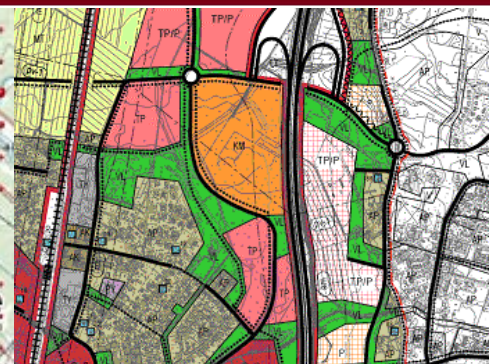
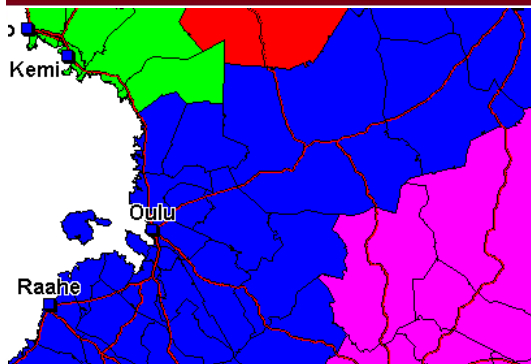


Kempeleen Zatelliitti

Kaupalliset vaikutukset



Sisältö

Sisältö	2
Yhteenveto.....	3
1 Johdanto	6
1.1 Lähtökohdat.....	6
1.2 Hankkeen konsepti	8
1.3 Kaavatilanne ja aiemmat selvitykset	9
2 Vaikutusalueen väestö ja ostovoima.....	12
2.1 Oulun markkina-alueen väestö	12
2.2 Ostovoima	14
3 Kaupan nykytila ja hankkeet.....	16
3.1 Vähittäiskaupan myynti	16
3.2 Ostovoimavirtaukset ja kaupan laskennallinen pinta-alan tarve.....	17
3.3 Kaupan verkosto	18
3.4 Kaupan hankkeet.....	22
4 Kaupalliset vaikutukset	24
4.1 Vaikutukset Oulun keskustaan.....	24
4.2 Vaikutukset kuntakeskuksiin ja lähipalveluihin.....	25
4.3 Vaikutukset muihin seudun kaupan keskuksiin.....	25
4.4 Vaikutukset Oulun seudun kaupalliseen asemaan	27
4.5 Vaikutukset kaupan alueelliseen tasapainoon ja ostovoimavirtauksiin	27
4.6 Vaikutukset yhdyskuntarakenteeseen ja sosiaaliset vaikutukset	28
4.7 Vaihtoehto 0: hanketta ei toteuteta	30

Yhteenveto

NCC Property Development Oy ja Kempeleen kunta kehittävät valtatie 4:n varteen Oulun kaupungin eteläpuolelle mittavaa kaupan keskittymää. Kohteen nimi on Zatelliitti. Tuleva kaava mahdollistaisi kauppakeskuksen, hypermarketin ja tilaa vievän kaupan toteutuksen. Kokonaisala on noin 94.000 m², josta kauppakeskus olisi noin 60.000 m². Kaupan volyymi ja sen synnyttämä liikenne edellyttävät toimiakseen tavoitteen mukaisesti täydellistä liittymää Vt 4:ltä. Tiehallinto ja kunta selvittävät liittymän toteutuksen tekniset mahdollisuudet. Kunta investoi ilmoituksensa mukaisesti liittymän rakentamisen. Tämän selvityksen tavoitteena on osoittaa Kempeleen Zatelliitin kaupalliset ympäristövaikutukset.

Kaupan rakentamisen tarve Oulun kaupunkiseudulla on varsin mittava. Voimakas väestökasvu yhdessä oletetun kulutuksen kasvun kanssa edellyttävät alueelle vuoteen 2025 mennessä jopa 400.000 kem²:n lisärakentamistarvetta. Tiedossa olevia kaupan hankkeita on myös runsaasti vireillä ja on selvää, etteivät kaikki hankkeet voi toteutua. Heikoimmin saavutettavissa olevat tai väestöpohjaltaan heikot kaupan hankkeet saattavat jäädä toteutumatta tai ne joutuvat hakemaan toimialarakenteeseen uusia vaihtoehtoja. Väestönkasvu ja osto-voiman kasvu on kuitenkin erittäin suurta Oulun seudulla ja siten kaupan mittaville hankkeille on kysyntää.

Kaupunkirakenne on nauhamainen ulottuen Haukiputaalta Liminkaan. Kauppa sijoittuu sen mukaisesti. Kaupan suuryksiköt ja tilaa vievä kauppa hakeutuvat valtatie 4:n liittymien tuntumaan. Pohjoisiin tähän ”systeemiin” kuuluva liittymä on Oulun Ritaharju. Alueelle kaavailaan mm. mittavaa tilaa vievän kaupan keskittymää. Suuruusluokka on 100.000 kem². Kauppa tulee täyttämään Oulun kaupunkiseudun pohjoisen markkina-aukon. Myös eteläisen kaupunginosan tarjonta kehittyy. Kaakkurin risteysalueselle rakentuu nykyisen Citymarketin lisäksi Bauhaus ja muuta tilaa vievää kauppaa yhteensä noin 40.000 kem².

Oulun keskustan tuntumassa oleva Limingantullin alue on ristiriitaisessa kehitysvaiheessa. Uusia hankkeita on tulossa ja samanaikaisesti osa nykyisistä toimijoista pyrkii alueelta pois

suurempiin, asianmukaisempiin liiketiloihin. Asuntotuotanto etenee alueella purkaen tieltään epäkuranttia kiinteistömassaa. Limingantullin kehitykseen Zatelliitti antaa vauhtia. Valtatie 4:n liikerakentaminen tarjoaa hyvän vaihtoehdon monille nyt Limingantullissa toimiville yrityksille.

Oulun ydinkeskusta valmistautuu voimakkaaseen kasvuvaiheeseen. Maanalainen pysäköinti sysää toteutuessaan käyntiin mittavat kortteleiden uudistussuunnitelmat. Tämä vahvistaa oleellisesti keskustan iskukykyä ulkopuolisia kaupan keskittymiä vastaan. Keskustan liiketilojen lisääntyminen ei kuitenkaan riitä erikoiskaupan ostovoiman kasvun tarpeisiin vaan seudulla on tarvetta keskustan ulkopuoliselle kauppakeskukselle. Tämä mahdollistaa monille kaupan yrityksille uusien yksiköiden perustamisen seudulle keskustan nykyisen myymälän lisäksi.

Oulun kaupan rakenteessa on pitkälti kysymys tasapainosta: tasapaino ydinkeskustan ja ulkopuolisen kaupan tarjonnan kanssa. Niin ikään on kysymys tasapainosta pohjoisen ja eteläisen alueen välillä, joka merkitsisi saavutettavuuden kasvua ja ostosmatkojen lyhenemistä. Tässä tasapainomallissa Oulun keskustalla on oma johtava roolinsa seutukunnan keskuksena. Zatelliittiin suunniteltu mittakaava täyttää eteläiselle alueelle sijoitettavan kaupan pinta-alatarpeen. Yhdessä Kaakkurin ja Zeppelinin alueiden kanssa pitkän aikavälin laskennallinen pinta-alan tarve tulee täyteen.

Zatelliitin vaikutus Kempeleen kuntaan on positiivinen. Kaupan palveluvarustus kasvaa ja omavaraisuus lisääntyy. Vaikutus nykyiseen Kauppakeskus Zeppeliiniin tulee olemaan suhteellisen voimakas. Osa erikoisliikkeistä tulee siirtymään uuteen kauppakeskukseen. Zeppelinin ja Zatelliitti hakevat omat roolinsa. Zeppelinin toimialarakenteessa onkin odotettavissa muutoksia ja se hakee vahvuutensa uusista toimialoista. Vaikutus Kempeleen keskusta on vähäinen. Vahva väestökasvu turvaa kuntakeskuksen peruspalvelut. Zatelliitti kilpailee pääosin muiden suurten kaupan keskittymien kanssa ja siten vaikutukset kuntakeskusten ja lähipalveluiden toimintaedellytyksiin ovat vähäiset.

Zatelliitti tulee lopputilanteessa sijoittumaan rakennetun yhdyskunnan keskelle. Kempeleen pohjoinen alue ja Oulun eteläinen alue tulee kuroutumaan yhtenäiseksi alueeksi. Zatelliitti kiihdyttää kehityskulkua. Yhtenäinen asuinalue mahdollistaa palvelujen saatavuuden sekä tehokkaat joukkoliikenneyhteydet. Tässä suhteessa laatukäytävälle asetetut standardit voidaan toteuttaa.

Tämä selvitys on tehty NCC Property Development Oy:n toimeksiannosta yhteistyössä Kempeleen kunnan kanssa. Selvitystä varten on haastateltu myös Oulun kaupungin, Seuturakennetiimin, Pohjois-Pohjanmaan ympäristökeskuksen ja Pohjois-Pohjanmaan liiton edustajia.

Espoossa 25.4.2008

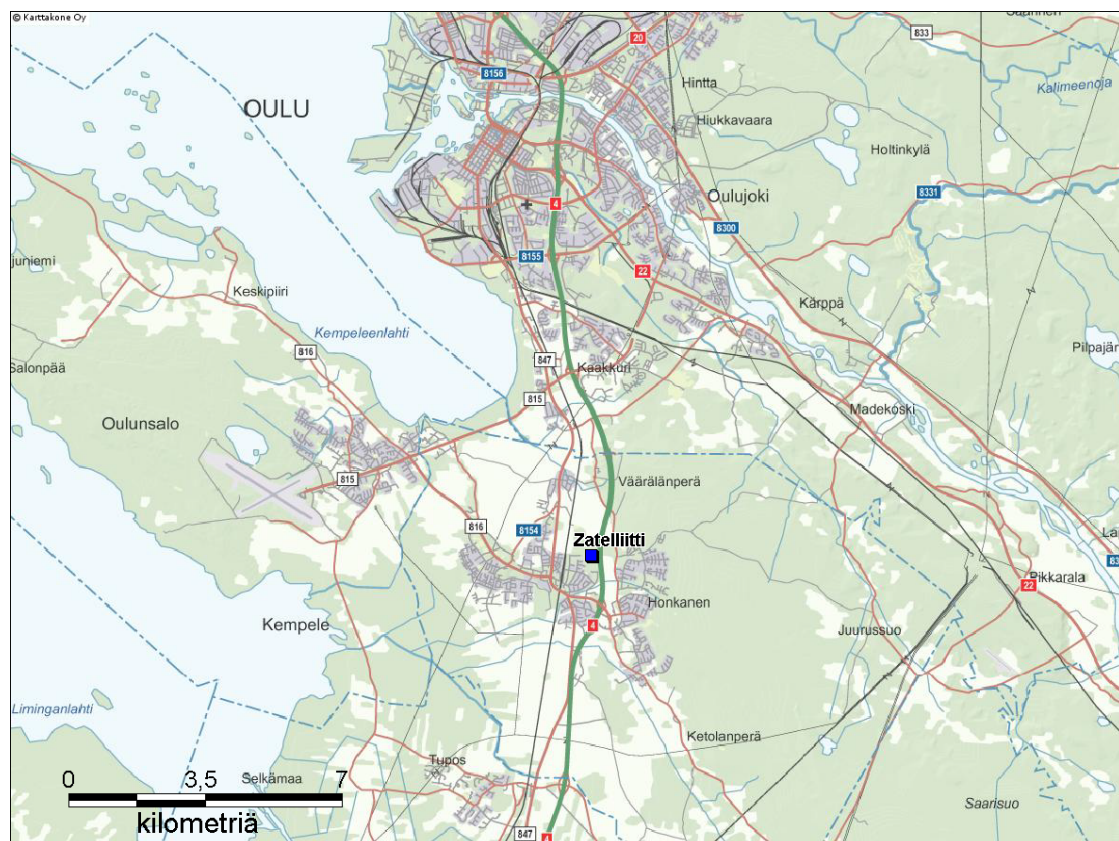
Kyösti Pätynen
KTM, konsultti

Saku Järvinen
KTM, konsultti

I Johdanto

I.1 Lähtökohdat

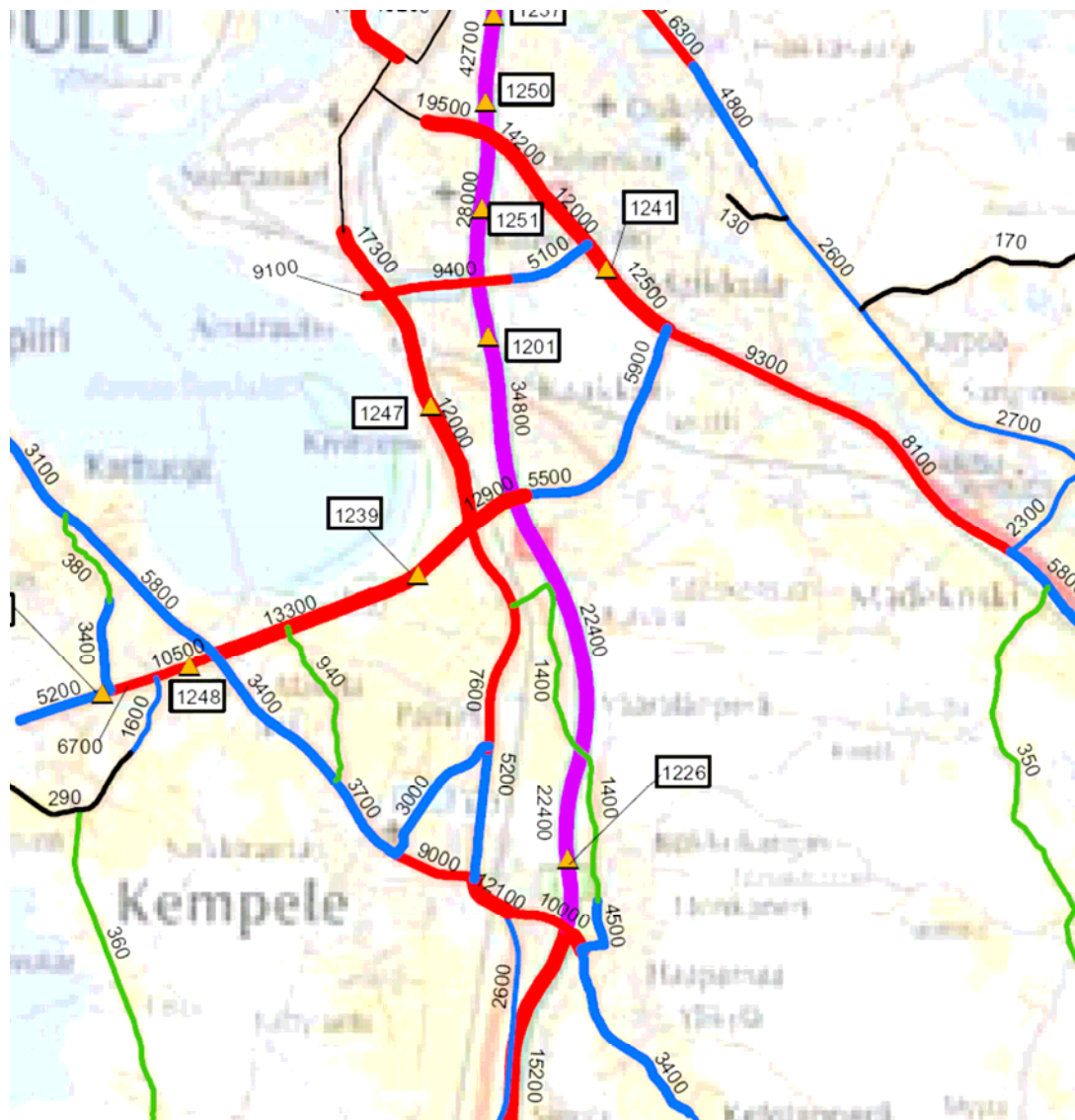
NCC Property Development Oy on yhdessä Kempeleen kunnan kanssa kehittämässä Valtatie 4:n varteen merkittävää kaupan keskittymää. Alueelle laaditaan osayleiskaavaa. Kehittäjiä tavoitteena on vahvistaa kaava, joka mahdollistaa laajasti kaupan eri konseptien toteutuksen mukaan lukien hypermarket. Hankkeen mittasuhteet edellyttävät uuden liittymän rakentamista valtatie 4:ltä. Hankkeen sijainti on osoitettu seuraavassa kartassa.



Kuva 1 Hankkeen sijainti

Alue sijaitsee reilun 2 kilometrin päässä Kempeleen keskustasta ja kauppakeskus Zeppelinistä. Matkaa Kaaakkurin aluekeskukseen on noin 5 km ja Oulun keskustaan 12 km.

Zatelliitti sijaitsee moottoritien varrella ja uuttaa liittymää on suunniteltu sen yhteyteen Zeppelinin ja Ouluntullin liittymien väliin. Seuraavassa kartassa on esitetty liikennemäärät vuoden 2006 tilanteessa Oulun kaupunkiseudulla.



Kuva 2 Liikennemäärät tieverkolla v. 2006 Zatelliitin ympäristössä (lähde: Tiehallinto)

Nykyisin Zatelliitin kohdalla keskimääräiset vuorokausiliikennemäärät ovat 22.400 ajoneuvoa vuorokaudessa. Vastaavansuuruiset liikennemäärät ovat myös Oulun pohjoispuolella Ritaharjun kohdalla (21.200). Suurimmillaan liikenne on Vt4:lla Oulun keskustan kohdalla, jossa vuorokausiliikenne on keskimäärin 42.700.

Oulun seudulla väestönkasvu on ollut viime vuodet Suomen nopeinta ja vähittäiskaupan kulutuksen kasvu on ollut suurta jo lähes 15 vuotta peräkkäin. Väestön- ja kulutuksen kasvun yhteisvaikutuksesta ostovoima Oulun seudulla on kasvanut nopeasti ja tämä näkyy suurena joukkona kaupan hankkeita.

Tässä selvityksessä tutkitaan Kempeleen Zatelliitin kaupallisen keskittymän kaupallisia ympäristövaikutuksia. Työn suorittamisen lähtökohtana ja ohjeena on ympäristöministeriön

ohje ”Kaupan suuryksiköiden vaikutusten selvittäminen ja arviointi”. Ohjetta sovelletaan mutta tarkkuustasoa kevennetään. Työssä vastataan mm. seuraaviin, kaavalausunnoissa esiin nousseisiin kysymyksiin:

- miten Kempeleen uusi kaupan keskittymä vaikuttaa alueen kaupallisten palvelujen kehittymiseen?
- miten yksikkö vaikuttaa seutukunnan ja muiden naapurikuntien kauppaan?
- miten hanke vaikuttaa ostovoiman ja asiakasvirtojen suuntautumiseen?
- päivittäistavarakaupan lähipalvelujen kehityskuva?
- miten hanke toimii osana Kempeleen palveluverkkoa pitkällä aikavälillä?
- mihin mahdolliset kaupan tulevat investoinnit suuntautuvat?
- vaikutukset mm. Zeppelinin ja Kaakkurin alueiden kehittymiseen?
- Laaditaan ostovoimalaskelmat vuoteen 2025
- Esitetään arvio kohteen vaikutusalueesta (”mistä eurot tulevat?”)

1.2 Hankkeen konsepti

Hankkeen oletettu konsepti on hypermarket-vetoinen kauppakeskus sekä tilaa vievää kauppaa. Kauppakeskus sijoittuisi alueen eteläosaan ja tilaa vievä kauppa pohjoisosaan. Kauppakeskuksen pinta-ala olisi noin 60.000 kem2, josta hypermarket veisi noin 17.000 m2. Ravintoloiden ja muiden palveluiden osuus olisi arvion mukaan noin 10 % pinta-alasta, joten erikoisliikkeille jäisi noin 37.000 m2. Tilaa vievä kauppa jakautuu alustavan arvion mukaan kolmeen erilliseen liikerakennukseen, joiden yhteispinta-ala on noin 32.000 kem2. Lisäksi alueelle sijoittuisi liikennepalveluasema. Yhteensä keskittymän pinta-ala olisi noin 94.000 m2. Seuraavassa taulukossa on esitetty hankkeen pinta-alojen jakautuminen toimialoittain sekä alustavan suunnitelman pysäköintipaikkamäärät. Lisäksi vähittäiskaupan (pl. ravintolat ja palvelut) myyntiarvio on johdettu myyntitehokkuuksien (euroa per neliö) kautta.

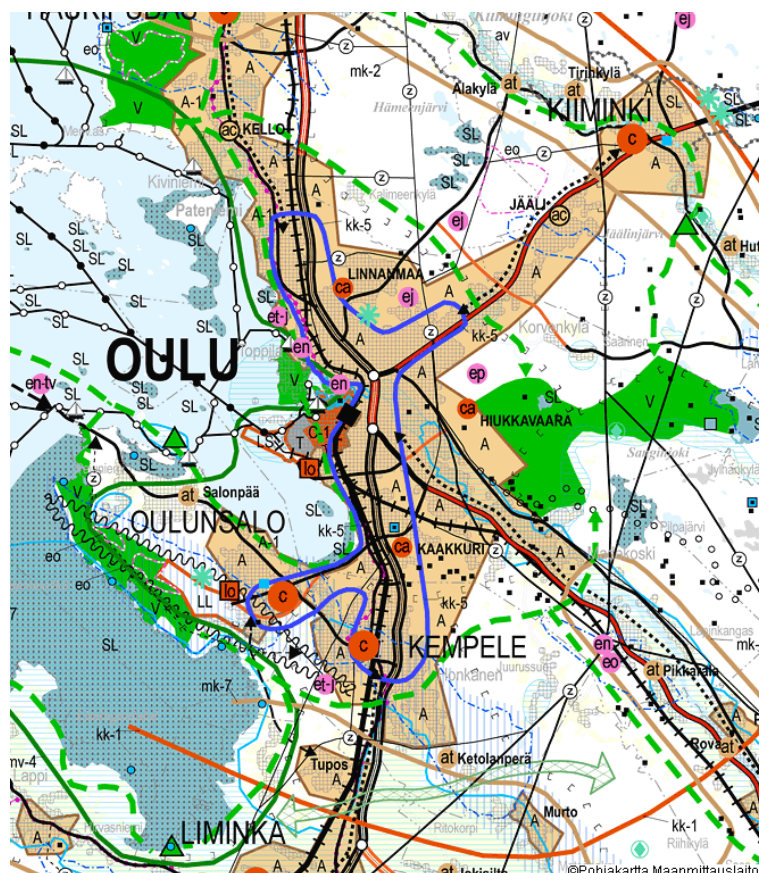
Taulukko 1 Hankkeen arvioitu tilankäyttö, pysäköintipaikat ja myynti

Osio	kem2	autopaikat		
Kauppakeskus	60 200	1 303		
Tilaa vievä kauppa	16 250	674		
Puutarhamyymälä	6 200	302		
Rautakauppa	9 750	149		
Liikennepalveluasema	1 750	62		
Yhteensä	94 150	2 490		

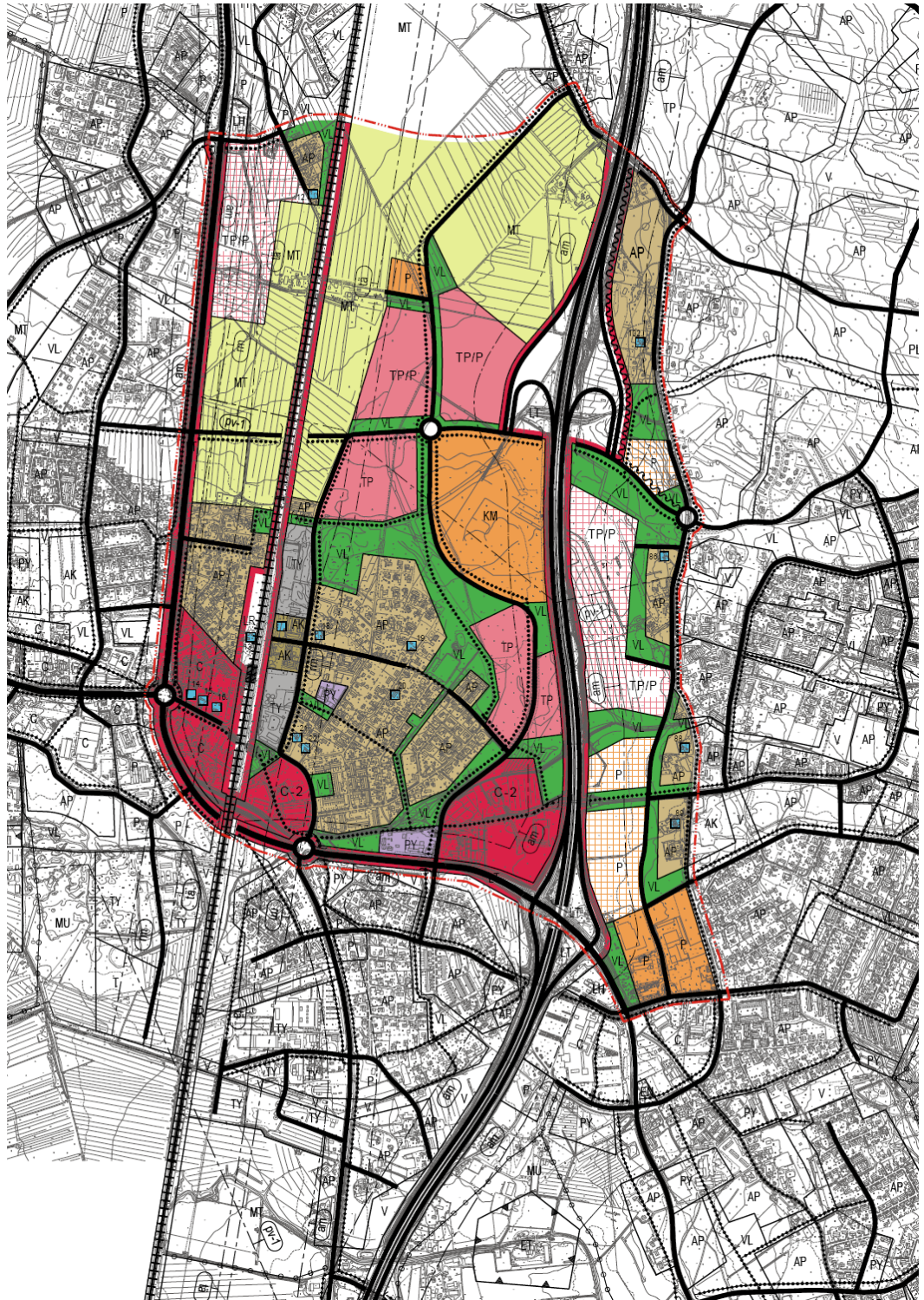
Osio	kem2	my-m2	€/m2	milj. €
Hypermarket pt	4 000	3 200	8 500	27
Hypermarket et	13 000	10 400	2 200	23
Erikoisliikkeet	37 200	29 760	3 000	89
Ravintolat ja muut palvelut	6 000	4 800		
Kauppakeskus	60 200	48 160		139
Tilaa vievä kauppa	16 250	13 000	2200	29
Puutarhamyymälä	6 200	4 960	2200	11
Rautakauppa	9 750	7 800	2200	17
Suuret erikoiskaupat	32 200	25 760		57
YHTEENSÄ	92 400	73 920		196

1.3 Kaavatilanne ja aiemmat selvitykset

Pohjois-Pohjanmaan maakuntakaavassa Zatelliitin alue sisältyy nauhamaiseen taajamatoimintojen alueeseen. Lisäksi alue kuuluu Oulun seudun laatuikäytävään, josta maakuntakaavan selostuksessa mainitaan seuraavasti: ”Merkinnällä osoitetaan Oulun lentoaseman, kaupungin keskustan, yliopiston ja muiden Oulun kaupunkiseudun suurten työpaikka- ja palvelualueiden välistä, kaupunkimaisesti rakennettavaa tie- ja yritysympäristön vyöhykettä. Alueelle tulee pyrkiä kuntien yhteistyöllä luomaan yhtenäisiä suunnitteluperiaatteita, joilla turvataan vyöhykkeen kehittämisedellytykset kansainvälisesti vetovoimaiseksi, yhdyskuntarakenteeltaan ja kaupunkikuvaltaan korkeatasoiseksi, pääosin yritystoiminnan, kaupallisten palvelujen ja vapaa-aikapalvelujen alueeksi. Vyöhykkeellä on kiinnitettävä erityistä huomiota joukkoliikenteen edistämiseen.”



Maakuntakaavassa ei varsinaisia kaupan suuryksiköiden paikkoja ole osoitettu. Kempeleen keskustan C-merkintä ja Kaakkurin aluekeskuksen ca-merkintä ovat Zatelliitin lähimmät kaupan alueet.



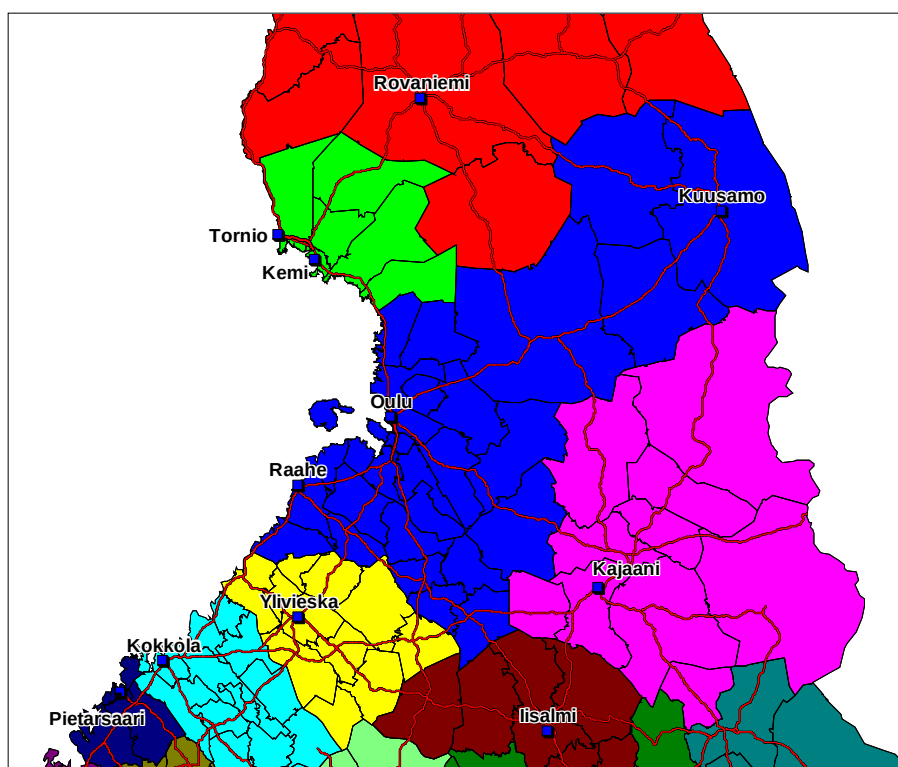
Kuva 4 Taajaman osayleiskaavualue

Taajaman osayleiskaavualueonoksessa on osoitettu mm. Zateelliitin kohdalle eritasoliittymä sekä uudet ajoyhteydet ja kevyenliikenteenyhteydet Kempeleen asuinalueilta Zateelliitin kaupan alueelle.

2 Vaikutusalueen väestö ja ostovoima

2.1 Oulun markkina-alueen väestö

TNS Gallup Oy on määrittänyt Oulun markkina-alueen. Se kattaa Oulun seudun kuntien lisäksi myös Raahen ja Kuusamon alueet. Yhteensä alueella asuu tällä hetkellä noin 310.000 asukasta. Tällä alueelle Oulu on merkittävin kaupallinen keskus Raahen ja Kuusamon ollessa Oululle alisteisia paikallismarkkina-alueita.



Kuva 5 Oulun kaupallinen markkina-alue (lähde: TNS Gallup Oy)

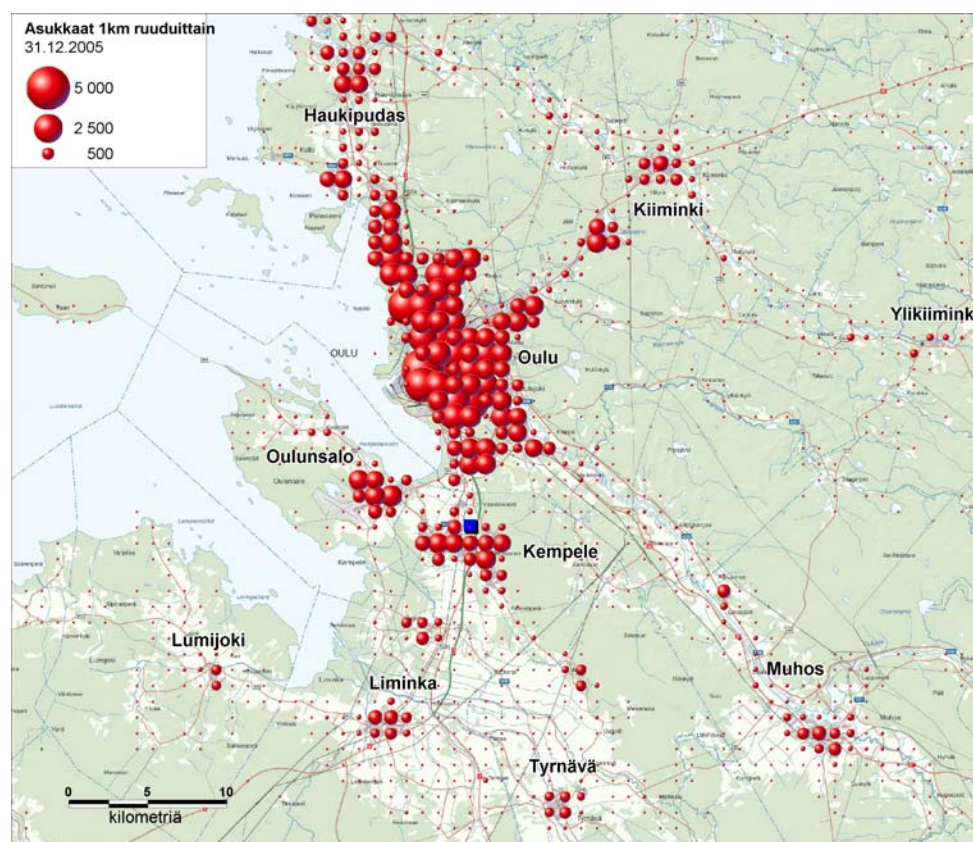
Oulun kanssa kilpailevia kaupallisia keskuksia ovat pohjoisessa Tornion ja Kemin muodostama tarjontakokonaisuus sekä Rovaniemi. Etelässä Oulun markkina-aluetta rajaavat Ylivieskan, Iisalmen ja Kajaaniin kaupan keskittymät. Oulu on kuitenkin koko pohjoisen Suomen merkittävin kaupan keskus ja siten asiointia Ouluun tapahtuu myös Oulun markkina-alueen ulkopuolelta. Vuoteen 2025 mennessä Oulun markkina-alueen väkimäärän ennustetaan kasvavan yli 350.000 asukkaaseen. Suurin osa asukkaista asuu Oulun seudulla ja markkina-alueen lähes kaikki väestönkasvu tapahtuu Oulun seudun

kunnissa. Seuraavassa taulukossa on osoitettu Oulun seudun kuntien väestömäärät vuonna 2006 sekä Tilastokeskuksen ennusteet vuoteen 2025 asti.

Taulukko 2 Oulun seudun kuntien väestöennusteet 2006-2025

Alue	Asukasmäärä Tilastokeskuksen mukaan					Muutos 2006-2025	
	2006	2010	2015	2020	2025	kpl	%
Oulu	130 178	135 306	140 771	144 907	148 401	18 223	14 %
Haukipudas	17 810	19 326	20 949	22 305	23 297	5 487	31 %
Kempele	14 917	16 652	18 386	19 764	20 747	5 830	39 %
Kiiminki	12 351	13 708	15 113	16 217	16 996	4 645	38 %
Oulunsalo	9 291	9 932	10 598	11 137	11 518	2 227	24 %
Muhos	8 472	9 040	9 683	10 228	10 618	2 146	25 %
Liminka	7 963	9 706	11 579	13 100	14 127	6 164	77 %
Tyrnävä	5 916	6 613	7 375	8 007	8 436	2 520	43 %
Lumijoki	1 890	2 025	2 159	2 281	2 360	470	25 %
Hailuoto	998	1 045	1 104	1 157	1 197	199	20 %
Oulunseutu yht.	209 786	223 353	237 717	249 103	257 697	47 911	23 %

Oulun seudulla väestökasvu on koko maan suurinta. Vuoteen 2025 mennessä asukasmäärän ennustetaan kasvavan lähes 50.000 asukkaalla eli kasvua olisi 23 %. Suurinta kasvu on seudun eteläisissä kunnissa. Limingan, Kempeleen, Tyrnävän ja Lumijoen kuntien väestömäärä kasvaa ennusteen mukaan vajaassa 20 vuodessa noin 15.000 asukkaalla eli kasvu on 50 %. Nämä kunnat muodostavat yhdessä Oulun kaupungin asukkaiden kanssa myös Zatelliitin kaupan keskittymän vaikutusalueen ytimen. Seuraavassa kartassa on esitetty ruuduittain Oulun kaupunkiseudun väestön sijoittumisen vuoden 2005 lopussa.



Kuva 6 Väestön sijoittuminen 1 km * 1 km ruutuihin Oulun kaupunkiseudulla (Tilastokeskus, väestötieto 31.12.2005)

Zatelliitti sijoittuu Kempeleen väestökeskittymän pohjoispuolelle. Tulevaisuudessa Kempeleen ja Oulun taajamat kuroutuvat yhteen ja siten Zatelliitin alue jää entistä selvemmin yhtenäisen taajamarakenteen sisälle.

Oulun seudun väestö on selvästi Suomen nuorinta. Oulun seutukunnan keski-ikä on 35,5 vuotta kun seuraavaksi nuorimman eli Helsingin seutukunnan keski-ikä on 38,2 vuotta. Koko Suomen keski-ikä on puolestaan 40,5 vuotta. Lisäksi Oulun seudun väki on Suomen koulutetuinta: 73 prosentilla asukkaista on alemman keskiasteen tutkinto¹. Suomen keski-arvo on 64 %. (SuomiCD 2006)

2.2 Ostovoima

Ostovoimaa on arvioitu henkilökohtaisen kulutusluvun perusteella. Kulutusluku kertoo, kuinka paljon yksi henkilö keskimäärin kuluttaa vuodessa vähittäiskauppaan. Alueen ostovoima saadaan laskettua, kun kulutusluku kerrotaan väestön määrällä. Kulutusluvuissa lähteenä on käytetty päivittäistavarakaupan osalta Tilastokeskuksen kotitaloustiedustelun Pohjois-Suomen lukuja vuodelta 2002. Erikoiskaupan osalta lähteenä on käytetty Vähittäiskauppa Suomessa 2003 -selvityksen Pohjois-Pohjanmaan lukuja. Erikoiskaupan kulutusluku ei sisällä apteekkikauppaa. Kulutusluvut on päivitetty vuoden 2005 tilanteeseen. Oheisessa taulukossa on esitetty kulutusluvut vuonna 2005, 2015 ja 2025. Kulutusluvun on ennustettu kasvavan yleisen ostovoiman kasvun myötä seuraavasti:

- Päivittäistavara: 1 % vuodessa (0,5 % vuoden 2015 jälkeen)
- Erikoistavara: 2,5 % vuodessa (1,5 % vuoden 2015 jälkeen)

Taulukko 3 Vähittäiskaupan kulutusluvut Oulun seudulla vuosina 2005, 2015 ja 2025

Toimiala	v. 2005	v. 2015	v. 2025
Päivittäistavarat	2 144	2 369	2 490
Tilaa vievä kauppa	992	1 270	1 474
Muu erikoiskauppa	978	1 252	1 452
Erikoiskauppa yht.	1 970	2 522	2 927
Yhteensä	4 114	4 891	5 417

Ostovoiman kasvua laskettaessa on huomioitu väestömäärän muutokset (Tilastokeskuksen ennuste) ja kulutuksen kasvu (kulutusluvut). Erikoiskauppa kasvaa selvästi päivittäistavarakauppaa nopeammin.

Vuonna 2025 päivittäistavaran ostovoima Oulun seudulla on 443 miljoonaa euroa ja erikoistavaran 407 miljoonaa euroa. Koko Oulun markkina-alueen vähittäiskaupan ostovoima on noin 1,3 miljardia euroa, josta hieman yli puolet on päivittäistavaraa.

¹ Koulutetut ovat suorittaneet vähintään alemman keskiasteen tutkinnon, ts. ylioppilastutkinnon tai ammatillisen tutkinnon. Koulutettujen osuus on laskettu vähintään 18 vuotta täyttäneistä alueella asuvista.

Taulukko 4 Vähittäiskaupan ostovoima Oulussa, Oulun seudulla ja koko markkina-alueella v. 2005

Toimiala	Ostovoima, milj. euroa				
	Oulu	Muu seutu	Oulun seutu yht.	Muu markkina-alue	Oulun markkina-alue
Päivittäistavarat	277	166	443	215	658
Tilaa vievä kauppa	128	77	205	100	305
Muu erikoiskauppa	126	76	202	98	300
Erikoiskauppa yht.	254	153	407	198	605
Yhteensä	531	319	850	413	1 263

Alueen omien asukkaiden lisäksi ostovoimaa Oulun seudun myymälöihin tuovat matkailijat, mökkiläiset ja muut ohikulkijat. Etenkin hyvien liikenneyhteyksien päässä olevat kaupan yksiköt hyötyvät ohikulkijoista. Esimerkiksi kauppakeskus Zeppelinin tärkeä kohderyhmä on matkailijat, jotka etenkin kesäkuukausina tuovat merkittävän lisän kauppakeskuksen myyntiin. Etelästä Pohjois-Suomen matkailukeskuksiin kulkeva väki pysähtyy kokemusten mukaan juuri Oulun seudulla. Voidaan olettaa, että myös Zateelliitti tulee toimimaan pitkän matkan matkailijoiden pysähdyspaikkana.

Seuraavassa taulukossa on esitetty ostovoiman kehitys Oulun seudulla vuoteen 2025 mennessä. Päivittäistavarakaupan kasvu on ennusteen mukaan noin 200 miljoonaa euroa eli 45 % ja erikoistavaroiden kasvu lähes 350 miljoonaa euroa eli 85 % vuoteen 2025 mennessä.

Taulukko 5 Ostovoiman kehitys Oulun seudulla v. 2005-2025

Toimiala	Ostovoima, milj. euroa		
	v. 2005	v. 2015	v. 2025
Päivittäistavarat	443	563	642
Tilaa vievä kauppa	205	302	380
Muu erikoiskauppa	202	298	374
Erikoiskauppa yht.	407	600	754
Yhteensä	850	1 163	1 396

Koko Oulunseudun vähittäiskaupan ostovoima on tämä maltillisen ennusteen mukaan vuonna 2025 noin 1,4 miljardia euroa.

3 Kaupan nykytila ja hankkeet

3.1 Vähittäiskaupan myynti

Oheisessa taulukossa on laskettu Oulun ja Oulun seudun vähittäiskaupan myynti. Laskelma perustuu Tilastokeskuksen toimipaikkarekisterin tietoihin vuodelta 2005.

Toimipaikkarekisterissä ilmoitettu liikevaihto on muunnettu myynniksi lisäämällä liikevaihtoon arvonlisävero 8-22 % toimialasta riippuen.

Taulukko 6 Vähittäiskaupan myynti Oulussa ja Oulun seudulla vuonna 2005

Toimiala	Myynti, milj. euroa		
	Oulu	Muu seutu	Oulun seutu
Pt-kaupat ml. kioskit	138	138	275
Pt-kauppa tavarataloissa	194	9	203
Pt-erikoiskauppa ml. Alko	30	7	37
Pt-kauppa yhteensä	362	153	515
Erikoiskauppa tavarataloissa	176	9	184
Huonekalukauppa	63	2	65
Kodinkonekauppa	49	9	58
Rautakauppa	90	44	134
Muu erikoiskauppa	216	35	251
Erikoiskauppa yhteensä	594	98	692
Vähittäiskauppa yhteensä	956	251	1 207

Toimiala	Myynti, milj. euroa		
	Oulu	Muu seutu	Oulun seutu
Päivittäistavarakauppa	362	153	515
Tilaa vievä kauppa	246	57	303
Muu erikoiskauppa	348	41	389
Erikoiskauppa	594	98	692
Vähittäiskauppa	956	251	1 207

Oulun seudun vähittäiskaupan myynti on keskittynyt suurelta osin Oulun kaupungin alueelle. Oulun ulkopuoleisen seudun myynti on keskittynyt päivittäistavarakauppaan. Kempeleen kauppakeskus Zeppelin on suurin Oulun ulkopuolinen kaupan keskittymä, ja sen myynti oli vuonna 2006 noin 73 miljoonaa euroa. Tästä osa oli kuitenkin kaupallisten palveluiden kuten ravintoloiden myyntiä.

3.2 Ostovoimavirtaukset ja kaupan laskennallinen pinta-alan tarve

Ostovoiman virtaus lasketaan alueen ostovoiman ja alueella tapahtuvan myynnin erotuksena. Ostovoimaa virtaa ulos silloin, kun myynti on alueen ostovoimaa pienempää. Ostovoiman virtaus on tunnusluku, joka kuvaa vähittäiskaupan tarjontaa suhteessa alueen väestöön. Se ei kerro, mihin ulos virtaava ostovoima suuntautuu.

Seuraavassa taulukossa on esitetty vähittäiskaupan myynti, ostovoima ja ostovoiman virtaus Oulussa ja Oulun seudulla vuonna 2005. Indeksi kuvaa virtauksen suhteellista osuutta. Indeksien ollessa 100 koko alueen ostovoima jäisi omalle alueelle. Oulun seudulla ostovoima sisäänvirtaus on voimakasta etenkin erikoistavarakaupassa.

Taulukko 7 Ostovoiman virtaukset Oulussa ja Oulun seudulla v. 2005

Toimiala	Oulu				Oulun seutu			
	Myynti milj. €	Ostovoima milj. €	Virtaus milj. €	indeksi	Myynti milj. €	Ostovoima milj. €	Virtaus milj. €	indeksi
Päivittäistavarat	362	277	85	131	515	443	72	116
Tilaa vievä kauppa	246	128	118	192	303	205	98	148
Muu erikoiskauppa	348	126	222	276	389	202	187	193
Erikoiskauppa yht.	594	254	340	234	692	407	285	170
Yhteensä	956	531	425	180	1 207	850	357	142

Vuonna 2005 päivittäistavaran ostovoiman sisäänvirtaus oli Oulussa 85 miljoonaa euroa, mikä on 31 % yli kaupungin oman ostovoima. Erikoiskaupassa Oulun yliseudullinen asema tulee vieläkin paremmin esiin: kaupungissa myytiin 340 miljoonaa euroa enemmän kuin Oulun asukkaiden oma ostovoima oli.

Oulun seudun yhteenlaskettu päivittäistavarakaupan myynti ylittää seudun ostovoiman 72 miljoonalla eurolla eli 16 prosentilla. Erikoiskaupassa myynti on lähes 300 miljoonaa euroa ostovoimaa suurempi eli suuri osa Oulun seudun erikoiskauppojen asiakkaista tulee seudun ulkopuolelta. Oulun seudun kunnista (pl. Oulu) erikoiskaupan ostovoima virtaa ulos noin 55 miljoonalla eurolla ja tästä valtaosa nimenomaan Ouluun. Päivittäistavaroissa näiden Oulua ympäröivien seudun kuntien ostovoiman ulosvirtaus on vain reilut 10 miljoonaa euroa.

Seuraavassa on johdettu laskennallinen vähittäiskaupan lisäpinta-alan tarve Oulun seudulle. Laskelma perustuu seuraaviin olettamuksiin:

- väestö kasvaa Tilastokeskuksen ennusteiden mukaan
- kulutus kasvaa maltillisesti ed. lukujen mukaan
- Oulun seudun kaupallinen asema säilyy suhteellisesti ennallaan eli ostovoimavirtausindeksi säilyy nykyisellään (pt-kauppa 116 ja et-kauppa 170)
- Pt-tehokkuus 6.500 euroa/my-m²
- Et-tehokkuus 2.500 euroa/my-m²
- Myynti-m² * 1,3 = kem²

Taulukko 8 Laskennallinen kaupan lisäpinta-alan tarve Oulun seudulle

Toimiala	Myyntiala			Kerros-ala		
	v. 2005-2015	v. 2015-2025	v. 2005-2025	v. 2005-2015	v. 2015-2025	v. 2005-2025
Päivittäistavarat	21 499	14 052	35 552	27 949	18 268	46 217
Erikoistavarat	131 017	105 263	236 280	170 322	136 842	307 164
Yhteensä	152 517	119 315	271 832	198 271	155 110	353 382

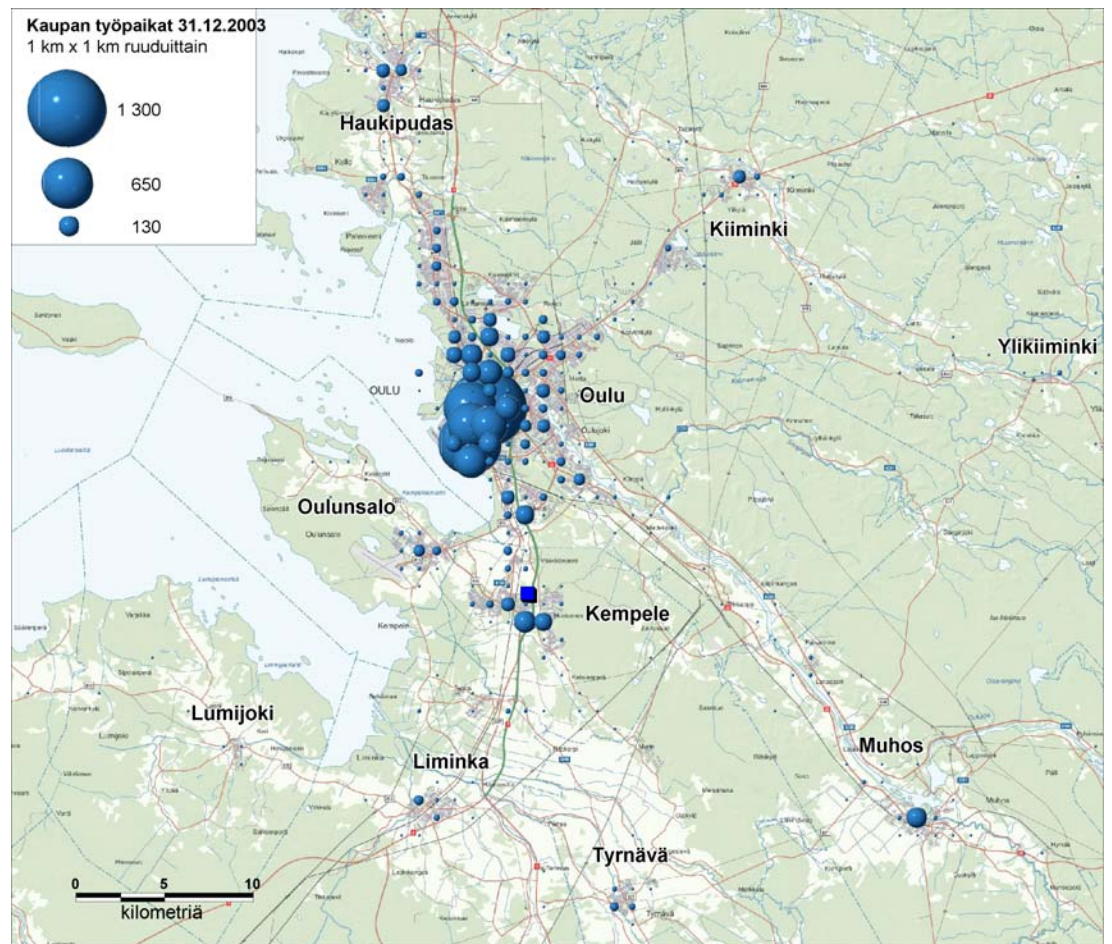
Laskelman mukaan päivittäistavarakaupan lisäpinta-alan tarve vuoteen 2025 mennessä on lähes 50.000 kerrosneliötä. Erikoiskaupan uutta pinta-alaa puolestaan tarvittaisiin lähes 310.000 neliötä. Ostovoiman kasvun edellyttämän pinta-alan lisäksi kaupan lisärakentamista edellyttävät:

- poistuva pinta-ala
- siirtyvä pinta-ala
- kauppakeskusten ravintola- ja palvelutarjonta

Huomioimalla poistuva ja siirtyvä pinta-ala voidaan olettaa, että kaupan lisärakentamista tarvitaan jopa 400.000 kerrosneliötä vuoteen 2025 mennessä. Kulutuksen kasvun kehitys tulevaisuudessa on merkittävin tekijä, joka voi muuttaa kaupan lisärakentamisen tarvetta. Tästä syystä edellistä laskelmaa voidaan pitää vain suuntaa-antavana. Joka tapauksessa väestön- ja ostovoiman kasvun edellyttämä pinta-alan lisätarve on Oulun seudulla erittäin suurta.

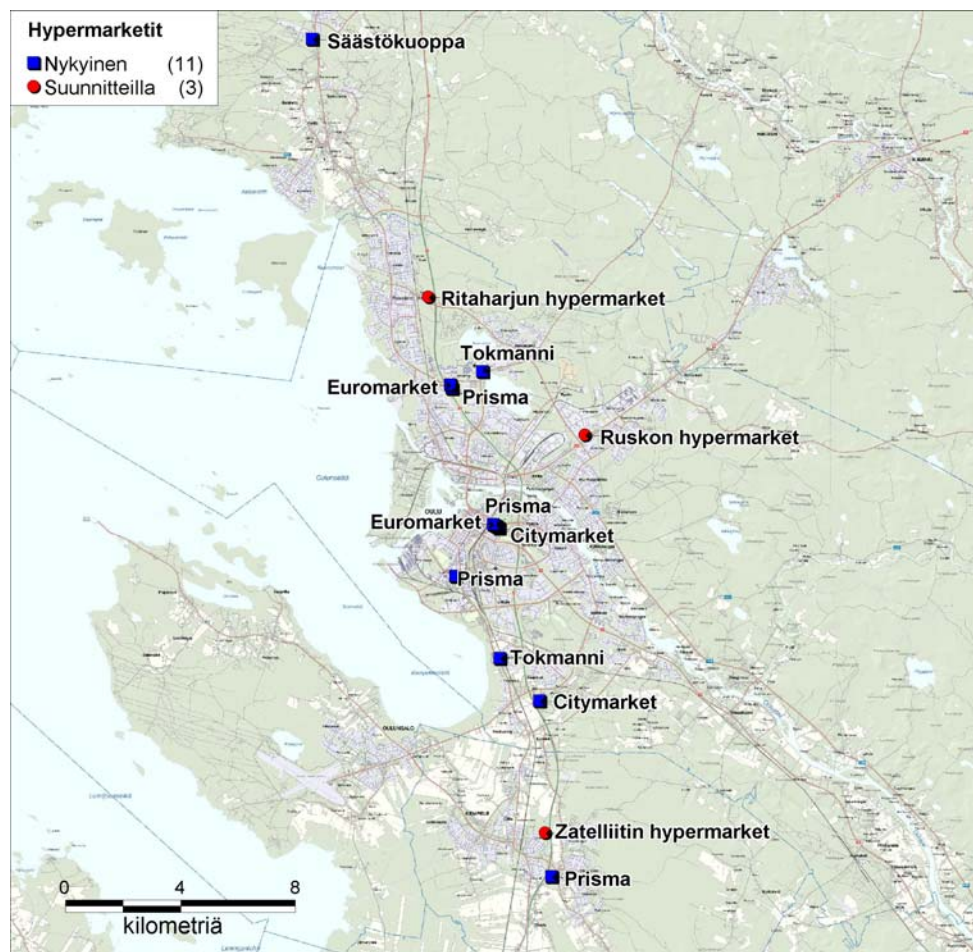
3.3 Kaupan verkosto

Seuraavassa kartassa on esitetty kaupan työpaikat 1 km ruuduissa vuoden 2003 lopussa. Tieto on Tilastokeskuksen Ruutuaineistosta ja sisältää myös tukkukaupan työpaikat. Kartasta saa hyvän kuvan kaupan sijoittumisesta Oulun kaupunkiseudulle. Valtaosa kaupasta on keskittynyt Oulun keskustan, Raksilan ja Limingastullin muodostamalle vyöhykkeelle. Eteläisellä kaupunkiseudulla kartasta esiin nousevat vuonna 2003 avattu Kaakkurin Citymarket sekä kauppakeskus Zeppelinin alue. Muu kauppa on sijoittunut pääosin kuntakeskuksiin ja Oulun kaupungissa myös keskustan ulkopuolisille asuinalueille. Merkittävin puutos kartassa on Linnanmaan Euromarket ja Prisma, jotka avattiin vuonna 2004.



Kuva 7 Kaupan työpaikat Oulun kaupunkiseudulla 2003 (Tilastokeskus, Ruutuaineisto)

Päivittäistavarakaupan rungon muodostavat hypermarketit, joita on Oulun kaupunkiseudulla tällä hetkellä 11. Näiden lisäksi seudulle on suunnitteilla 3 uutta hypermarkettia. Seuraavassa kuvassa on esitetty hypermarkettien sijainnit kaupunkiseudulla.



Kuva 8 Hypermarketit Oulun kaupunkiseudulla

Keskusliikkeiden perinteisten hypermarkettien (Prisma, Citymarket, Euromarket) Oulussa toimii halpatavarataloja (Tokmanni, Säästökuoppa), jotka täyttävät päivittäistavaraosastoineen hypermarketin määritelmän. Oulun seudulla on väestömäärään nähden melko paljon hypermarketteja. Hypermarketit ovat kuitenkin pääosin nykymittapuun mukaan pieniä eli noin 5.000 neliön suuruisia. Vain kaksi Oulun seudun hypermarketeista on noin 10.000 neliön suuruusluokassa: Limingantullin Prisma ja Kaakkurin Citymarket.

Kempeleessä on nykyisin yksi hypermarket eli Zeppelinin pieni Prisma. Tämän lisäksi kunnassa on Zeppelinin vieressä Lidl ja kuntakeskuksessa pieniä päivittäistavarakauppoja. Kempeleen keskusta suunnitellaan uutta suurempaa päivittäistavarakauppaa eli K-supemarkettia, joka korvaisi K-marketin. Päivittäistavarakauppa on keskittynyt Oulun seudulla kuntakeskuksiin ja asuinalueille. Päivittäistavarakaupan verkostoa täydentävät liikennepalveluasemien yhteydessä toimivat päivittäistavarakaupan, joista esimerkkinä Tupoksen ABC-asema.

Keskustahakuinen erikoistavarakauppa on Oulun seudulla keskittynyt valtaosin Oulun keskusta. Keskustan erikoiskaupan ankkureina toimivat tavaratalot (Stockmann, Anttila – Sokos on suunnitteilla) sekä suuret muotikaupat (Halonen, H&M, Pukumies). Lisäksi keskustasta löytyy suuri joukko erikoiskauppoja eri toimialoilta. Ainoa keskusta

ulkopuolinen kauppakeskus on Kempeleen Zeppelin, jossa edustettuina on kohtalaisen monipuolinen tarjonta esimerkiksi keskustalle tyypillisiä muotikauppoja. Myös hypermarketeissa on jonkin verran tarjolla keskustalle tyypillisiä toimialoja.

Oulun ulkopuolisissa kunnissa keskustahakuisen erikoiskaupan tarjonta on melko vaatimatonta. Yleensä tarjonta on sitä monipuolisempi mitä enemmän asukkaita kunnassa on ja mitä kauempana se on Oulusta. Haukiputaan ja Muhoksen tarjonta onkin kohtalainen, mutta muissa kunnissa erikoiskauppaostokset hoidetaan pääosin Oulussa. Oulunsalon kauppakeskus Kapteenin tarjontakin keskittyy pääosin päivittäistavaroihin eikä sen tarjonta pysäytä erikoiskaupan ostovoiman virtausta Ouluun.

Tilaa vievän kaupan tarjonta on myös keskittynyt pääosin Ouluun ja siellä etenkin Limingantullin/Karjasillan alueelle. Alueelta löytyy suurimmat huonekalu-, kodinkone- ja rautakaupan yksiköt sekä tavaratalot Prisma ja Kärkkäinen. Lisäksi Limingantulliin on keskittynyt suuri joukko autokauppaa sekä autotarvike ja -varaosamyymälöitä. Oulussa ei ole muita suuria tilaa vievän erikoiskaupan keskittymiä. Maikkulaan on sijoittunut muutama huonekalukauppa ja Välivainiolla, Ruskossa ja Alppilassa on joitain yksittäisiä kaupan yksiköitä. Rautakauppoja löytyy jonkin verran myös naapurikunnista kuten Kempeleestä ja Haukiputaalta. Zeppelinin ympärillä on myös seudun ainoa Biltema-autotarvikemyymälä, joka on yksi alueen vetureista. Oheisessa kartassa on esitetty tilaa vievän kaupan sijoittumisalueet.

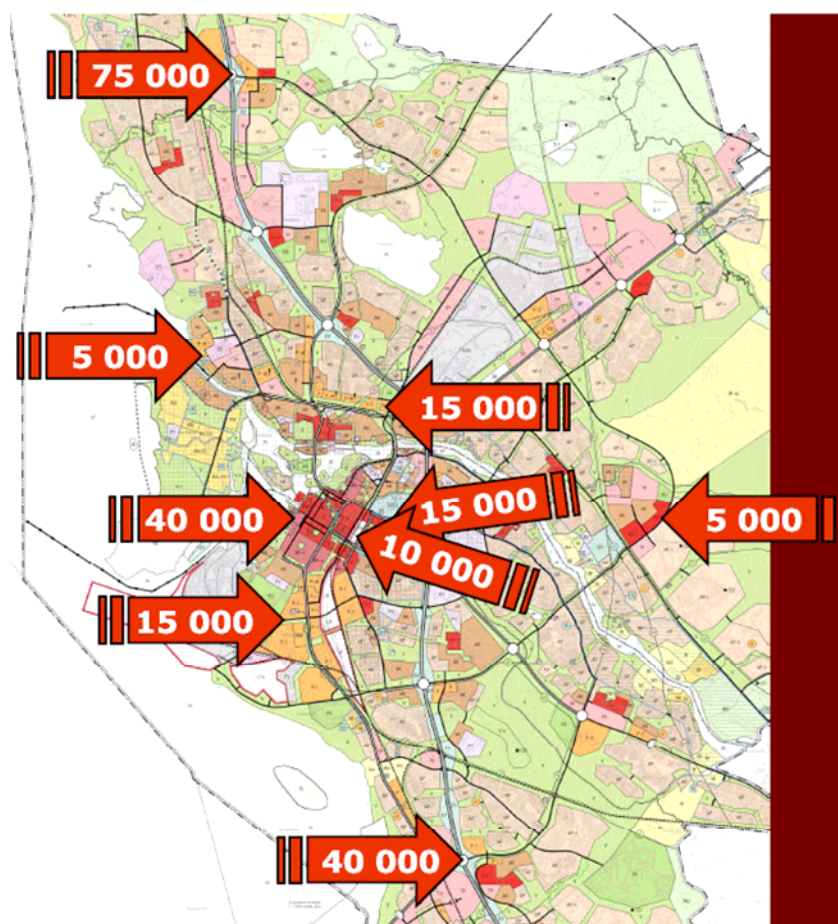


Kuva 9 Tilaa vievän kaupan sijoittuminen Oulun kaupunkiseudulla

Edellä mainittujen alueiden lisäksi myös hypermarketeissa on jonkin verran tilaa vievän kaupan toimialoja edustettuina. Myös Oulun keskustassa on jossain määrin tilaa vievän kaupan tarjontaa kuten kodinkoneita ja huonekaluja.

3.4 Kaupan hankkeet

Oulun seudulla on vireillä suuri joukko kaupan hankkeita. Seuraava kartta kuvaa kaupan hankkeiden suurpiirteistä sijoittumista Oulun kaupungin alueelle.²



Kuva 10 Kaupan hankkeiden suuruusluokka (kem2) Oulussa

Yhteensä edellisessä kuvassa on esitetty 220.000 neliön verran kaupan hankkeita. On esitetty arvioita, että Oulun kaupungin hankkeet olisivat yhteensä paljon tätäkin suurempi kokonaisuus. Kartasta puuttuu ainakin Kuusamontien varren hankkeet (n. 30.000 m²). Lisäksi pienempiä hankkeita on mm. Haukiputaalla, Limingassa ja Kiimingissä.

Suurimmat hankkeet ovat kaupungin pohjoisosien Ritaharjussa, jonne saattaa kuvasta poiketen syntyä jopa yli 100.000 neliötä uutta kauppaa. Etelässä merkittävä hanke on Kaakkurin jo rakenteilla oleva Bauhaus, jonka lisäksi samaan liittymään on rakentumassa muuta tilaa vievää kauppaa ja autokauppaa.

² Lähde: Kauppakeskukset kestävässä yhdyskuntarakenteessa. Oulun asemakaavapäällikkö Matti Karhula. Suomen Kauppakeskusyhdystys ry:n syyssseminaari 9.10.2007.

Hankkeita on vireillä myös suuri joukko Oulun ydinkeskustassa, jossa kortteleiden sisäosia on tarkoitus kehittää kauppakeskuskallerioiksi. Lisäksi keskustan tuntumassa on matkakeskushanke ja Raksilan kauppakeskushanke. Myös Limingantullin alueen kauppa kehittyy ja alueelle on vireillä enemmän hankkeita kuin edellisen kartan 15.000 neliötä osoittavat.

4 Kaupalliset vaikutukset

4.1 Vaikutukset Oulun keskusta

Zatelliitin kauppakeskus pitää sisällään Oulun keskustalle tyypillisen erikoiskaupan ja ravintoloiden tarjonnan. Siinä mielessä Zatelliitti kilpailee keskustan kanssa ostosmatkojen suuntautumisesta. Zatelliitin tarjonnassa on kuitenkin joitain poikkeuksia keskustakauppaan. Oulun keskustan vahvuutena erikoiskaupan lisäksi etenkin viihde, vapaa-aika, monipuoliset ravintolapalvelut ja kaupunkimiljö. Lisäksi keskusta vahvuutena on hyvät kevyenliikenteen ja julkisenliikenteen yhteydet. Keskustan vahvuus on myös pienet butiikki-tyyppiset erikoismyymälät. Zatelliitin tavaratalotarjonta rajoittuu todennäköisesti hypermarkettiin (+mahdollisesti halpatavarataloon), kun taas Oulun keskustan vetureina ovat keskustatavaratalot Stockmann ja Anttila, tulevaisuudessa myös Sokos. Keskustatavaratalot erottuvat hypermarketeista etenkin laadukkaalla tuotevalikoimallaan, monipuolisella muotikaupan tarjonnallaan ja palvelulla. Lisäksi Zatelliittiin voidaan sijoittaa suurta pinta-alaa vaativia erikoisliikkeitä (esim. urheilukaupat, kodinkoneliikkeet), joille ei keskustasta löydy riittävän suuria tiloja.

Keskustahakuisen erikoistavarakaupan ostovoiman kasvu edellyttää runsaasti lisäneliöitä Oulun seudulle ja keskusta voidaan toteuttaa vain osa tästä pinta-alasta. Zatelliitti mahdollistaa monelle ketjumyymälälle (esim. H&M, Moda, Pukumies) uuden yksikön perustamisen Oulun seudulle. Näin Zatelliitin kauppakeskus lisää seudun erikoiskaupan tarjontaa ja parantaa saavutettavuutta uhkaamatta silti keskustan asemaa erikoiskaupan ylivoimaisena keskuksena.

Etenkin Oulun kaupunkiseudun eteläisistä osista asiointi Oulun keskusta vähenee jonkin verran Zatelliitin kauppakeskuksen myötä. Oulun seudun ostovoiman kasvu on kuitenkin erittäin nopeaa ja tämä mahdollistaa keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen toteuttamisen yhdessä keskustan omien kauppakeskushankkeiden kanssa. Valtaosa nykyisistä ja etenkin uusista asukkaista asuu kaupunkiseudun reunoilla, joten myös erikoiskaupan palveluita kaivataan lähemmäs hyvien kulkuyhteyksien päähän. Ydinkeskustan kauppakeskushankkeiden käyntiinlähtö onkin kiinni etenkin kallioparkin toteutuksesta. Zatelliitin kauppakeskuksella saattaa sen sijaan olla vaikutuksia Oulun ydinkeskustan ulkopuolisten kauppakeskushankkeiden toteutukseen. Raksilan kaupan keskittymän kehittyminen kauppakeskukseksi voi viivästyä, sillä Zatelliitti saattaa tarjota joillekin keskeisille ketjumyymälöille Raksilaa houkuttelevamman sijaintipaikan. Zatelliitti

tarjoaa riittävän etäisyyden keskustaan ja siten mahdollistaa monimyyväläketjuille uuden myymälän sijoittamisen seudulla ilman, että nykyisen keskustamyymälän myynti laskee.

4.2 Vaikutukset kuntakeskuksiin ja lähipalveluihin

Kempeleen keskustassa toimii nykyisin kaksi pientä päivittäistavarakauppaa ja muutama erikoisliike. Näiden toimijoiden toimintaedellytykset eivät vaarannu Zatelliitin hankkeen myötä, vaan keskustalla ja Zatelliitilla on toisistaan poikkeava palvelurooli: keskusta tarjoaa lähipalvelut keskustassa asuville ja työssäkäyville – Zatelliitille on puolestaan seudullinen rooli. Väestömäärän ja ostovoiman kasvu Kempeleen keskustassa parantaa etenkin päivittäistavarakaupan toimintaedellytyksiä keskustassa. Keskustan päivittäistavarakaupan palvelut ovatkin paranemassa uuden K-supermarketin myötä. K-supermarketin toimintaedellytykset eivät vaarannu Zatelliitin mahdollisesti sijoittuvan hypermarketin myötä, vaan ne täydentävät toinen toisiaan ja tarjoavat kempeleläisille vaihtoehtoja.

Oulun kaupunkiseudun eteläiset kunnat (Liminka, Tyrnävä, Oulunsalo, Lumijoki) ovat Zatelliitin ensisijaista vaikutusalueita ja siten Zatelliitti on näiden kuntien asukkaiden kannalta kiinnostava ostospaikka. Nykyisinkin näistä kunnista suuret viikonloppuostokset hoidetaan pääosin oman kunnan ulkopuolella – pääosin Oulusta tai Zeppelinistä. Zatelliitti tarjoaa näiden kuntien asukkaille uuden vaihtoehtoisen ja helposti saavutettavissa olevan asiointipaikan, joka on lähempänä kuin Oulun vaihtoehtoiset ja nykyisin käytettävät kaupan keskuskeskukset. Kuntakeskusten kaupan toimijoiden kohderyhmänä on nyt ja tulevaisuudessa omat lähiasukkaat, joten kuntakeskusten palvelutarjontaan Zatelliitille ei ole olennaista vaikutusta. Myöskään muihin Oulun kaupunkiseudun kuntakeskuksiin (Muhos, Kiiminki, Haukipudas) hankkeella ei ole vaikutuksia.

Zatelliitti kilpailee pääosin muiden suurten kaupan keskuksien ja hypermarkettien kanssa. Kuntakeskuksille jää edelleen rooli päivittäistavarakaupan ja erikoiskaupan lähipalvelujen ostopaikkoina. Päivittäistavarakaupan nykyiset lähipalvelut ovat keskittyneet pääosin kuntakeskuksiin ja asuinalueille. Riittävä ja kasvava lähiasutus varmistaa kuitenkin nykyisten lähipalveluiden toimintaedellytykset jatkossakin eikä Zatelliitin hanke uhkaa niitä. Sen sijaan hanke saattaa hidastaa Kempeleen uusien keskustan ulkopuolisten asuinalueiden lähipalvelujen kehittymistä etenkin Vt4:n itäpuolisille asuinalueilla. Uusien tie- ja kevyenliikenteen yhteyksien myötä Zatelliitti parantaa kuitenkin monen kempeleläisen palvelujen saavutettavuutta. Noin 3.500 lähialueen asukkaalle Zatelliitin hypermarket toimisi lähikauppana. Tämä lähiasukkaiden määrä on selvässä kasvussa.

4.3 Vaikutukset muihin seudun kaupan keskuksiin

Zatelliitin kauppakeskuksen vaikutukset näkyvät todennäköisesti eniten läheisessä kauppakeskus Zeppelinissä. Zeppelin on nykyisin Suomen 15. suurin kauppakeskus ja sillä on vain muutaman tuhannen neliön mahdollisuudet laajentua. Siksi Zeppelinillä on rajalliset mahdollisuudet kehittyä Zatelliitin tyyppiseksi monipuoliseksi ja suureksi

kauppakeskukseksi. Zateeliitin tarjonnasta löytyy todennäköisesti Zeppelinissä nykyisin edustetut toimialat eli muotikauppa ja hypermarket. Näin Zateeliitti kilpailisi suoraan Zeppelinin kanssa. Zateeliitti uutena ja nykyaikaisesti suunniteltuna kauppakeskuksena kiinnostaa todennäköisesti monia Zeppelinissä nykyisin toimivia ketjumuymälöitä ja on ilmeistä että monet näistä siirtyisivät uuteen keskukseen. Zeppelinin toimialarakenteessa onkin odotettavissa muutoksia Zateeliitin toteutuksen jälkeen.

Päivittäistavarakaupan toimintaedellytykset Zeppelinissä säilyvät Zateeliitin hypermarketista huolimatta, sillä aivan Zeppelinin lähialueella on riittävä määrä lähiasukkaita päivittäistavarakaupan kannalta. Mahdollista on kuitenkin, että nykyinen (pieni) hypermarket korvautuisi supermarketilla. Päivittäistavarakaupan pinta-ala ei kuitenkaan pieneneisi olennaisesti Zeppelinissä. Keskustatyyppisen erikoiskaupan (kuten muotikauppa) toimintaedellytykset heikkenevät kuitenkin Zeppelinissä ja ko. toimialat saattavat korvautua toisilla toimialoilla (esimerkiksi paljon tilaa vaativa erikoiskauppa, halpatavaratalokauppa, muu erikoiskauppa ja palvelut). Todennäköinen tulevaisuudenkuva on, että Zateeliitti ja Zeppelin profiloituvat toimialoiltaan toisistaan poikkeaviksi. Näin kauppakeskukset täydentävät toinen toisiaan ja muodostavat yhdessä vahvan tarjontakokonaisuuden Oulun kaupunkiseudun eteläiseen osaan. Zateeliitin ja Zeppelinin välissä etenkin tilaa vievällä erikoiskaupalla on hyvät kehittymisedellytykset.

Oulun seudulta puuttuu nykyään Zateeliitin tyyppinen suuri kauppakeskus, joten siinä mielessä suoraa kilpailijaa sille ei seudulla vielä ole. Hypermarketkeskukset kilpailevat Zateeliitin kanssa etenkin päivittäistavarakaupan asiakkaista ja varsinkin Oulun eteläiset suuret hypermarketit (Kaakkuri, Limingantulli, Tokmanni) ovat monille asukkaille vaihtoehtoinen asiointikohde Zateeliitille. Nykyisten hypermarkettien asema ei kuitenkaan ole uhattuna, vaan kaikille riittää asiakkaita. Kiristynyt kilpailu saattaa kuitenkin leikata hypermarkettien myynnin kasvun muutamaksi vuodeksi.

Tilaa vievä kauppa on Oulun seudulla nykyisin hyvin keskittynyttä Limingantullin alueelle. Onkin todennäköistä, että uusien sijaintimahdollisuuksien myötä osa Limingantullin tilaa vievästä kaupasta siirtyy suurten väylien liittymiin paremmin saavutettaviin paikkoihin. Zateeliitin tuomat uudet sijaintimahdollisuudet nopeuttavat osaltaan tilaa vievän kaupan siirtymistä pois Limingantullista.

Oulun seudulla on vireillä lukuisia kaupan hankkeita ja Zateeliitti kilpailee etenkin ensimmäisen Oulun keskustan ulkopuolisen suuren kauppakeskuksen sijaintipaikasta. Varsinaisia Zateeliitin tyyppisiä muita kauppakeskushankkeita ei Oulun seudulla ole tiedossa ja on todennäköistä, että Zateeliitti siirtääkin mahdollisen toisen keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen toteuttamista myöhempään ajankohtaan. Kaakkurin alueen hankkeet ovat pääosin tilaa vievää kauppaa ja alue täyttyy jo ennen Zateeliitin toteutusta. Ongelmana Kaakkurissa on se, että kaupalle sopiva tila loppuu kesken ja siten Zateeliitin alue tarjoaa toisen mahdollisuuden ketjumuymälöille sijoittua eteläiselle kaupunkiseudulle. Ritaharjuun on puolestaan suunnitteilla jopa yli 100.000 neliön kaupan hankkeet. Osittain Ritaharju kilpailee Zateeliitin kanssa samoista toimijoista, mutta pääosin se tarjoaa monelle

ketjumyymälälle mahdollisuuden sijoittua eteläisen kaupunkiseudun lisäksi pohjoiseen. Hiukkavaara kehittyä todennäköisesti päivittäistavaravetoisesti paikalliskeskuksena, ja tähän Zatelliitilla ei ole vaikutuksia. Heikoimmin saavutettavissa olevat ja/tai väestöpohjaltaan heikot kaupan hankkeet saattavat jäädä toteutumatta tai ne joutuvat hakemaan toimialarakenteeseen uusia vaihtoehtoja.

4.4 Vaikutukset Oulun seudun kaupalliseen asemaan

Kaupan kasvuvauhti on näkynyt koko Suomessa mittavana kaupan lisärakentamisena. Pohjois-Suomessa etenkin Haaparannan ja Tornion muodostama kaksoiskaupunki on lisännyt vetovoimaansa ostosmatkan kohteena. Ikean ja kauppakeskushankkeiden myötä Tornion/Haaparannan kaupallinen vaikutusalue laajenee ja myös Oulusta ja koko Pohjois-Suomesta lähdetään sinne ostosmatkoille. Myös monissa pohjoisen Suomen kaupunkikeskuksissa on ollut vireillä mittavia kaupan hankkeita. Tästä esimerkkinä on Ylivieskan Iso-Kärkkäinen kauppakeskus ja muut alueen kaupan hankkeet sekä Rovaniemen uusi kauppakeskus ja useat tilaa vievän kaupan hankkeet.

Oulussa kaupan hankekehitys on toistaiseksi jääneet jälkeen muiden suurten kaupunkiseutujen kehityksestä. Zatelliitin kauppakeskus olisi toteutuessaan ensimmäinen suuri Oulun seudun keskustan ulkopuolinen kauppakeskus. Vastaavia kauppakeskuksia on jo muilla suurilla kaupunkiseudulla Suomessa. Pääkaupunkiseudulla on Zatelliitin kokoluokkaa olevia kauppakeskuksia lähivuosina jo noin 10, Turun seudulla kauppakeskus Mylly saa parin vuoden päästä kilpailijakseen toisen keskustan ulkopuolisen kauppakeskuksen Skanssin ja Tampereen seudulla ensimmäinen suuri keskustan ulkopuolinen kauppakeskus on Ideapark. Myös pienemmillä kaupunkiseuduilla on suunnitteilla markkinoiden kokoon nähden mittavia kauppakeskushankkeita (esim. Jyväskylä, Vaasa, Kouvola/Kuusankoski). Oulun kaupallinen asema onkin vaarassa heikentyä kilpailevien kaupunkikeskusten vahvistuessa.

Zatelliitin hanke on yksi suurimmista kaupan hankkeista Oulun seudulla. Tilaa vievän kaupan tarjonta lisääntyisi hankkeen myötä ja kauppakeskustyyppinen erikoiskauppa hypermarketteineen vahvistaisi tarjontaansa Oulun seudulla selvästi. Hanke lisäisi Oulun seudun kaupan tarjonnan monipuolisuutta ja siten parantaisi Oulun seudun vetovoimaa Pohjois-Suomen kaupan keskuksena.

4.5 Vaikutukset kaupan alueelliseen tasapainoon ja ostovoimavirtauksiin

Oulun seudun kauppa on keskittynyt valtaosin Oulun keskustan tuntumaan sekä Limingantullin alueelle. Suurin kiinnostus uusien kauppapaikkojen toteutukseen on valtatie 4:n varrella. Nykyisin suurimmat keskittymät Vt 4:n varrelta löytyvät Kaakkurista ja Zeppelinin alueelta. Kaakkurin Bauhaus-hankkeen toteutuksen jälkeen näillä risteysalueilla on yhteensä noin 70.000 neliötä kaupan pinta-alaa. Kaupunkiseudun pohjoisissa risteyksissä

Välivainiolla ja Linnanmaalla on kauppaa nykytilanteessa noin 20.000 m². Siten eteläinen sektori on selvästi vahvempi nykytilanteessa.

Kaupan sijoittumisen tavoitteena voidaan pitää pitkällä aikavälillä väestöpohjaa vastaava tarjonta sekä eteläiselle että pohjoiselle kaupunkiseudulle. Oulun ydinkeskustan tarjonta palvelee ”tasaisesti” kaikkia markkina-alueen asukkaita. Ritaharjun kaupan rakentaminen tasoittaa kaupan tasapainoa ja nostaa kaupunkiseudun pohjoisen osan kaupan tarjontaa huomattavasti. Kaupunkiseudun pohjoisosissa valtatie 4:n varrella ei Ritaharjun lisäksi ole muita yhdyskuntarakenteen sisällä olevia vapaita kaupan rakentamisen alueita. Eteläisellä kaupunkiseudulla ainut tällainen alue on Zatelliitti. Kaupan ketjujen sijaintistrategioihin sopii hyvin sijainti sekä eteläisellä että pohjoisella kaupunkiseudulla.

Zatelliitin alueen rakentuminen kaupan alueena lisää eteläisen kaupunkiseudun kaupan tarjontaa selvästi. Ostovoimavirtaukset kaupunkiseudun eteläisistä kunnista Kempeleeseen lisääntyisivät selvästi. Myös Oulun eteläisistä osista ostovoimavirtaus etelään kasvaisi. Silti Zatelliitin sijainti moottoritien liittymässä tekee asioinnin helpoksi myös muista kaupunkiseudun ja koko Oulun markkina-alueen kunnista. Väestön kasvun painopiste on kuitenkin nimenomaan eteläisissä kaupunkiseudun kunnissa, jotka kuuluvat Zatelliitin ydinvaikutusalueeseen. Lisäksi Zatelliitin sijainti valtatie 4:n varrella mahdollistaa matkailijoiden ja muiden ohikulkijoiden helpon asioinnin keskuksessa. Tämä lisää osaltaan ostovoimavirtausta Oulun seudulle ja vahvistaa Oulun seudun kaupan asemaa Pohjois-Suomen keskuksena.

4.6 Vaikutukset yhdyskuntarakenteeseen ja sosiaaliset vaikutukset

Zatelliitti sijaitsee Oulun laatukäytävän sisässä. Siten on tärkeää, että näin keskeisellä paikalla oleva rakentamaton tontti saadaan tarkoituksenmukaiseen käyttöön. Hanke edistää osaltaan Kempeleen ja Oulun taajamarakenteen kuroutumista yhteen maakuntakaavan ja yleiskaavojen mukaisesti. Näin hanke edistää kaupunkiseudun yhdyskuntarakenteen eheyttämistä.

Hankkeen sijaintipaikassa yhdistyvät sijainti keskellä Kempeleen kasvavaa taajamaa sekä liikenteellinen sijainti valtatievarressa, mikä mahdollistaa ohikulkijoiden vaivattoman asioinnin keskuksessa. Tavoitteena on saada valtatielle täydellinen eritasoliittymä, jonka kautta etenkin Kempeleen ulkopuoliset asiakkaat saapuvat alueelle. Suunniteltu uusi tieyhteys Zatelliitin alueelta radan alitse kuntakeskukseen palvelee myös Kempeleen sisäistä liikennettä. Kunnan taajamatoimintojen alueella kaupalliset keskittymät muodostavat kolmion, jossa etäisyydet kuntakeskus-Zatelliitti-Zepelin ovat 1,5 kilometrin luokkaa. Kolmion sisään jää Ristisuon asuntoalue (n. 1 000 asukasta) ja itäpuolella sijaitsevat Honkasen-Kokkokankaan-Linnakankaan asuntoalueet (yht. 5 000 asukasta) sekä länsi- ja eteläpuolella Asemanseudun-Ollilan-Koskelan asuntoalueet (n. 3 000 asukasta). Näin taajaman asukkaista n. 67% on kaupallisten keskusten lähivaikutusalueella. Turvallisiin ja toimiviin kevyen-liikenteen yhteyksiin kiinnitetään huomiota em. kokonaisuuden suunnittelussa. Laatukäytävän määritelmän mukaiset joukkoliikenteen yhteydet on myös

mahdollista toteuttaa Zatelliitin alueelle moottoritietä hyödyntäen. Taajamarakenteen kehitystä on kuvattu alla olevassa kartassa.



Kuva 11 Taajamarakenteen kehittäminen

Zatelliitin hanke parantaa palvelujen saavutettavuutta erityisesti kaupunkiseudun eteläosissa. Keskusten yhteyteen suunniteltu suuri hypermarket toisi olennaisen lisän hypermarket-tarjontaan kaupunkiseudun eteläosiin. Kauppakeskustarjonta erikoisliikkeineen vähentäisi jonkin verran asiointia Oulun keskustassa ja toisi palvelut lähemmäksi. Todennäköistä on, että pääosa Zatelliitin kaupan ja palveluiden toimijoista on sellaisia, joita alueella ei ennestään ole ollut. Osa toimijoista saattaa siirtyä Zeppelinin alueelta, mutta tällä ei ole olennaista vaikutusta saavutettavuuteen. Zatelliitin sijainti ja konsepti valtatie varren kauppakeskuksena painottaa palvelujen saavutettavuuden

kuitenkin suurelta osin autoileville asiakkaille. Julkisen liikenteen rooli jäänee melko pieneksi asiakasmäärissä, mutta kauppakeskuksen henkilökunnan työmatkaliikenteessä julkinen liikenne saattaa olla suosittua.

Zatelliitin kauppakeskuksen konseptissa tärkeässä osassa ovat ravintolat ja palvelut, viihtyminen. Tämä parantaa kauppakeskuksen roolia sosiaalisena tilana, jossa ihmiset voivat viettää aikaa ja tavata toisiaan. Kauppakeskus muodostaa kontrolloidun ja valvotun puolijulkisen olohuoneen. Erityisesti ikäihmisten ja kotiäitien vapaa-ajanviettotapana kauppakeskusten sisätilat kahviloineen ovat osoittautuneet suosituiksi. Sosiaalinen kontrolli tekee paikoista turvallisia myös lapsille ja lapsiperheille. Kauppakeskus on sosiaalisesti merkittävä tapahtuma- ja ajanviettotila.

4.7 Vaihtoehto 0: hanketta ei toteuteta

Seuraavassa kuvataan kehityskuvaa tilanteessa, jossa Zatelliitin kaupan hanketta ei toteutettaisi:

- Paine kaupan muiden hankkeiden toteuttamiseksi kasvaa.
- Monilla kaupan yrityksillä vaikeuksia löytää hyviä liikepaikkoja etenkin pääväylä valtatie 4:n varrelta. Etenkin eteläisellä kaupunkiseudulla Kaakkurin alue ei pysty tarjoamaan tarpeeksi suuria hyvin saavutettavissa olevia tontteja.
- Ritaharjun asema kaupan paikkana parantuu ja hankkeet toteutuvat mittavina – pohjoinen suuntaa painottuu uuden kaupan rakentamisen alueena
- Eteläisellä kaupunkiseudulla ei ole tarjolla vastaavia kaupan paikkoja, joten kauppa hakeutuu kauemmas ja yhdyskuntarakenne hajautuu. Kaupan kiinnostus Tupoksen risteysalueeseen kasvaa
- Erikoiskaupassa ydinkeskustan rooli vahvistuu ja ydinkeskustan kaupan suhteellinen asema muihin kaupan keskittymiin verrattuna paranee
- Zeppelinin laajentuu maksimissaan 6.000 m² ja pystyy nostamaan jonkin verran profiiliaan – pysyy kuitenkin eteläisen kaupunkiseudun keskuksena ilman laajempaa seudullista merkitystä
- Oulun kaupan seudullinen asema ei vahvistu ostovoiman kasvun edellyttämällä tavalla
- Zatelliitin alue kehittyy muun kuin vähittäiskaupan yritysalueena. Nykyisen tyyppiset teollisuushallit laajentuvat pohjoiseen päin. Tämä ei tue kauppakeskus Zeppelinin, joka jää yksin eteläiseksi kaupan keskukseksi.