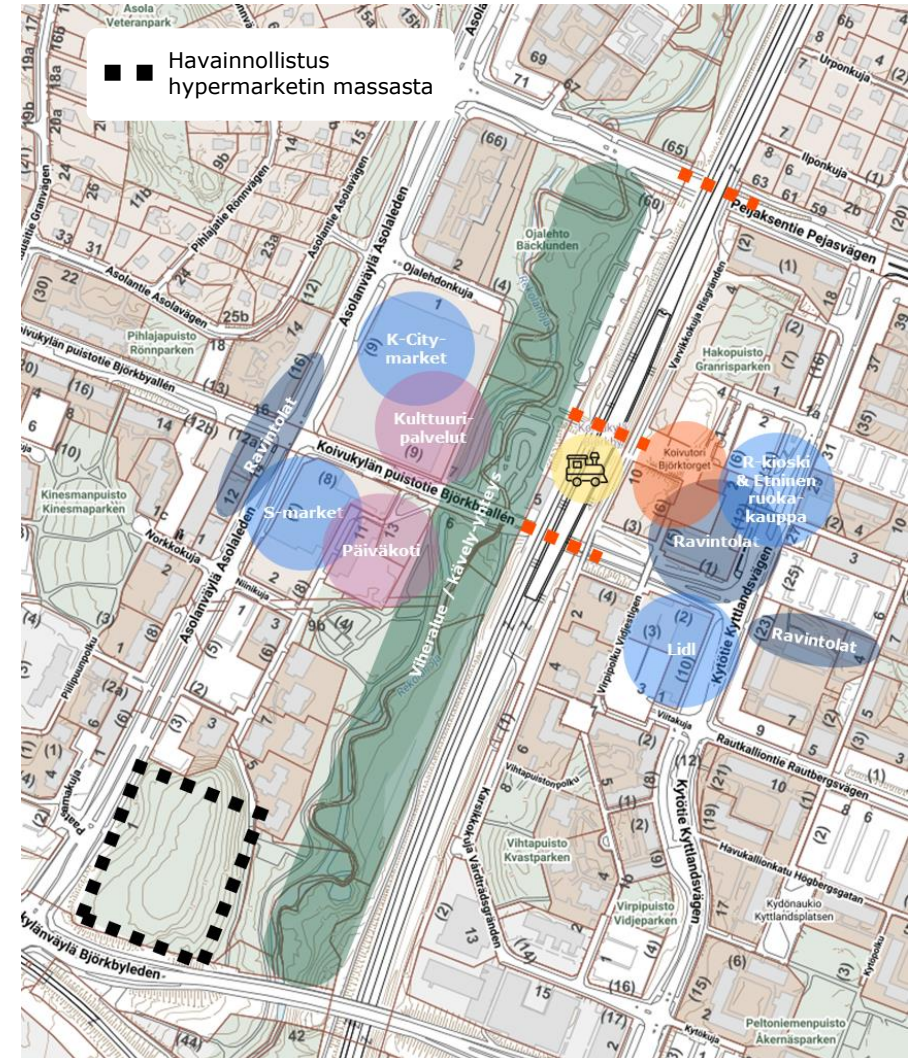


Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

Koivukylä C

Viihtyisät, turvalliset ja toimivat kaupunkikeskukset ja kaupallisen kävelykeskustan rakenne

- Paikalla sijaitsee nykyisin viheralue ja kiinteä muinaisjäännös: Alueen muutos ei välttämättä ole mahdollinen suojeluarvojen vuoksi ja voi herättää vastustusta alueen asukkaissa ja muissa käyttäjissä. Muinaisjäännöksen sijainti alueella asettaa korttelialueen kehittämiselle merkittäviä aikataulullisia ja toteutumiseen liittyviä epävarmuus- ja riskitekijöitä.
- Lisää liikennettä ja melua lähitalojen asukkaille (läheiset kerrostalot jäisivät kahden päivittäistavaramyymälän, junaradan ja niihin johtavan kadun saartamiksi)
- Jotta Asolanväylän profiilia pääkeskustakatuna voidaan vahvistaa, tulisi päivittäistavaramyymälän toteutuksessa huomioida millaisella konseptilla luodaan viihtyisää ja urbaania kaupunkitilaa
- Siirtäisi kaupan painopistettä selkeästi Koivukylän ydinkeskustan ulkopuolelle ja hajauttaisi kävelykeskustan rakennetta.



5.2. Korso

Korson keskusta

Yleisiä huomioita keskustasta

• Keskusta

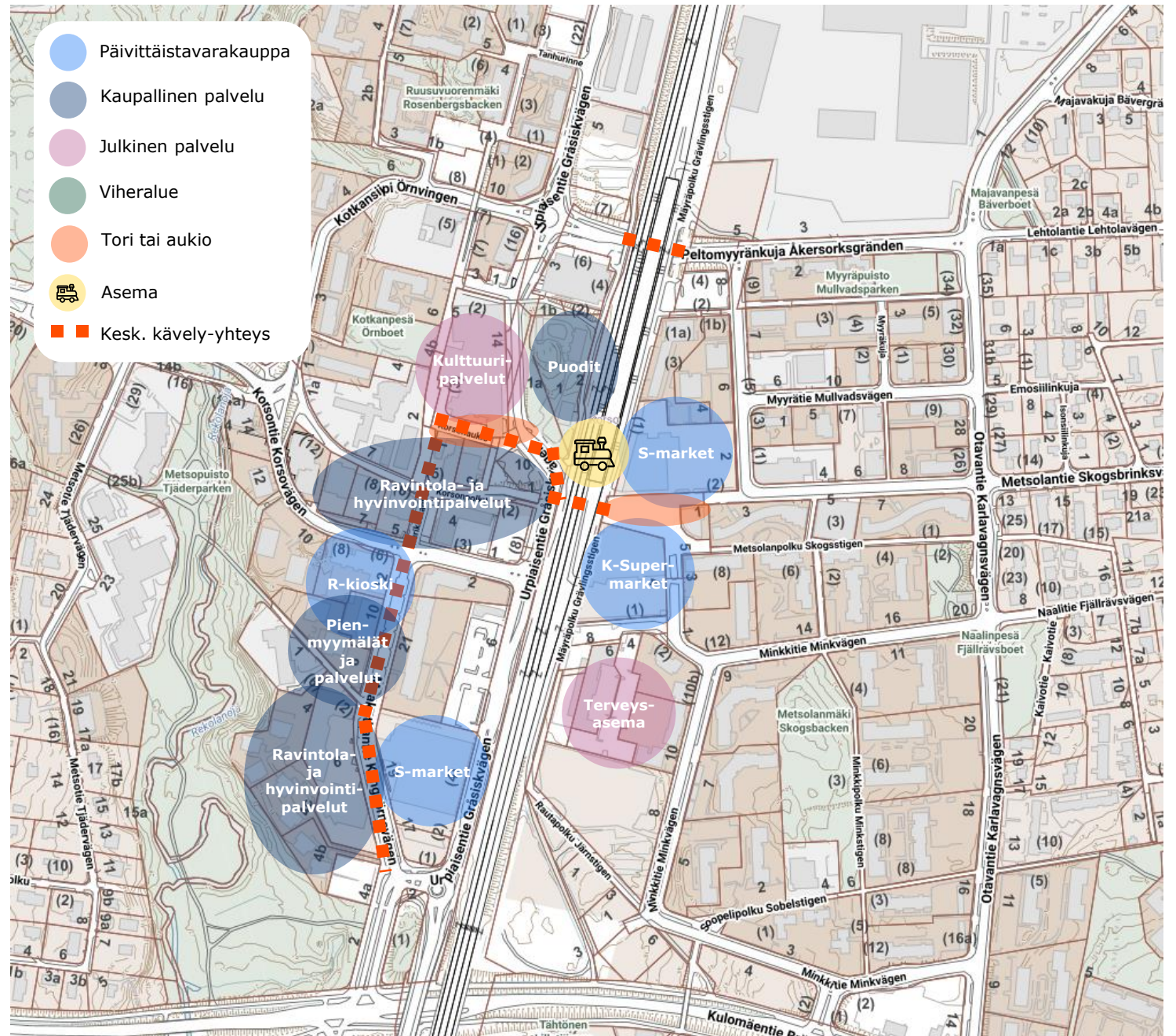
- Keskusta on kehittymässä, kaavarunkotyö käynnissä
- Nykyisin matalaa ja ikääntynyttä rakennuskantaa, kaupunkikuva on "ränsistynyt"
- Keskustan sydäntä on nykyisin vaikea tunnistaa. Keskustassa on kaksi aukiomaista kohtaamispaikkaa, jotka eivät nykytilanteessa houkuttele oleskelemaan
- Radan ylityspaikkoja vain kaksi – radan puoliskot jäävät toisistaan etäisiksi

• Radan länsipuoli:

- Maakotkantiellä ihmisen mittakaava ja palvelujen ketju, jossa potentiaalia kehittyä viihtyisänä kävely-yhteytenä jos erit. kiinteistöjä kehitetään

• Radan itäpuoli:

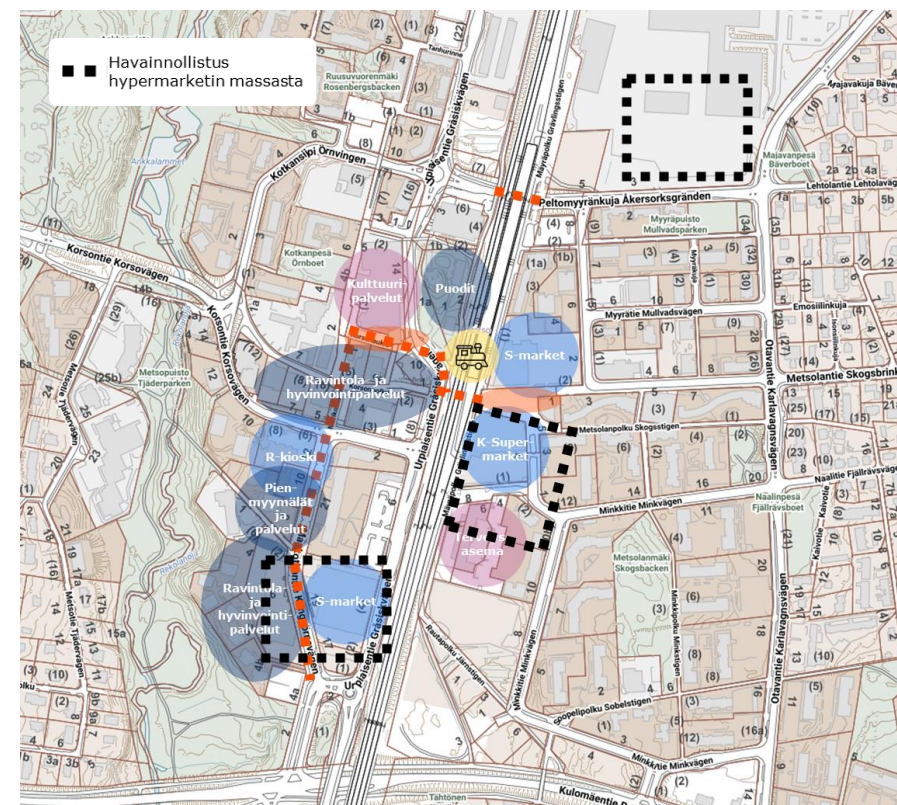
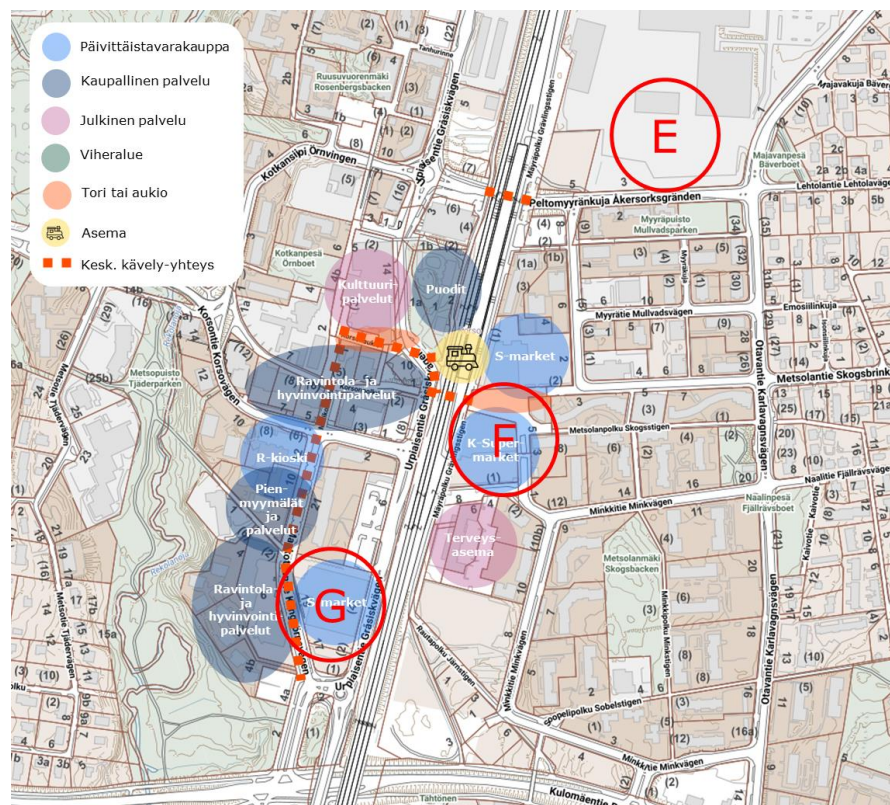
- Kaksi saman mittaluokan päivittäistavaramyymälää (supermarket)
- Julkinen terveysasema sekä Terveystalo



Korson keskusta

Tunnistettut mahdollisen suuremman päivittäistavarakaupan yksikön sijainnit

E	Teollisuusalue, Peltomyyränkujan pohjoispuoleinen alue
F	Nykyinen K- Supermarket
G	Nykyinen S-market



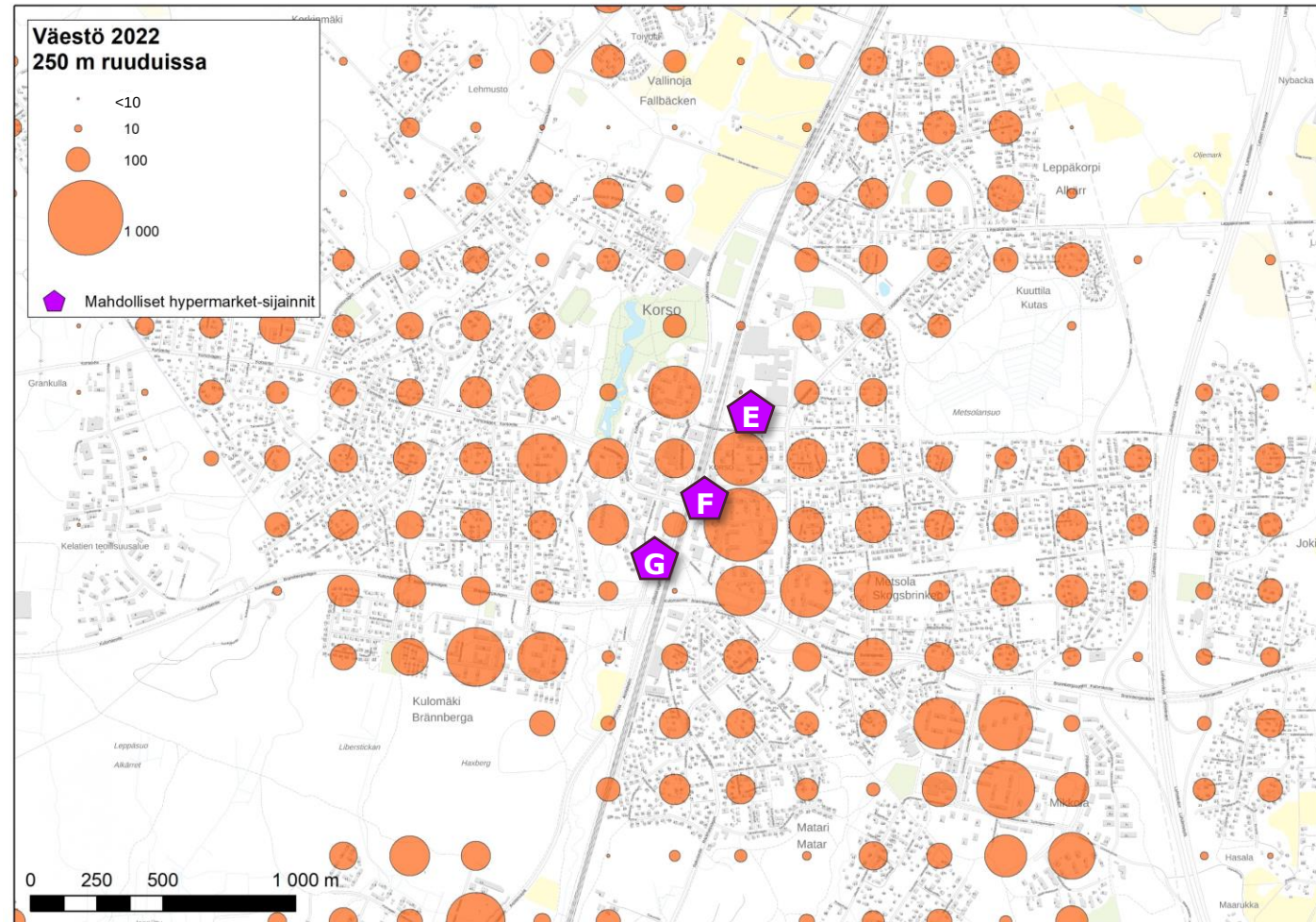
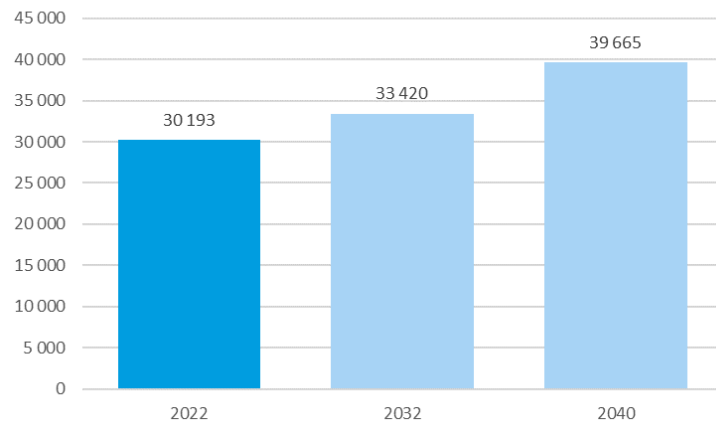
Korson keskusta

Väestön sijoittuminen

Oheisella kartalla on kuvattu väestön sijoittuminen 250 metrin tilastoruuduissa vuonna 2022. Pallon koko kuvaa tilastoruudussa asuvien määrää. Korsossa väestö on sijoittunut tiiviimmin radan itäpuolelle ja Kulomäentien pohjoispuolelle.

Alla olevassa kaaviossa on esitetty Koivukylän suuralueen asuntorakentamisennusteeseen perustuva väestön kasvuvarvio vuosille 2022-2032-2040 (Lähde: Vantaan kaupunki, yleiskaavoitus). Väestön arvioidaan kasvavan vuoteen 2032 mennessä noin 3 200 asukkaalla ja vuoteen 2040 mennessä yhteensä noin 9 500 asukkaalla.

Väestönkasvu - Korso



© YKR/SYKE ja TK 2022. Kartalla ei näytetä alle 5 asukkaan ruutuja.

Korson keskusta

Väestön demografia

Oheinen diagrammi kuvaa Korson keskusta-alueen (yleiskaavan C-alue) väestödemografiaa sekä muita aluerakennetta kuvaavia muuttujia. Tunnusluvut on indeksoitu suhteessa pääkaupunkiseudun keskiarvoon (pks=100).

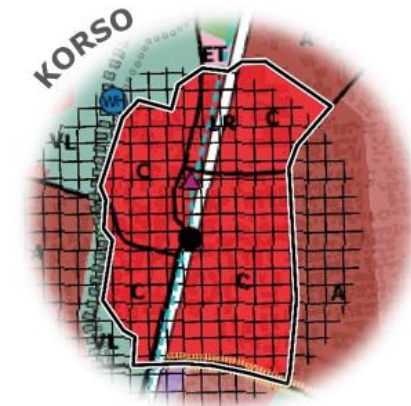
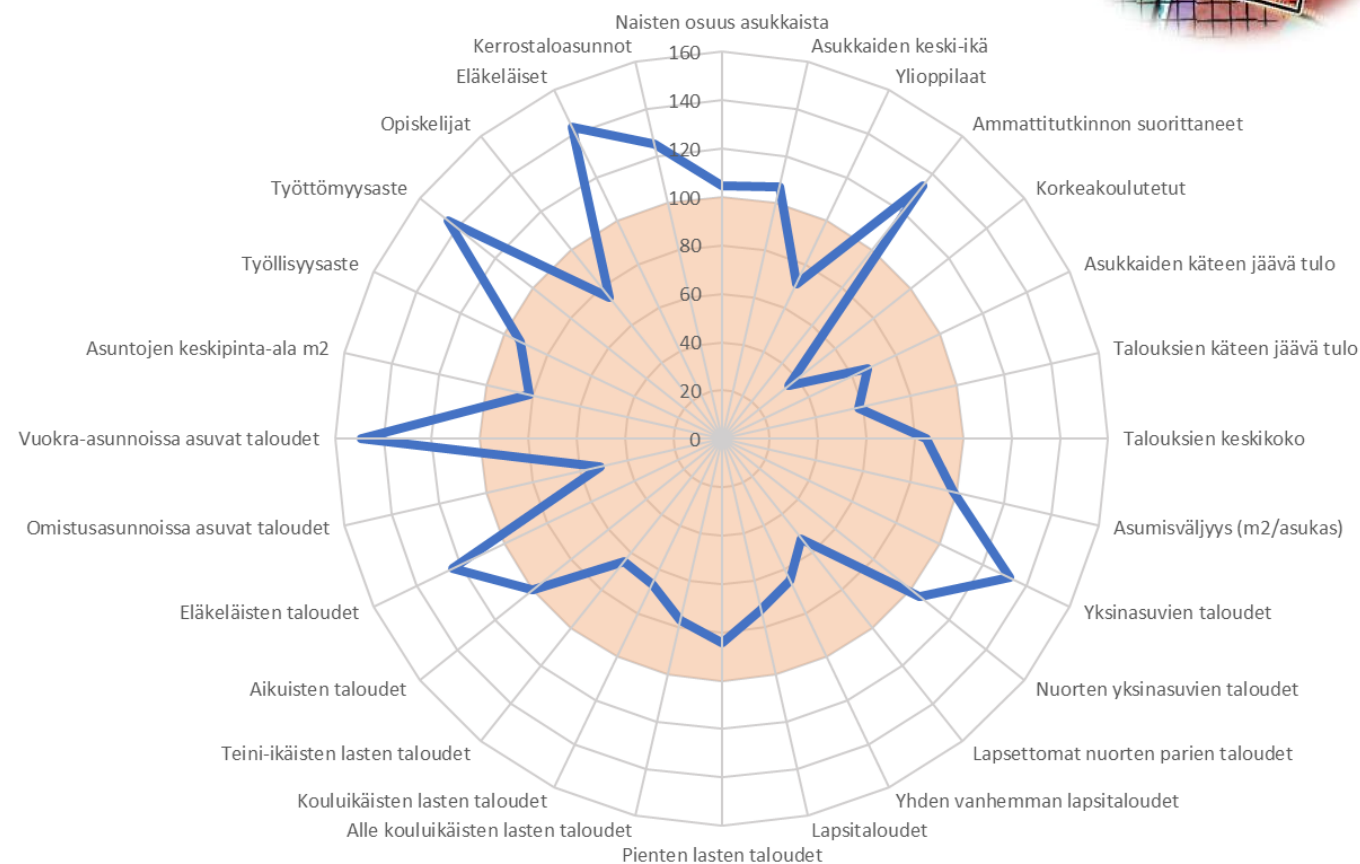
Korsossa korostuvia piirteitä ovat yksinasuvien talouksien ja eläkeläisten suhteellisen suuri osuus, korkea työttömyysaste sekä vuokra-asunnoissa asuvien talouksien osuus. Aukkaiden keski-ikä on pääkaupunkiseutua korkeampi ja koulutustaso matalampi. Alueella asuu suhteellisen vähän lapsiperheitä.

Korson alueella asuvien talouksien käteen jäävä keskitulo (30 045 €/vuosi/talous) jää selkeästi pääkaupunkiseudun keskitulon alle (pks=51 709 €/vuosi/talous). Korson suuralueen asukkaista 21,1 % puhuu äidinkielenään muuta kuin suomea tai ruotsia.

Väestön nykyrakenteen perusteella Korson keskustan kaupallisessa kehittämisessä tulee erityisesti huomioida ikääntyvä väestö, tulotason vaikutus ostovoimaan sekä yksinasuvat taloudet.

Väestödemografia 2021 (vertailualue = 100)

■ Pääkaupunkiseutu ■ Korso



Korson keskusta

Saavutettavuus 15 minuutissa

Kuvassa on tarkasteltu Korson keskuksen saavutettavuutta 15 minuutissa kävellen, pyörällä ja joukkoliikenteellä. Tarkastelua varten keskukselle on määritetty keskipiste, joka Korsossa sijaitsee rautatieaseman tuntumassa.

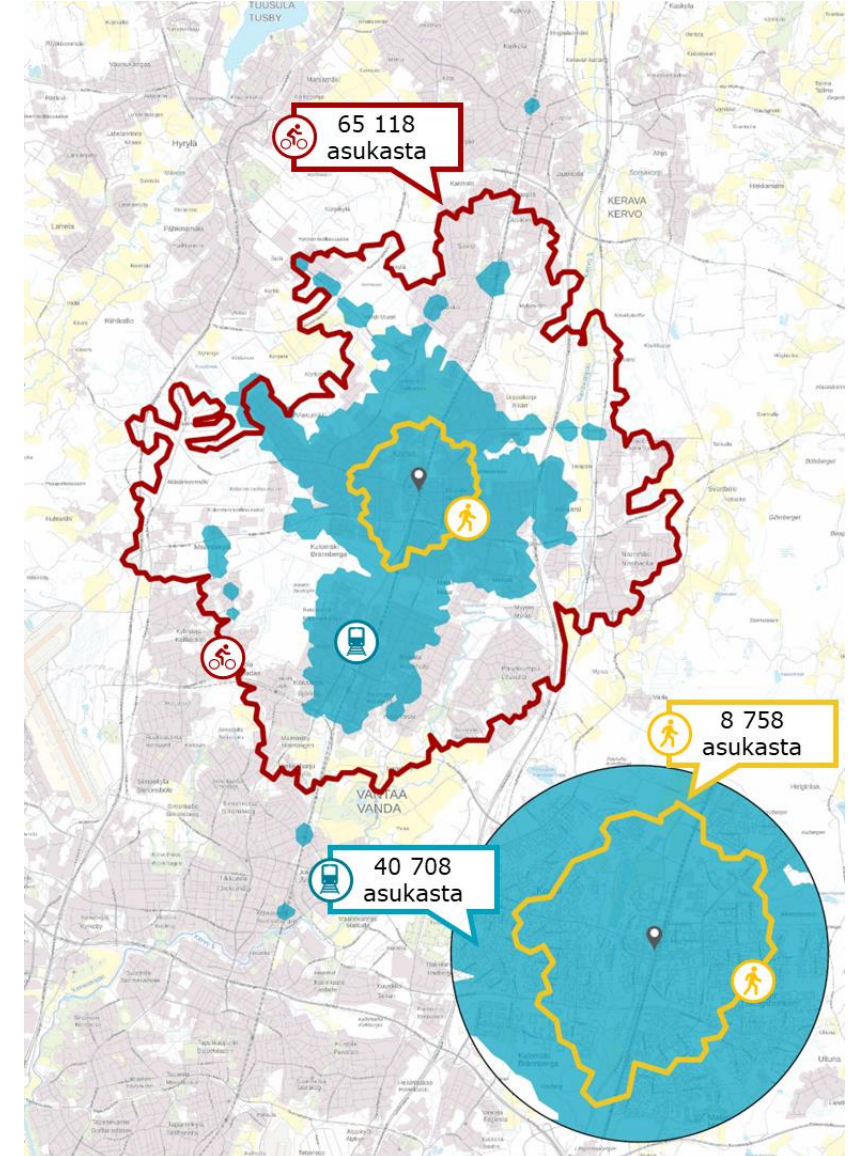
Tarkastelussa on käytetty kävelyvauhtina 80 m/min ja pyöräilyvauhtina 20 km/h. Joukkoliikenteessä tarkasteluajankohtana on keskiviikko 22.2.2023 klo 8.00-9.00. Joukkoliikenteen osalta analyysi on tehty 10 minuutin välein, jotta on minimoitu vuorovälien vaikutusta saavutettavuuteen.

Tarkastelussa on käytetty OpenStreetMap-tieverkkoaineistoa sekä HSL:n joukkoliikenneverkon ja aikataulujen GTFS-aineistoa. Asukkaiden määrän tarkastelussa on käytetty vuoden 2021 Ruututietokannan pisteaineistoa, mikä kuvaa vuoden 2020 väestötilannetta.

Korson keskustan saavuttaa 15 minuutissa:

- Kävellen: 8 800 asukasta (Koivukylä 12 700 asukasta)
- Pyörällä 65 100 asukasta (Koivukylä 94 000 asukasta)
- Joukkoliikenteellä 40 700 asukasta (Koivukylä 40 300 asukasta)

Seuraavilla sivuilla esitetyt saavutettavuus- ja tavoitettavuusanalyysit on tehty teknisesti eri toteutuksella, mistä johtuen lukemat ovat keskenään hieman erilaisia eri tarkastelujen välillä.

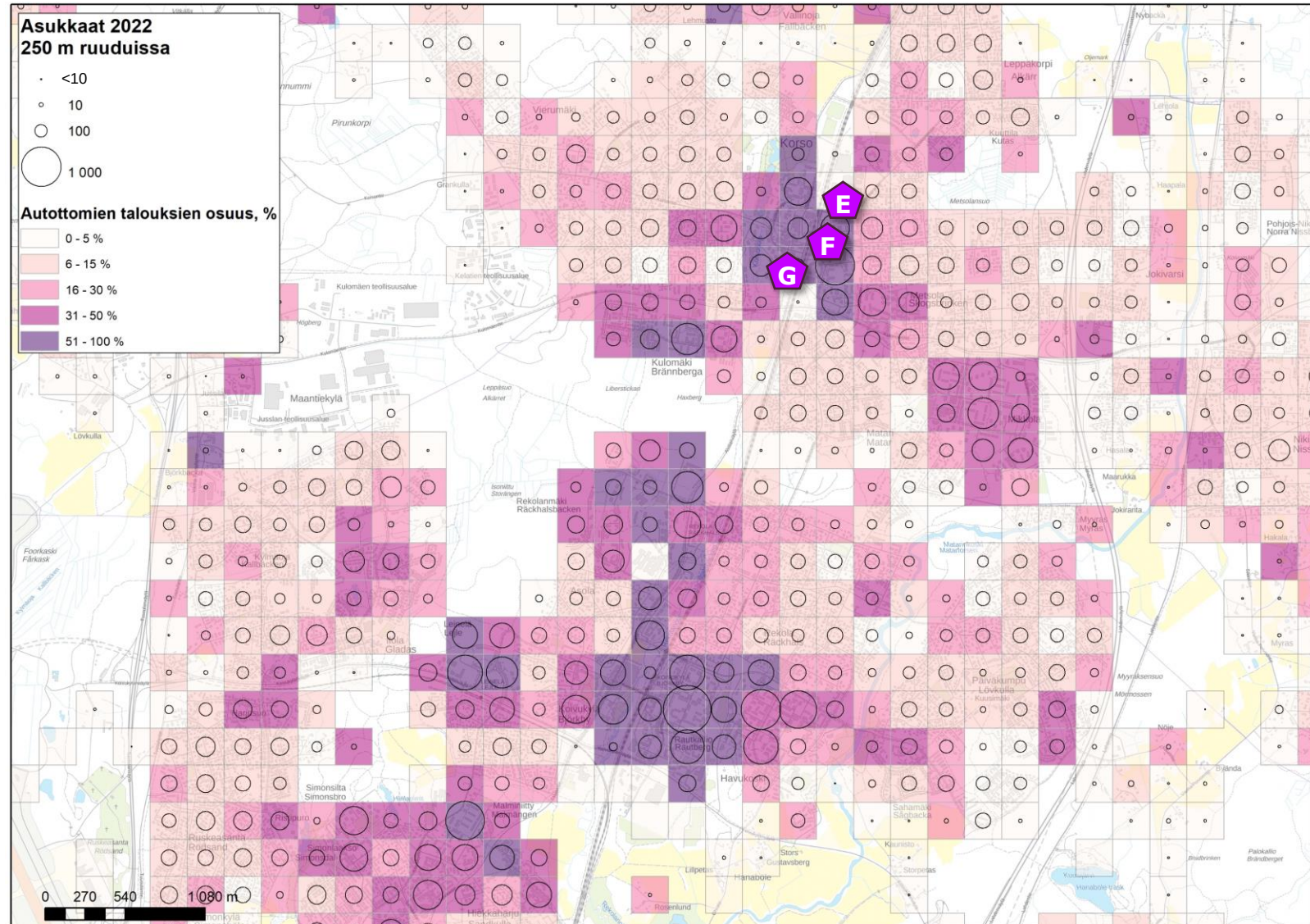


Korson keskusta

Autottomat taloudet

Oheisella kartalla on kuvattu Koivukylän ja Korson alueen asukasmäärää (pallot) 250 metrin tilastoruuduissa vuonna 2022 sekä kotitalouksien autonomistusta. Taustalla olevalla rasterilla tummemman punaisen / purppuran sävyisissä ruuduissa on suhteellisesti enemmän autottomia ja tummimman sävyisissä ruuduissa autottomien talouksien osuus ylittää 50 %. Autottomia on erityisesti Korson keskustassa sekä sen välittömässä läheisyydessä. Myös Korson kaakkoispuolella sijaitseva Mikkolan alue korostuu suhteellisen autottomana keskittymänä.

Autottomien talouksien osalta päivittäistavarakaupan sijainnin merkitys korostuu; miten hyvin lähipalvelut ovat saavutettavissa kävellen, pyörällä tai joukkoliikenteellä.



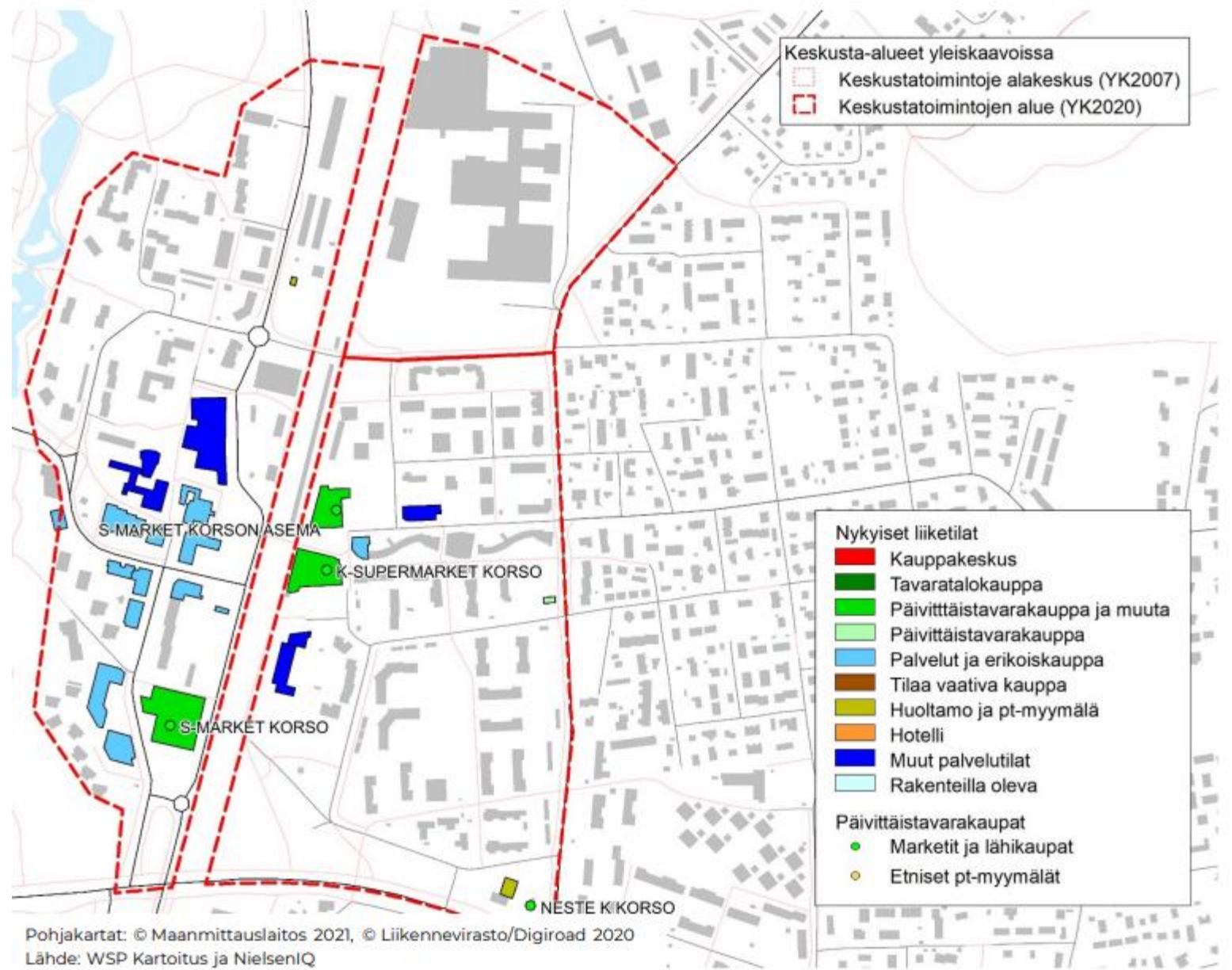
© YKR/SYKE ja TK 2022. Kartalla ei näytetä alle 5 asukkaan ruutuja.

Korsen keskusta

Kauppa ja palvelut nykyisin

- Korsolla on vielä hyödyntämätöntä kaupallista potentiaalia, kaupallisille palveluille ja uusille avauksille olisi kysyntää ja nykytilanteessa asiakasvirtoja siirtyy esimerkiksi Keravalle
- Radan itäpuolelle on sijoittunut kaksi supermarketia ja niiden yhteydessä toimivia kaupallisia palveluja
- Radan länsipuolella sijaitsee kauppakatu, jonka varrelle on sijoittunut monipuolinen palveluvalikoima. Kauppakadun varrella sijaitsevat liike-tilat ovat osin tyhjillään ja huonokuntoisia.
- Liikepinta-alaa keskuksessa on yhteensä n. 21 000 k-m²
 - 53 % Palvelut ja erikoiskauppa
 - 44 % Päivittäistavarakauppa ja muita palveluita
 - 2 % huoltamot ja päivittäistavarakauppa
 - 1 % päivittäistavarakauppa

Lähde: Vantaan kaupan palveluverkkoselvitys (WSP, 2022)



Korson keskusta

Kaupan ja palveluiden kehitysnäkymät

- Kivijalkakaupan sijoittaminen tiiviisti keskusta vahvistamaan kauppakatua
- Supermarketkeskukset, joiden yhteydessä muita palveluja
- Hypermarket vahvistamaan päivittäistavarakaupan tarjontaa
- Kortteli- ja lähikaupoille mahdollisuuksien jättäminen keskustassa

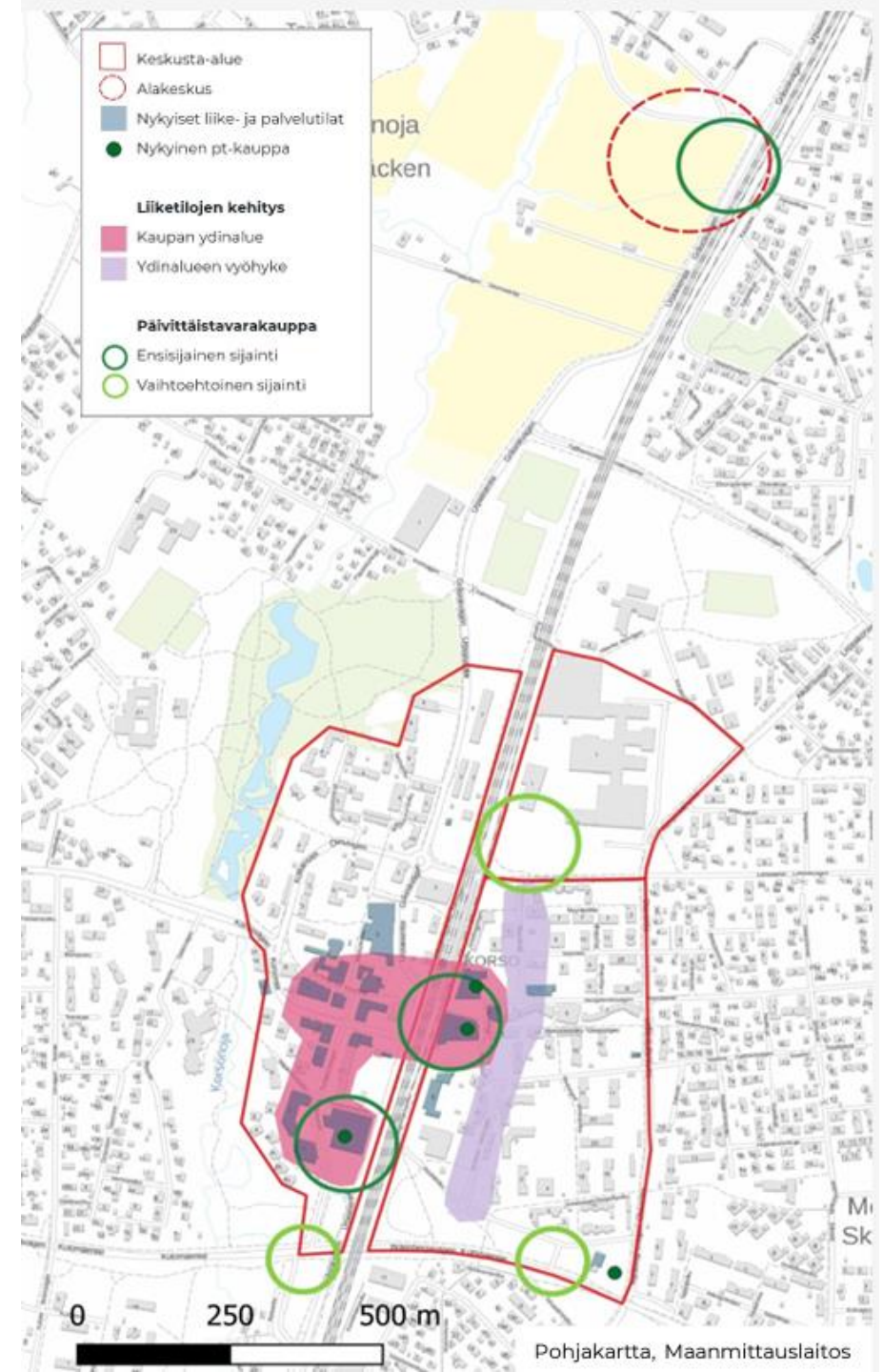
Korso

- Super- ja/tai hypermarket-keskukset
- Uusi keskustan ydin
- Perinteinen tiivis kivijalkakeskusta
- Kulttuuripalvelut Lumossa



Korson kaupallinen profiili

Lähde: Vantaan kaupan palveluverkkoselvitys (WSP, 2022)



Korson keskusta

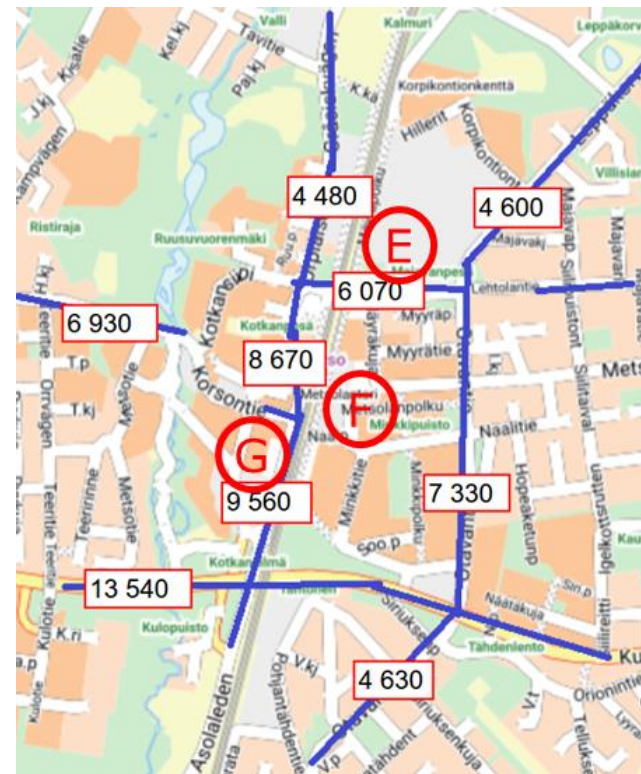
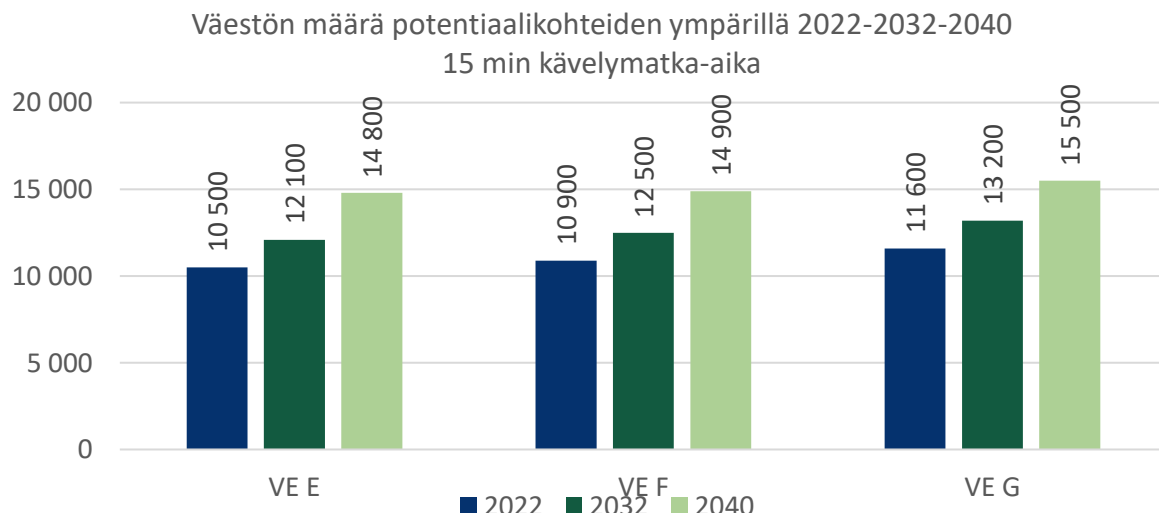
Vaihtoehtojen saavutettavuus

Kaikki vaihtoehdot ovat kävelleen hyvin saavutettavissa rautatieasemalta. VE G ja F sijaitsevat lähellä rautatieasemaa sekä radan länsipuolella sijaitsevaa joukkoliikenteen solmukohtaa, johon on suunnitteilla linja-autotermiinaali. Oheisessa kaaviossa on esitetty potentiaaliakohteiden saavutettavuus kävelleen eri tarkasteluvuosina. Luvut ovat suuntaa-antavia ja perustuvat yleiskaavatasoisiin väestöennusteisiin. Etäisyys on laskettu tie- ja katuverkkoa pitkin. Korsossa parhaiten on saavutettavissa kohde G (nykyinen S-market), jonka tavoittaa noin 11 600 asukasta. Kohde G on parhaiten saavutettavissa myös vuonna 2040, jolloin kohteen tavoittaa 15 minuutissa noin 15 500 asukasta.

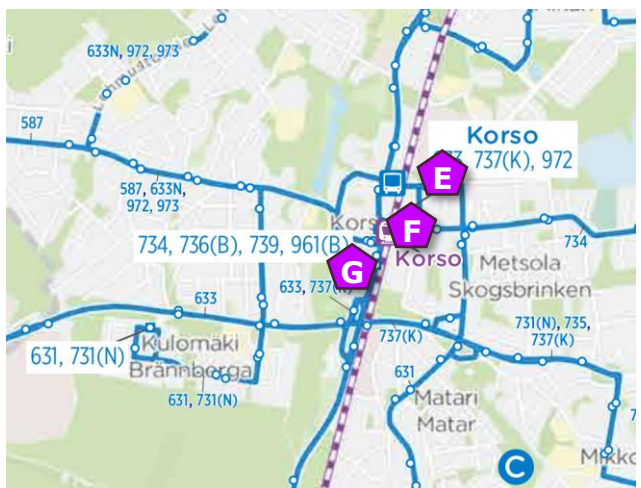
Kaikki kohteet ovat myös polkupyörällä hyvin saavutettavissa, mutta VE F kärsii rautatien aiheuttamasta estevaikutuksesta radan länsipuolelta katsottuna.

Joukkoliikennesaavutettavuus perustuu junaliikenteeseen, ja on hyvä kaikilla vaihtoehdoilla. Juna-asemalle matkaa eniten kertyy vaihtoehdosta G. Linja-autoliikenteen osalta parhaimman palvelutason ympäristöä on Maakotkantien varsi.

Autoliikenteen kannalta paras on VE G Urpiaisentien ja Kulomäentien liittymän tuntumassa, ja VE E on lähes yhtä hyvä. Autosaavutettavuudeltaan heikoin on VE F rautatien estevaikutuksen ja pienipiirteisemmän katuverkon johdosta. Urpiaisentien liikennemäärät kasvavat tulevaisuudessa ja liikenteen sujuvuus heikkenee myös suunnitellun bussiterminaalin johdosta.



Keskimääräinen vuorokausiliikenne alueella (lähde: Vantaan kaupunki)



Joukkoliikennelinjat (Lähde: HSL)

Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

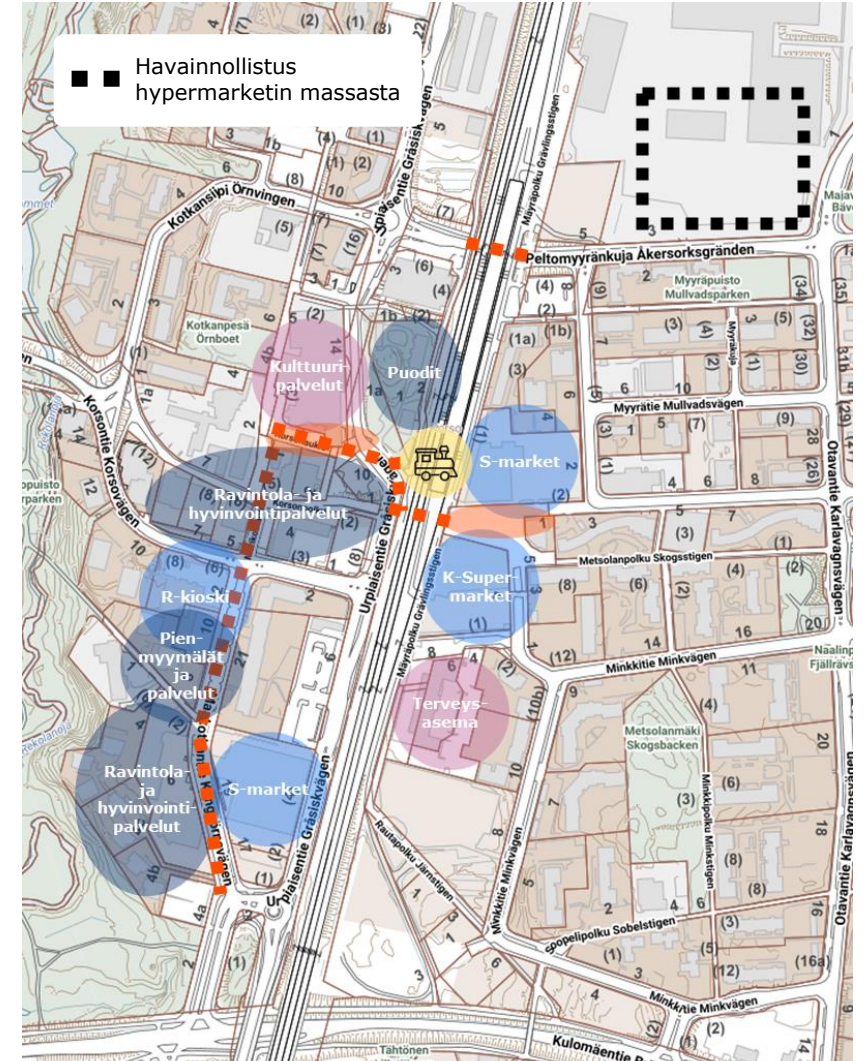
Korso E

Kaupallinen rakenne ja kaupan toimintaedellytykset

- Nykyisin Toyotan autotehdas ja muuta tilaa vievää toimintaa; tontilla olisi riittävästi tilaa hypermarketille
- Laajentaisi kaupan verkkoa keskustan alueella ja lisäisi uuden kaupan vetovoimakohteen radan itäpuolelle: voi heikentää radan länsipuolen kaupan keskittymän vetovoimaa ja muuttaa kaupan painopistettä keskustassa

Helppo liikkuminen

- Erillään keskustan kaupallisesta ytimestä, viihtyisän kävely-yhteyden kehittäminen tärkeää
- Pyöräily-yhteydet kohtuulliset
- Autoliikenteen yhteydet alueelle kohtalaiset
- Joukkoliikennesaavutettavuus junalla on melko hyvä. Saavutettavuus linja-autolla on muita vaihtoehtoja heikompi, koska linja-autoliikenteen vaihtopiste (tuleva terminaali) sijaitsee radan länsipuolella.



Korso E

- Alueen mahdollinen hybridirakentaminen tekisi alueesta keskustamaisempaa ja toisi alueelle uutta toiminnallisuutta
- Toisi keskustan koillisuunnassa asuville kaupalliset palvelut nykyistä paremmin saavutettavaksi
- Kaupan hajautuminen voi hajottaa kävelykeskustaa koko Korson keskusta-alueella. Kohde synnyttäisi uuden kaupallisen ankkuripisteen ja siirtäisi kaupallista painopistettä vahvemmin radan itäpuolelle.



Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

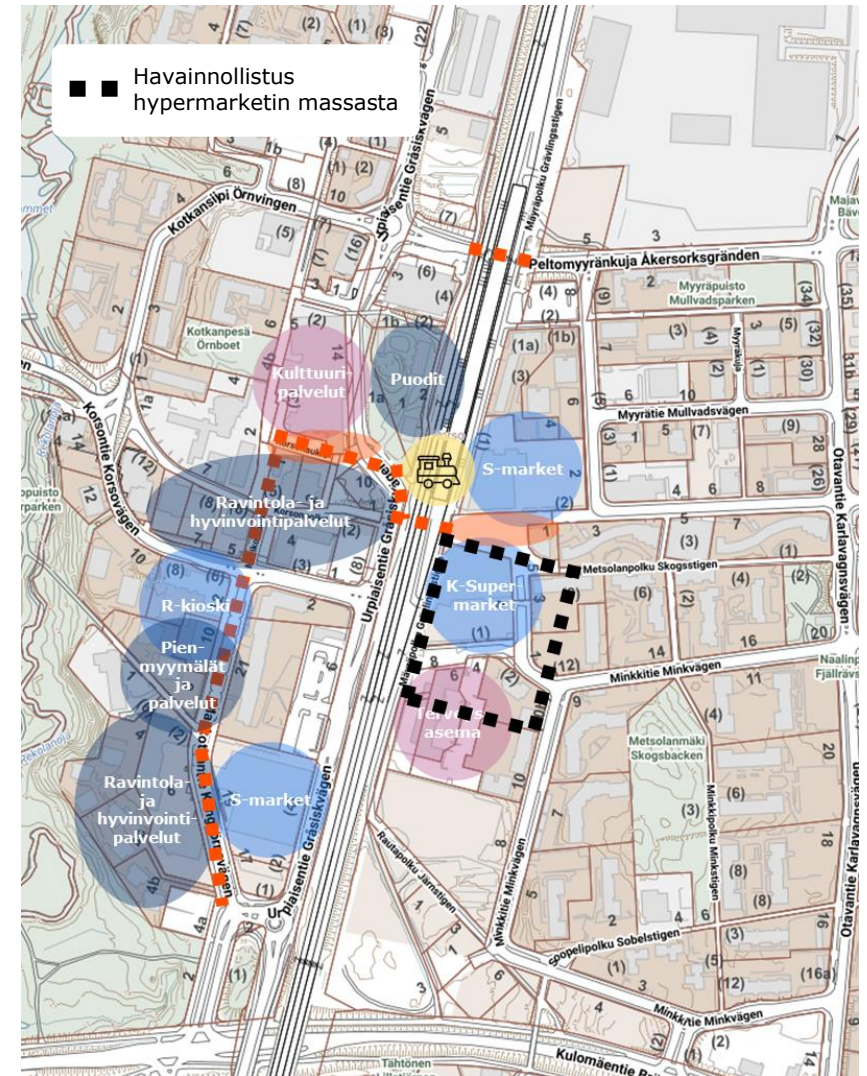
Korso F

Kaupallinen rakenne ja kaupan toimintaedellytykset

- Olemassa olevan supermarketin laajentaminen hypermarketiksi
 - Konseptin osalta on huomioitavaa, jos nykyinen supermarket laajenee hypermarketiksi, on myös vieressä sijaitsevan supermarketin intressinä laajentua; Kaupan toimijoilla ei ole tyypillisesti intressejä pitää pienempää yksikköä suuremman kaupallisen yksikön vieressä
- Tontin koko ei mahdollista hypermarkettia, konseptin tulisi olla kaksikerroksinen mikä ei tyypillisesti ole mahdollinen
- Alueella on vireillä kaavamuuotos (asumisen ja palvelujen alue): olisiko mahdollista toteuttaa hybridi terveysaseman kanssa? Nykyinen terveysasema ikääntyneessä kiinteistössä, jonka päivittämisen aikataulu olisi hyvä selvittää.

Helppo liikkuminen

- Sijaitsee vaihtoehtoista lähimpänä asemaa, aseman välittömässä läheisyydessä. Kävely-yhteys juna-asemalta tulisi säilyttää.
- Pyöräilyn saavutettavuus kohtuullinen, kärsii rautatien aiheuttamasta estevaikutuksesta radan länsipuolelta katsottuna
- Autosaavutettavuudeltaan heikoin vaihtoehto rautatien estevaikutuksen ja pienipiirteisen, päättyvän kadun päässä.
- Joukkoliikennesaavutettavuus perustuu junaliikenteeseen. Sijainti lähellä asemanseutua. Bussiyhteydet menevät läheltä, erityisesti Urpilaisentietä pitkin. Koettu saavutettavuus kuitenkin pitenee radan estevaikutuksen myötä.

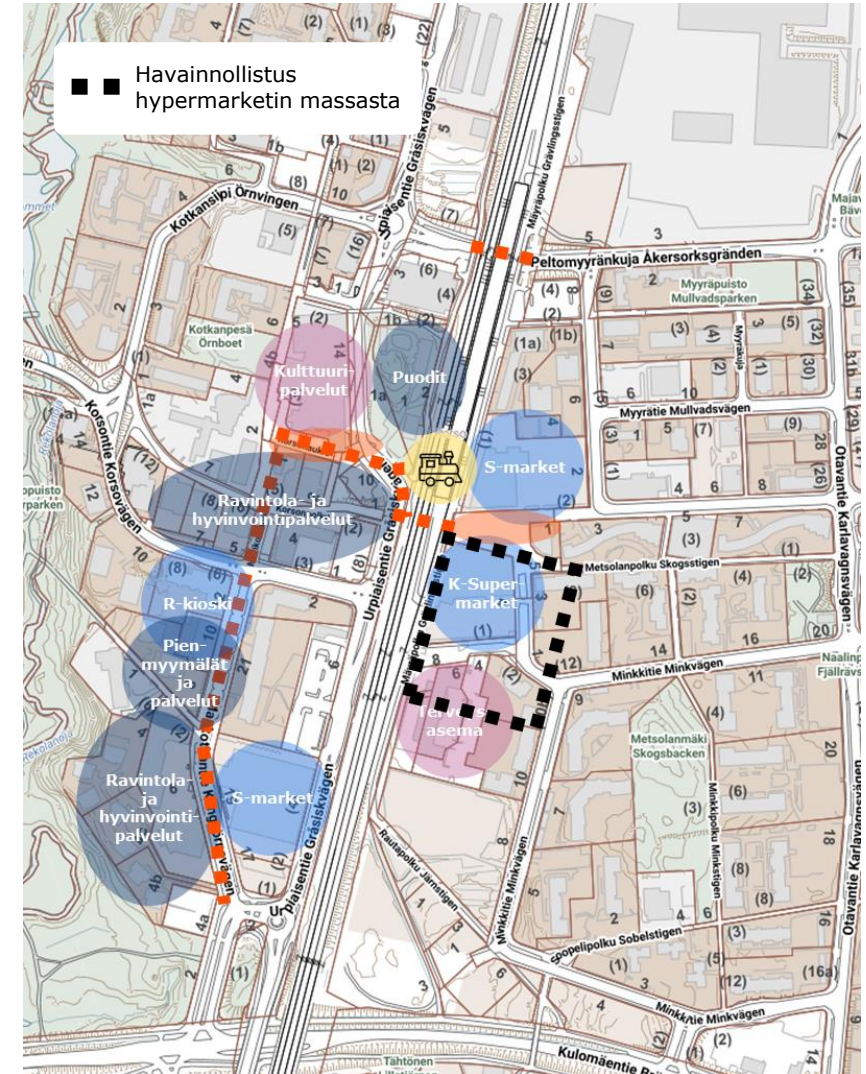


Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

Korso F

Viihtyisät, turvalliset ja toimivat kaupunkikeskukset ja kaupallisen kävelykeskustan rakenne

- Sijainti on keskeinen, keskustamainen ja käveltävyyttä tukeva elementti radan itäpuolella: Toteutuksessa tulisi tutkia miten keskustamaisuus on mahdollista säilyttää hypermarketin toteutuksessa ja hyödyntää / elävöittää aukiota. Suurempien myymäläkonseptien kohdalla erityisen kriittistä varmistaa käveltävän kaupunkikeskustan toteutuminen, mikä edellyttää mm. kaupunkitilallista suunnittelua sekä julkisivun avautumista laajasti myös katutilaan.
- Vahvistaisi kaupan palveluita radan itäpuolella.



Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

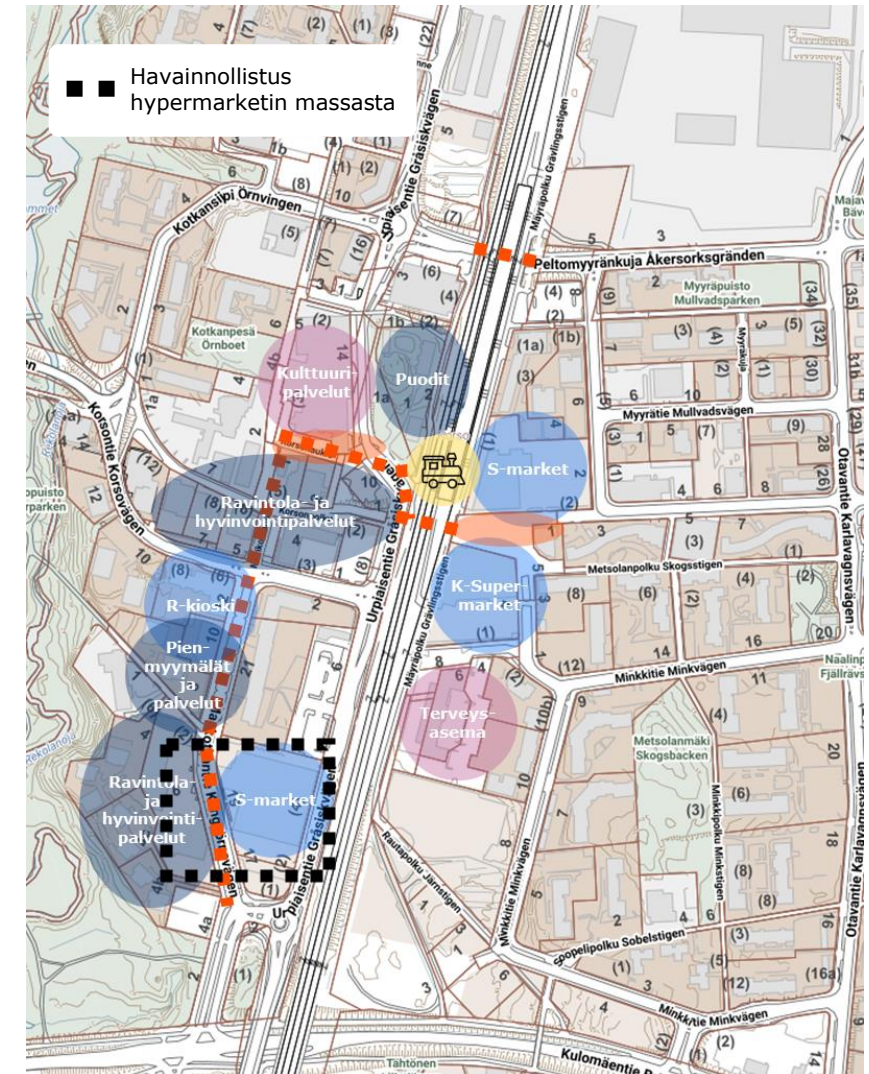
Korso G

Kaupallinen rakenne ja kaupan toimintaedellytykset

- Nykyisen kaupan (S-Market) laajentaminen: Laajentamisen edellyttämä tilatarve haasteena, esim. nykyistä logistiikkapihaa ei voi korvata / poistaa
- Välittömässä läheisyydessä nykyisin sijaitsevat kaupalliset palvelut ("ostari") ovat poistumassa vireillä olevan asemakaavamuutoksen toteutuessa: Keskustan kaupallinen painopiste voi mahdollisesti siirtyä radan länsipuolisen keskustan eteläosaan.

Helppo liikkuminen

- Kävely-yhteys nykyisin hyvä Korson keskustasta, nykyisen tyyppinen yhteys mahdollistaisi keskustan keskitetyn pysäköinnin yhdistämisen sijaintiin.
 - Kävelyn näkökulmasta ratkaisevaa on kävely-ympäristön laatu ja reitin jatkuvuus (mihin vaikuttaa asemakaavamuutoksen seurauksena muuttuva kaupunkiympäristö ja sen laatu)
 - Aseman ja kaupan yksikön väliseen kävely-yhteyteen olisi panostettava ympäristön laadun kehittämisen näkökulmasta
- Saavutettavuus hyvä erityisesti pyörällä ja autolla
- Liikenteellisesti kestävä sijainti lähellä Kulomäentietä
- Joukkoliikennesaavutettavuus perustuu junaliikenteeseen ja on hyvä
- Bussiyhteydet melko hyvät: sijaitsee alle 200 m päässä tulevasta bussiterminaalista

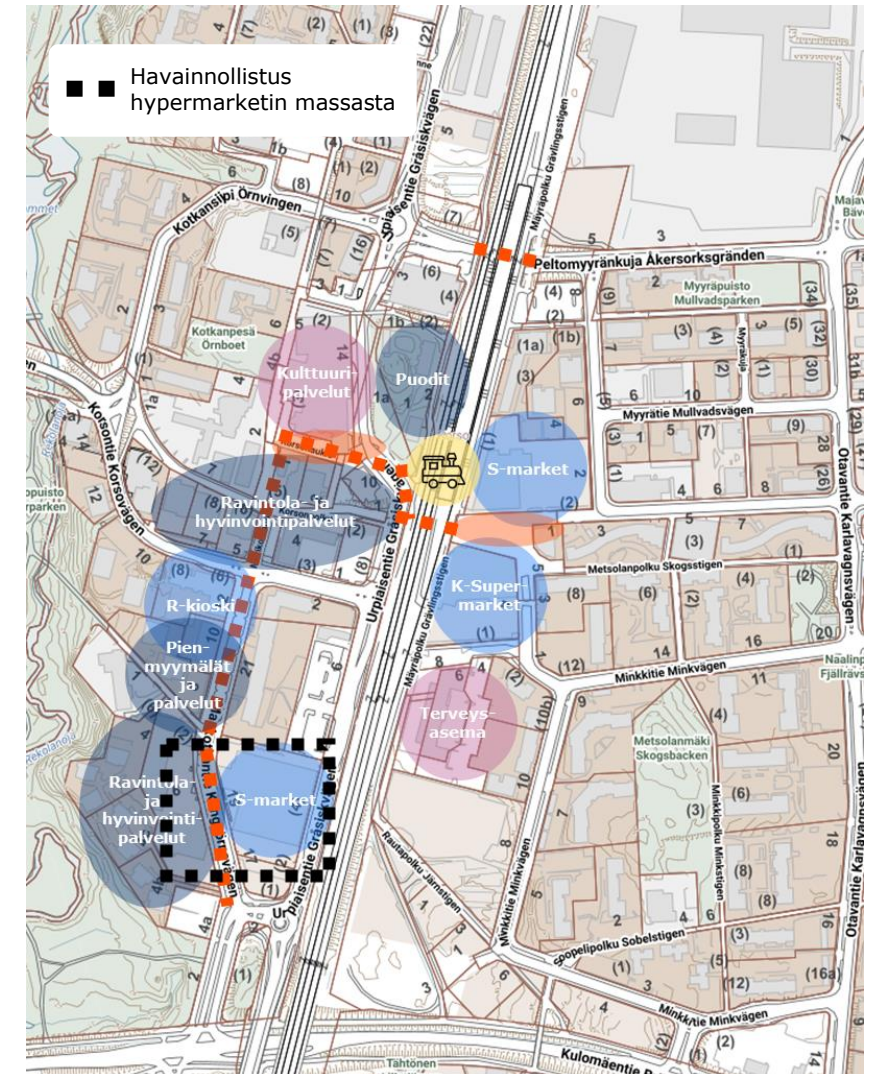


Sijoittumisvaihtoehtojen tarkastelu

Korso G

Viihtyisät, turvalliset ja toimivat kaupunkikeskukset ja kaupallisen kävelykeskustan rakenne

- Siirtäisi kaupan painopistettä Korson ydinkeskustan länsi- ja lounaispuolelle.
- Maakotkantien nykyinen käveltävä kivijalkaliiketilojen nauha luo kiinnostavan ja eläväisen kävely-yhteyden Korson keskustan ja sijainnin välille: Nykyrakenteessa laajentuvalla supermarketilla olisi rooli tulevan kävelykeskustan päätepisteenä ja ankkurina.
- Mikäli kaupunkiympäristö muuttuu asemakaavamuutoksen yhteydessä, olisi hyvä selvittää mahdollisuuksia liiketilojen jatkumon säilyttämiseen myös uudessa rakenteessa, jotta päivittäistavarakaupan myymälä ei jäisi keskustasta henkisesti irralleen.



6

Skenaariotarkastelut

Osion tavoitteena on arvioida verkostotasolla erilaisia rakenteellisia toteutusvaihtoehtoja päivittäistavarakaupan suuryksiköille Koivukylän ja Korson alueella. Tarkastelun tueksi on laadittu neljä skenaariota ja näiden arviointi on tehty perustuen asiointitodennäköisyyksiin – miten eri skenaariot vetävät puoleensa asiointeja ja minkälaiset kehittymisen edellytykset eri keskuksille skenaariossa jäävät?

Skenaariot

Johdanto skenaarioihin

Skenaariotarkastelujen tavoitteena on tutkia erilaisia sijoittumis- ja mitoitusvaihtoehtoja hyper- ja supermarket-kokoluokan päivittäistavaramyymälöiden osalta. Näiden sijoittumisen edellytyksiä ja vaikutuksia arvioidaan erilaisissa ratkaisuissa.

Lähtökohtana mitoitukselle on edellä esitetty suuraluetason tilantarvelaskelma ja mitoitus, joka mukailee yleiskaavan kaupan selvityksen periaatteita.

Päivittäistavarakaupan osalta tavoitteena olisi mitoittaa:

- Koivukylään vuoteen 2032 vähintään 2 200 k-m² ja vuoteen 2040 vähintään 4 200 k-m² lisää päivittäistavarakauppaa. Koivukylän tuntumaan Asolaan on suunnitteilla noin 2 500 k-m²:n supermarket, joka käytännössä vastaa seuraavan 10 vuoden tilantarpeen kasvuun.
- Korsoon vuoteen 2032 vähintään 2 500 k-m² ja vuoteen 2040 vähintään 6 000 k-m² lisää päivittäistavarakauppaa.

Vaikutuksia on arvioitu mm. perustuen Huffin vetovoimamallinnukseen. Vetovoimamallin avulla voidaan arvioida kaupan palveluverkossa tapahtuvien muutosten dynaamisia vaikutuksia. Vetovoimamalli perustuu

- Asukkaiden sijaintiin (kysynnän sijainti)
- Kaupan saavutettavuuteen (tie- ja katuverkko)
- Kilpailuun (tarjonnan laajuus)

Lähtökohtaisesti Huffin vetovoimamalli toimii niin, että mitä lähempänä kauppa sijaitsee ja mitä laajempi on sen tarjonta, sitä todennäköisemmin tietyssä pisteessä asuva siellä asioi.

Skenaarioiden arvioinneissa on huomioitu alueille arvioitu asuinrakentamispotentiaaliin pohjautuva asukasmäärän mahdollinen kasvu.

#	Kuvaus
Skenaario 1	Nykyinen palveluverkko, ei muutoksia mitoituksessa.
Skenaario 2	Molempiin keskuksiin 2 uutta supermarketia (n. 2 500 k-m ² /kpl). Molempiin keskuksiin sijoittuu yksi supermarket vuosina 2023-2032 ja yksi vuosina 2033-2040.
Skenaario 3	Koivukylään hypermarket (6 000 k-m ²) ja Korsoon kaksi supermarketia (yht. n. 5 000 k-m ²). Hypermarket sijoittuu Koivukylän alueelle 2030-luvulla. Supermarketeista ensimmäinen sijoittuu Korsoon 2023-2032 ja toinen 2033-2040.
Skenaario 4	Korsoon hypermarket (6 000 k-m ²) ja Koivukylään kaksi supermarketia (yht. n. 5 000 k-m ²). Koivukylän palveluverkko täydentyy yhdellä supermarketilla 2023-2032 ja toisella 2033-2040. Hypermarket voi tulla Korsoon ennen vuotta 2032, mahdollisesti ensin supermarket-kokoluokassa ja laajenee hypermarketiksi 2030-luvulla.

Skenaario 1

Nykyverkko

Skenaarion ratkaisu ja ajuri:

Skenaarion lähtöoletuksena nykyinen palveluverkko säilyy ennallaan ja palvelee aluetta huolimatta alueen väestönkasvusta. Myymälätehokkuuden kasvu sekä uudet jakelukanavaratkaisut mahdollistavat asiakkaiden palvelemisen myymäläverkon, noutopisteiden sekä kotiinkuljetusten avulla. Hypermarkettien noutopisteitä voisi tulla esimerkiksi pienempien konseptien yhteyteen, mikä laajentaisi niiden valikoimaa.

Sijoittuminen ja ajoitus

Nykyinen palveluverkko, ei muutoksia sijoittumiseen.

Vaikutukset:

- Nykyiseen myymäläverkostoon kohdistuu asukasmäärän kasvun myötä merkittävää painetta – myyntitehokkuus kasvaa ja varsinkin ruuhka-aikoina kauppojen kapasiteetti on koetuksella. Tämä heijastuu heikentyneenä asiointikokemuksena ja mahdollisesti asiointeja suuntautuu enenevässä määrin alueen ulkopuolelle
- Heikentyvän palvelukokemuksen myötä kaupan koettu saavutettavuus huonontuu; ts. asiakkaat hakeutuvat kaupallisiin keskuksiin, joissa he eivät joudu kokemaan ruuhkaa ja saavat paremmin tarvitsemansa kaupalliset palvelut
- Keskustojen kehittymiselle ei erityistä vaikutusta; keskustoissa on tulevaisuudessakin supermarket-kokoluokan ankkurit ja Koivukylässä yksi hypermarket. Kehitystä kaupallisessa mielessä ei erityisesti generoidu keskusta-alueille.

Toteutumisen arviointi

Koivukylä-Korso –alueella asukasmäärä voi kasvaa jopa 15 000 uudella asukkaalla vuoteen 2040 mennessä, jos kaikki asuinrakentaminen toteutuu tarkasteluajanjaksolla. Tämä synnyttää painetta uusille myymälöille, niin laajemman valikoiman supermarketeille kuin pienemmille konsepteille ja erikoismyymälöille (esim. etniset kaupat, erikoismyymälät). Hyvin epätodennäköistä, että nykyisellä verkostolla pystyttäisiin vastaamaan tulevan asukasmäärän synnyttämään kysyntään ilman, että alueelta vuotaisi ostovoimaa merkittävässä määrin muihin keskuksiin. Epätodennäköinen skenaario.

Huffin vetovoimamallitarkastelussa muuttuvia tekijöitä ovat myymäläverkko sekä väestö. Tarkastelussa huomioitu ainoastaan Koivukylän ja Korson suuralueilla nyt ja tulevaisuudessa asuvat.

		Nykymyynti, milj. €	Myynti (milj. €) Skenaario - 2040	Muutos	%
Koivukylä	Nykyiset myymälät	93,0	121,4	28,4	31 %
	Uudet myymälät		0,0	0,0	-
	Yhteensä	93,0	121,4	28,4	31 %
Korso	Nykyiset myymälät	94,3	138,5	44,2	47 %
	Uudet myymälät		0,0	0,0	-
	Yhteensä	94,3	138,5	44,2	47 %
Yht. Korso ja Koivukylä		187,3	259,8	72,6	39 %
<i>Muut alueet</i>		25,8	33,6	7,9	31 %
Yhteensä kaikki		213,0	293,5	80,5	38 %

Huffin vetovoimamallin perusteella arvioituna päivittäistavarakaupan nykyisissä myymälöissä tapahtuva myynti kasvaisi yhteensä 80,5 milj. €. Myymälöiden mallinnettu myyntitehokkuus kasvaisi koko alueella nykyisestä 13 500 €/m²:sta noin 18 500 €/m²:een, mikä synnyttäisi huomattavia kapasiteettihaasteita, elleivät jakeluratkaisut muuttuisi merkittävästi nykyisestä myymäläasioinnista muihin kanaviin.

Myynti kasvaisi Koivukylän suuralueen myymälöissä 31 % ja Korson suuralueen myymälöissä 47 %. Ostovoimaa virtaisi muualle noin 34 milj. €, mikä on 8 milj. e enemmän kuin nykytilanteessa. Koivukylässä myynti olisi 121 milj. € ja Korsossa 139 milj. €.

Skenaario 2

Supermarketit (2+2)

Skenaarion ratkaisu ja ajuri:

Skenaariossa molemmille keskusta-alueille sijoittuisi kaksi supermarket-kokoluokan uutta myymälää vastaamaan asukasmäärän kasvun tuomaan kysyntään. Supermarket-konseptit ovat olleet viime aikoina kasvussa; asiakkaat arvostavat laajaa ruokavalikoimaa ja helppoa asiointia. Supermarket-verkostoa voidaan alueella täydentää pienemmillä myymälöillä sekä erikoismyymälöillä (esim. basaareilla ja etnisillä myymälöillä).

Sijoittuminen ja ajoitus

Supermarketit sijoittuvat keskustaympäristöihin ja liikenteellisesti hyville sijainneille. Käytännössä Korsossa uudelle supermarketille olisi tilaa vaihtoehdon E sijainnissa sekä mahdollisena hybriditoteutuksena asumisen tai toimitilojen yhteyteen vaihtoehdoissa F tai G (esim. pysäköintihallin 1. kerrokseen). Ajoituksellisesti molempiin keskuksiin on mahdollista sijoittaa 1 uusi myymälä vuosina 2023-2032 sekä 1 myymälä 2032-2040. Koivukylän kohdalla on huomioitava alueelle jo kehitteillä oleva supermarket-kokoluokan myymälähanke, joka kattaa merkittävän osan palvelutarpeesta 2020-luvulla.

Vaikutukset:

- Kaupunkirakenteeseen ja -kuvaan helposti integroitavat supermarketit mahdollistavat elävän ja aktiivisen kaupunkiympäristön toteutumisen
- Shop-in-shop sekä etumyymälätilat mahdollistavat esim. etnisten kauppojen sijoittumisen ankkuritoimintojen yhteyteen
- Päivittäistavarakaupan tarjonta vastaa hyvin alueen kysyntään. Ratkaisu ei kuitenkaan erityisesti tue monipuolisemman erikoistavaratarjonnan kehittymistä alueella.
- Palveluiden monipuolinen saavutettavuus vahvistuu hajautetussa ratkaisussa, jossa useampia supermarketteja sijoittuu lähemmäksi asukkaita.
- Tukee Vantaan kaupunkistrategian tavoitteita monilta osin

Toteutumisen arviointi

Toteutumiseltaan todennäköinen skenaario johtuen supermarkettien helpommasta sijoittamisesta osaksi hybriditoteutuksia ja keskustarakennetta. Erittäin todennäköinen skenaario.

Huffin vetovoimamallitarkastelussa muuttuvia tekijöitä ovat myymäläverkko sekä väestö. Tarkastelussa huomioitu ainoastaan Koivukylän ja Korson suuralueilla nyt ja tulevaisuudessa asuvat.

		Nykymyynti, milj. €	Myynti (milj. €) Skenaario - 2040	Muutos	%
Koivukylä	Nykyiset myymälät	93,0	86,6	-6,4	-7 %
	Uudet myymälät		37,4	37,4	-
	Yhteensä	93,0	124,0	31,0	33 %
Korso	Nykyiset myymälät	94,3	98,4	4,1	4 %
	Uudet myymälät		45,7	45,7	-
	Yhteensä	94,3	144,1	49,8	53 %
Yht. Korso ja Koivukylä		187,3	268,1	80,8	43 %
<i>Muut alueet</i>		25,8	25,4	-0,3	-1 %
Yhteensä kaikki		213,0	293,5	80,5	38 %

Huffin vetovoimamallin perusteella arvioituna päivittäistavarakaupan verkostoon tulevat uudet myymälät (2 Koivukylään ja 2 Korsoon, yhteensä n. 10 000 k-m2 uutta päivittäistavara-alaa) vastaavat hyvin vuoteen 2040 ulottuvan väestönkasvun tarpeisiin. Alueen kaupoissa tapahtuva myynti kasvaa yhteensä 81 milj. eurolla ja suurin osa ostovoiman kasvusta pysyy alueella.

Väestönkasvun myötä uudet myymälät eivät heikennä Korson nykyisten myymälöiden toimintaedellytyksiä, mutta Koivukylän suuralueella sijaitsevista nykyisistä myymälöistä lähtisi myyntiä noin 7 %. Koivukylän myynti olisi arviolta 124 milj. € ja Korson 144 milj. €.

Skenaario 3

Hypermarket Koivukylään, supermarketteja Korsoon

Skenaarion ratkaisu ja ajuri:

Skenaariossa Koivukylään mahdollistettaisiin hypermarketin (6 000 k-m2) sijoittuminen ja vastaavasti Korson keskustaan sijoittuisi kaksi uutta supermarket-kokoluokan myymälää. Koivukylä on jo hypermarketin sijaintipaikkana tunnistettu alue ja kilpailullisesti paikallisella tasolla toinen hypermarket olisi todennäköinen. Uuden hypermarketin sijoittumista Koivukylään perustelee myös aluerakenne: korsolaisten asiointimatkat suuntautuvat todennäköisesti etelään kohti Vantaan muita kaupallisia keskuksia ja Helsinkiä, jolloin Koivukylän sijainti ”ohikulkumatkalla” perustelee asiointivirtojen puolesta sijoittumista Koivukylään. Koivukylässä myös lähiasutuksen kokonaispotentiaali on suurempi, mikä tukee sijoittumista nimenomaan Koivukylään.

Sijoittuminen ja ajoitus

Hypermarketin sijoittuminen Koivukylässä olisi optimaalisinta nykyisen hypermarketin viereisellä tontilla (B), mutta mahdollinen sijaintivaihtoehto on myös Koivukylänväylän ja Asolanväylän risteysalue (C), joskin ristiriitainen kävelykeskustan kehittämistavoitteen kanssa. Korsoon supermarketit tulisivat sijoittumaan pääasiassa osaksi asumisen tai toimitilojen uudistuotantoa. Hypermarketin sijoittuminen olisi aikataulullisesti (huomioiden Asolaan sijoittuva supermarket) lähempänä tarkasteluajanjakson loppua ja toteutus voisi olla vaiheittain (supermarketista kasvattaminen hypermarketiksi). Korson supermarkettien tarve on vaiheittain kasvavaa, joten tarkoituksenmukainen kasvuvauhti olisi 1 supermarket ennen vuotta 2032 ja toinen 2030-luvulla.

Vaikutukset:

- Ratkaisu eriyttää Koivukylän ja Korson kehityksen; Koivukylästä tulee selkeämmin Koillis-Vantaan vahvempi kaupunkikeskus – sisäinen ostovoiman virtaus Korsosta Koivukylään kasvaa, mutta kokonaisuudessaan ostovoiman ulosvirtaus aluekokonaisuudesta pienenee
- Koivukylän kaupunkirakenteen kehitykseen tulee mittakaavallista haastetta; toisaalta on pienipiirteisempi radan itäpuolen keskusta-alue ja vastinparina autoliikenteeseenkin painottuvampi länsipuoli (jonne uusi hypermarket olisi mahdollista sijoittaa). Koivukylän kaupallinen rakenne hajautuisi ja radan itäpuolen kaupallinen vetovoima saattaisi heikentyä
- Laajentaisi erikoiskaupan tarjontaa Koivukylässä, ei todennäköisesti merkittävästi vähentäisi kivitajaliiketoimien käyttöä johtuen tarjonnan laadusta
- Asolanväylän liikenteen kasvu voi aiheuttaa ruuhkautumisen lisääntymistä, mikä vaikeuttaa saavutettavuutta autolla ja heikentää kävely-ympäristön laatua.

Toteutumisen arviointi

Fyysisesti toteutus Koivukylän keskustan liepeille vaikuttaisi olevan mahdollista. Alueen ostovoiman kasvu perustelee kaupan merkittävääkin kasvua. Mahdollinen skenaario.

Huffin vetovoimamallitarkastelussa muuttuvia tekijöitä ovat myymäläverkko sekä väestö. Tarkastelussa huomioitu ainoastaan Koivukylän ja Korson suuralueilla nyt ja tulevaisuudessa asuvat.

		Nykymyynti, milj. €	Myynti (milj. €) Skenaario - 2040	Muutos	%
Koivukylä	Nykyiset myymälät	93,0	80,4	-12,6	-13 %
	Uudet myymälät		48,5	48,5	-
	Yhteensä	93,0	129,0	36,0	39 %
Korso	Nykyiset myymälät	94,3	94,3	0,0	0 %
	Uudet myymälät		46,5	46,5	-
	Yhteensä	94,3	140,8	46,5	49 %
Yht. Korso ja Koivukylä		187,3	269,8	82,5	44 %
<i>Muut alueet</i>		25,8	23,7	-2,0	-8 %
Yhteensä kaikki		213,0	293,5	80,5	38 %

Päivittäistavarakaupan verkostoon tulevat uudet myymälät (1 hypermarket 6 000 k-m2 Koivukylään ja 2 kpl 2500 k-m2 supermarketia Korsoon). Alueen kaupoissa tapahtuva myynti kasvaa yhteensä 82 milj. eurolla ja ostovoiman ulosvirtaus pienenee 8 %.

Koivukylässä nykyisistä myymälöistä vähenee myyntiä arviolta 13 %. Korsossa väestönkasvun myötä nykyisissä myymälöissä myynti pysyy nykyisellä tasolla (ei huomioitu kulutuksen kasvua / inflaatiota, ainoastaan myynnin määrä). Koivukylässä kokonaismyynti olisi 129 milj. € ja Korsossa 141 milj. €.

Skenaario 4

Hypermarket Korsoon, supermarketteja Koivukylään

Skenaarion ratkaisu ja ajuri:

Skenaariossa Korsoon mahdollistettaisiin hypermarketin (6 000 k-m2) sijoittuminen ja vastaavasti Koivukylän keskustaan sijoittuisi kaksi supermarket-kokoluokan myymälää. Korsossa hypermarket edistäisi sijoittumisellaan koko keskustan kehittymistä sekä toisaalta vastaisi nopeaan väestönkasvuun ja sen tuomaan kysyntään.

Sijoittuminen ja ajoitus

Hypermarketin sijoittuminen Korsossa olisi mahdollista aikaisemmin esitellyistä sijaintivaihtoehdoista käytännössä vain E:ssä (nykyinen Toyotan tehtaan alue) johtuen hypermarketin vaatimasta tilasta. Ajoituksellisesti hypermarket todennäköisesti tulisi vasta 2030-luvulla, jolloin investoinnille on riittävät perusteet ostovoiman kasvun kautta.

Vaikutukset:

- Hypermarket vahvistaisi Korson palvelutarjontaa ja synnyttäisi alueelle muitakin investointeja. Hypermarket toisi etumyymälätilojen myötä myös monipuolisesti muuta erikoiskauppaa ja palveluita. Osa palveluista saattaisi siirtyä nykyisistä kivijalkaliiketoiltoista, millä puolestaan olisi myös elävyyttä heikentäviä vaikutuksia.
- Korson asukkaiden koettu saavutettavuus varsinkin erikoiskaupan palveluiden osalta vahvistuisi
- Mittakaavaltaan suuren konseptin sijoittaminen kaupunkimaiseen rakenteeseen on haastavaa, vaatii liikkumismuotojen yhteensovittamista ja kaupunkikuvallista tarkastelua
- Tasapainottaisi kehitystä Koivukylän ja Korson välillä, koska molemmissa keskuksissa sijaitsisi hypermarket-kokoluokan ankkuritoiminto. Synnyttäisi myös ristiin asiointeja, mikäli hypermarketit olisivat kilpailevista ketjuista.

Toteutumisen arviointi

Hypermarketin sijoittuminen Korsoon sisältävät fyysisiä (tilantarve) ja liikenteellisiä (katuverkon kapasiteetti) haasteita, minkä seurauksena kyseessä on epätodennäköinen skenaario. Todennäköisemmin alueelle voisi sijoittua laajan valikoiman myymälä vahvistamaan erikoiskaupan tarjontaa.

Huffin vetovoimamallitarkastelussa muuttuvia tekijöitä ovat myymäläverkko sekä väestö. Tarkastelussa huomioitu ainoastaan Koivukylän ja Korson suuralueilla nyt ja tulevaisuudessa asuvat.

		Nykymyynti, milj. €	Myynti (milj. €) Skenaario - 2040	Muutos	%
Koivukylä	Nykyiset myymälät	93,0	86,8	-6,2	-7 %
	Uudet myymälät		35,9	35,9	-
	Yhteensä	93,0	122,7	29,7	32 %
Korso	Nykyiset myymälät	94,3	86,2	-8,1	-9 %
	Uudet myymälät		60,8	60,8	-
	Yhteensä	94,3	147,0	52,8	56 %
Yht. Korso ja Koivukylä		187,3	269,7	82,4	44 %
Muut alueet		25,8	23,8	-1,9	-8 %
Yhteensä kaikki		213,0	293,5	80,5	38 %

Päivittäistavarakaupan verkostoon tulevat uudet myymälät (1 hypermarket 6 000 k-m2 Korsoon ja 2 kpl 2500 k-m2 supermarketia Koivukylään). Alueen kaupoissa tapahtuva myynti kasvaa yhteensä 82 milj. eurolla ja ostovoiman ulosvirtaus pienenee 8 %.

Koivukylässä nykyisistä myymälöistä vähenee myyntiä arviolta 7 % ja Korsossa nykyisistä myymälöistä myynti vähenee noin 9 %. Koivukylän kokonaismyynti olisi mallinnettuna noin 123 milj. € ja Korson 147 milj. €.

7

Yhteenveto, johtopäätökset ja suositukset

Osion tavoitteena on vetää yhteen selvityksen keskeiset tulokset ja vastata alussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin liittyen erityisesti päivittäistavarakaupan palveluverkkoon tutkimusalueella sekä suuremman yksikkökoon myymälöiden sijoittumiseen Koivukylän ja Korson keskusta-alueilla.

Yhteenveto, johtopäätökset ja suositukset

Vastaukset tutkimuskysymyksiin selvityksen tulosten perusteella

Selvityksen alussa esitettiin kolme keskeisintä tutkimuskysymystä, mihin työn aikana on pyritty erilaisten tarkastelujen ja arviointien avulla vastaamaan. Tässä osa-alueessa tiivistetään arviot liittyen ko. kysymyksiin.

1. Tarvitaanko Koivukylän ja Korson alueelle päivittäistavarakaupan suuremman kokoluokan yksikköä tai yksikköjä (suuri supermarket- tai hypermarket -kokoluokka)? Missä ko. toiminnoille olisi parhaat sijoittumisen edellytykset?

- Väestönkasvu synnyttää tarpeen uusille päivittäistavarakaupan yksiköille sekä Koivukylän että Korson keskustoissa tai niiden liepeillä
- Alueella tarvitaan myös valikoimaltaan ja mitoitukseltaan suurempia konsepteja (hypermarket / suuri supermarket) jotta ostovoima ei merkittävässä määrin lähde virtaamaan alueelta ulos.
- Suuri supermarket ja hypermarket vastaavat päivittäistavarakaupan kysyntään lähes yhtä hyvin, koska molemmissa päivittäistavarakaupan osasto voi olla samassa kokoluokassa – merkittävin ero tulee siinä, että supermarket-konseptissa ei ole erikois- tai käyttötavaroiden tarjontaa tai se on hyvin pienimuotoista (esim. vaate, kodinkoneet yms).

Yhteenvetona alueelle tarvitaan suurempia päivittäistavarakaupan konsepteja, mutta niiden ei ole pakko olla käyttötavaraa ja päivittäistavaraa yhdistäviä hypermarket-konsepteja, mikäli muut keskustojen kehittämiseen liittyvät tavoitteet eivät näiden sijoittumista alueelle tue.

2. Mitkä ovat vaikutukset mikäli alueelle sijoittuu hypermarket-kokoluokan myymälä? Mitä vaikutuksia on, jos myymälä ei sijoitu alueelle?

- Hypermarketin sijoittaminen keskustatoimintojen alueelle on teknisesti haastavaa sekä liikenteellisistä että tilallisista tekijöistä (pysäköinti, logistiikka, kiinteistön mittakaava) johtuen.
- Hypermarket on keskusta-alueille haastavasti sijoittuva konsepti, minkä lisäksi tilantarve ja esim. passiivisen julkisivun määrä on haaste kävelijän mittakaavan ja tiiviin keskustan rakentumiselle.
- Hypermarket-konsepti keskittää palvelutarjontaa enemmän yksittäiseen pisteeseen verrattuna supermarket-myymlöihin sekä kivijalkakauppoihin, jotka puolestaan edistävät hajautetumman ja lähemmäksi asukkaita sijoittuvan palveluverkoston kehittymistä. Hajautetumpi verkosto mahdollistaa paremmin myös paikallisen tarjonnan syntymisen sekä edistää segregaaion hillitsemistä (esim. etnisten myymälöiden mahdollistuminen)
- Hypermarket-kokoluokan myymälä aiheuttaisi niin Koivukylän kuin Korson keskusta-alueella koko kaupan rakenteen painopisteen muutoksia riippuen toteutuvasta sijainnista.
- Hypermarket-kokoluokan myymälä toisi Korson ja Koivukylän alueelle merkittävästi lisää erikoiskaupan valikoimaa. Vastaava määrä tarjontaa tuskin sijoittuu alueen kivijalkaliiketiloihin. Ilman hypermarkettia erikoiskaupan ostovoiman virtaus tarkastelualueelta ulos tulee jatkumaan ja väestönkasvun myötä voimistumaan.

3. Minkälainen päivittäistavarakaupan ratkaisu tukee parhaalla tavalla Koivukylän ja Korson strategisia kehittämistavoitteita ja keskustojen elinvoimaisuutta?

- Vantaan kaupunkistrategiassa korostetaan keskustan monipuolisuutta palvelurakenteen, luonnonläheisyyttä sekä helppoa, kävelyn painottuvaa, liikkumista ympäristöissä, jotka ovat kaupunkikuvaltaan laadukkaita ja viihtyisiä. Strategisiin tavoitteisiin on haastava sovittaa mittakaavaltaan suurempia päivittäistavarakaupan konsepteja johtuen niiden tilantarpeesta:
 - Keskusta-alueella auto- ja jakeluliikenteen yhteensovittaminen tiiviiseen kaupunkiympäristöön on haastavaa sekä teknisesti että kustannuksiltaan. Ydinkeskustassa hypermarket-kokoluokan ja käveltävän ympäristön toteuttaminen ovat keskenään ristiriitaisia tavoitteita
 - Ydinkeskustan ulkopuolelle sijoituessaan suurempi yksikkö hajauttaa keskustarakennetta ja siirtää painopistettä pois tiiviistä kaupallisista ympäristöistä ja asemanseuduista, mikä kuihduttaa ydinkeskustan elinvoimaisuutta

Korsossa ja Koivukylässä keskustojen kehittämisen perustana olisi suositeltavaa olla hyvän palvelutarjonnan supermarket-kokoluokan myymälärakenne, joka voidaan toteuttaa paremmin esim. hybriditoteutuksina asumisen ja työpaikkojen yhteyteen. Myös supermarket-kokoluokan yksiköiden osalta tulee kiinnittää huomiota tarjonnan monipuolisuuteen sekä hyvän ja kokonaisuusavutettavan keskustaympäristön rakentumiseen.

Yhteenveto, johtopäätökset ja suositukset

Super- ja hypermarket –kokoluokan konseptien erot ja vaikutukset

Työssä keskeinen kysymys on arvioida super- ja hypermarketkonseptien soveltuvuutta keskustoihin sekä toisaalta, miten ne vastaavat alueen asukkaiden ostovoiman kehitykseen ja tilantarpeeseen. Ohessa on vedetty yhteen keskeisiä ominaispiirteitä sekä vaikutuksia.

SUPERMARKET

- Kokoluokaltaan tyypillisesti alle 3 000 k-m², mutta myös tätä laajempia on toteutettu (useimmiten ei ole MRL:n vähittäiskaupan suuryksikkö)
- Sisältää päivittäin tarvittavia elintarvikkeita ja jonkin verran käyttötavaraa. Myymälän yhteydessä voi sijaita myös etumyyntitiloja (esim. ravintoloita, kahviloita, erikoismyymälöitä, palveluita)
- Yhteydessä usein merkittävä määrä parkkipaikkoja sekä yhä useammin verkkokaupan noutopisteitä ja pakettiautomaatteja

POSITIIVISET VAIKUTUKSET

- Konsepti voi sijoittua lähelle asutusta tukemaan arjen sujuvuutta ja kaupan saavutettavuutta. Myös hybriditoteutukset esim. asumisen ja työpaikkojen kanssa mahdollisia.
- Supermarketeissa on tyypillisesti monipuolinen päivittäistavaroiden valikoima, mikä vastaa hyvin useimpiin tyypillisiin tarpeisiin (arki ja viikonloput)
- Asiointi on sujuvaa ja nopeaa, toimii tarvittaessa myös täydennysostopaikkana
- Tukee muun kaupallisen toiminnan kehittymistä lähialueella (esim. kivijalat), tuo ankkuritoimintona asiointivirtoja

NEGATIIVISET VAIKUTUKSET

- Kaupallinen tarjonta vahvistuu suhteellisesti merkittävästi enemmän päivittäistavarakaupan osalta, ei tuo juurikaan tullessaan erikoiskaupan valikoimaa
- Synnyttää jonkin verran yhteensovitustarpeita liikenteen ja kaupunkikuvan kanssa

HYPERMARKET

- Kokoluokaltaan tyypillisesti yli 7 000 k-m², josta päivittäistavaroiden osuus noin puolet. MRL:n vähittäiskaupan suuryksikkö.
- Sisältää päivittäistavaroita (elintarvikkeet, päivittäinen käyttötavara) sekä erikoistavaroita (vaatteet, kodinkoneet, urheiluvälineet yms.)
- Yhteydessä erittäin paljon parkkipaikkoja, vaatii suuret logistiset tilat sekä muita oheistoimintoja.
- Tyypillisesti ns. hypermarketkeskuksia, joissa päivittäistavarakaupan lisäksi etumyymälöissä useampia erikoiskauppoja ja palveluita

POSITIIVISET VAIKUTUKSET

- Päivittäistavaroissa tyypillisesti hieman laajempi valikoima esim. erikoistuotteita
- Hintatasoltaan vertailuissa usein hieman supermarket-konsepteja edullisempi
- Laaja erikoistavaroiden valikoima – samassa mittakaavassa ei ole mahdollista kehittää kivijalkaliiketoimintaa toteutuvaa erikoiskaupan valikoimaa (esim. vaatteet, urheiluvälineet, kodinkoneet)

NEGATIIVISET VAIKUTUKSET

- Merkittävä liikennetarve (logistiikka, yhteydet, näkyvyys ja pysäköinti), tarvitsee ostovoiman laajalta alueelta
- Haastava konsepti sijoittaa tiiviiseen kaupunkikeskustarakenteeseen. Ei tue kävelykeskustan kehittämistavoitteista. Synnyttää passiivista tilaa ja liikenteellisesti haastavaa ympäristöä. Kaupungin ja kaupallisen toimijan tavoitteiden yhteensovitus paikoin erittäin haastavaa esim. käveltävyyden ja kaupunkikuvan suhteen.
- Keskittää kaupallista toimintaa pistemäiseksi. Haastaa keskustaympäristön nykyisen rakenteen säilymisen ja kehittymisen sijoituessaan keskusta- tai sen liepeille.

Yhteenveto, johtopäätökset ja suositukset

Päivittäistavarakaupan mitoitus

Koivukylän ja Korson alueella päivittäistavarakaupan lisäämiselle sekä uusina kauppapaikkoina että nykyisiä myymälätiloja laajentamalla on merkittävää tarvetta perustuen vuoteen 2040 arvioidulla väestönkasvulla (noin 15 000 uutta asukasta). Laskennallisen tilantarpeen kasvun perusteella Koivukylän suuralueella tulisi varautua minimissään 4 200 k-m²:een uutta päivittäistavarakaupan pinta-alaa ja Korsoon vastaavasti 6 000 k-m². Kaavoituksella on hyvä varautua useampiin kauppapaikkoihin ja mahdollisuuksiin, jolloin päivittäistavarakaupan kokonaismitoituksen perusteena tulisi Koivukylässä olla 9 500 k-m² ja Korsossa 11 600 k-m² uutta kerrosalaa.

Vuoteen 2040 ulottuvalla tarkasteluajanjaksolla päivittäistavarakaupan kysynnän kasvuun pystytään vastaamaan kummallakin suuralueella kahdella noin 2 000-3 000 k-m² supermarketilla.

Hypermarketeista kummallakin alueella yksi suuri hypermarket voisi tyydyttää tilantarpeen keskitetysti. Varsinainen kaupallinen rakenne voi muodostua erilaisista kombinaatioista, joita on tämän selvityksen skenaarioissa tarkasteltu.

Valtaosa hypermarketeista on kokoluokaltaan 8 000 – 10 000 k-m²:n välissä. Päivittäistavaroiden osalta hypermarkettien pinta-ala on noin 4 000 – 6 000 k-m². Keskustoihin sijoittuvat tehokkaammat hypermarketit ovat kooltaan keskimäärin noin 6 000 k-m². Supermarkettien kokoluokka vaihtelee pääkaupunkiseudulla noin 800 k-m²:sta lähes 3 000 k-m²:een. Tyypillisin kokoluokka on noin 1 200-1 800 k-m².

Uusissa hyper- ja supermarket Hankkeissa korostuu monipuolinen päivittäistavaroiden valikoima, minkä johdosta esim. uusien supermarket Hankkeiden tyypillinen kokoluokka ylittää 2 000 k-m², ja lähentelee paikoin jopa 3 000 k-m²:a. Uusissa hyper- ja supermarketmyymälöissä on myös entistä enemmän erilaisia palvelutiloja, esim. myymälän sisään sijoittuvia päivittäistavaroiden erikoiskauppoja (liha- ja kalaliikkeet) tai ravintoloita ja kahviloita, mikä entisestään kasvattaa myymälöiden tilantarvetta.

Mitoituksen toteutumisessa on tärkeää huomioida myös tarkastelun aikajänne. Väestönkasvu jakautuu tarkasteluajanjaksoille 2022-2032 ja 2032-2040 suhteellisen tasaisesti, mikä tarkoittaa myös mitoituksen osalta suhteellisen tasaista ajallista jakautumista. Vuoteen 2033 mennessä Koivukylässä mitoitusarve on 2 200 – 6 800 m² uutta päivittäistavarakaupan kerrosalaa. Tämä tarkoittaa käytännössä minimissään yhden supermarket-kokoluokan myymälän toteutumista suuralueella vuoteen 2032 mennessä. Alueella on parhaillaan supermarket-kokoluokan hanke vireillä Asolassa. Koivukylässä laskennallisesti markkinaa ei mahtuisi toista supermarket-kokoluokan myymälää 2020-luvulla. Asia ei kuitenkaan ole näin mustavalkoinen, vaan paljon riippuu myös taloudellisen tilanteen kehityksestä, väestönkasvusta sekä alueen elinvoiman yleisestä kasvusta (ostovoima, työpaikat).

Temaattinen tarkastelu, miten päivittäistavarakaupan tilantarpeeseen voidaan vastata

Supermarket-rakenne

Päivittäistavara: n. 2 000 -3 000 k-m²/kpl
Erikoistavara.: ei juurikaan



Hypermarket-rakenne

Päivittäistavara yht. n. 4 000 – 6 000 k-m²/kpl
Erikoistavara yht. n. 2 000 – 4 000 k-m²/kpl



Yhteenveto, johtopäätökset ja suositukset

Skenaariot suuremman yksikön sijoittumiseen liittyen alueellisella tasolla

Selvityksessä on laadittu neljä eri skenaariota hypermarket- ja supermarket-kokoluokan myymälöiden sijoittumisesta Koivukylän ja Korson alueilla. Vaihtoehtoina on tarkasteltu myös nykyverkostoa sekä vaihtoehtoa joissa palvelutarve tyydytettäisiin ainoastaan uusilla supermarketeilla. Kaikissa vaihtoehtoissa taustalla on myös oletus lähimyymläverkoston kehittymisestä asuinalueilla, millä ei ole kuitenkaan merkittäviä vaikutuksia hyper- tai supermarketverkostotasolla.

Koivukylän ja Korson kaupalliset vaikutusalueet, ja täten myös päivittäistavarakaupan kehittämisen vaikutukset ko. alueilla, rajoittuvat vaihtoehdosta riippumatta merkittävilä osin kyseisten keskusten suuralueille. Hypermarket-konseptitkaan eivät muuta palveluverkon rakennetta tai asiointien suuntautumista alueen ulkopuolella, sillä Keravan ja Tikkurilan laajat päivittäis- ja erikoistavarakaupan palvelut rajaavat asiointialuetta; Tikkurilasta tai Keravalta ei tulla merkittävässä määrin asioimaan Korsossa tai Koivukylässä. Minkälaiseen tahansa suuntaan päivittäistavarakaupan verkosto kehittyäkään, ei sillä voida nähdä olevan seudullisia vaikutuksia palveluverkkoon tai keskustojen kehittämiseen. Palveluverkkoon tehtävillä muutoksilla on kuitenkin vaikutuksia alueiden sisällä mm. keskustojen elinvoimaan, päivittäistavarakaupan palveluiden saavutettavuuteen sekä asiointiliikenteeseen ja -liikkumiseen.

- Skenaario 1: Mikäli alueen palveluverkko ei kehittyisi tai myymälärakenteen täydentymistä tapahtuisi ainoastaan pienemmän kokoluokan konsepteissa (pienmyymälät, valintamyymälät) olisi nykyisillä myymälöillä suuria kapasiteettihaasteita, millä olisi vaikutuksia mm. asiakaskokemukseen sekä palveluiden koettuun saavutettavuuteen. Mikäli alueelle ei kehittyisi uusia hyper- ja/tai supermarket –kokoluokan konsepteja, ostovoiman ulosvirtaus muille alueille tulisi kiihtymään.
- Skenaario 2: Supermarket-kokoluokan skenaariossa alueiden kehitys olisi suhteellisen tasapainossa ja ratkaisu on joustavampi vastaamaan asukkaiden palvelutarpeisiin lähempänä yleis- ja asemakaavoissa asuinrakentamiselle osoitettuja maankäytön kehitysalueita sekä keskustaympäristöissä. Pienemmän tilantarpeen vuoksi supermarket-kokoluokan myymälöiden on helpompi sijoittua olemassa olevaan kaupunkirakenteeseen esim. uusien hankkeiden yhteydessä hybriditoteutuksena osana asuinrakentamista tai esim. julkisia palveluita.

Koivukylän ja Korson keskusten välillä on keskinäistä dynamiikkaa, mihin myös tulevalle palveluverkolla on kehitykseen kohdistuvia vaikutuksia. Näitä on tarkasteltu skenaarioissa 3 ja 4.

- Skenaario 3: Mikäli kehitys kohdistuu Hypermarket-kokoluokan osalta Koivukylään, muodostuu Koivukylästä selkeämmin Kaakkois-Vantaan veturikeskus. Vaihtoehto eriyttää kehitystä ja aiheuttaa haasteita Korson keskustakehittämiselle sekä uusien investointien houkuttelulle. Koivukylän rooli ja asema kaupallisena keskuksena korostuisi, mikä puolestaan toisi tullessaan myös muita kaupallisia investointeja. Hypermarketin sijoittuminen Koivukylään on todennäköisempi johtuen asiointivirroista kohti maakunnallista ja seudullista keskustaupunkia Helsinkiä sekä Koivukylän Korsoa vilkkaammista ajoneuvoliikenteen kulkuyhteyksistä lähellä potentiaalisia hypermarketsijaintoja. Koivukylään sijoittuessa hypermarket söisi nykyisiltä Koivukylän päivittäistavarakaupoilta liikevaihtoa lähes 13 %.
- Skenaario 4: Mikäli kehitys kohdistuisi Hypermarket-kokoluokan osalta Korsoon, tasapainottaisi se alueellista rakennetta ja antaisi keskustoilte samanlaiset kehittymisen edellytykset. Edelleen Koivukylän ja Korson keskustojen välillä olisi esim. asiointiliikennettä, mikäli hypermarketit olisivat kilpailevilta toimijoilta. Korsossa nykyisen palvelutarjonnan vähäisyys sekä toisaalta voimakkaampi väestönkasvu ottaisi uuden kaupan tarjonnan paremmin vastaan, eikä vaikutus nykyisiin myymälöihin olisi niin merkittävä kuin Koivukylään sijoittumisen vaihtoehdossa.

Päivittäistavarakaupan suurempien yksiköiden sijoittuminen

- A (Koivukylä): liikenteellisesti ja fyysinen tilantarpeen kannalta haastava hypermarket-sijainti liikenteellisesti ja kaupunkirakenteellisesti, kun tavoitteena on tiivis, kävelijän mittakaavainen keskusta. Sijainti tukisi parhaiten Koivukylän ydinkeskustan kehittymistä ja kaupan saavutettavuutta kestäväillä liikkumisen muodoilla. Keskustan kehittämisen yhteydessä suositeltavaa kehittää monipuolisena supermarket-kokoluokan ja keskustan kivijalkaliiketilojen kohteena, jossa hybriditoteutus.
- B (Koivukylä): Suuremman päivittäistavarakaupan yksikön sijoittumisedellytysten ja Koivukylän keskustan kehittymisen näkökulmasta tasapainoisin vaihtoehto. Tukisi hyvin Koivukylän keskustan kehittymistä. Mahdollistaisi asemanseutuun tukeutuvaa keskustakehittämistä ja toisaalta hyvän autosaavutettavuuden. Haasteina liikenneväylien kapasiteetti (tutkittava tarkemmin toimivuustarkasteluilla) sekä fyysinen tila, esim. päiväkodin ja viheralueiden leikkautuminen suuremman yksikön alta. Mahdollinen sekä hyper- että supermarketin kokoluokalle.
- C (Koivukylä): Autoliikenteen näkökulmasta hyvä saavutettavuus. Sijaitsee irrallaan keskustarakenteesta, varsinkin junaradan tuodessa ”estevaikutusta” suhteessa radan itäpuoleen. Hajauttaa selkeästi keskustarakennetta. Maanpinnan korkeuserot sekä viheralueen poistuminen ovat haastavia suunnittelun, luonnon monimuotoisuuden ja historiallisten arvojen näkökulmasta. Hajauttaa ydinkeskustan rakennetta ja tekee haastavammaksi kävelijän mittakaavaisen keskustarakenteen muodostamisen.
- E (Korso): Keskustan tuntumaan mutta ydinkeskustan ulkopuolelle sijoittuva kohde. Liikenteellisesti kohtalainen sijainti, mutta selkeästi katuverkolla haastavammin saavutettavissa kuin esim. Kulomäentietä lähempänä olevat kohteet. Hypermarketille olisi toteutettavissa monipuolinen kokonaisuus, joka voisi olla osa merkittävämpääkin aluekehityskokonaisuutta (asuminen, työpaikat, palvelut). Teknisesti tontin koon ja liikenteellisen toteutettavuuden näkökulmasta potentiaalisin kohde Korsoon sijoittuvalle mahdolliselle suuremmalle päivittäistavarakaupan yksikölle. Heikentää kuitenkin Korson ydinkeskustan ja asemanseudun kaupallista kehittämistä. Muuttaisi Korson keskustalle ominaista pienimittakaavaista ja kylämaista luonnetta.
- F (Korso): Keskustan tuntumaan sijoittuva kohde, joka on liikenteellisesti ja fyysisen tilan näkökulmasta erittäin haastava. Hypermarket edellyttäisi 2 kerroksen toteutusta, mikä ei Korsossa ole todennäköinen. Ei todennäköisesti jatkossa hypermarket-kokoluokan sijaintipaikka.
- G (Korso): Radan länsipuolelle sijoittuva kohde, jossa fyysisen tilan määrä rajoittava tekijä. Edellyttäisi 2 kerroksen toteutusta, mikä ei ko. sijainnilla ole realistinen. Ei jatkossa hypermarket-kokoluokan sijaintipaikka.



Yhteenveto, johtopäätökset ja suositukset

Kaupan palvelut ja keskustojen kehitys

Päivittäistavarakauppa on ankkuritoimintona ja asiointeja puoleensa vetävänä toimintona keskeinen keskustakehittämisen moottori, jonka ympärille voi rakentua muitakin hankkeita tai se voi olla osaksi laajempia kaupunkikehityskokonaisuuksia (hybridit).

Hypermarket on hankalasti ydinkeskustojen tiiviiseen kaupunkirakenteeseen sijoittuva konsepti johtuen liikenteellisestä tarpeesta (autoliikenne, logistiikka) sekä fyysisestä tilantarpeesta (n. 1-3 ha). Keskustamaisessa kävely-ympäristössä hypermarket synnyttää paljon passiivista julkisivua ja kaupan avautuminen katutilaan on erittäin haastavaa toteuttaa. Hypermarketit ovatkin monin paikoin selkeämmin ydinkeskustan reunavyöhykkeen konsepteja, mutta hyvällä suunnittelulla myös aivan kaupunkien ydinkeskustoihin sijoittuvat ratkaisut ovat mahdollisia. Oman taloudellisen ja toiminnallisen haasteensa asettaa vaatimus täysin rakenteellisesta pysäköinnistä.

Hypermarket-kokoluokan yksiköillä on väistämättä keskustan toiminnallista rakennetta ja kaupan palveluverkkoa hajauttava ja painopistettä siirtävä vaikutus. Suuremmat yksiköt vetävät puoleensa asiointeja sekä toisaalta sen myötä myös muuta kaupallista toimintaa. Hypermarket-kokoluokan konseptin sijoittumisen suurin riski on se, että ko. konsepti ei kummankaan keskuksen kohdalla pysty sijoittumaan ydinkeskustan rakenteeseen, vaan sijainti tulee väistämättä olemaan enemmän tai vähemmän irrallaan nykyisestä tiivistä kaupallisesta rakenteesta. Tämä heikentää ydinkeskustan elinvoimaisuutta ja kehittymisen edellytyksiä. Tämä kehityskulku on ollut nähtävissä useammilla pienemmillä paikkakunnilla, joissa hypermarketteja on sijoitettu ydinkeskustan ulkopuolelle, mikä on samalla kiihdyttänyt kivijalkaliiketilatarjontaa keskustasta.

Korsossa ja Koivukylässä ydinkeskustojen kaupallinen kehittäminen on suositeltavaa kohdistaa rajatuille alueille asemanseutujen ympäristöön, jolloin voidaan tukea esim. miellyttävien kävely-ympäristöjen sekä katutilojen kehittymistä erilaisille käyttäjäryhmille. Tiiviin ydinkeskusta-alueen välittömässä läheisyydessä on mahdollista sijoittaa erilaisiin taite- ja nivelkohtiin suurempia kaupallisia konsepteja (hypermarketteja ja tavarataloja), jotka samalla mahdollistavat esim. synergioita keskustaa palvelevien pysäköintiratkaisuiden kanssa. Taite- ja nivelkohdilla tarkoitetaan tässä yhteydessä alueita, jotka sijaitsevat keskustarakenteen tuntumassa, alueilla joissa ollaan saapumassa ydinkeskustarakenteen sisälle. Tällaisia kohteita ovat mm. Koivukylän tunnistetut sijaintivaihtoehdot B ja C sekä Korsossa vaihtoehto E. Näissä sijainneissa kauppa on vielä keskusta-asukkaille kohtalaisesti saavutettavissa kävellen ja joukkoliikenteellä.

Yhteenveto, johtopäätökset ja suositukset

Vaikutukset palveluverkkoon, saavutettavuuteen, asukkaisiin ja sosiaaliseen kestävyys

Koivukylän ja Korson vaikutusalueesta muodostuvaan päivittäistavarakaupan väestöltään ja ostovoimaltaan kasvavaan markkinaaan mahtuu ja tarvitaan uutta kerrosalaa ja erityyppisiä konsepteja, mukaan lukien suurempia päivittäistavarakaupan yksiköitä laajemmalla valikoimalla ja paremmalla palvelutasolla. Uusi pinta-ala ja tarjonta syntyy pääasiassa väestönkasvun ansiosta, ei markkinoiden uusjaon myötä tai nykyisen palveluverkon toimijoiden kustannuksella.

Asukkaiden arjen sujuvuuden kannalta keskeisintä on usein tarvittavien päivittäistavaroiden saatavuus läheltä kotia. Suuremmista yksiköistä super- ja hypermarket -kokoluokan myymälät tarjoavat lähes samankokoisen valikoiman. Erikoiskaupan osalta hypermarkettien käyttötavaraosasto toisi selkeästi lisätarjontaa kumpaankin keskukseseen ja vahvistaisi asukkaiden arjen sujuvuutta erikoistavaroiden tarjonnan osalta. Todennäköisesti vastaavaa määrää erikoiskaupan tarjontaa ei keskuksiin ole mahdollista saada päivittäistavarakaupan supermarketteihin sekä erikoiskaupan ja palveluiden kivijalkaliiketiloihin perustuvassa kaupan ratkaisuihin. Samanlaisen hyödyn toisi esim. laajan valikoiman myymälätoimijat sijoittuessaan keskustoihin tai niiden liepeille; laajan valikoiman myymälöiden tarjonta on hyvin vastaavantyyppinen kuin hypermarkettien käyttötavaraosastojen, mutta niiden sijoittumiseen ja vaikutuksiin liittyy samoja haasteita kuin hypermarkettienkin kohdalla.

Yhdyskuntarakenteeseen kohdistuvat vaikutukset riippuvat sijainnista, mutta kaikki ehdotetut sijainnit ovat kiinni keskustarakenteessa eikä näillä näin ollen ole merkittävää yhdyskuntarakennetta hajauttavaa vaikutusta. Ydinkeskustan tarkastelutasolla keskustan reuna-alueilla sijaitsevat sijoittumisvaihtoehdot Koivukylässä (B ja C) sekä Korsossa (E) hajauttavat keskustarakennetta ja keskusta suuntautuvia asiointeja, millä on myös kaupalliseen rakenteeseen ja keskustojen kivijalkamyymälöihin kohdistuvia vaikutuksia; näiden kehitymis- ja toimintaedellytykset heikkenevät suurempien kaupan keskittymien tullessa ydinkeskustan ulkopuolelle.

Asukkaiden arjen sujuvuuteen, palveluiden saavutettavuuteen sekä kestävien liikkumistapojen edistämiseen asiointimatkoilla uudella palvelutarjonnalla on positiivinen vaikutus; entistä suurempi osa asioinneista kohdistuu paikallisiin palveluihin. Mitä laajempi palvelutarjonta kokonaisuudessaan on saatavilla, sitä paremmaksi muodostuu kaupan palveluiden kokonaissaavutettavuus.

Sosiaalisen kestävyys näkökulmasta on tärkeää turvata monipuoliset ja tarjonnaltaan laajat kaupan palvelut varsinkin alueilla, joissa on riskiä eriytyvälle kehitykselle. Uudet kaupan hankkeet mahdollistavat rakenteen uudistumisen ja toisaalta voivat tukea myös esim. maahanmuuttajille ja muille asukasryhmille keskeisten palveluiden säilymistä ja kehittymistä alueella. Hyper- ja supermarkettien kehittyessä entistä enemmän konsepteiltaan vastaamaan paikallisiin tarpeisiin, olisi Korsossa ja Koivukylässä mahdollista huomioida esim. etnisten kauppojen ja palveluiden sijoittuminen etumyymälätiloihin tai sisälle myymälöihin. Kiinteistökehityshankkeissa ja alueiden uudistumisessa haasteena on kuitenkin huomioitava se, että monet etniset kaupat ja muut paikalliset toimijat pystyvät harjoittamaan liiketoimintaa nimenomaan edullisempien tilavuokrien ansiosta. Uudistumisen myötä kiinteistönomistajien tuotto-odotukset kasvavat, mikä puolestaan nostaa liiketoimintojen vuokratasoja. Uudistumisen ja kasvavien vuokratasojen myötä tietyissä tilanteissa voi olla, että joillakin alueen nykyisillä toimijoilla ei enää ole edellytyksiä jatkaa liiketoimintaa uusiutuneissa tiloissa. Keskustauudistuksissa ja kiinteistökehityshankkeissa tulisikin kiinnittää huomiota siihen, millä mekanismeilla turvataan myös paikallisen tarjonnan säilyminen alueella.

Yhteenveto, johtopäätökset ja suositukset

Kaavoitus ja kaupallinen ratkaisu

Kaupan konseptit ja tarpeet muuttuvat nopeasti ja kehitys on aaltoilevaa. Viime aikoina kauppojen yhteyteen osaksi myymälätiloja on kehittynyt esim. erilaisia shop-in-shop –ratkaisuja ja elämyksellisyyteen tähtääviä konsepteja. Kaavoituksen näkökulmasta onkin eriarvoisen tärkeää jättää riittävästi liikkumavaraa erilaisille kaupan konsepteille, jotka voivat syntyä lähivuosina tai vasta 2030-luvulla. **Kaavoilta ja rakennettavilta myymälätiloilta vaaditaan jo nykyisin ja tulevaisuudessa entistä enemmän muuntojoustavuutta ja muutuskäpykyä.**

Koivukylässä ja Korsossa väestönmäärän merkittävä kasvu (lähes keskikokoisen suomalaisen kunnan verran uusia asukkaita vuoteen 2040 mennessä) mahdollistaa ja edellyttää tilantarpeeseen peilaten suurempiakin päivittäistavarakaupan yksiköitä. Alueella tulee turvata palveluiden saavutettavuus niin fyysisen (etäisyys) kuin koetunkin (palvelutaso, valikoiman laajuus) näkökulmasta. Tämä voidaan toteuttaa sekä lähimyymäkonsepteilla (pien- ja valintamyymälat) että suuremmilla ja keskitetymillä, laajan valikoiman päivittäistavaramyymäloilla (super- ja hypermarketit).

Mikäli alueen palveluverkko perustuisi hypermarket-kokoluokan keskitetymään ratkaisuun, olisi hypermarket-toteutuksen näkökulmasta potentiaalisin sijainti on Koivukylässä; keskus sijaitsee luontaisemmin asiointireittien varrella ja alueella on jo hypermarket-konseptin kauppa. Koivukylän kohteista nykyisen hypermarketin viereen sijoittuva vaihtoehto B on tunnistetuista sijainneista paras perustuen saavutettavuuteen, ydinkeskustaan linkittymiseen sekä tonttikokoon. Mikäli jatkoselvityksissä (fyysinen tilankäyttö, päiväkotiverkosto, luonto- ja maisemaselvitykset sekä liikenteelliset toimivuustarkastelut) todetaan kohde hypermarketin kokoluokalle mahdolliseksi toteuttaa, on Koivukylän alueelle erittäin haastavaa löytää sijaintia hypermarket-kokoluokan konseptille, joka sijoittuisi keskustarakennetta tukien mutta niin, että kohteeseen olisi toteutettavissa myös sujuva autoliikenne ja logistiikka.

Hypermarketin toteutuminen Korson keskustan alueelle on epätodennäköistä, mutta 2030-luvulla tilanne voi olla eri Korsoon arvioidusta voimakkaasta väestönkasvusta johtuen. Korsossa hypermarketille potentiaalisin sijaintivaihtoehto on E (Peltomyyränkujan pohjoispuolinen toimitila-alue), mutta tämä vaatisi koko alueen laajempaa kehittämistä monipuolisille toiminnoille. Alue sijoittuu myös hieman irralliseen ydinkeskusta-alueesta ja hajauttaa kaupallista rakennetta sekä Korson kävelykeskustamaista rakennetta. Kaavoituksessa olisi suositeltavaa jättää alueelle mahdollisuus hypermarket-kokoluokan konseptin sijoittumiselle.

Korson ja Koivukylän kaupallinen kehittyminen ei ole kiinni hypermarket-kokoluokan konsepteista, vaan monipuolisilla supermarket-konsepteillakin voidaan rakentaa houkuttelevaa ja asukkaiden arkea sujuvoittavia kaupallisia kokonaisuuksia. Tulevaisuudessa alueen palvelutarpeeseen voi vastata myös perinteisten päivittäistavarakaupan myymälöiden lisäksi kasvussa olevat etniset kaupat, joissa on viime aikoina ollut nähtävillä myös suurempia myymäläkokoja, jotka ovat verrattavissa supermarket-kokoluokkaan. Tuoreena esimerkkinä mainittakoon Helsingin Itäkeskuksen entisiin Stockmannin tiloihin avautunut Alanya market, joka on kooltaan noin 2 000 myyntineliömetriä (Lähde: <https://yle.fi/a/74-20053120>).

Bright
ideas.
Sustainable
change.

 RAMBOLL