

FCG Suunnittelukeskus Oy

Borgå stad

**KUNGSPORTEN OCH ESTBACKA
BEDÖMNING AV KOMMERSIELLA KONSEKVENSER**

Slutrapport 15.2.2008



Finnish Consulting Group
Infra ja ympäristö



FÖRORD

Borgå stad har inlett uppgörandet av en delgeneralplan för Kungsporten och Estbacka samt en utvidgning av detaljplanen för Kungsporten. Med detaljplanen utvidgas det kommersiella området i Kungsporten och målet är att kunna placera en eller flera stora detaljhandelsenheter på området. För delgeneralplanen och utvidgningen av detaljplanen behövs tillräckliga utredningar om planernas konsekvenser.

I denna utredning har konsekvenserna av de kommersiella lösningarna i Kungsporten och Estbacka bedömts. Handelns nuläge och utvecklingsutsikterna i Borgå stad och i Borgåregionen har utretts till grund för konsekvensbedömningen. På basis av en analys av nuläget och utvecklingsutsikterna samt utgående från konsekvensbedömningen har åtgärdsförslag givits i slutrapporten. Förslagen gäller utvecklingen av Kungsportens kommersiella koncept, bevarandet och utvecklingen av den kommersiella attraktionen i Borgå centrum samt i övriga kommersiella koncentrationer och inom närservicen.

FCG Suunnittelukeskus Oy har på uppdrag av Borgå stad gjort utredningen. En styrgrupp och en uppföljningsgrupp tillsattes för arbetet. Styrgruppen sammanträdde fyra gånger och uppföljningsgruppen likaså fyra gånger under arbetets gång.

Styrgruppens medlemmar var:

- Antero Antila, Borgå stad
- Matti Arvinen, Borgå stad
- Maija-Riitta Kontio, Borgå stad
- Pekka Mikkola, Borgå stad
- Johan Pfeifer, Borgå stad

Uppföljningsgruppens medlemmar var:

- Antero Antila, Borgå stad
- Matti Arvinen, Borgå stad
- Heikki Heinimäki, Tradeka Oy
- Timo Huurtola, Kesko Oyj
- Helge Karlsson, Borgå Svenska Köpmannaförening rf
- Maija-Riitta Kontio, Borgå stad
- Eija Kõlhi, Borgå levande centrum r.f
- Pekka Mikkola, Borgå stad
- Arto Nurmi-Aro, Östra Nylands handelskammarenhet
- Oskari Orenius, Östra Nylands förbund
- Pontus Palmqvist, Borgå företagare r.f
- Johan Pfeifer, Borgå stad
- Jukka Pöyhönen, Ok Osla Hlg
- Helena Roos-Lindell, Vanhan Porvoon kauppiasyhdistys ry

Taina Ollikainen (FM), Kimmo Koski (FM) och Mikko Keskinen (FM) på FCG Suunnittelukeskus Oy har gjort utredningsarbetet.

INNEHÅLL

FÖRORD	1
1 BAKGRUND OCH ARBETETS SYFTE	5
2 CENTRALA BEGREPP INOM HANDELN.....	6
3 KUNGSPORTEN OCH OMRÅDET SOM GRANSKAS	10
3.1 Kungsporten.....	10
3.2 Granskningsområdet	11
4 PLANLÄGGNINGSSITUATIONEN	12
5 BEFOLKNING OCH KÖPKRAFT	13
5.1 Folkmängd och befolkningsprognos.....	13
5.2 Köpkraft och beräknad köpkraftsökning.....	14
6 NULÄGE OCH UTVECKLINGSUTSIKTER INOM HANDELN	16
6.1 Detaljhandels servicenät.....	16
6.1.1 Dagligvaruhandels butiksnät.....	16
6.1.2 Specialhandels butiksnät.....	19
6.2 Detaljhandels försäljning och överföring av köpkraft.....	20
6.2.1 Försäljning och försäljningseffektivitet	20
6.2.2 Handelskoncentrationerna i Borgå stad	23
6.2.3 Överföring av köpkraften år 2006	25
6.3 Utvecklingsutsikterna inom handeln.....	29
6.3.1 Allmänna utvecklingstrender	29
6.3.2 Utvecklingsutsikterna inom handeln i Östra Nyland.....	31
6.3.3 Kalkylerat behov av tilläggsutrymme för handeln	31
6.3.4 De mest betydande, aktuella projekten inom handeln	34
7 KONSEKVENSBEDÖMNING	35
7.1 Granskade alternativ	35
7.2 Konsekvensbedömning	38
7.2.1 Utökat affärsutrymme enligt bransch och område.....	38
7.2.2 Nya affärsbyggnader i förhållande till behovet.....	38
7.2.3 Verksamhets- och utvecklingsförutsättningar.....	39
7.2.4 Serviceutbudets utveckling och köpkraftsöverföring.....	41
7.2.5 Tillgängligheten till service	42
7.2.6 Trafikmässiga konsekvenser.....	44
7.2.7 Utvecklingen av Borgå centrum	44
7.2.8 Utvecklingen av övriga handelskoncentrationer i Borgå	45
7.2.9 Närservicens utveckling på bostadsområdena i Borgå.....	46
7.2.10 Sysselsättningseffekter.....	46
7.3 Jämförelse av alternativen och sammandrag	47
7.3.1 Jämförelse av alternativen	47
7.3.2 Sammandrag	49
8 ÅTGÄRDSFÖRSLAG	54
8.1 Affärsområdenas profiler och arbetsfördelning	54
8.2 Kungsportens kommersiella koncept	54
8.3 Kommersiell utveckling av Borgå centrum.....	56
8.4 Närservicen tryggas på bostadsområdena.....	57
9 KÄLLFÖRTECKNING.....	58
BILAGOR.....	59
Bilaga 1: Detaljhandels branscher	59
Bilaga 2: Butikstyper enligt A.C. Nielsen Finland Oy	61

1 BAKGRUND OCH ARBETETS SYFTE

Avsikten med arbetet är att bedöma konsekvenserna av de kommersiella lösningarna i Kungsporten och Estbacka till grund för delgeneralplanen som upprättas för dessa områden och för utvidgningen av detaljplanen för Kungsporten. I arbetet utreds nuläget och utvecklingsutsikterna inom handeln i Borgå stad och i Borgåregionen. Dessutom bedöms konsekvenserna av de kommersiella lösningarna i Kungsporten och Estbacka och slutledningar samt åtgärdsförslag framläggs i rapporten.

Nuläget och framtidsutsikterna inom handeln utreds på basis av befintliga planer och utredningar, de nyaste statistik- och registeruppgifterna samt på basis av intervjuer med handelns representanter. Konsekvensbedömningen görs som expertbedömningar utgående från befintliga planer och utredningar samt statistik-, register- och forskningsuppgifter. Utredning över handelns servicenät i Östra Nyland från år 2004 har utgjort ett centralt källmaterial.

Vid konsekvensbedömningen tillämpas dessutom de granskade helheterna i miljöministeriets handledning "Handeln i planläggningen". I detta arbete har konsekvenserna av de kommersiella lösningarna i Kungsporten och Estbacka bedömts för:

- handelns verksamhets- och utvecklingsförutsättningar,
- serviceutbudets utveckling,
- kommersiell attraktion och överföring av köpkraften,
- tillgängligheten till service,
- trafiken,
- utvecklingen av Borgå centrum,
- utvecklingen av övriga handelskoncentrationer,
- bevarande och utvecklingen av servicen på bostadsområdena,
- sysselsättningen.

Målet är att Kungsporten och Borgå centrum inte skall konkurrera utan de skall stöda och komplettera varandra. På basis av en analys av nuläget och utvecklingsutsikterna inom handeln samt utgående från resultaten från konsekvensbedömningen framläggs åtgärdsförslag gällande den kommersiella utvecklingen av Borgå centrum och servicen på bostadsområdena samt Kungsportens kommersiella koncept.

2 CENTRALA BEGREPP INOM HANDELN

Nedan följer en sammanställning av de centrala begreppen inom handeln och som har använts i denna utredning. Bland annat följande källor har använts: Miljöministeriet: Handeln i planläggningen (2004), Heinimäki Heik-ki: Kaupan toimintaympäristö (2006), Santasalo Tuomas: Paljon tilaa vaativan erikoistavaran kauppa, selvitys tulkinnaista (utkast 2007).

Olika branscher inom handeln

Dagligvaruhandel. Med den nordiska termen dagligvara avses förutom livsmedel sådana produkter som människorna är vana vid att kunna köpa i samband med livsmedel. Till dagligvaror räknas således mat, drycker, tobaksprodukter, teknokemiska produkter, hemmets papper, tidningar och kosmetik. Med dagligvaruhandel avses vanligtvis en livsmedelsaffär av markettyp med dagligvaruhandelns hela sortiment och som fungerar enligt självbetjäningsprincipen. Matens andel av dagligvaruhandelns hela försäljning är ca 80 %.

Specialhandel. En butik som har specialiserat sig på handel med en viss produktgrupp och till den hörande tjänster. Specialhandeln fokuserar sin sakkunnighet på en viss produktgrupp och till den anslutande tjänster. Specialhandeln koncentrerar sig vanligen på försäljning av s.k. bruksvaror, men kan också koncentrera sig på handel med dagligvaror, d.v.s. livsmedel. Ett centralt läge, som i planläggningen huvudsakligen avser centrum-funktioner, är typiskt för specialhandeln. Affärer som söker sig utanför centrumen och också är bättre anpassade där går också under begreppet specialhandel. Dessa är affärer med specialvaror som kräver mycket utrymme.

Affärer med specialvaror som kräver mycket utrymme. Markanvändnings- och bygglagen ger ingen exakt definition av affärer med specialvaror som kräver mycket utrymme. Enligt miljöministeriets rekommendation (miljöministeriet 2000) gäller reglerna om detaljhandel inte följande affärer med varor som kräver mycket utrymme:

- Handel med motorfordon
- Handel med reservdelar och tillbehör för motorfordon
- Handel med däck
- Handel med båtar
- Handel med båtillbehör
- Handel med husvagnar
- Handel med möbler
- Handel med inredningsartiklar (strukturell inredning)
- Handel med järnvaror
- Handel med byggvaror
- Handel med jordbruksvaror
- Handel inom trädgårdsbranschen
- Handel med hemelektronik

Till branschen hörande, kompletterande artiklars andel av affärens försäljningsyta får vara högst 20 %, dock högst 400 m². Av denna försäljningsyta kan livsmedel och kompletterande artiklar som inte ingår i branschen säljas på en högst 100 kvadratmeters yta. Affärer med varor som kräver mycket utrymme ligger vanligen utanför centrumen, vid goda trafikförbindelser.

Specialhandeln har de senaste åren utvecklats kraftigt. Ett större sortiment inom specialhandeln är också ett tecken på denna utveckling. En del av affärerna koncentrerar sig endast på produkter inom sin egen bransch, men i en del av affärerna finns det produkter från branscherna med specialvaror som kräver mycket utrymme och från de branscher som berörs av styrningen. Det är därför svårt att för en enskild butiks vidkommande avgöra om det är en affär med specialvaror som kräver mycket utrymme eller en stor detaljhandelsenhet som markanvändnings- och bygglagen avser. På miljöministeriet pågår för närvarande ett projekt för tolkningen av affärer med specialvaror som kräver mycket utrymme.

Detaljhandelns branscher

I denna utredning granskas detaljhandeln enligt en indelning i dagligvaruhandel, specialhandel (handel med specialvaror som kräver mycket utrymme och annan specialhandel) och handel med bilar. Uppgifterna om varuhusens och hypermarketars köpkraft och försäljning ingår i dagligvaruhandel och specialhandeln. Branscherna behandlas mer ingående i bilaga 1.

Olika typer av butiker

Stor detaljhandelsenhet. Med en stor detaljhandelsenhet avses i markanvändnings- och bygglagen en stor detaljhandelsaffär med över 2 000 kvadratmeter våningsyta, dock inte affärer med specialvaror som kräver mycket utrymme. Storeheter är hypermarketer, varuhus, stora lågprisvaruhus, stora hypermarketer samt specialhandelns storaffärer. I detaljhandelsstatistiken används vid definition inte våningskvadratmeter utan kvadratmeter försäljningsyta. 2 000 kvadratmeter våningsyta motsvarar cirka 1 500 kvadratmeter försäljningsyta. Stora detaljhandelsenheter i Borgå är Citymarket, S-market i Näse och Sokos samt Porvoon Mikrokulma Oy och Säästotalo Robinhood i Östermalm.

Hypermarket är en affär som säljer varor som hör till många olika branscher, i huvudsak enligt självbetjäningsprincipen, och där försäljningens tyngdpunkt ligger på dagligvaror. En hypermarket har en försäljningsyta på över 2 500 kvadratmeter. Livsmedlens andel är mindre än hälften (<50 %) av försäljningsytan. Om livsmedlens andel av försäljningsytan är mer än hälften, är affären en stor supermarket. En hypermarket kan ligga i centrum eller i närheten av centrum, i ett affärscentrum, i ett hypermarketcentrum eller utanför centrum på en trafikmässigt bra tillgänglig plats. Affären fungerar vanligen på ett plan och kassorna finns vid utgången. Där finns vanligtvis gott om parkeringsutrymme och de ligger på marknivå. Enligt denna definition finns det i dag inga hypermarketer i Borgå. Enligt A.C. Nielsens definition är Citymarket i Borgå centrum en hypermarket. A.C. Nielsens klassificering av butikstyper framgår av bilaga 2.

Supermarket är i huvudsak en dagligvaruaffär som fungerar enligt självbetjäningsprincipen och som koncentrerar sig på försäljning av mat. Försäljningsytan är över 400 kvadratmeter (en liten supermarket: 400-999 kvadratmeter och en stor supermarket: över 1 000 kvadratmeter). I en supermarket är livsmedlens andel över hälften (>50 %) av försäljningsytan. En supermarket kan ligga i bostadsområden, i centrum eller utanför centrum på platser med bra trafiktillgänglighet. Supermarketer med mer än 2 000 m²vy (försäljningsyta över 1 500 kvadratmeter) är stora detaljhandelsenheter. I Borgå är S-market i Näse en dylik stor supermarket, som har klassificerats som stor detaljhandelsenhet. I Borgå fanns det år 2007 fyra stora marknader under 2 000 m²vy: Lidl i Näse, S-market Borgå, Lidl i Östermalm och M-market i Huktis. Små marknader i Borgå är Va-

lintatalo, K-market Marski, S-market i Vårberga och Valintatalo i Gammelbacka.

Snabbköp. Snabbköpen kan indelas enligt försäljningsytan i små (100 – 199 m²) och stora (200 – 399 m²) butiker. 2/3 av snabbköpen försäljning är livsmedel. Snabbköpen är till karaktären närbutiker. Butiker med en försäljningsyta under 400 kvadratmeter får hålla söndagsöppet året runt. Av de butiker som verkar i Borgå är exempelvis Sale-, K-EXTRA- och Siwa-butikerna snabbköp.

Varuhus. Ett varuhus säljer varor inom flera olika branscher och försäljningsytan är minst 1 000 kvadratmeter. I ett varuhus överskrider ingen varugrups andel hälften av hela försäljningsytan. Varuhusets olika avdelningar ansvarar för specialaffärernas sortiment inom branschen. I sortimentet ingår utöver livsmedel vanligtvis även varor i anslutning till fritid, klädsel, boende, kosmetik samt varor inom bok- och papperssektorn. Om en varugrups försäljningsyta är minst 50 %, är det fråga om en storbutik med specialvaror inom ifrågavarande sektor (specialvaruhus). Ett varuhus kan ligga i stadens centrum eller i lokalcentrumen. Varuhuset har hög betjäningsnivå. Antalet parkeringsplatser kan vara rätt så begränsat. Kassorna finns på avdelningarna. Varuhus har vanligen flera våningar. I Borgå klassificeras en butik som varuhus: Sokos.

Butiker med stort varusortiment (lågprisvaruhus). Det finns många olika slag av butiker med stort varusortiment. Tyngdpunkten för en del butikers sortiment ligger på handel med specialvaror som kräver mycket utrymme och en del på centruminriktad specialhandel. Dagligvarornas andel av försäljningsytan är vanligen liten (under 10 %), men har de senaste åren ökat och förutses öka ytterligare. En del av butikerna med stort varusortiment påminner redan till produktsortimentet om hypermarketer (speciellt Mini-mani och Halpahalli). Dylika butiker är i Borgå Porvoon Mikrokulma Oy, Sä-ästötalo Robinhood och Porvoon Löytöpiste Oy i Östermalm samt Hong Kong i Kungsporten.

Definition av kommersiella centrum

Köpcentrum. Ett köpcentrum är en affärsbyggnad där affärer och service öppnar sig mot korridorer eller ett centrumtorg. Affärsutrymmena som hyrs ut är vanligtvis minst 5 000 kvadratmeter våningsyta och antalet affärer i köpcentrumet minst 10. Vid köpcentret finns ett eller flera stöd- eller lokomotivföretag och en del nyckelföretag samt andra affärer och tjänster. Tjänsterna kan vara endera kommersiella eller offentliga. Ett enskilt stöd-företags andel av affärsutrymmet i helhet får inte överstiga 50 procent

Hypermarketcentrum. Ett hypermarketcentrum består av en affärsbyggnad med en hypermarket och minst tio butiker eller andra tjänster. Alla öppnar sig mot ett gemensamt utrymme inomhus. Hypermarketcentrumet fungerar vanligen i ett plan. Hypermarketens andel av hela affärsutrymmet är över 50 procent. För närvarande finns inga hypermarketcentrum i Borgå.

Centra för fackhandel (Retail park). Ett centrum för fackhandel består av flera affärsbyggnader. Närmast storbutiker inom specialhandeln verkar i centrumet. Ett centrum för specialaffärer ligger ofta utanför ett centrumområde i ett plan och öppnar sig mot ett gemensamt parkeringsområde utomhus. Affärsidén bygger på en koncentrerad av branscherna, vilket ökar affärscentrumets attraktion. Exempelvis en värld av produkter i anslutning till fritid, boende, inredning och byggande utgör en enhetlig helhet som intresserar konsumenterna. Utöver affärerna med specialvaror som kräver

stort utrymme finns det i en sådan koncentration också ofta mindre specialaffärer, exempelvis sportaffärer. Storleken på Retail Park centrumen i Finland varierar beroende på marknaderna och konkurrensläget. De minsta är ca 15 000 m²vy och de största, som för närvarande planeras, är 70 000 – 80 000 m²vy.

En affärskoncentration inom detaljhandeln. Med en affärskoncentration inom detaljhandeln avses en enskild affärsbyggnad med flera butiker eller en helhet med flera affärsbyggnader, där butikerna har gemensamma funktioner såsom ett gemensamt parkeringsområde eller helheten har en gemensam ledning och marknadsföring. Vid genomförandet av en sådan affärskoncentration inom detaljhandeln, vars konsekvenser motsvarar konsekvenserna av en stor detaljhandelsenhet, tillämpas samma regler som för en stor detaljhandelsenhet.

3 KUNGSPORTEN OCH OMRÅDET SOM GRANSKAS

3.1 Kungsporten

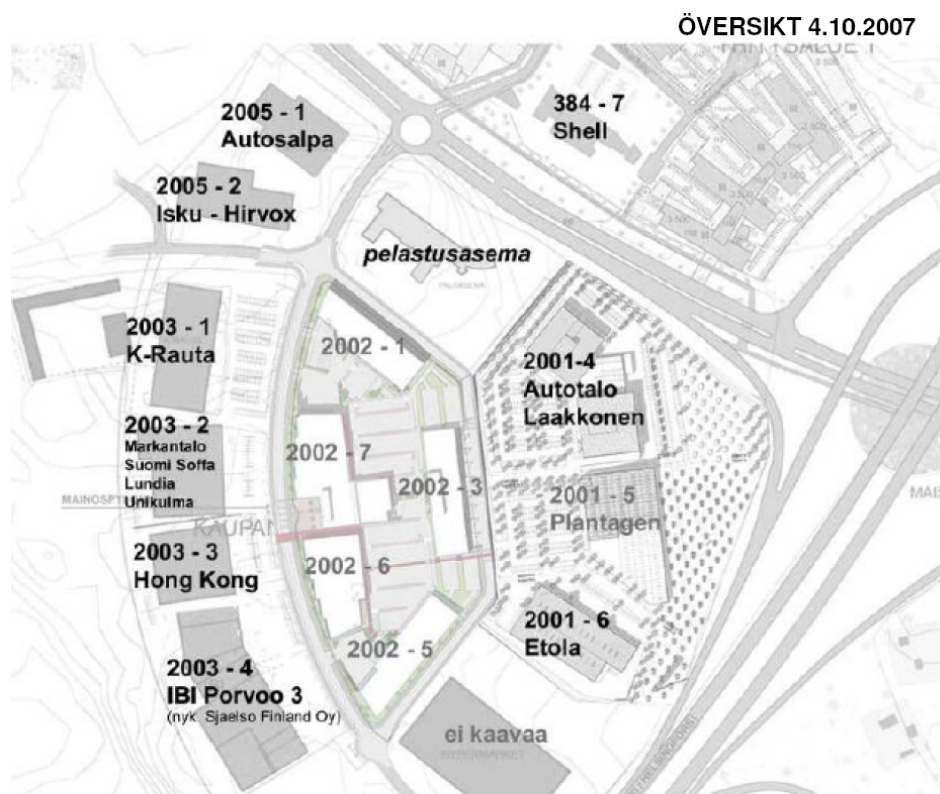
Kungsporten ligger i närheten av den västra anslutningen där infartsvägen till Borgå ansluter till motorvägen E18. Området ligger två kilometer från Borgå centrum. Områdets attraktion stöder sig bl.a. på tillgängligheten och de stora trafikströmmarna. Motorvägen och Mäntsälvägen delar Kungsporten i fyra sektorer, alla med egen karaktär. Den sydvästra sektorn är ett område för handel, den sydöstra sektorn ett område för utbildning, den nordvästra sektorn en företagspark och den nordöstra sektorn ett utvidgningsområde för en företagspark (www.kuninkaanportti.fi).

Helhetsplanen för Kungsporten, Masterplan, blev ursprungligen färdig våren 2003. Helhetsplanen har utgjort grunden för områdets markanvändningsplanering och för planläggningen. Planen har kompletterats och preciserats i olika skeden av utvecklingsarbetet och utbyggnaden. Helhetsplanen framgår av bilden nedan (www.kuninkaanportti.fi).



Bild 1. Kungsporten helhetsplan, masterplan 4.9.2006 (www.kuninkaanportti.fi).

Kungsporten utbyggnad har inletts från sektorn med handel. Den första affären, Keskos K-Rauta, öppnades våren 2006. För närvarande verkar sammanlagt 10 affärer i Kungsporten (Autotalo Laakkonen, K-Rauta, Markantalo, Suomi Soffa, Lundia, Unikulma, Hong Kong, Autosalpa, Isku och Hirvox). Lokaler byggs för närvarande för nio affärer (Etola, Shell, Jysk, Hemtex, Domus-Keittiöt, Kvik, Musta Pörssi, Gigantti och Expert). Enligt uppgifterna i dag inleder de sin verksamhet åren 2007-2008. Dessutom finns det en tomtreservering för Plantagen, som enligt nuvarande planer skulle inleda sin verksamhet våren 2009 (Borgå stad 2007).



På tomterna som har betecknats med grått har byggandet ännu inte inletts.
På tomterna som har betecknats med svart har affärerna öppnat eller byggandet inletts.

Bild 2. Affärslokalerna i Kungsporten 4.10.2007 (Borgå stad 2007).

Sammanlagt ca 91 000 m²vy byggrätt har anvisats för handel i Kungsportens område. Cirka 45 000 m²vy av den har redan byggts, är under byggnad eller har reserverats. Det finns sålunda ca 46 000 m²vy outnyttjad byggrätt, varav 19 000 m²vy i centrumkvarteret (kvarter 2002) och 27 000 m²vy i byggda kvarter, i kvarter som för närvarande byggs eller som har reserverats (Borgå stad 2007).

Ytterligare byggrätt för affärer med varor som kräver mycket utrymme kommer att planläggas i Kungsporten. När landskapsplanen är färdig är målet att placera ytterligare en eller flera hypermarketer på området (www.kuninkaanportti.fi).

3.2 Granskningsområdet

Konsekvenserna av Kungsporten sträcker sig till hela Östra Nyland och delvis också utanför landskapet. Tjänsternas antal och deras mångsidighet, tillgängligheten i Kungsporten och de konkurrerande handelskoncentrationerna avgör influensområdets storlek.

Konsekvenserna på landskaps- och regionnivå har utretts år 2004 i rapporten Utredning över handelsnätet i Östra Nyland (Östra Nylands förbund 2004). I denna utredning studeras huvudsakligen Kungsportens konsekvenser inom Borgå stads område. Statistiken har granskats gällande Borgå stad, Borgåregionen och landskapet Östra Nyland och granskningarna är sålunda jämförbara med utredningen över handelsnätet i Östra Nyland.

4 PLANLÄGGNINGSSITUATIONEN

Landskapsplanen för Östra Nyland är en helhetslandskapsplan. Planens målår är 2030. Utarbetningen av helhetslandskapsplanen inleddes år 2002 och förslaget till landskapsplan var framlagt i juni 2007. Landskapsfullmäktige godkände helhetslandskapsplanen vid sitt möte 12.11.2007. Landskapsplanen underställs miljöministeriet för fastställelse i början av år 2008. Fastställelsen tar 1-2 år. I landskapsplanen har en km-beteckning anvisats i Kungsporten, vilket gör det möjligt att på området bygga en eller flera stora handelsenheter för detalj- eller dagligvaruhandel. I landskapsplanen har också en km-beteckning anvisats i Östermalm. (Östra Nylands förbund 2007).

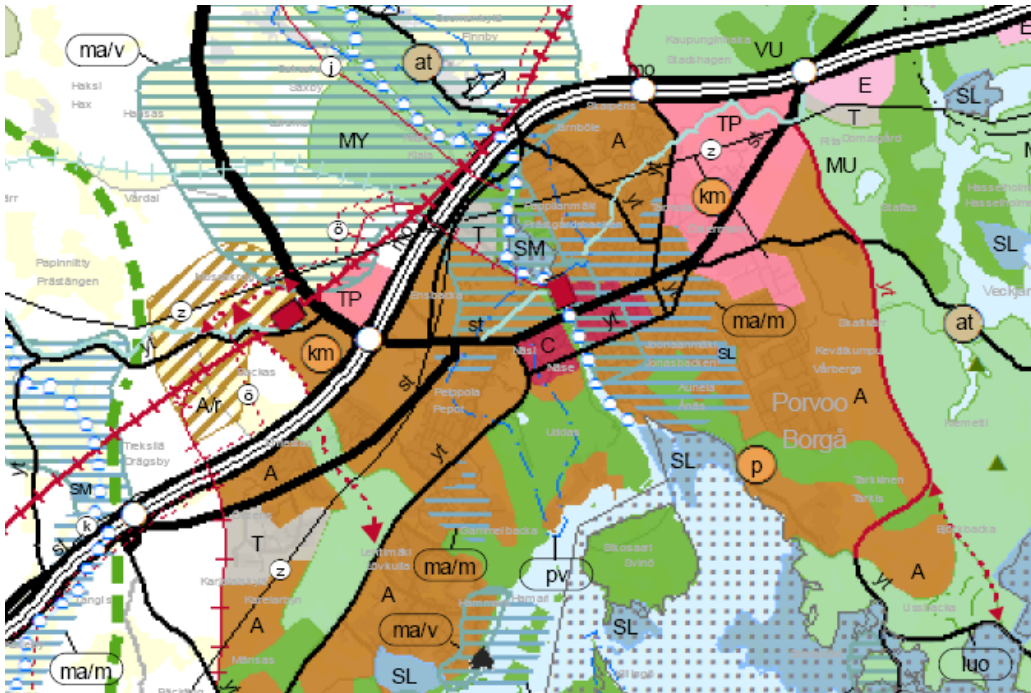


Bild 3. Utdrag ur landskapsplanen för Östra Nyland (Östra Nylands förbund 2007).

Stadsfullmäktige har år 2004 godkänt delgeneralplanen för de centrala områdena i Borgå. I delgeneralplanen betecknades Kungsporten som ett utredningsområde. Borgå stad har inlett delgeneralplaneringen av Kungsporten och Estbacka år 2007. (Borgå stad).

Områden för utvidgning och komplettering av bostadsområden har definierats i delgeneralplanen för de centrala områdena i Borgå. Ny bosättning anvisas bl.a. på Västra åstranden, i Hornhattula, Gammelbacka, Haiko och Järnböle, som till karaktären är områden för kompletterings-utbyggnad. I Skaftkärr och Tarkis finns stora områdesreserveringar för ny bosättning. Det är av största vikt för dessa områden att östra omfartsvägen byggs (Skärgårdsvägen) (Borgå stad 2004).

Östermalm, Stadshagen, Ölstens och Tolkis förblir arbetsplatsområden och i delgeneralplanen har områdena reserverats för kompletteringar och utvidgningar. Kungsporten är det största av nya arbetsplatsområdet i Borgå. (Borgå stad).

5 BEFOLKNING OCH KÖPKRAFT

5.1 Folkmängd och befolkningsprognos

I slutet av år 2006 hade Borgåregionen drygt 75 000 invånare, varav ca 47 400 invånare bodde i Borgå. I Borgå, liksom också i Borgåregionen och i hela Östra Nyland, är andelen invånare under 15 år större än i hela landet i medeltal. Andel 65 år fyllda är motsvarande mindre än i hela landet i medeltal.

Tabell 1. Folkmängden och befolkningens åldersstruktur i Borgå stad, Borgåregionen, Östra Nyland och i hela landet år 2006 (Statistikcentralen).

	Befolkning	Ålderstruktur, %				
	2006	0-6 v.	7-15 v.	16-64 v.	65-74 v.	75- v.
Porvoo - Borgå	47 404	8,3 %	12,2 %	65,4 %	7,8 %	6,3 %
Porvoon seutukunta - Borgå ekon. reg.	75 159	8,7 %	13,0 %	64,3 %	7,8 %	6,2 %
ITÄ-UUSIMAA - ÖSTRA NYLAND	93 853	8,3 %	12,5 %	63,9 %	8,3 %	7,0 %
Koko maa - Hela landet	5 276 955	7,6 %	10,7 %	65,2 %	8,8 %	7,7 %

Enligt Östra Nylands förbunds prognos (2005) om folkmängdens utveckling ökar befolkningen i Borgåregionen med ca 17 000 invånare (+ 23 %) åren 2006-2040. Folkmängdsökningen i Borgåregionen riktas nästan helt och hållet till Borgå och Sibbo. Också enligt statistikcentralens nyaste befolkningsprognos (2007) ökar folkmängden i Östra Nyland. Folkmängden ökar i Östra Nyland, Borgåregionen och Borgå stad betydligt mer än i hela landet i medeltal.

Tabell 2. Östra Nylands förbunds beräknade folkmängdsutveckling åren 2010-2040 (Östra Nylands förbund 2005).

	Östra Nylands förbunds befolkningsprognos år 2005							Ändring i %
	2006	2010	2015	2020	2025	2030	2040	2006-2040
Porvoo - Borgå	47 404	49 700	51 850	54 000	55 400	56 000	56 070	18,3 %
Porvoon seutukunta - Borgå ekon. reg.	75 159	79 380	83 460	87 500	90 390	91 715	92 150	22,6 %
ITÄ-UUSIMAA - ÖSTRA NYLAND	93 853	98 117	102 258	106 370	109 325	110 705	111 050	18,3 %

Östra Nylands förbund har våren 2007 reviderat sin befolkningsprognos. De nya tillväxtbedömningarna har gjorts regionvis, med undantag av Sibbo som har granskats som en egen helhet. Befolkningsutvecklingen avviker betydligt från den tidigare beräkningen, speciellt när det gäller Sibbo.

Tabell 3. Östra Nylands förbunds reviderade beräkning av folkmängdsutvecklingen åren 2010-2040 (Östra Nylands förbund 2007).

	Östra Nylands förbunds befolkningsprognos år 2007					Ändring i %
	2006	2010	2020	2030	2040	2006-2040
Sipoo - Sibbo	19 060	22 300	42 300	64 865	78 200	310,3 %
Muu Porvoon sk - Övrig Borgå ekon. reg	56 099	57 450	63 990	68 450	71 085	26,7 %
Porvoon seutukunta - Borgå ekon. reg.	75 159	79 750	106 290	133 315	149 285	98,6 %
Loviisan seutukunta - Lovisa ekon. Reg.	18 694	19 223	20 370	28 000	30 000	60,5 %
ITÄ-UUSIMAA - ÖSTRA NYLAND	93 853	98 973	126 660	161 315	179 285	91,0 %

Borgå stad hade år 2006 ca 47 400 invånare. Enligt Östra Nylands förbunds beräkning ökar folkmängden i Borgå med ca 8 700 invånare (+18 %) åren 2006-2040 och staden har år 2040 ca 56 100 invånare. I Borgå stad koncentreras befolkningen till stadsområdet, där det bor ca 36 100 invånare, d.v.s. 76 % av hela befolkningen. I byarna och på glesbygden bor ca 10 700 invånare.

Tabell 4. Antalet invånare i Borgå stad 2006 enligt delområden (Statistikcentralen/Borgå stad).

	2006	%
Det centrala området	36 096	76,1 %
- det centrala området, västra	15 741	
- det centrala området, östra	20 355	
Byarna och glesbygden	10 703	22,6 %
- byarna och glesbygden, västra	4 662	
- byarna och glesbygden, östra	6 041	
Sköldvik	109	0,2 %
Övriga	496	1,0 %
Borgå stad	47 404	100,0 %

5.2 Köpkraft och beräknad köpkraftsökning

Köpkraften beräknades på basis av folkmängden år 2006 och nyckeltalen för konsumtion per invånare. I beräkningen användes samma nyckeltal för konsumtion som i utredningen över handelns servicenät i Östra Nyland. Talen indexomvandlades till prisnivån år 2006.

Köpkraftens utveckling beräknades enligt befolkningsprognosen och tillväxtkoefficienterna för privat konsumtion. Beräkningen gjordes enligt Östra Nylands förbunds beräknade folkmängd per kommun år 2005. Tillväxtprognosen för den privata konsumtionen var 1% per år inom dagligvaruhandeln och 2 % per år inom specialhandeln.

Bedömningar som olika sektorer har gjort av privat konsumtion kan avvika betydligt från varandra. Bedömningarna av tillväxt varierar också enligt bransch. De tillväxtprognoser som har använts i denna utredning kan betraktas som rätt så realistiska bedömningar på lång sikt. I köpkraftsundersökningar skall beaktas att köpkraften beskriver konsumenternas köpkraftspotential på ett visst område. Köpkraften beskriver inte direkt var denna potential förverkligas som försäljning.

Nyckeltalen för konsumtion som har använts i denna utredning är:

Tabell 5. Nyckeltalen för konsumtion inom detaljhandeln och uppskattad utveckling €/invånare (Östra Nylands förbund 2004).

	Konsumtion, €/invånare (penningvärdet år 2006)				Uppskattad ökning	
	2006	2010	2015	2020	2025	% / år
Dagligvaruhandel	2 604	2 709	2 847	2 993	3 145	1 %
Alko och apoteken	1 344	1 427	1 539	1 661	1 794	1 %
Modeaffärer	684	741	818	903	997	2 %
Möbel- och inredningsaffärer	290	314	346	382	422	2 %
Hemelektronikaffär	408	441	487	538	594	2 %
Järnhandel	392	424	468	517	570	2 %
Övrig specialhandel	657	711	785	867	957	2 %
Billhandel och servicestationer	2 350	2 544	2 808	3 101	3 424	2 %

Inom hela detaljhandeln i Borgå var köpkraften år 2006 ca 381 milj. € (dagligvaruhandel, handel med specialvaror som kräver mycket utrymme, övrig specialhandel samt bilhandel och servicestationer). Köpkraftens tillväxt inom detaljhandeln åren 2006-2025 beräknas till ca 223 milj. €.

Tabell 6. Köpkraftens utveckling inom detaljhandeln i Borgå åren 2006-2025 (penningvärde år 2006).

	Köpkraften i Borgå, milj. € (penningvärdet år 2006)					Ändring
	2006	2010	2015	2020	2025	2006-2025
Dagligvaruhandel	123,4	134,6	147,6	161,6	174,2	50,8
Utrymmeskr. spec.handel	51,7	58,6	67,5	77,6	87,9	36,2
Övrig specialhandel	94,9	106,3	120,5	136,5	152,4	57,5
Bilhandel och servicest.	111,4	126,4	145,6	167,4	189,7	78,3
Sammanlagt	381,4	426,0	481,2	543,1	604,1	222,7

Inom hela detaljhandeln i Borgåregionen var köpkraften år 2006 ca 605 milj. € (dagligvaruhandel, handel med specialvaror som kräver mycket utrymme, övrig specialhandel samt bilhandel och servicestationer). Köpkraftens tillväxt inom detaljhandeln åren 2006-2025 beräknas till ca 381 milj. €.

Tabell 7. Köpkraftens utveckling inom detaljhandeln i Borgåregionen åren 2006-2025 (penningvärde år 2006).

	Köpkraften i Borgåregionen, milj. € (penningvärdet år 2006)					Ändring
	2006	2010	2015	2020	2025	2006-2025
Dagligvaruhandel	195,7	215,0	237,6	261,9	284,3	88,6
Utrymmeskr. spec.handel	81,9	93,6	108,6	125,7	143,4	61,4
Övrig specialhandel	150,4	169,8	194,0	221,1	248,6	98,2
Bilhandel och servicest.	176,6	201,9	234,4	271,3	309,5	132,8
Sammanlagt	604,7	680,3	774,5	880,1	985,7	381,0

Inom hela detaljhandeln i Östra Nyland var köpkraften år 2006 ca 755 milj. € (dagligvaruhandel, handel med specialvaror som kräver mycket utrymme, övrig specialhandel samt bilhandel och servicestationer). Köpkraftens tillväxt inom detaljhandeln åren 2006-2025 beräknas till ca 437 milj. €.

Tabell 8. Köpkraftens utveckling inom detaljhandeln i Östra Nyland åren 2006-2025 (penningvärde år 2006).

	Köpkraften i Östra Nyland, milj. € (penningvärdet år 2006)					Ändring
	2006	2010	2015	2020	2025	2006-2025
Dagligvaruhandel	244,4	265,8	291,1	318,4	343,8	99,4
Utrymmeskr. spec.handel	102,3	115,7	133,0	152,9	173,4	71,1
Övrig specialhandel	187,8	209,9	237,6	268,8	300,6	112,8
Bilhandel och servicest.	220,6	249,6	287,2	329,8	374,3	153,7
Sammanlagt	755,0	840,9	949,0	1 069,8	1 192,1	437,1

Köpkraften inom dagligvaruhandeln var år 2006 i Borgå granskad branschvis ca 123 milj. €, i Borgåregionen ca 196 milj. € och i Östra Nyland ca 244 milj. €. Enligt ovannämnda antaganden ökar köpkraften inom dagligvaruhandeln fram till år 2025, i Borgå ca 51 milj. €, i Borgåregionen ca 89 milj. € och i Östra Nyland ca 99 milj. €.

Köpkraften inom handeln med specialvaror som kräver stort utrymme, övrig specialhandel samt bilhandeln och servicestationer var år 2006 i Borgå ca 258 milj. €, i Borgåregionen ca 409 milj. € och i Östra Nyland ca 511 milj. €. Enligt ovannämnda antaganden ökar köpkraften inom specialhandeln, bilhandeln och servicestationer fram till år 2025, i Borgå ca 172 milj. €, i Borgåregionen ca 292 milj. € och i Östra Nyland ca 338 milj. €.

6 NULÄGE OCH UTVECKLINGSUTSIKTER INOM HANDELN

6.1 Detaljhandelns servicenät

6.1.1 Dagligvaruhandelns butiksnät

I slutet av år 2006 verkade sammanlagt 45 dagligvarubutiker i Borgåregionen. Av dem var fyra specialaffärer med dagligvaror, såsom hälsokostaffärer och konditorier. Drygt hälften av dagligvarubutikerna i Borgåregionen, d.v.s. 25 butiker, verkar i Borgå stad.

I förhållande till invånarmängden i hel Borgåregionen fanns det 1670 invånare per dagligvarubutik, vilket är mer än i hela landet i medeltal (1339 invånare/butik). Askola har det minsta antalet invånare per butik (770 inv./butik) och Borgå och Sibbo det största (1900 inv./butik).

Granskat enligt butikstyp består butiksnät inom dagligvaruhandeln i Borgå och i hela Borgåregionens huvudsakligen av små enheter. Antalsmässigt fanns det mest stora snabbköp, som fanns i regionens alla kommuner.

I Borgåregionen har antalet dagligvarubutiker minskat med tre butiker jämfört med antalet år 2003. Den största förändringen har skett i antalet snabbköp. De stora snabbköpen har ökat med tre och de små snabbköpen har minskat med fyra. I supermarketklassen har såväl de stora som de små supermarketerna minskat med en. Det totala antalet dagligvarubutiker i Borgå stad har åren 2003-2006 minskat med en butik.

Tabell 9. Dagligvarubutikerna i Borgåregionen år 2003 och 2006 (Östra Nylands förbund 2004 och A.C. Nielsen Finland Oy).

	Hypermarket	Varuhus (>1000 m ²)	Supermarket Stor (>1000 m ²)	Liten (400-999 m ²)	Snabbköpsaffär Stor (200-399 m ²)	Liten (100-199 m ²)	Småbutik	Specialbutik	Sammanlagt
Askola					3	2	1		6
Myrskylä - Mörskom					2				2
Porvoo - Borgå	1	1	3	6	4	4	5	2	26
Pukkila						1	2		3
Sipoo - Sibbo			4		1	5		1	11
SAMMANLAGT 2003	1	1	7	6	10	12	8	3	48
Askola					4	1	1		6
Myrskylä - Mörskom					2				2
Porvoo - Borgå	1	1	3	5	5	3	4	3	25
Pukkila					1		1		2
Sipoo - Sibbo			3		1	4	1	1	10
SAMMANLAGT 2006	1	1	6	5	13	8	7	4	45

Dagligvaror säljs förutom i dagligvarubutikerna också i kiosker, på servicestationer och i lågprisvaruhus. I slutet av år 2006 fanns det i Borgåregionen sammanlagt 20 kiosker, 14 servicestationer och 2 lågprisvaruhus (Porvoon Mikrokulma Oy och Säästöalo Robinhood), som saluförde dagligvaror. Sexton kiosker, 9 servicestationer och bägge lågprisvaruhusen verkar i Borgå stad (A.C. Nielsen Finland Oy).

Kungsporten och Estbacka – bedömning av kommersiella konsekvenser

Dagligvarubutikerna i Borgå stad framgår av bild 4 och dagligvarubutikerna i Borgå centrum av bilaga 5.

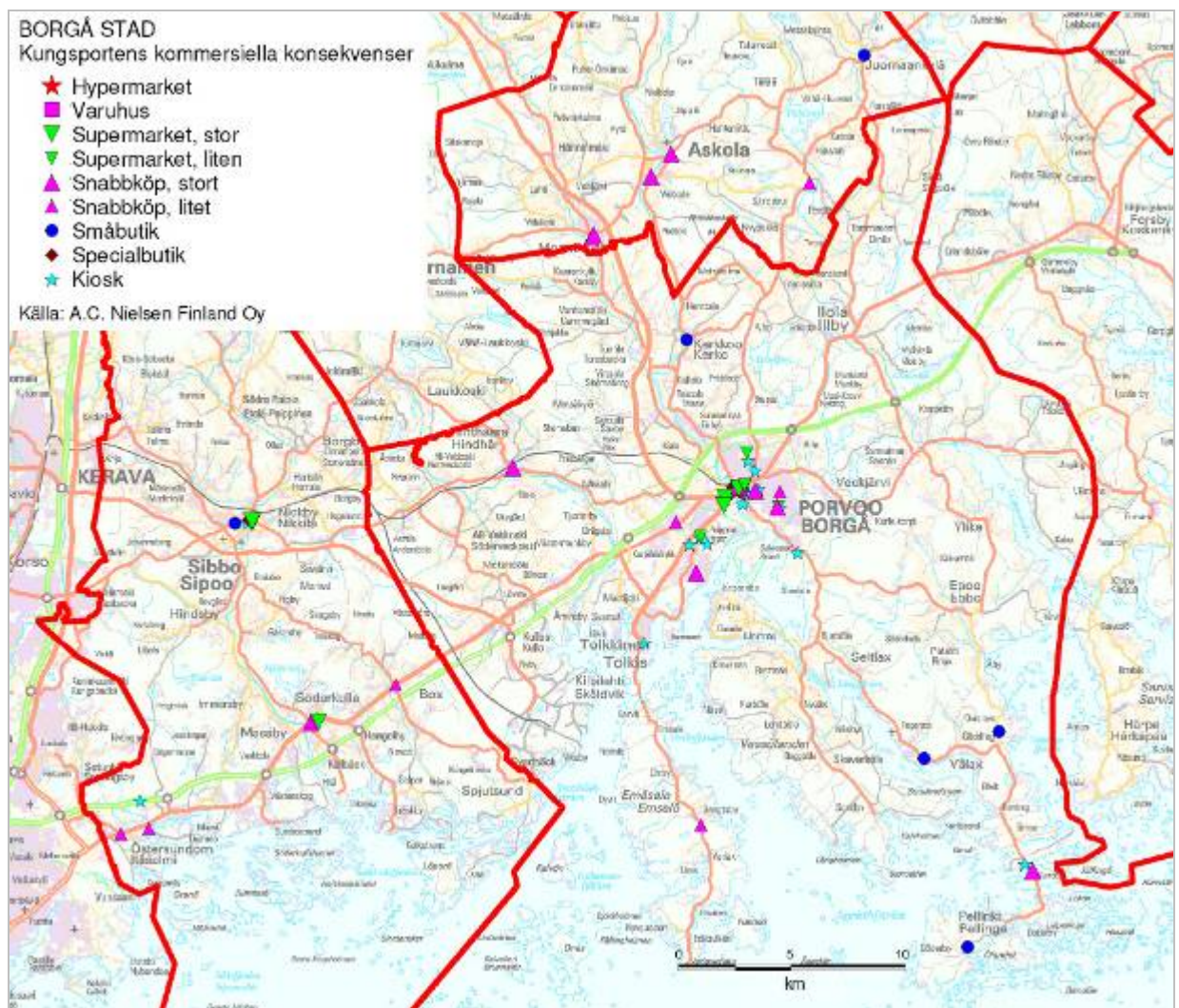


Bild 4. Dagligvarubutikerna och kioskerna i Borgå stad år 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy, baskarta: Borgå stad).

Kungsporten och Estbacka – bedömning av kommersiella konsekvenser

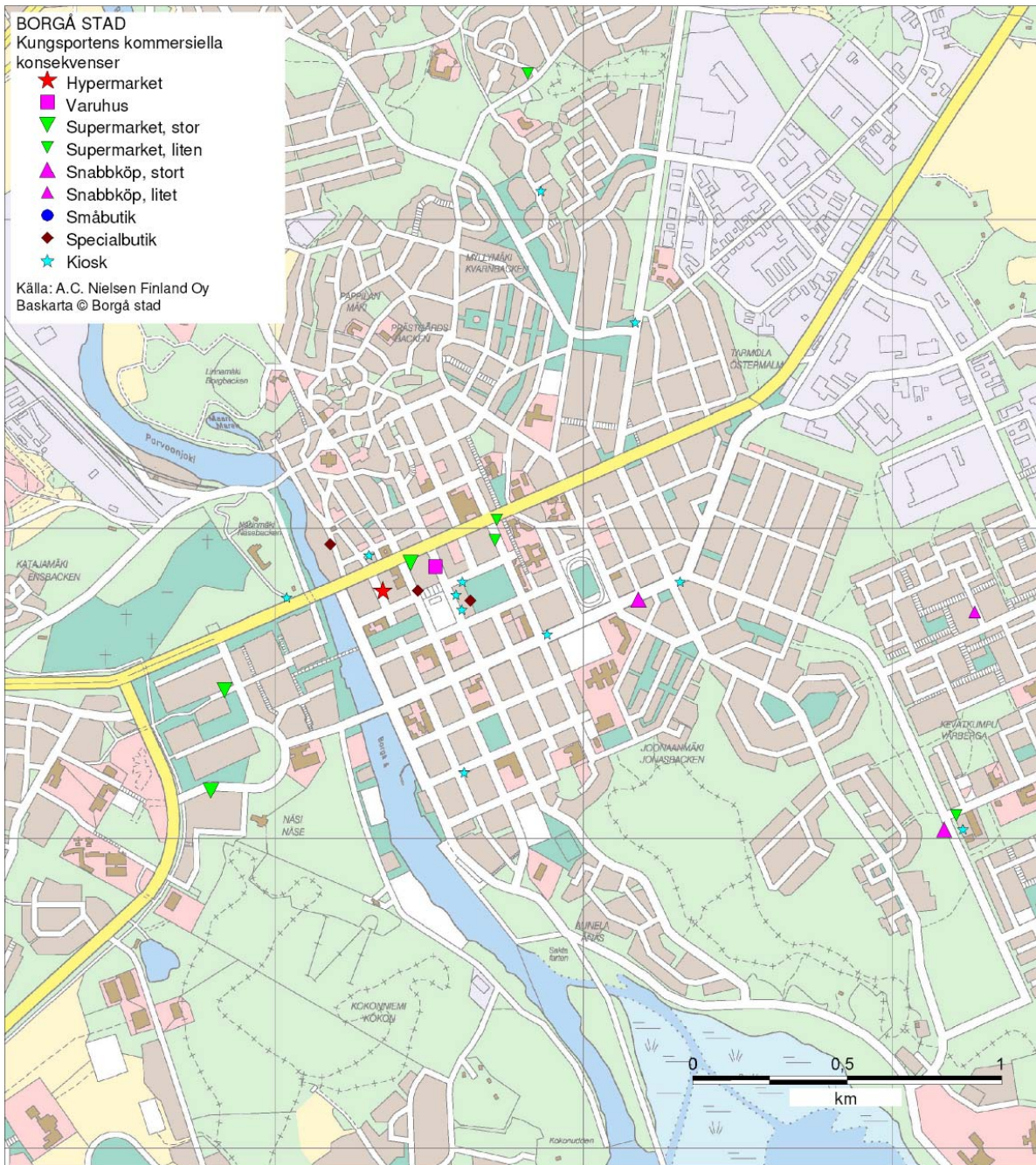


Bild 5. Dagligvarubutikerna och kioskerna i Borgå centrum år 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy, baskarta © Borgå stad).

6.1.2 Specialhandelns butiksnät

Enligt Statistikcentralens register över verksamhetsplatser fanns det år 2005 sammanlagt 255 specialaffärer i Borgåregionen. I Borgåregionen verkade 78 butiker inom branscher som huvudsakligen var handel med specialvaror som kräver mycket utrymme (möbel-, hemelektronik- och järnhandel). I Borgåregionen verkade 177 butiker inom övrig specialhandel. Alkobutikerna, apoteken, kosmetikaffärer, modeaffärerna och de s.k. små specialaffärerna såsom optiker, uraffärer och blomsteraffärer hör till övrig specialhandel. I Borgåregionen verkade år 2005 sammanlagt 62 bilaffärer och servicestationer.

I relation till folkmängden fanns det mest specialaffärer i Borgå (250 inv./specialaffär) och minst i Mörskom (680 inv./specialaffär). I hela Borgåregionen fanns det 290 invånare per specialaffär, vilket motsvarar medeltalet i hela landet.

Antalet specialaffärer i Borgåregionen har åren 2003-2006 ökat med tre och antalet bilaffärer och servicestationer med nio. De största förändringarna på regionnivå har skett i antalet specialaffärer, som har ökat med nio. I Borgå har det totala antalet specialaffärer minskat med fem. Däremot har antalet bilaffärer och servicestationer ökat med sju.

Tabell 10. Specialaffärerna i Borgåregionen år 2002 och 2005 (Östra Nylands förbund 2004 och Statistikcentralen).

	Alko, apotek etc.	Modeaffär	Möbel- och inredningsaffär	Hem-elektronik-affär	Järnhandel	Övrig special-handeln	Special-handeln sammanlagt	Bilhandel och service-stationer
Askola	2					1	6	9
Myrskylä - Mörskom	1						2	3
Porvoo - Borgå	18	33	19	27	20	77	194	38
Pukkila							1	1
Sipoo - Sibbo	4	6	2	6	6	22	46	8
SAMMANLAGT 2002	25	39	21	33	27	108	253	53
Askola	1	1					5	7
Myrskylä - Mörskom	1						2	3
Porvoo - Borgå	14	36	17	23	21	78	189	45
Pukkila						3		3
Sipoo - Sibbo	4	3	2	5	7	32	53	9
SAMMANLAGT 2005	20	40	19	28	31	117	255	62

Specialhandeln är starkt koncentrerad till Borgå stad. 74 % av specialaffärerna i hela regionen, d.v.s. 189 affärer verkar i Borgå. I de övriga kommunerna har specialhandeln koncentrerats till kommuncentrumen. Serviceutbudet i dessa specialaffärer är dock ganska anspråkslöst. Granskat enligt bransch har handel med mode och möbler koncentrerats kraftigast till Borgå, så att ca 90 % av regionens affärer verkar i Borgå. Bilhandeln har också koncentrerats till Borgå.

I Borgå har specialhandeln koncentrerats till centrum. Särskilt handel med specialvaror som kräver mycket utrymme har etablerats i Östermalm. En koncentration av handel med specialvaror som kräver mycket utrymme har de senaste åren också etablerats i Kungsporten. Handel med specialvaror som kräver mycket utrymme har också etablerats i Ölstens, men i betydligt mindre grad än i Östermalm och Kungsporten. I Gammelbacka verkar några specialaffärer. Specialhandeln i de centrala områdena i Borgå framgår av bild 6.

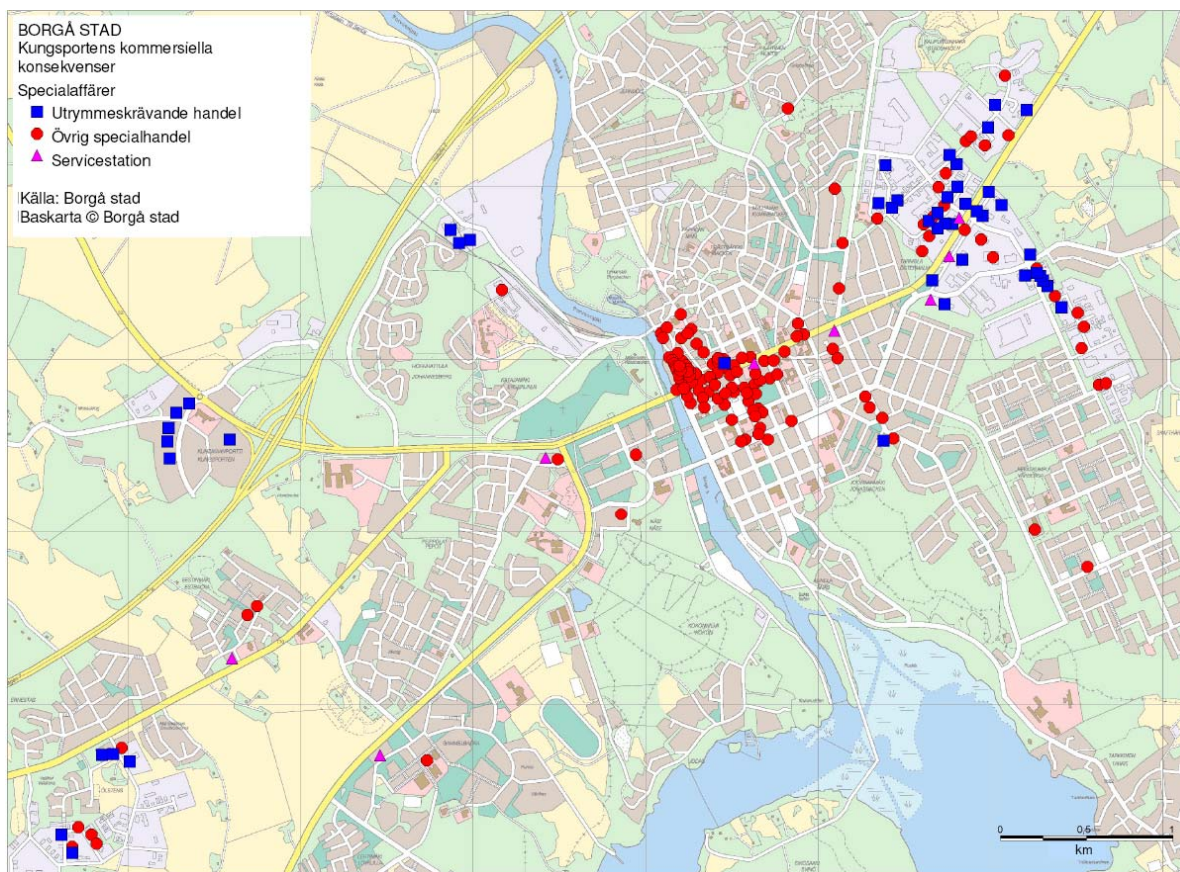


Bild 6. Specialaffärerna i de centrala områdena i Borgå år 2007 (Källuppgifter och baskarta: Borgå stad).

6.2 Detaljhandels försäljning och överföring av köpkraft

6.2.1 Försäljning och försäljningseffektivitet

Dagligvaruhandels försäljning, försäljningsyta och försäljningseffektivitet

Borgåregionen. Största delen av försäljningen inom dagligvaruhandeln sker inom Borgå stad. Försäljningsandelen i Borgå var av hela regionens dagligvaruhandel år 2006 ca 69 %. Borgås kommersiella ställning har blivit en aning starkare sedan år 2003. Ifall penningvärdets förändring beaktas har dagligvaruhandeln i Borgå och i Borgåregionen åren 2003-2006 hållit sig nästan oförändrad.

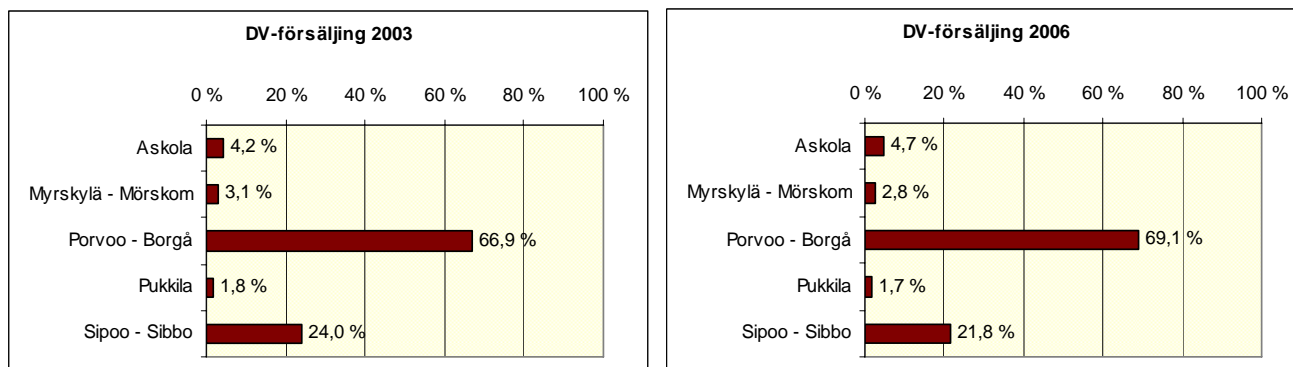


Bild 7. Dagligvaruförsäljningens andel av dagligvaruhandeln i Borgåregionen år 2003 och 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy).

Största delen av dagligvaruhandelns försäljningsyta i Borgåregionen finns i Borgå stad. Borgås andel av dagligvaruhandelns försäljningsyta var år 2006 i hela regionen ca 58 %. Det har inte skett några större förändringar i kommunernas relativa andelar åren 2003-2006. Dagligvaruhandelns försäljningsyta har däremot åren 2003-2006 minskat i Borgåregionen med ca 1400 m²fy och i Borgå stad med ca 750 m²fy.

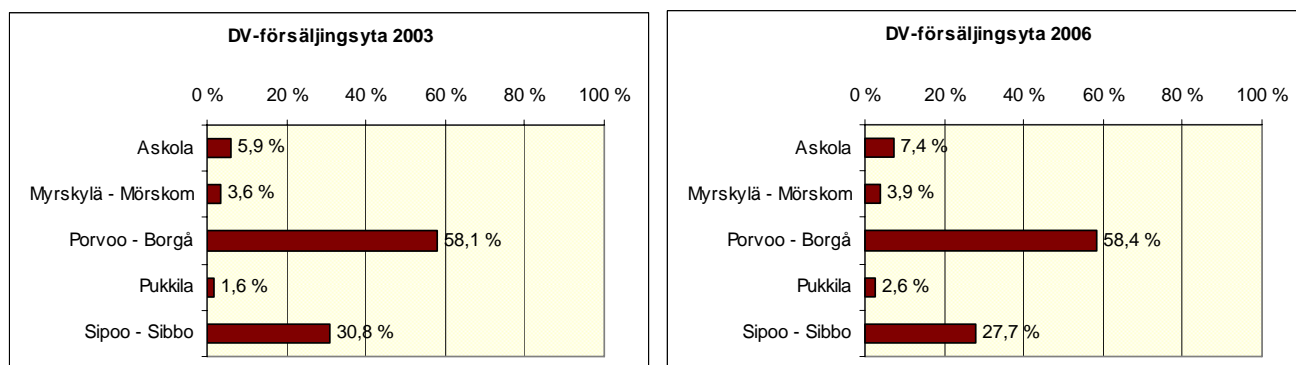


Bild 8. Dagligvaruförsäljningsytans andelar inom dagligvaruhandeln i Borgåregionen kommunvis åren 2003 och 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy).

Av hela regionens dagligvaruförsäljning sker 94 % i dagligvaruaffärerna, 1 % i lågprisvaruhuset, 3 % i kioskerna och 2 % på servicestationerna. Av dagligvaruförsäljningen i Borgå stad sker 93 % i dagligvaruaffärerna, 1 % i lågprisvaruhuset, 3 % i kioskerna och 3 % på servicestationerna. (A.C. Nielsen Finland Oy).

Borgå stad. Inemot 40 % av dagligvaruförsäljningen skedde år 2006 i stora supermarketer. Små supermarketer hade den näst största försäljningsandelen, ca 29 %. Hypermarketernas andel av dagligvaruförsäljningen var ca 19 %. Jämfört med år 2003 har de stora supermarketernas försäljningsandel ökat och de små supermarketernas andel däremot minskat.

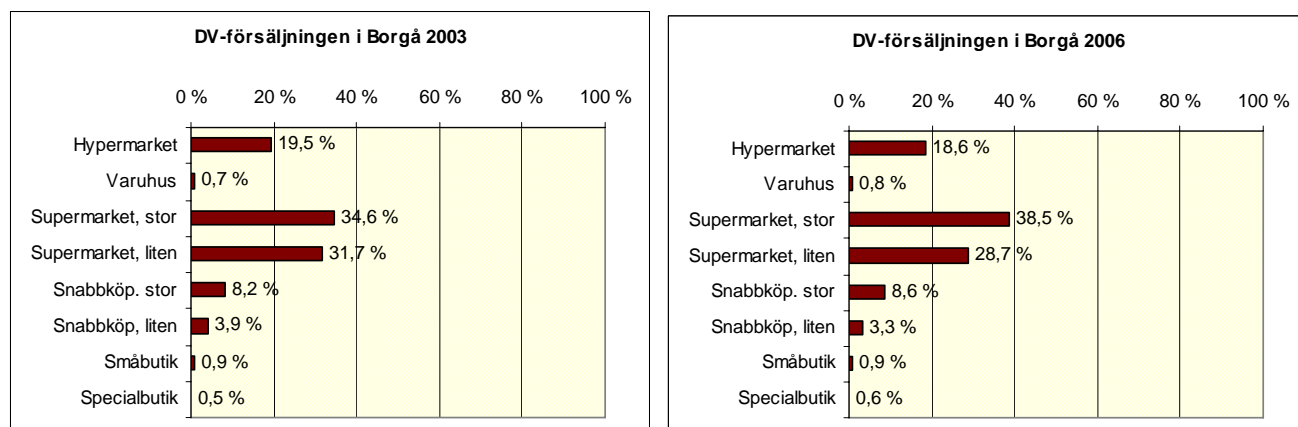


Bild 9. Dagligvarubutikernas andelar av försäljningen i Borgå stad enligt bu-tikstyp år 2003 och 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy).

Stora och små supermarketer hade år 2006 också den största andelen av dagligvaruhandelns försäljningsyta i Borgå. Jämfört med år 2003 har de stora supermarketerarnas andel av dagligvaruhandelns försäljningsyta varit nästan oförändrad, trots att försäljningens andel har ökat.

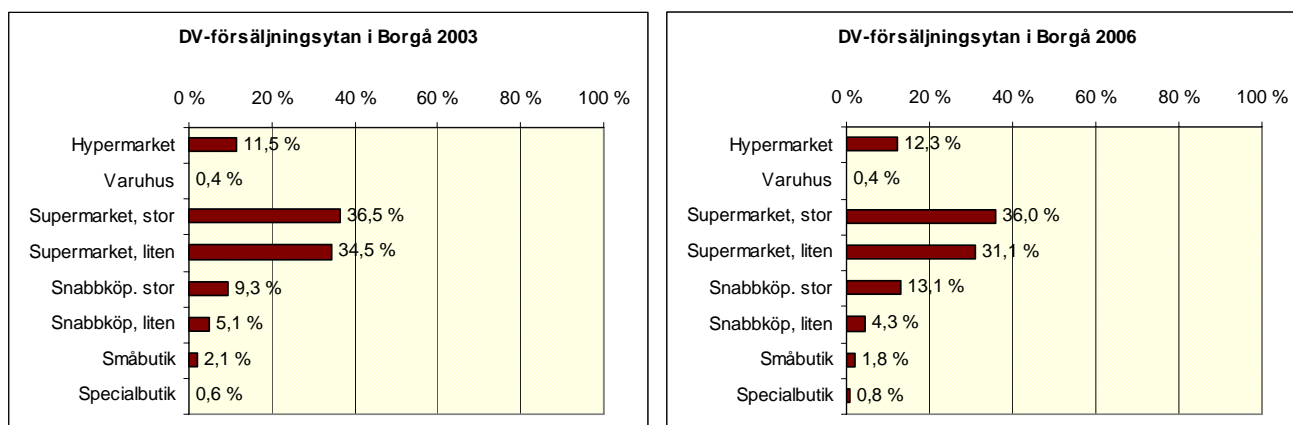


Bild 10. Borgå stads andel av dagligvaruhandelns försäljningsyta enligt butikstyp år 2003 och 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy).

Dagligvaruhandelns försäljningseffektivitet (€/m²fy/år) i Borgå och i hela Borgåregionen är betydligt högre än i hela landet i medeltal, som år 2006 var 6165 €/m²fy/år. Den höga försäljningseffektiviteten beskriver vanligen att dagligvaruhandelns yta är underdimensionerad och konkurrens saknas. En låg försäljningsaktivitet är vanligen ett tecken på en överdimensionerad dagligvaruhandel och en stram konkurrens. Försäljningseffektiviteten i Borgåregionen framställt som index är:

- Borgå stad 156
- Borgåregionen 134
- Hela landet 100

Specialhandeln (handel som kräver mycket utrymme och övrig specialhandel)

Cirka 86 % av specialhandelns (utrymmeskrävande specialhandel) försäljning i Borgåregionen år 2006 skedde inom Borgå stad.

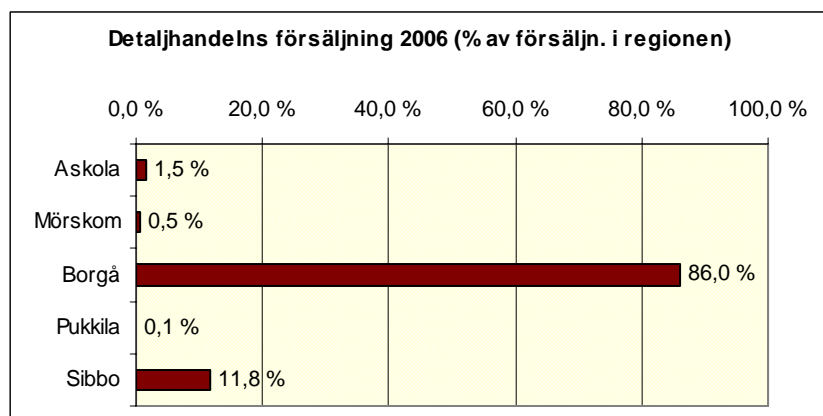


Bild 11. Specialhandelns (utrymmeskrävande specialhandel och övrig specialhandel) försäljningsandelar kommunvis i Borgåregionen år 2006 (Statistikcentralen).

Bilhandelns och servicestationernas försäljning

Cirka 88 % av bilhandelns och servicestationernas försäljning i Borgå-regionen skedde år 2006 inom Borgå stad.

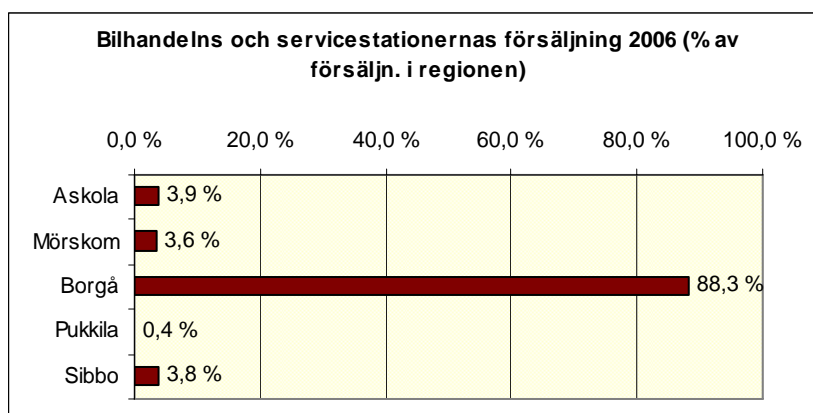


Bild 12. Bilhandelns och servicestationernas försäljningsandelar kommunvis Borgåregionen år 2006 (Statistikcentralen).

Bilhandelns och servicestationernas försäljning i Borgå stad utgör ca 46 % av specialhandeln. De näst följande största branscherna mätt enligt försäljning var specialhandel (14 %), järnhandel (11 %) och modehandel (10 %).

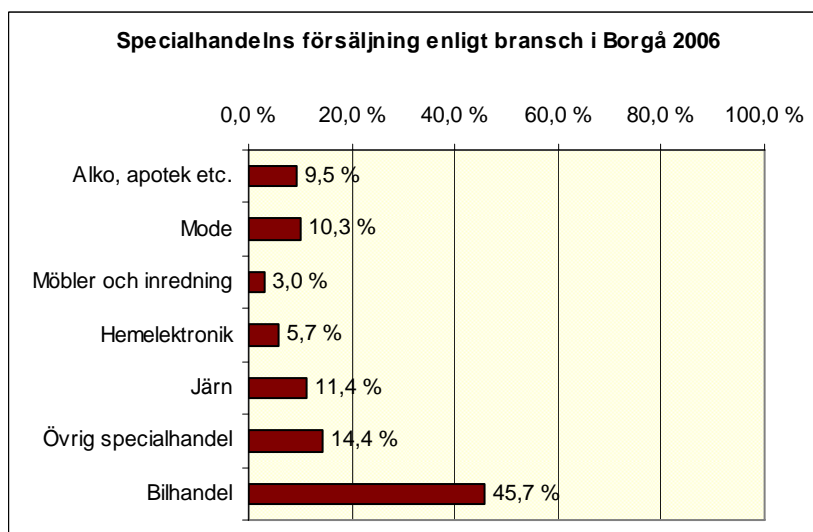


Bild 13. Specialhandelns samt bilhandelns och servicestationernas försäljning enligt bransch i Borgå stad år 2006 (Statistikcentralen).

6.2.2 Handelskoncentrationerna i Borgå stad

Största delen av den kommersiella servicen i Borgå har etablerats i centrum. Borgå centrum indelas i Gamla stan och centrum. I Gamla stan i Borgå finns små butiker och i strukturen betonas verksamheter som betjänar turismen. Krämartorget och Mannerheimgatan skiljer Gamla stan i Borgå från centrum. Tyngdpunkten på handeln i centrum ligger i kvarteren Citymarket/Nimbus och Sokos/Handelscentrum Lundi. De inre delarna i dessa kvarter är också kommersiellt aktiva trots att kvarterets inre delar inte till fullo har utnyttjats som kommersiella lokaler. Centrumområdet har utvidgats och utvidgas ytterligare på Västra åstranden (Borgå stad 2003).

Östermalm är ett betydande område för handel med varor som kräver mycket utrymme. I Östermalm finns bl.a. bilhandel, möbelhandel och järnhandel. Östermalm är ett gammalt industriområde, där handelsservicen har decentraliserats. (Borgå stad 2003). Handel med varor som kräver mycket utrymme har också etablerats i Ölstens, men betydligt mindre än i Östermalm. Kungsporten har de senaste åren blivit en betydande koncentration för handel med specialvaror som kräver mycket utrymme.

Vårberga och Gammelbacka är närservicecentrum. I vardera finns det dagligvaruhandel, kiosk-, apoteks-, bank- och restaurangtjänster. Lokalitetserna i Gammelbacka köpcentrum är omoderna, vilket kan vara ett hot mot verksamhets- och utvecklingsförutsättningarna för butikerna och servicen som verkar i köpcentrumet. Dagligvaruhandel finns dessutom bl.a. i Huktis, Estbacka, Kerko, Hammars, Emsalö, Hindhår och Pellinge. (Borgå stad 2003).

Den kommersiella servicen i Borgå hade år 2003 sammanlagt inemot 124 000 m²vy affärsutrymme till förfogande. Cirka 69 000 m²vy av affärsutrymmet, d.v.s. drygt hälften, var lokaliserat till centrum. På områden med utrymmeskrävande handel hade den kommersiella servicen ca 44 000 m²vy till förfogande, d.v.s. drygt en tredjedel, och i de övriga stadscentrumen ca 11 000 m²vy, d.v.s. ca 10 % av den totala mängden affärsutrymmen. Av affärsutrymmet hade dagligvaruhandeln ca 21 000 m²vy, kioskerna ca 2 000 m²vy, handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme ca 38 000 m²vy och den övriga specialhandeln ca 63 000 m²vy till förfogande. (Borgå stad 2003).

I slutet av år 2007 hade den kommersiella servicen i Borgå ca 156 500 m²vy affärsutrymme till förfogande, d.v.s. ca 32 500 m²vy mer än år 2003. Granskat enligt område har affärsutrymmet ökat åren 2003-2007 i Kungsporten och Östermalm-Stadshagen, men minskat i centrum, på Västra åstranden och i de övriga stadscentrumen. Granskat enligt bransch har specialhandeln (utrymmeskrävande handel, övrig specialhandel samt bilhandel och servicestationer) affärsutrymme ökat, då dagligvaruhandeln affärsutrymme däremot har minskat. (Borgå stad 2007).

Granskat enligt bransch har dagligvaruhandeln affärsutrymme minskat i Borgå centrum och i de övriga stadscentrumen åren 2003-2007 och ökat i Östermalm-Stadshagen. Affärsutrymmena för handel med specialvaror som kräver stort utrymme samt för bilhandeln och servicestationerna har ökat i Kungsporten och minskat i Östermalm-Stadshagen och i centrum. Affärsutrymmena för övrig specialhandel har ökat i alla områden, volymmässigt och relativt mest i Östermalm-Stadshagen. (Borgå stad 2007).

Tabell 11. Fördelningen av affärsutrymmet som fanns till handelns förfogande i slutet av år 2007 enligt bransch och område (Borgå stad).

	Dagligvaruhandel	UKH, bilhandel och servicestationer	Övrig specialhandel och service	Sammanlagt
Kungsporten	0	28 900	200	29 100
Östermalm-Stadshagen m.m. ¹⁾	1 900	30 000	19 500	51 400
Centrumområdet ²⁾	11 200	1 700	52 900	65 800
Övriga stadscentrum ³⁾	6 900	0	3 300	10 200
Sammanlagt	20 000	60 600	75 900	156 500

¹⁾ Övriga områden med utrymmeskrävande handel i Östermalm-Stadshagen, Ölstens och Hattula

²⁾ Centrum, Västra åstranden och Gamla stan i Borgå

³⁾ Gammelbacka-Estbacka-Hammars, Vårberga, Huktis och övriga stadscentrum

6.2.3 Överföring av köpkraften år 2006

Överförd köpkraft är skillnaden mellan detaljhandelns försäljning och köpkraften inom vart och ett område. Konsumenten gör inte alla inköpen på sin hemort, utan en del av inköpen görs utanför det egna bostadsområdet eller hemkommunen. De som bor på annat håll överför motsvarande extern köpkraft till ifrågakvarande ort. När den överförda köpkraften är positiv, d.v.s. försäljningen är större än köpkraften, är handelns service attraktiv och köpkraft strömmar till området. När den överförda köpkraften är negativ, d.v.s. försäljningen är mindre än köpkraften, överförs köpkraften till andra orter.

Överföring av köpkraften inom detaljhandeln

Köpkraftens nettoöverföring inom detaljhandeln (dagligvaruhandel, utrymmeskrävande handel samt bilhandel och servicestationer) var positiv i Borgå år 2006. I Borgåregionens övriga kommuner var nettoöverföringen av köpkraften negativ. Relativt sett förlorade Pukkila mest köpkraft. Cirka 77 % av köpkraften inom detaljhandeln strömmade ut från kommunen. Överföringen av köpkraft var på regionnivå negativ i hela Borgå och ca 11 % av köpkraften strömmade ut från regionen.

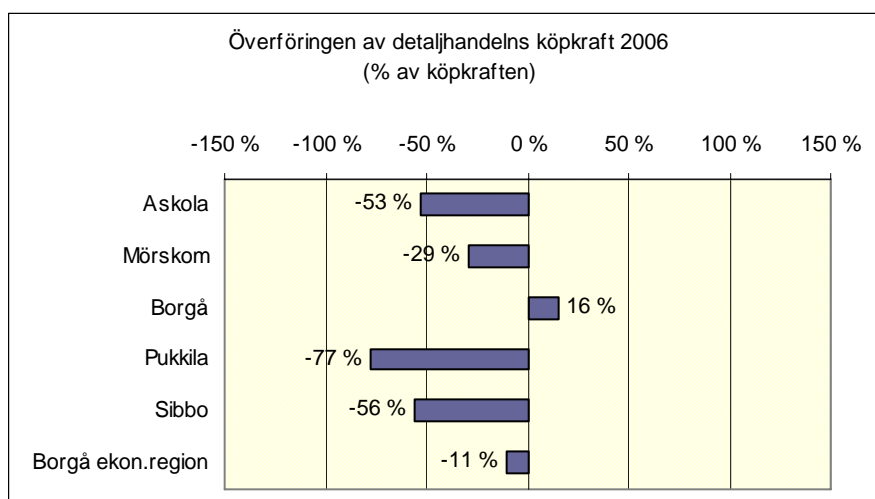


Bild 14. Nettoöverföringen av köpkraften inom detaljhandeln (dagligvaruhandel, utrymmeskrävande handel, övrig specialhandel samt bilhandel och servicestationer) i Borgåregionen kommunvis år 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy och Statistikcentralen).

Överföring av köpkraften inom dagligvaruhandeln

Nettoöverföringen av köpkraften inom dagligvaruhandeln år 2006 var negativ i Borgå stad. Cirka 5 % av köpkraften inom dagligvaruhandeln strömmade ut från staden (bild 15).

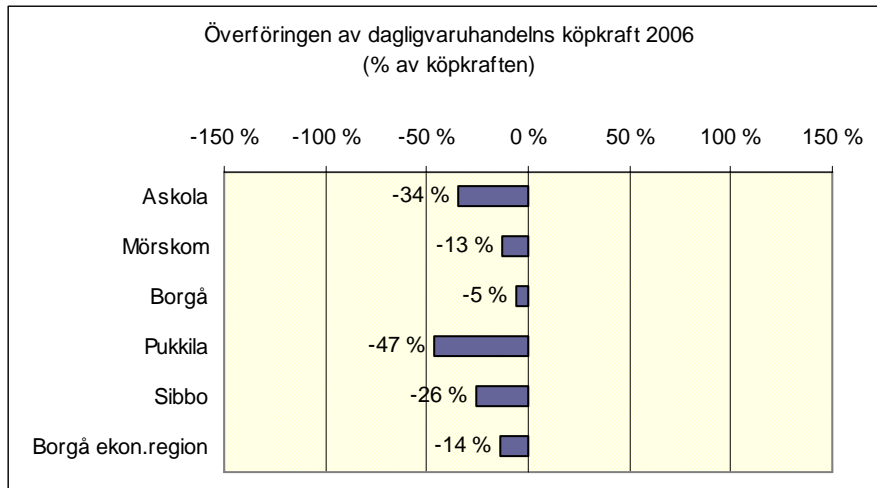


Bild 15. Nettoöverföringen av köpkraften inom dagligvaruhandeln kommunvis i Borgåregionen år 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy och Statistik-centralen).

Nettoöverföringen av köpkraften inom dagligvaruhandeln i Borgå stad var positiv i centrala områden och negativ i glesbygden (bild 16).

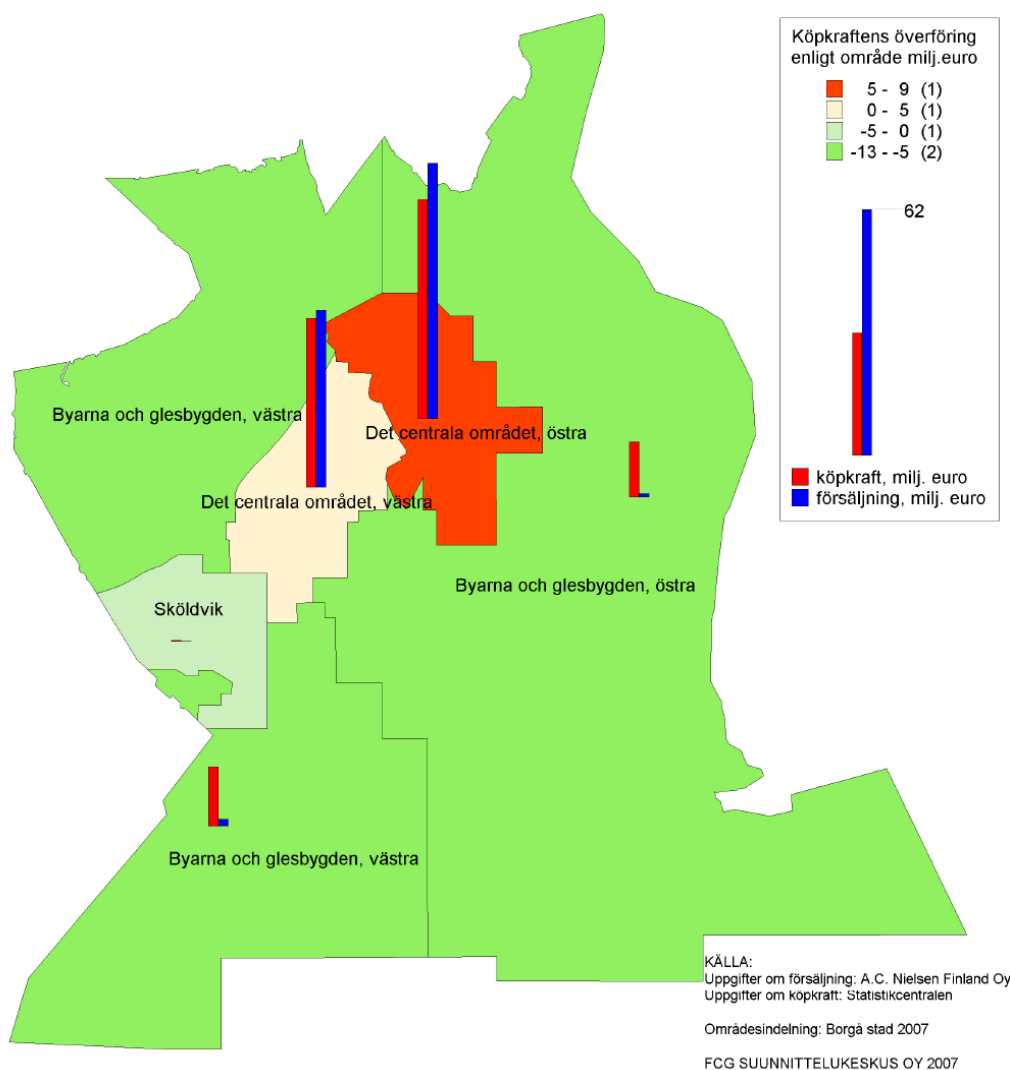


Bild 16. Köpkraft, försäljning och överföring av köpkraften inom dagligvaruhandeln enligt område i Borgå stad år 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy).

I centrala områden av Borgå betonas centrum och Västra åstranden som områden med positiv överföring av köpkraften (bild 17).

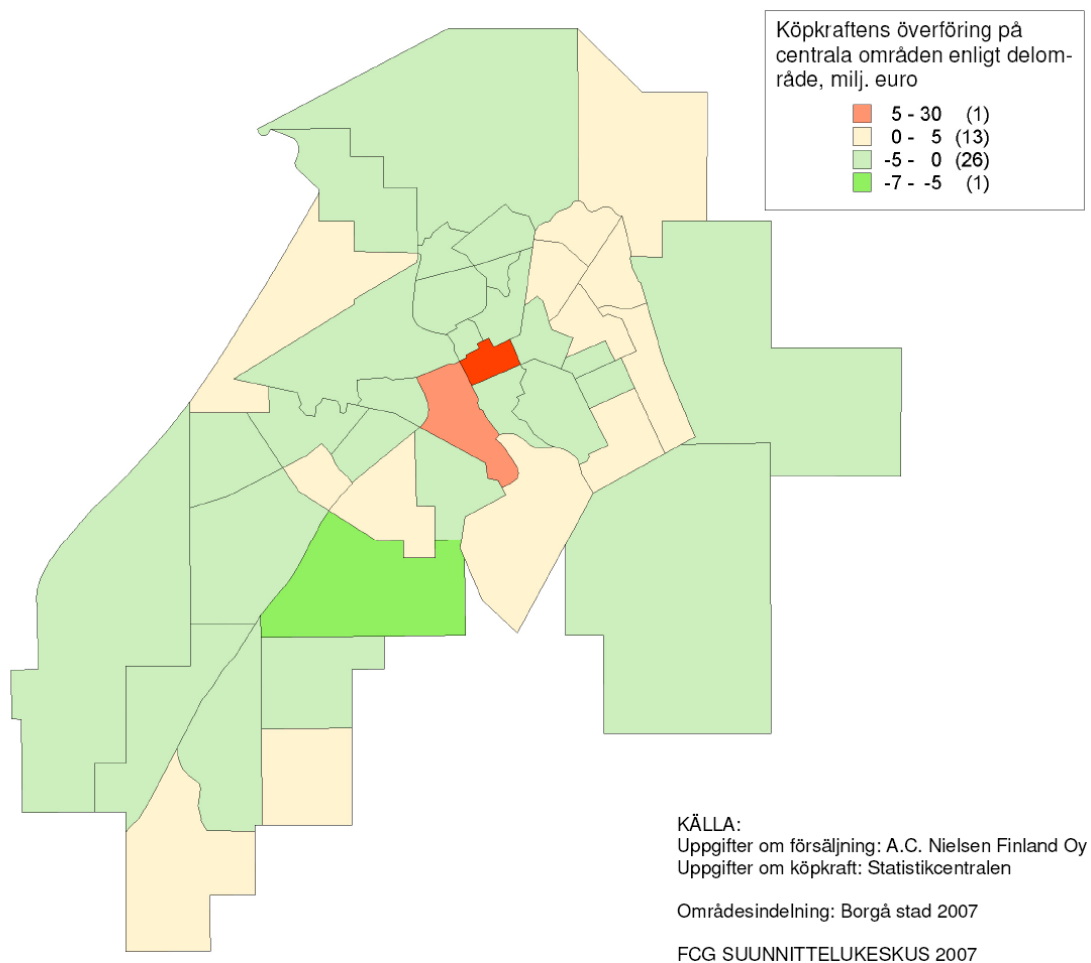


Bild 17. Överföringen av köpkraften inom dagligvaruhandeln i centrala områden av Borgå stad år 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy).

Nettoöverföringen av köpkraften inom dagligvaruhandeln var år 2006 negativ även i Borgåregionens övriga kommuner (bilderna 25 och 16). Relativt sett förlorade Pukkila mest köpkraft, där inemot hälften av köpkraften inom dagligvaruhandeln strömmade ut från kommunen. Cirka 14 % av köpkraften inom dagligvaruhandeln i hela Borgåregionen strömmade år 2006 ut från kommunen.

KÄLLA:

Uppgifter om försäljning: A.C. Nielsen Finland Oy
Uppgifter om köpkraft: Statistikcentralen

Kommungränserna: Borgå stad 2007

FCG SUUNNITTELUKESKUS OY 2007

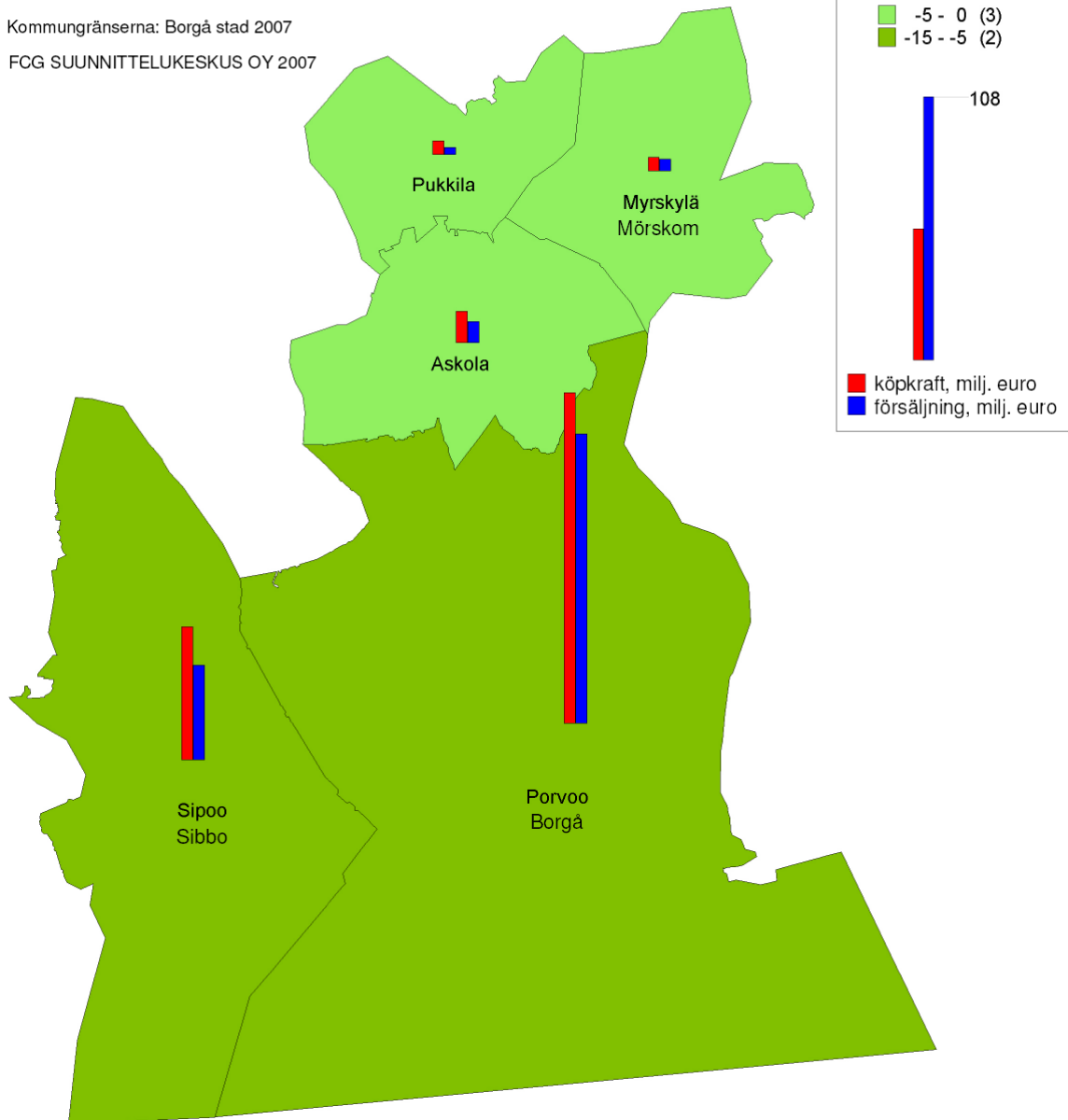


Bild 18. Köpkraft, försäljning och överföring av köpkraften inom dagligvaruhandeln enligt kommun i Borgåregionen år 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy).

Överföring av köpkraften inom specialhandeln

Nettoöverföringen av köpkraften inom specialhandeln (utrymmeskrävande handel, övrig specialhandel samt bilhandel och servicestationer) var år 2006 positiv i Borgå. Borgå stad är Östra Nylands kommersiella koncentration, som drar till sig köpkraft speciellt från Borgåregionen, men också från hela landskapet.

Nettoöverföringen av köpkraften inom detaljhandeln var negativ i Borgåregionens övriga kommuner. Pukkila förlorade relativt sett mest köpkraft. Cirka 92 % av köpkraften inom specialhandeln, bilhandeln och servicestationerna strömmade ut från kommunen.

Överföringen av köpkraften inom specialhandeln samt bilhandeln och servicestationerna var negativ på regionnivå i hela Borgå och ca 9 % av köpkraften strömmade ut frånregionen.

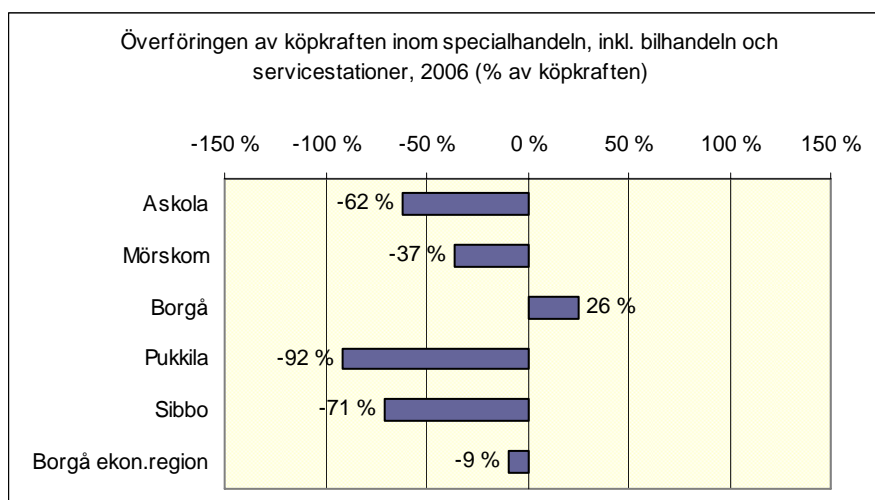


Bild 19. Nettoöverföringen av köpkraften inom specialhandeln samt bilhandeln och servicestationerna i Borgåregionen enligt kommun år 2006 (A.C. Nielsen Finland Oy och Statistikcentralen).

Andelarna överförd köpkraft i Borgå stad och i Borgåregionen granskat enligt bransch:

	Borgå stad	Borgåregionen
Utrymmeskrävande specialhandel	+26 %	-10 %
Övrig specialhandel	+17 %	-13 %
Bilhandel och servicestationer	+33 %	-5 %

6.3 Utvecklingsutsikterna inom handeln

6.3.1 Allmänna utvecklingstrender

Enligt Miljöministeriets handledning *Handeln i planläggningen* (2004) kommer flyttningsrörelse, åldersstruktur och ökad rörlighet, samt inom dagligvaruhandeln dessutom mindre matlag samt förändringar i matvanor och köpbeteende, också i fortsättningen att vara de mest betydande förändringarna i handelns verksamhetsmiljö. Konsumenternas behov särutvecklas och konsumenterna kräver allt mer av sitt inköpsställe. Butikernas centrala läge är ett viktigt konkurrensmedel för daglig-varuhandeln, men lägets betydelse beräknas de närmaste åren minska i förhållande till prisnivån och utbudet.

Konsumenternas köpbeteende varierar regionalt, enligt konsumentgrupp och situation. Inom specialhandeln anser konsumenterna att sortimentet, möjligheterna att jämföra och en sakkunnig service är viktiga. Inköpen inom specialhandeln kräver besök i flera butiker. Dessa drag håller på att för-stärkas och de förekommer närmast i stadscentrumen, i mångsidiga köp-centrum och i koncentrationer med utrymmeskrävande specialhandel.

Köpcentrumens popularitet som inköpsplatser fortsätter. Städernas centrum och kommuncentrumen bevarar dock sin ställning som fungerande och attraktiva handelsplatser. Supermarketer, vars verksamhet bygger på tillräcklig köpkraft, samt å andra sidan närbutikerna och de moderna närbutikerna/lådbutikerna, som finns nära konsumenterna, kompletterar handelsplatserna när det gäller dagligvaruhandeln. En dylik tudelning av butikstyperna kommer att förstärkas i framtiden. Den elektroniska handeln kommer inte inom en nära framtid att ersätta butiksinköpen i dagligvaru- och specialhandeln, om än den elektroniska handeln inom vissa branscher torde uppnå en relativt betydande andel.

Mätt enligt marknadsandel är hypermarketerna och supermarketerna i dag de mest betydande butikstyperna inom dagligvaruhandeln. Deras betydelse kommer enligt uppskattning också att öka i framtiden (tabell 12). De senaste åren har också utvecklingstrenden inom dagligvaruhandeln varit att grunda nya småbutiker, speciellt i de större stadsregionerna.

Tabell 12. En bedömning om butikstypernas betydelse inom dagligvaruhandeln i framtiden. Bedömningen baserar sig på utvecklingen som har skett (Miljöministeriet 2004).

Handelsform och butikstyp	Betydelsen i framtiden (antal och försäljningsandel)
Hypermarket	Ökar
Supermarket	Ökar
Lågprisbutiker	Ökar
Moderna närbutiker/lådbutiker	Ökar
Trafikbutiker	Ökar
Elektronisk handel	Ökar
Kiosk	Oförändrad
Torghandel	Oförändrad
Kvartersbutik	Minskar
Specialaffär för livsmedel	Minskar
Bybutik	Minskar
Butiksbuss	Minskar
Saluhall	Minskar

Bland annat möjligheterna till söndagsöppet förbättrar verksamhetsförutsättningarna för butiker under 400 m². Denna fördel kan dock i framtiden jämnas ut ifall lagen om öppethållning ändras så att alla dagligvarubutiker får hålla söndagsöppet. Småbutiker under hundra kvadratmeter, som den senaste tiden har ökat i popularitet, kommer också att inverka på butiksnätets utveckling. Fördelen med dessa butiker är den fria öppethållningen, vilket ger en möjlighet att hålla öppet dygnet runt.

Butikskedjor, verksamhetssätt och koncept som snabbt förnyas är nyckelord i specialhandelns utveckling. Drygt två tredjedelar av specialartiklarna (exkl. bilar) köps i dag i centrum, och affärscentrumen kommer också i framtiden att huvudsakligen bevara sin ställning som specialhandelns högborgar. Tillgänglighetens betydelse betonas allt mer i framtiden vid handel med specialvaror som kräver mycket utrymme och affärskedjorna med utrymmeskrävande handel strävar efter att koncentrera butikerna till samma "knippen" (exempelvis bilhandel, möbelhandel, järnhandel och trädgårds-butiker). Projekt med utrymmeskrävande handel kommer att koncentreras till befintliga/nya attraktiva serviceområden – i städernas utkanter vid goda trafikförbindelser, ifall detaljplanerna och tomtutbudet möjliggör det. Nyckelfrågorna är regional gruppering, tillgänglighet och synlighet.

6.3.2 Utvecklingsutsikterna inom handeln i Östra Nyland

Dagligvaruhandeln. Butikstypernas utveckling inom dagligvaruhandeln i Östra Nyland motsvarar i huvuddrag den utveckling som presenteras i tabell 11. Enligt utredningen över handels servicenät i Östra Nyland beräknas hypermarketarnas och supermarketarnas betydelse öka i dagligvaruhandelns struktur. De små butikernas betydelse, deras försäljning och försäljningsyta beräknades bli oförändrad, vilket är positivt med tanke på konsumenternas närservice. Speciellt i glesbygden, men också i Borgå stad, är dock att vänta en minskning av antalet dagligvarubutiker med dålig lönsamhet och/eller att de ersätts med moderna och större butiker.

Butiksnätet med dagligvarubutiker i Borgå stad är i dag rätt så täckande och motsvarar också efterfrågan i den närmaste framtiden. Butiksnätet i Borgå består huvudsakligen av små enheter. Hypermarketarnas och supermarketarnas andel av dagligvaruhandeln är dock för närvarande liten och det är därför sannolikt att butiksnätet de närmaste åren kommer att kompletteras med stora enheter.

Utbudet på dagligvaror är för närvarande bra i Borgå centrum. En eventuell förskjutning av tyngdpunkten inom dagligvaruhandeln till hypermarketer som ligger utanför centrum förorsakar sannolikt ett tryck på att granska verksamhetskoncepten i de nuvarande dagligvarubutikerna i centrum. I centrum skulle det finnas potential för såväl supermarketar som för moderna närbutiker. När befolkningen ökar på de nuvarande och nya bostadsområdena ökar också förutsättningarna för att utvidga de existerande butikerna eller att grunda nya butiker.

Specialhandeln. Borgå centrum och Kungsporten kommer att vara de handelsplatser som växer kraftigast inom specialhandeln. Granskat enligt bransch ökar speciellt betydelsen av handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme och butikerna med brett sortiment. Handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme och butiker med brett sortiment söker sig till trafikmässigt lämpliga lokaliseringsplatser, huvudsakligen utanför centrumområdet. En del av handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme ersätts med moderna handelsplatser med god tillgänglighet. Helt nya aktörer inom handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme, exempelvis Gigantti och Plantagen, håller å andra sidan på att etablera sig i Borgå. För närvarande pågår det på riksnivå, bl.a. genom företagsköp, en kraftig bildning av affärskedjor inom handeln med brett sortiment och deras försäljningsutveckling har varit snabbare än t.ex. hypermarketarnas. Utbudet inom den s.k. centruminriktade specialhandeln kommer att utvecklas mest i Borgå centrum och i nya eventuella hypermarkethelheter i Kungsporten.

Utvecklingsutsikterna för handeln i Borgå är totalt sett goda. Ökad folk mängd och läget nära huvudstadsregionen stärker utvecklingsförutsättningarna.

6.3.3 Kalkylerat behov av tilläggsutrymme för handeln

Ökad köpkraft ger handeln bättre verksamhetsmöjligheter. De nuvarande företagen kan utöka sin försäljning och tillräckliga verksamhetsförutsättningar för nya företag kan uppstå. Det dimensionerade behovet inom handeln beräknades på basis av köpkraftens tillväxt genom att med hjälp av medeltalet för försäljningseffekten (€/m² försäljningsyta) omvandla tillväxten till behov av affärsutrymme.

Uppskattningen av tilläggsbehovet av affärsutrymme baserar sig på följande nyckeltal:

- omvandling av försäljningsytan till våningsyta med koefficienten 1,25
- dagligvaruhandelns försäljningseffektivitet i medeltal 7 000 €/m²fy
- specialhandelns försäljningseffektivitet i medeltal 3 000 €/m²fy
- överdimensionering enligt detaljplanen med koefficienten 1,3

Det beräknade behovet av utrymme beskriver storleksklassen för behovet av tilläggsutrymme i en situation där all köpkraftstillväxt riktas till nyetablering. I praktiken ingår en del av köpkraftens tillväxt i företagets ökade försäljning och endast en del kräver nya affärsutrymmen. Minskad utströmning av köpkraften och avgången i butiksbeståndet ökar å andra sidan behovet av affärsutrymme. Försäljningseffektiviteten är också en central faktor som inverkar på behovet av utrymme. Försäljningseffektiviteten varierar enligt butikstyp och den är högst i stora enheter. Nyetableringens struktur inverkar således också på det slutliga behovet av utrymme.

Vid granskningen av talen nedan är det skäl att komma ihåg att det uppskattade behovet av utrymme är riktgivande och endast anger storleksklassen, inte det exakta behovet av tilläggsutrymme.

Borgå stad. Det kalkylerade behovet av affärsutrymme inom detaljhandeln åren 2006-2025 är sammanlagt ca 112 600 m²vy, varav

- ca 19 400 m²vy för dagligvaruhandel
- ca 19 700 m²vy för handel med utrymmeskrävande specialvaror
- ca 31 100 m²vy för övriga specialhandel
- ca 42 400 m²vy för bilhandel och servicestationer

Affärslokalernas avgång, som har beräknats fortgå på de senaste årens nivå (i Borgå ca 300 m² försäljningsyta/år), har beaktats i beräkningen av behovet av affärsutrymme inom dagligvaruhandeln. I beräkningarna av tilläggsbehovet av affärsutrymme för specialhandeln samt för bilhandeln och servicestationerna har affärslokalernas avgång inte beaktats och det verkliga behovet är därför större än det som har framlagts.

Tabell 13. Kalkylerat tilläggsbehov av affärsutrymme i Borgå stad åren 2006-2025.

	Tilläggsbehov av affärsutrymme i Borgå, m ² vy				Sammanlagt 2006-2025
	2006-2010	2011-2015	2016-2020	2021-2025	
Dagligvaruhandel	4 500	4 900	5 200	4 800	19 400
Utrymmeskr. spec.handel	3 800	4 800	5 500	5 600	19 700
Övrig spec.handel	6 200	7 700	8 600	8 600	31 100
Bilhandel och servicest.	8 200	10 400	11 800	12 000	42 400
Sammanlagt	22 700	27 800	31 100	31 000	112 600

Borgåregionen. Det kalkylerade behovet av tilläggsutrymme inom detaljhandeln åren 2006-2025 är sammanlagt ca 191 500 m²vy, varav

- ca 33 000 m²vy för dagligvaruhandel
- ca 33 300 m²vy för utrymmeskrävande specialhandel
- ca 53 200 m²vy för övrig specialhandel
- ca 72 000 m²vy för bilhandel och servicestationer

Affärslokalernas avgång, som har beräknats fortgå på de senaste årens nivå (i Borgåregionen ca 500 m² försäljningsyta/år), har beaktats i beräkningen av behovet av affärsutrymme inom dagligvaruhandeln. I beräkningarna av tilläggsbehovet av affärsutrymme för specialhandeln samt för bilhandeln och servicestationerna har affärslokalernas avgång inte beaktats och det verkliga behovet är därför större än det som har framlagts.

Tabell 14. Kalkylerat tilläggsbehov av affärsutrymme i Borgåregionen åren 2006-2025.

	Tilläggsbehov av affärsutrymme i Borgåregionen, m ² vy				Sammanlagt 2006-2025
	2006-2010	2011-2015	2016-2020	2021-2025	
Dagligvaruhandel	7 600	8 400	8 700	8 300	33 000
Utrymmeskr. spec.handel	6 400	8 100	9 300	9 500	33 300
Övrig spec.handel	10 500	13 100	14 700	14 900	53 200
Bilhandel och servicest.	13 700	17 600	20 000	20 700	72 000
Sammanlagt	38 200	47 200	52 700	53 400	191 500

Minskad utströmning av köpkraften ökar för sin del behovet av tilläggsutrymme. År 2006 strömmade från Borgåregionen ut ca 14 %, d.v.s. 27 milj. €, av köpkraften inom dagligvaruhandel, ca 10 %, d.v.s. 8 milj. € av köpkraften inom specialhandeln med varor som kräver mycket utrymme, ca 13 %, d.v.s. 20 milj. € av köpkraften inom den övriga specialhandeln och ca 5 %, d.v.s. ca 9 milj. € av köpkraften inom bilhandeln och servicestationer. Om noll ställs som mål för minskad utströmning av köpkraften behövs det beräknat enligt försäljningseffekten i medeltal i Borgåregionen ca 20 000 m²vy nya affärsutrymmen, varav

- ca 4 800 m²vy för dagligvaruhandel
- ca 3 300 m²vy för utrymmeskrävande specialhandel
- ca 8 200 m²vy för övrig specialhandel
- ca 3 700 m²vy för bilhandel och servicestationer

Östra Nyland. Det kalkylerade behovet av tilläggsutrymme inom detaljhandeln åren 2006-2025 är sammanlagt ca 221 200 m²vy, varav

- ca 38 300 m²vy för dagligvaruhandel
- ca 38 400 m²vy för utrymmeskrävande specialhandel
- ca 61 200 m²vy för övrig specialhandel
- ca 83 300 m²vy för bilhandel och servicestationer

Affärslokalernas avgång, som har beräknats fortgå på de senaste årens nivå (i Östra Nyland ca 600 m² försäljningsyta/år), har beaktats i beräkningen av behovet av affärsutrymme inom dagligvaruhandeln. I beräkningarna av tilläggsbehovet av affärsutrymme för specialhandeln samt för bilhandeln och servicestationerna har affärslokalernas avgång inte beaktats och det verkliga behovet är därför större än det som har framlagts. När utströmning av köpkraften från landskapet minskar ökar behovet av affärsutrymme.

Tabell 15. Kalkylerat tilläggsbehov av affärsutrymme i Östra Nyland åren 2006-2025.

	Tilläggsbehov av affärsutrymme i Östra Nyland, m ² vy				Sammanlagt 2006-2025
	2006-2010	2011-2015	2016-2020	2021-2025	
Dagligvaruhandel	8 800	9 700	10 100	9 700	38 300
Utrymmeskr. spec.handel	7 200	9 400	10 700	11 100	38 400
Övrig spec.handel	12 000	15 000	16 900	17 300	61 200
Bilhandel och servicest.	15 700	20 400	23 100	24 100	83 300
Sammanlagt	43 700	54 500	60 800	62 200	221 200

En betydande del av invånarna i Borgåregionen och i hela Östra Nyland anlitar i dag speciellt servicen inom specialhandeln, i Borgå. Det är sannolikt att en stor del av regionens och landskapets köpkraft också i framtiden söker sig till Borgå. Detta beror också på att möjligheterna att etablera ny service i små kommuner med litet befolkningsunderlag är begränsade och serviceutbudet kommer således inte att betydligt utökas från nuvarande. En stor del av affärsutrymmesbehovet i Borgåregionen och i landskapet kommer därför att riktas till Borgå.

6.3.4 De mest betydande, aktuella projekten inom handeln

De flesta aktuella handelsprojekten finns i Borgå stad. Projekten i Borgå stad är också till ytan betydligt större än projekten i Borgåregionens övriga kommuner. Projekten med utrymmeskrävande handel och hypermarketer i Kungsporten, utvidgningen av Robinhood, Lidl och Mikrokulma i Östermalm, Stadshagen och Huktis samt utvidgningen av butiken i Huktis, utvidgningen av Näse S-market och utvecklingsprojektet i Elantos kvarter i Borgå centrum hör till projekt som genomförs efter år 2006 eller är aktuella i Borgå. Projekten i Borgå utökar affärsutrymmet med 116 000 m²vy - 216 000 m²vy beroende på dimensioneringsalternativ.

Enligt intervjuer som har gjorts i samband med utredningen över handelns servicenät i Östra Nyland och denna utredning finns det aktuella projekt i Borgåregionens övriga kommuner, bl.a. utvidgningsprojekt i anslutning till dagligvarubutiker. Deras inverkan på handelns affärsutrymmen i hela regionen är dock liten. Betydande projekt med hänsyn till ytan är affärscentrumprojektet i Östersundom i Sibbo. För närvarande är det dock inte säkert om projektet förverkligas.

De mest betydande interkommunala projekten med tanke på Borgå finns i huvudstadsregionen och speciellt i dess östra delar. Nyligen färdigställda projekt och projekt som för närvarande byggs är bl.a. Prisma i Vik (öppnad 11/2007), utvidgningen av Östra centrum (en Prisma byggs), utvidgningen av Jumbo (bl.a. ett spa och ett hotell byggs), utvidgningen av Kauppakeskus Columbus, ett affärscentrum i Håkansböle, ett projekt med utrymmeskrävande handel i Porttipuisto och hypermarketcentrumet i Björkby (Östra Nylands förbund 2004 och Vanda stad 2006).

7 KONSEKVENSBEDÖMNING

7.1 Granskade alternativ

I konsekvensbedömningen granskades tre alternativ med olika dimensionering. Alternativen är:

Alternativ 1 "maximialternativet" (216 000 m²vy)

- Kungsporten (165 000 m²vy)
 - nuvarande detaljplaner (80 % av byggrätten förverkligas)
 - tre hypermarketer (2 i samma och 1 i en separat byggnad)
 - utrymmeskrävande specialhandel (nya detaljplaner)
- Östermalm/Stadshagen/Huktis (39 500 m²vy)
 - Robinhood, Lidl, utvidgningen av Mikrokulma, utvidgningen av butiken i Huktis
 - planreserv (60 % av byggrätten, varav 60 % är utrymmeskrävande specialhandel)
 - en ny stor detaljhandelsenhet
- Centrum/Västra åstranden (11 500 m²vy)
 - Utvidgningen av S-market i Näse
 - Elantos kvarter
 - övrig planreserv (centrum och Västra åstranden)

Alternativ 2 "måttfull tillbyggnad" (168 000 m²vy)

- Kungsporten (117 000 m²vy)
 - de nuvarande detaljplanerna (80 % av byggrätten förverkligas)
 - två hypermarketer i en byggnad
 - utrymmeskrävande specialhandel (nya detaljplaner)
- Östermalm/Stadshagen/Huktis (39 500 m²vy)
 - Robinhood, Lidl, utvidgningen av Mikrokulma, utvidgningen av butiken i Huktis
 - planreserv (60 % av byggrätten, varav 60 % är utrymmeskrävande specialhandel)
 - en ny stor detaljhandelsenhet
- Centrum/Västra åstranden (11 500 m²vy)
 - Utvidgningen av S-market i Näse
 - Elantos kvarter
 - övrig planreserv (centrum och Västra åstranden)

Alternativ 0 "de nuvarande detaljplanerna genomförs" (116 000 m²vy)

- Kungsporten (73 000 m²vy)
 - de nuvarande detaljplanerna (80 % av byggrätten förverkligas)
- Östermalm/Stadshagen/Huktis (31 500 m²vy)
 - Robinhood, Lidl, utvidgningen av Mikrokulma, utvidgningen av butiken i Huktis
 - planreserv (60 % av byggrätten, varav 60 % är utrymmeskrävande specialhandel)
- Centrum/Västra åstranden (11 500 m²vy)
 - Utvidgningen av S-market i Näse
 - Elantos kvarter
 - övrig planreserv (centrum och Västra åstranden)

Ifall hypermarketerna som etableras i Kungsporten är hypermarketcentrum placeras där förutom den egentliga hypermarketen också kompletterande butiker samt kafé- och restaurangservice och annan kommersiell service. Den egentliga hypermarketens yta fördelar sig på butiksytor för handel med dagligvaror och bruksvaror.

Ett teoretiskt exempel på genomförandet och butiksyntans fördelning i Kungsportens hypermarkethelheter framgår av bilderna nedan. I praktiken finns det många utbyggnadsalternativ. Totaldimensioneringen och exempelvis de kompletterande butikernas dimensionering kan definieras i planbestämmelserna. Butiken utarbetar för sin del noggrannare genomförandeplaner (bl.a. fördelningen av butiksyntan mellan dagligvaror och bruksvaror).

Utgångspunkten för konsekvensbedömningen i alternativ 1 är att tre hypermarketer placeras i Kungsporten, varav två i samma och en i en separat byggnad. Våningsytan i en hypermarkethelhet (dagligvaror, bruksvaror och kompletterande butiker) är ca 14 000 m²vy.

ALTERNATIV 1		
Hypermarkethelhet 1		
dagligvaror ca 3 000 m ² vy	bruksvaror ca 7 000 m ² vy	kompletterande butiker och service ca 4 000 m ² vy
Hypermarkethelhet 2		
dagligvaror ca 3 000 m ² vy	bruksvaror ca 7 000 m ² vy	kompletterande butiker och service ca 4 000 m ² vy
Hypermarkethelhet 3		
dagligvaror ca 3 000 m ² vy	bruksvaror ca 7 000 m ² vy	kompletterande butiker och service ca 4 000 m ² vy

Bild 20. Ett exempel på utförandet och butiksyntans fördelning i Kungsportens hypermarkethelheter enligt alternativ 1.

Utgångspunkten för konsekvensbedömningen i alternativ 2 är att två hypermarketer placeras i Kungsporten. De kompletterande butikernas yta har antagits vara mindre än i alternativ 1. Våningsytan i en hypermarkethelhet (dagligvaror, bruksvaror och kompletterande butiker) är ca 12 000 m²vy.

ALTERNATIV 2		
Hypermarkethelhet 1		
dagligvaror ca 3 000 m ² vy	bruksvaror ca 7 000 m ² vy	kompletterande butiker och service ca 2 000 m ² vy
Hypermarkethelhet 2		
dagligvaror ca 3 000 m ² vy	bruksvaror ca 7 000 m ² vy	kompletterande butiker och service ca 2 000 m ² vy

Bild 21. Ett exempel på utförandet och butiksyntans fördelning i Kungsportens hypermarkethelheter enligt alternativ 2.

Kungsporten och Estbacka – bedömning av kommersiella konsekvenser

Uppgifterna om ytor och på basis av dem gjorda bedömningar om försäljningsytor och försäljning som har använts som grund för bedömningen framgår av tabell 16. Eftersom det inte till alla delar finns uppgifter om branscherna har försäljningen beräknats genom att använda medeltalen för försäljningseffektivitet inom dagligvaruhandeln och specialhandeln.

Grunduppgifterna har beräknats utgående från följande nyckeltal:

- omvandling av våningsytan till försäljningsyta med koefficienten 0,80
- dagligvaruhandels försäljningseffektivitet i en hypermarket är 9 000 €/m²fy och i övriga dagligvarubutiker 7 000 €/m²fy
- försäljningseffektiviteten inom specialhandeln är 3 000 €/m²fy

I alternativ 1 byggs 216 000 m²vy våningsyta. Försäljningsytan är 172 000 m²fy och den uppskattade försäljningen 585 milj. €. I alternativ 2 byggs 168 000 m²vyvåningsyta, försäljningsytan är 134 000 m²fy och den uppskattade försäljningen 455 milj. €. I alternativ 0 byggs 116 000 m²vy våningsyta. Försäljningsytan är 93 000 m²fy och den uppskattade försäljningen 294 milj. €.

Tabell 16. Grunduppgifter om alternativen (Borgå stad, intervjuer med handeldns representanter och konsultens bedömning).

	Sammanlagt	Daglig- varuhandel	Utrymmes- krävande handel	Övrig special- handel
VÅNINGSYTA, m²vy				
ALTERNATIV 1 "Maximalalternativet"	216 000	16 000	138 700	61 300
- Kungsporten	165 000	9 000	118 000	38 000
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	39 500	5 200	20 000	14 300
- Centrum / Västra åstranden	11 500	1 800	700	9 000
ALTERNATIV 2 "Måttfull tillbyggnad"	168 000	13 000	108 700	46 300
- Kungsporten	117 000	6 000	88 000	23 000
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	39 500	5 200	20 000	14 300
- Centrum / Västra åstranden	11 500	1 800	700	9 000
0-ALTERNATIVET "De nuvarande detaljplanerna genomförs"	116 000	4 500	88 700	22 800
- Kungsporten	73 000	0	68 000	5 000
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	31 500	2 700	20 000	8 800
- Centrum / Västra åstranden	11 500	1 800	700	9 000
FÖRSÄLJNINGSYTA, m²fy				
ALTERNATIV 1 "Maximalalternativet"	172 000	12 600	110 900	48 500
- Kungsporten	132 000	7 200	94 400	30 400
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	31 000	4 000	16 000	11 000
- Centrum / Västra åstranden	9 000	1 400	500	7 100
ALTERNATIV 2 "Måttfull tillbyggnad"	134 000	10 400	87 000	36 600
- Kungsporten	94 000	5 000	70 500	18 500
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	31 000	4 000	16 000	11 000
- Centrum / Västra åstranden	9 000	1 400	500	7 100
0-ALTERNATIVET "De nuvarande detaljplanerna genomförs"	93 000	3 400	71 500	18 100
- Kungsporten	59 000	0	55 000	4 000
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	25 000	2 000	16 000	7 000
- Centrum / Västra åstranden	9 000	1 400	500	7 100
UPPSKATTAD FÖRSÄLJNING, milj. €				
ALTERNATIV 1 "Maximalalternativet"	585	105	333	147
- Kungsporten	439	65	283	91
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	112	30	48	34
- Centrum / Västra åstranden	34	10	2	22
ALTERNATIV 2 "Måttfull tillbyggnad"	455	83	261	111
- Kungsporten	309	43	211	55
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	112	30	48	34
- Centrum / Västra åstranden	34	10	2	22
0-ALTERNATIVET "De nuvarande detaljplanerna genomförs"	294	26	213	55
- Kungsporten	175	0	163	12
- Östermalm / Stadshagen / Huktis	85	16	48	21
- Centrum / Västra åstranden	34	10	2	22

7.2 Konsekvensbedömning

7.2.1 Utökad affärsutrymme enligt bransch och område

I slutet av år 2007 hade den kommersiella servicen i Borgå sammanlagt ca 156 500 m²vy till förfogande. Projekten som har genomförts åren 2006-2007, och vilkas yta är sammanlagt ca 44 600 m²vy, har inlemmats i dimensioneringen av alternativen. Den utökade totala ytan jämfört med situationen i slutet av år 2007 är således i alternativ 1 ca 171 400 m²vy, i alternativ 2 ca 123 400 m²vy och i 0-alternativet ca 71 400 m²vy.

Granskat enligt bransch ökar speciellt ytan för utrymmeskrävande specialhandel betydligt i samtliga alternativ. I alternativ 1 ökar ytan för utrymmeskrävande specialhandel med ca 101 000 m²vy jämfört med situationen i slutet av år 2007, i alternativ 2 med ca 71 000 m²vy och i 0-alternativet med ca 51 000 m²vy. Ytan för den övriga specialhandeln ökar i alternativ 1 med ca 59 000 m²vy jämfört med i slutet av år 2007, i alternativ 2 med ca 44 000 m²vy och i 0-alternativet med ca 20 400 m²vy. Ytan för dagligvaruhandel ökar i alternativ 1 med ca 11 400 m²vy och i alternativ 2 med ca 8 400 m²vy. I 0-alternativet ökar ytan för dagligvaruhandel inte.

Granskat enligt område ökar ytan i alla alternativ mest i Kungsportens område. I alternativ 1 ökar ytan i Kungsporten med ca 135 900 m²vy, i alternativ 2 med ca 87 900 m²vy och i 0-alternativet med ca 43 900 m²vy, jämfört med situationen i slutet av år 2007.

7.2.2 Nya affärsbyggnader i förhållande till behovet

Genom att granska köpkraftens tillväxt och tilläggsbehovet av affärsutrymme som har beräknats utgående från tillväxten, kan storleken på den marknadstillväxt som den nya affärsbyggnationen delar på illustreras.

En beräkning av detaljhandelns behov av affärsutrymme åren 2006-2025 i Borgå, Borgåregionen och Östra Nyland framgår av punkt 6.3.3. Behovet av affärsutrymme inom hela detaljhandeln, med beaktande av butiksvavgången, är ca 112 600 m²vy i Borgå stad, ca 191 500 m²vy i Borgåregionen och ca 221 200 m²vy i hela Östra Nyland. Butiksvavgången inom specialhandeln ingår inte i behovet av affärsutrymme och det verkliga utrymmesbehovet är således större än vad som har framlagts. Minskad utströmning av köpkraften ökar behovet av affärsutrymme.

Dagligvaruhandelns yta ökar i alternativ 1 (inklusive genomförda och planerade projekt) med ca 16 000 m²vy, i alternativ 2 med ca 13 000 m²vy och i 0-alternativet med ca 4 500 m²vy. Borgå stads egna invånares ökade köpkraft åren 2006-2025 och behovet av större affärsutrymme inklusive butiksvavgången räcker i samtliga alternativ till för att täcka den utökade affärsytan inom dagligvaruhandeln.

Handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme samt bilhandeln och servicestationerna. Ytan ökar i alternativ 1 (inklusive genomförda och planerade projekt) med ca 138 700 m²vy, i alternativ 2 med ca 108 700 m²vy och i 0-alternativet med ca 88 700 m²vy. Den större ytan för utrymmeskrävande specialhandel samt för bilhandeln och servicestationerna överskrider i samtliga alternativ köpkraftens tillväxt och tilläggsbehovet av affärsutrymme i Borgå stad åren 2006-2025. I praktiken saknar det betydelse eftersom de genomförda och planerade handelsprojekten i Borgå är regionala projekt och de betjänar invånarna i hela Borgåregionen och delvis i hela landskapet.

Det kalkylerade tilläggsbehovet av affärsutrymme inom den utrymmeskrävande specialhandeln samt inom bilhandeln och service-stationerna, inklusive tilläggsutrymmet som köpkraftens minskade utströmning kräver, räcker på regionnivå till för att täcka de större ytorna i 0-alternativet och i alternativ 2. De större ytorna för utrymmeskrävande specialhandeln samt för bilhandeln och servicestationerna enligt alternativ 1 överskrider köpkraftens tillväxt och tilläggsbehovet av affärsyta såväl i Borgå som i Östra Nyland. Ifall samtliga projekt med utrymmeskrävande specialhandel förverkligas enligt alternativ 1 behövs köpkraft från grannlandskapen.

Övrig specialhandel. Ytan ökar i alternativ 1 (inklusive genomförda och planerade projekt) med ca 61 300 m²vy, i alternativ 2 med ca 46 300 m²vy och i 0-alternativet med ca 22 800 m²vy. Borgå stads egna invånares ökade köpkraft och tilläggsbehovet av affärsutrymme åren 2006-2025 räcker till för att täcka den större affärsytan i 0-alternativet, men inte den större affärsytan i alternativen 1 och 2. De övriga genomförda och planerade projekten inom den övriga specialhandeln i Borgå är regionala projekt och betjänar invånarna i hela Borgåregionen och delvis i hela landskapet. Köpkraftens tillväxt och behovet av affärsyta i Borgåregionen åren 2006-2025 räcker i samtliga alternativ till för att täcka den utökade ytan inom specialhandeln.

7.2.3 Verksamhets- och utvecklingsförutsättningar

Eftersom de genomförda och planerade projekten inom handeln i Borgå stad är regionala projekt och delvis projekt på landskapsnivå, är det ändamålsenligt att jämföra det större affärsutrymmet i olika alternativ med behovet av affärsutrymme i Borgåregionen. Att Borgå i egenskap av landskapscentrum i dag och sannolikt också i framtiden drar kunder från hela regionen och landskapet, varvid också största delen av de övriga kommunernas behov av affärsutrymme riktas till Borgå, stöder också för sin del denna granskning.

Köpkraftens tillväxt och tilläggsbehovet av affärsutrymme i Borgåregionen åren 2006-2025 räcker bra till för att helt täcka de större ytorna enligt 0-alternativet och alternativ 2 och möjliggör större ytor också i regionens övriga kommuner. I och med att alternativen genomförs är sålunda inga betydande skadliga konsekvenser att vänta för de existerande butikernas verksamhetsförutsättningar och det är osannolikt att butiker vare sig i Borgå eller i Borgåregionen måste upphöra med sin verksamhet.

Den större ytan enligt alternativ 1 överskrider behovet av affärsutrymme i Borgåregionen inom den utrymmeskrävande specialhandeln samt inom bilhandeln och servicestationerna och använder nästan helt behovet av affärsutrymme inom den övriga specialhandeln. Utbyggnad av affärsutrymmena för utrymmeskrävande specialhandel i sin helhet före år 2025 enligt alternativ 1 kommer sannolikt att försämra verksamhetsförutsättningarna för de existerande butikerna med specialvaror som kräver mycket utrymme. Inga betydande skadliga konsekvenser är att vänta för verksamhetsförutsättningarna inom den övriga specialhandeln, men i praktiken blir det svårare att förverkliga nya projekt i regionens övriga kommuner.

Trots att ökad köpkraft gör det möjligt att förstora affärsutrymmena inverkar etableringen av nya butiker särskilt på konkurrensläget på kort sikt alltid. Företag som verkar på lönsamhetsgränsen och speciellt de som verkar under den utsätts kraftigast för eventuella negativa konsekvenser av skärpt konkurrens. Den nya affärsbyggnationens fördelning på utrymmeskrävande specialhandel och övriga specialhandel inverkar också väsentligt på konkurrenskonstellationen inom specialhandeln.

Ett förändrat konkurrensläge betyder inte alltid, inte heller automatiskt, negativa konsekvenser för de existerande butikernas verksamhetsförutsättningar. Det är sannolikt att detaljhandelns servicenät i Borgå i alla fall förnyas. Små dagligvarubutiker med dålig lönsamhet och som verkar i gamla affärslokaler upphör eller förnyar sina verksamhetskoncept och söker sig till nya lokaliseringsplatser. Inom specialhandeln söker speciellt den utrymmeskrävande specialhandeln nya lokaliseringsplatser med bra tillgänglighet utanför centrum. De nya handelsprojekten gör då förnyelse-utvecklingen snabbare och erbjuder Borgåföretagen, och i en vidare omfattning också regionens och landskapets företag, ersättande lokaliseringsplatser.

Konsekvenser för dagligvaruhandeln i Borgå och i Borgåregionen

År 2006 fanns det i Borgå tre dagligvarubutiker med dålig verksamhetsförutsättning. Allt som allt är försäljningseffekten inom dagligvaruhandeln i Borgå och i hela Borgåregionen i dag anmärkningsvärt hög i förhållande till medelnivån i hela landet. Detta påvisar att dagligvaruhandelns yta är underdimensionerad i förhållande till efterfrågan och att konkurrens saknas.

Med beaktande av den höga försäljningseffektiviteten samt köpkraftens tillväxt och behovet av affärsutrymme i Borgå och i hela regionen kommer den förstörade ytan inom dagligvaruhandeln inte att leda till att dagligvarubutiker måste stänga vare sig i Borgå eller i Borgåregionen. Om butikerna upphör med sin verksamhet är orsaken normal utveckling och struktur-omvandling eller annan orsak.

Eftersom det alltid inverkar på konkurrensläget när nya butiker öppnas är det skäl att bygga Kungsportens hypermarketer i etapper, så att eventuella skadliga konsekvenser förebyggs, exempelvis genom att två hypermarketer byggs genast och en eventuell tredje hypermarket i ett senare skede (2018-2020).

Konsekvenser för specialhandeln i Borgå och i Borgåregionen

Förutom den nya affärsbyggnationens fördelning på utrymmeskrävande specialhandel och övriga specialhandel inverkar också dimensioneringen väsentligt på konkurrenskonstellationen inom specialhandeln.

En omfattande lokalisering av centruminriktad specialhandel i Kungsporten och Östermalm kan försämra verksamhets- och utvecklingsförutsättningarna för specialaffärerna i Borgå centrum. De eventuella skadliga konsekvenserna är naturligtvis störst i alternativ 1, där dimensioneringen av övrig specialhandel är störst i Kungsporten och Östermalm.

Tilläggsbehovet av affärsutrymme i Borgåregionen åren 2006-2025 räcker också till för att täcka den förstörade ytan för den övriga specialhandeln i alternativ 1 och därför är inga betydande skadliga konsekvenser heller att vänta för dess verksamhetsförutsättningar. I praktiken betyder det dock att nästan hela tilläggsbehovet av affärsutrymme i Borgåregionen förverkligas i Borgå stad. Å andra sidan kan det konstateras att beroende på litet befolkningsunderlag i regionens kommuner, med undantag av Sibbo, sannolikt inte heller i större utsträckning grundas nya specialaffärer och målet är att bevara den existerande serviceutrustningen.

Dimensioneringen av utrymmeskrävande specialhandel enligt alternativ 1 överskrider behovet av affärsutrymme för utrymmeskrävande specialhandel i Borgåregionen åren 2006-2025. Affärsbyggnationen för utrymmeskrävande specialhandel som förverkligas i helhet enligt alternativ 1 före år 2025 kommer således sannolikt att försämra verksamhetsförutsättningarna för de existerande affärerna med specialvaror som kräver mycket utrymme. I praktiken torde dock en del av den planerade ytan för utrymmeskrävande specialhandel inte förverkligas eller förverkligas först efter år 2025.

För att förebygga eventuella skadliga konsekvenser är det viktigt att de nya affärsbyggnaderna byggs i etapper. En längre utbyggnadstid ger de existerande butikerna bättre möjligheter att anpassa sin verksamhet till det nya konkurrensläget. Eventuella skadliga konsekvenser lindras också när det kommersiella utbudet i Borgå ökar i och med den nya affärsbyggnationen och Borgå lockar flera kunder från ett allt större område såväl till de nya som till de nuvarande butikerna.

7.2.4 Serviceutbudets utveckling och köpkraftsöverföring

Konsekvenserna i Borgå stad

Dagligvaruhandelns och specialhandelns serviceutbud i Borgå kompletteras och blir betydligt mångsidigare i alternativ 1 och 2. Serviceutbudet inom specialhandeln blir också mångsidigare i 0-alternativet, men dagligvaruhandeln i 0-alternativet motsvarar inte Borgå stads egna invånares efterfrågan och ger inte heller tillräckliga möjligheter att förbättra dagligvaruhandelns serviceutbud. Dagligvaruhandelns attraktion i Borgå försvagas sannolikt i 0-alternativet jämfört med utbudet idag. I alternativen 1 och 2 förstärks den kommersiella attraktionen i Borgå, vilket för sin del lockar förutom flere kunder också nya affärsfunktioner till Borgå. Attraktionen i Borgå förstärks speciellt i förhållande till de konkurrerande affärskoncentrationerna (Kotka och huvudstadsregionen).

Många av dem som bor i Borgå sköter i dag ärenden speciellt i affärscentrumen i huvudstadsregionen. Det krävs en ständig förnyelse av handeln i Borgå för att svara på handelns attraktion i huvudstadsregionen. Affärsbyggnationen i Kungsporten, Borgå centrum och Östermalm stöder för sin del denna utveckling. Kunderna har i allt större utsträckning vant sig vid att sköta sina ärenden i mångsidiga kommersiella koncentrationer och kommer också i framtiden att göra så. När de nya hypermarketarnas och den utrymmeskrävande handelns utbud ökar blir åtminstone en del av köpkraften som nu strömmar till huvudstadsregionen kvar i Borgå.

Konsekvenserna i Borgåregionen

Dagligvaruhandelns och specialhandelns serviceutbud i Borgå kompletteras och blir betydligt mångsidigare i alternativen 1 och 2. Eftersom invånarna i Borgåregionen anlitar servicen inom dagligvaruhandeln och specialhandeln i Borgå, betyder ett bättre serviceutbud i Borgå mångsidigare service också för invånarna i Borgåregionen. Eftersom köpkraftens tillväxt i regionen möjliggör ny affärsbyggnation är det sannolikt att serviceutbudet i Borgåregionens övriga kommuner bevaras och att det kompletterar serviceutbudet i Borgå.

I 0-alternativet sker det inga betydande förändringar när det gäller överföringen av regionens köpkraft. En försämring av den kommersiella attraktionen i Borgå kan inom dagligvaruhandeln visserligen för sin del öka köpkraftens utströmning från Borgåregionen till huvudstadsregionen och till andra affärskoncentrationer. I alternativen 1 och 2 utvidgas det kommersiella influensområdet i Borgå och köpkraften strömmar till Borgå från ett allt större område. På regionnivå minskar köpkraftens utströmning från Borgåregionen eller kan till och med bli positiv. Köpkraftens överföring från Borgåregionen övriga kommuner till Borgå fortsätter. Det är sannolikt att en del av den köpkraft som i dag strömmar ut från Borgåregionen till huvudstadsregionen börjar i och med ett större serviceutbud i Borgå strömma till Borgå.

7.2.5 Tillgängligheten till service

Tillgängligheten till handelsservice kan studeras både som ett fysiskt fenomen (avstånd till affären) och som upplevd tillgänglighet, vilket beskrivs det mer flerdimensionerat än enbart som avstånd. Upplevd tillgänglighet kan definieras som den upplevda mödan när ett hushåll skaffar sina varor. Om varuinköpen kräver stor möda är tillgängligheten dålig, och motsvarande om mödan är liten är tillgängligheten god (Spåre och Pulkkinen 1997).

Tillgänglighetsgranskningen fokuseras vanligen på dagligvaruhandeln och den fysiska tillgängligheten. Inom specialhandeln är den fysiska tillgängligheten till servicen inte på samma sätt central som inom dagligvaruhandeln, eftersom man inte lika ofta besöker specialaffärer. Ett mångsidigt utbud och möjligheterna att jämföra är viktigare än fysisk tillgänglighet.

Konsekvenser för tillgängligheten inom dagligvaruhandeln i Borgå och i regionen

Dagligvaruhandelns serviceutbud i Borgå blir betydligt bättre och mångsidigare i alternativen 1 och 2. Detta betyder att den upplevda tillgängligheten blir bättre såväl för dem som bor i näromgivningen som för dem som kommer från regionen eller landskapet längre ifrån för att sköta ärenden. Den fysiska tillgängligheten blir också bättre för dem som bor i Borgå och i Borgå regionen när ärendena kan skötas på närmare håll i Kungsporten istället för eller parallellt i huvudstadsregionens hypermarketer.

I utredningen över handels servicenät i Östra Nyland utreddes lokaliseringen av nya handelsplatser i förhållande till bosättningen med en GIS-analys genom att bilda tillgänglighetszoner med en, fem och tio kilometers radier kring de granskade handelsplatsernas lokaliseringsområden och räkna antalet invånare inom zonerna.

Enligt granskningen bodde år 2003 sammanlagt 1200 personer inom en kilometers radie, 27 800 personer inom en fem kilometers radie och 39 000 personer inom en 10 kilometers radie kring Kungsporten. Inom en kilometers radie från Borgå centrum bodde 5 200 personer, inom en fem kilometers radie 31 600 personer och inom en 10 kilometers radie 38 400 personer. Östermalm granskades inte, men man kan anta att invånar-mängden inom Östermalms tillgänglighetszoner är nästan den samma som i Borgå centrum.

Butikerna i Borgå centrum och i Östermalm fungerar som närbutiker för en betydligt större invånarmängd än butikerna i Kungsporten. Lokaliseringen av butikerna till Borgå centrum och Östermalm möjliggör en lätt tillgänglighet med alla färdssätt. Förutom med bil går det också att sköta ärendena till fots, med cykel eller med buss. Trafikframkomligheten och bristen på parkeringsplatser såväl i Borgå centrum som i Östermalm utgör ett problem när resorna till butikerna görs med personbil. Trafik- och parkeringsregleringar-nas funktion är en betydande faktor när tillgängligheten i Borgå centrum och Östermalm förbättras och den kommersiella attraktionen på så sätt tryggas.

Lokaliseringen av butikerna till Kungsporten baserar sig på en bra trafik-tillgänglighet med personbil. Ärendena kan också skötas med buss, men kollektivtrafiklösningarna bestämmer då tillgänglighetsnivån: rutter, håll-platser och turintervall bör planeras så att de också betjänar dem som sköter sina ärenden i Kungsporten. Gång- och cykeltrafikförbindelserna kan också förbättras, men serviceresorna exempelvis från Borgå centrum blir långa. Trots att avståndet endast är två kilometer är inköpsresan tur och retur alltför lång för att regelbundet göra den till fots eller med cykel. Butikerna i Kungsporten kan inte på samma sätt som butikerna i centrum och Östermalm betraktas som närbutiker.

Köpkraftens tillväxt i dagligvaruhandeln och tilläggsbehovet av affärsutrymme i Borgå och Borgåregionen räcker till för att täcka dagligvaruhandelns förstörade yta enligt de olika alternativen. Inga betydande skadliga konsekvenser för de existerande butikernas verksamhets-förutsättningar är därför att vänta i och med de nya projekten. Ifall närbutiker skulle dras in sker det sannolikt utan att nya butiker etableras. Någon indragning av när-servicen på bostadsområdena är sålunda inte att vänta och en bra tillgänglighet till service bevaras också här.

Konsekvenser för tillgängligheten inom specialhandeln i Borgå och i Borgåregionen

Specialhandelns serviceutbud i Borgå förbättras och blir betydligt mångsidigare i samtliga alternativ som granskas. Det betyder att den upplevda tillgängligheten blir bättre såväl för dem som bor i näromgivningen som för dem som kommer från regionen eller landskapet längre ifrån för att sköta ärenden. Den fysiska tillgängligheten blir bättre för dem som bor i Borgå och i Borgåregionen när ärendena kan skötas på närmare håll i Kungsporten, Borgå centrum och Östermalm istället för eller parallellt i huvudstadsregionens hypermarketer.

I Kungsporten etableras huvudsakligen handel med specialvaror som kräver mycket utrymme. Såväl borgåborna som regionens och landskapets invånare kommer nästan enbart med personbil till Kungsporten. Lokaliseringen av Kungsportens butiker bygger således på en bra trafik-tillgänglighet med personbil. Trafiktillgängligheten är ypperlig för dem som kommer från olika delar av Borgå stad och från hela Borgåregionen och landskapet för att sköta ärenden i Kungsporten. Tillgängligheten i Östermalm och speciellt i Borgå centrum är bra förutom med personbil också med buss, till fots och med cykel. Trafikframkomligheten och bristen på parkeringsplatser såväl i Borgå centrum som i Östermalm utgör ett problem när resorna till butikerna görs med personbil.

7.2.6 Trafikmässiga konsekvenser

Goda trafikförbindelser med personbil betonas vid lokaliseringen av hypermarketer och utrymmeskrävande specialhandel och lokaliseringsplatserna söks vanligen i trafiknätets knutpunkter, t.ex. nära anslutningar till huvudvägar. Utgångspunkten är då att kunderna gör inköpsresan nästan enbart med personbil. Kungsporten är en typisk handelsplats som bygger på det trafikmässiga läget.

Enligt Ramboll Oy:s trafikgranskning av Kungsporten ökar trafiken i området betydligt i och med att Kungsporten byggs. Lokaliseringen av hypermarketer och utrymmeskrävande specialhandel i Kungsporten ökar trafiken på trafiklederna i Kungsportens näromgivning, speciellt under eftermiddagens rusningstrafik och på lördagarna. Det totala trafikarbetet ökar nödvändigtvis inte i samma förhållande, eftersom en del av inköpsresorna görs i samband med arbetspendling eller andra resor. Det utökade serviceutbudet i Borgå minskar å andra sidan borgåbornas och Borgåregionens invånares behov att resa till huvudstadsregionen, vilket för sin del också minskar det totala trafikarbetet.

Lokaliseringen av hypermarketer och utrymmeskrävande specialhandel i Kungsporten förutsätter att trafikregleringarna i området utvecklas kraftigt. Utan utvecklingsåtgärder uppstår betydande trafikköer, vilket också stör den övriga trafiken. I trafikgranskningen av Kungsporten har trafikbelastningen i området granskats med alternativa utbyggnadsmodeller för trafiknätet.

För att trygga trafikframkomligheten krävs det att Ryttnästargatan, som går via Kungsportens handelsområde, förlängs över motorvägen till Helsingforsvägen samt att Ryttnästargatan byggs om till en gata med fyra körfält. Ryttnästargatans och motorvägens ramper underlättar trafiknätets belastning och matar trafik från gatunätet. Ramperna underlättar speciellt belastningen på Helsingforsvägen när trafiken på Helsingforsvägen börjar använda motorvägen. Belastningen minskar också i Mäntsälavägens anslutning och i Harabacka planskilda anslutning.

7.2.7 Utvecklingen av Borgå centrum

Den kommersiella servicen i Kungsporten och i Östermalm kompletterar utbudet i Borgå centrum men utgör inget hot mot utvecklingen av centrum om affärsutrymmets dimensionering inte är för stor och/eller det lokaliseras för många sådana branscher och funktioner som konkurrerar med centrum. Dimensioneringen av specialhandeln i Kungsporten och i Östermalm, och hur affärsutrymmena för specialhandeln fördelas mellan utrymmeskrävande och annan specialhandel, har en central betydelse för utvecklingen av Borgå centrum.

Ifall affärsbyggandet sker enligt alternativ 2 eller 0-alternativet är inga negativa konsekvenser att vänta för utvecklingen av Borgå centrum. Ett affärsbyggande enligt alternativ 1 har heller inga negativa konsekvenser om det sker under en tillräckligt låg tidsperiod. 0-alternativet stärker å andra sidan nödvändigtvis inte heller utvecklingsförutsättningarna för centrum, trots att dimensioneringen av affärsutrymmena i Kungsporten och Östermalm är mindre än i alternativen 1 och 2. Staden, företagarna, fastighetsägarna och övriga aktörer måste oberoende av den nya affärsbyggnationens dimensionering trots allt sörja för en kontinuerlig utveckling av centrum.

Utbyggnad av Kungsporten flyttar i samtliga granskade alternativ tyngdpunkten inom handeln i Borgå till områdena vid motorvägen. När Kungsportens kommersiella attraktion förstärks lockar det sannolikt också flera aktörer inom handeln till området. Detta har också sin inverkan på centrum, eftersom en del av dem kan vara butiker eller serviceföretag som i dag verkar i Borgå centrum. En större affärsytan enligt maximidimensioneringen i Kungsporten kan på kort sikt leda till att förnyelser och byggande av affärer i Borgå centrum lämnas delvis eller helt ogenomförda, vilket allt mer ökar centrumaffärernas intresse att flytta. Alla konsekvenser för utvecklingen av centrum är inte negativa. Ifall t.ex. enheter inom handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme eventuellt flyttar från centrum till Kungsporten blir lokaler lediga för verksamhet som bättre lämpar sig i centrum.

Den kommersiella attraktionen och livskraften i Borgå centrum och i Gamla stan i Borgå är beroende av utbudets mångsidighet när det gäller tjänster inom specialhandeln samt inom kommersiell verksamhet och kultur. En omfattande lokalisering av centruminriktad specialhandel till Kungsporten och Östermalm kan hota utvecklingen av centrum. Även många andra faktorer såsom trafik- och parkeringsarrangemangen, den fysiska miljön samt butikernas attraktion och öppethållning inverkar å andra sidan också på utvecklingen av centrum. De nya projekten stärker den kommersiella attraktionen i Borgå och lockar nya kunder till staden, vilket lindrar eventuella skadliga konsekvenser. En del av kunderna gör sina inköp förutom i Kungsporten också i butikerna i centrum och anlitar centrum-servicen, vilket gör att också deras kundmängder ökar.

Eventuella skadliga konsekvenser kan också förebyggas genom att i planbestämmelserna definiera dimensioneringen av och tidpunkten för ny affärsbyggnad i Kungsporten och i Östermalm samt genom att dimensionera den centruminriktade specialhandeln.

7.2.8 Utvecklingen av övriga handelskoncentrationer i Borgå

Tillgänglighetens betydelse och regional koncentration har de senaste åren varit en utvecklingstrend inom handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme. Ifall markanvändningsplaneringen gör det möjligt placeras projekt med utrymmeskrävande handel på existerande eller nya attraktiva serviceområden med bra trafik tillgänglighet.

Kungsporten fyller utmärkt den utrymmeskrävande specialhandelns krav och erbjuder företagen en konkurrenskraftig och attraktiv handelsplats. Östermalm lämpar sig också för handel med specialvaror som kräver mycket utrymme, men läget avses från huvudlederna och ett trafikmässigt trångt område begränsar området utveckling för utrymmeskrävande handel.

Dimensioneringen i alternativ 1 av den utrymmeskrävande specialhandeln i Kungsporten betyder sannolikt att de företag som söker en lokaliseringsplats i Borgå stannar för Kungsporten, som är ett nytt område och ett attraktivare alternativ än Östermalm när det gäller såväl läget som tillgängligheten.

7.2.9 Närservicens utveckling på bostadsområdena i Borgå

Borgå har två starka närservicecentrum, Vårberga och Gammelbacka. I bägge finns dagligvarubutiks-, kiosk-, apoteks-, bank- och restaurang-service. Det stora befolkningsunderlaget i Vårberga och Gammelbacka skapar goda förutsättningar för att även i framtiden bevara och utveckla den kommersiella servicen. Dagligvarubutiker finns dessutom i Huktis, Estbacka, Kerko, Hammars, Emsalö, Hindhår och Pellinge.

Konsekvenserna för närservicecentrumens utveckling och bostadsområdenas närservice uppstår huvudsakligen via dagligvaruhandeln. Butiksnätet med dagligvarubutiker i Borgå är i dag rätt så täckande och består huvudsakligen av små enheter. En komplettering av butiksnätet med hypermarketer kompletterar nätet med dagligvarubutiker i Borgå och erbjuder flera servicealternativ. Konsekvenserna för närservicen är små, eftersom närbutikernas verksamhet bygger på lokal efterfrågan och redan i dag fungerar som butiker för kompletterande inköp.

I 0-alternativet sker det inga betydande förändringar inom dagligvaruhandeln och alternativet har heller inga betydande konsekvenser för bostadsområdenas närservice. I alternativen 1 och 2 är det också osannolikt att verksamhetsförutsättningarna för butikerna i närservicecentrumen skulle försämrats. Trots att ytan inom dagligvaruhandeln ökar betydligt i bägge alternativen förorsakar det inga skadliga konsekvenser, eftersom en större efterfrågan räcker till för att öka dagligvaruhandelns försäljning. Det gammalmodiga köpcentrumet kan betraktas som ett hot i Gammelbacka. För att trygga handelns verksamhets- och utvecklingsförutsättningarna krävs det att lokalerna i Gammelbacka köpcentrum moderniseras.

7.2.10 Sysselsättningseffekter

Byggandet av nya affärsutrymmen betyder i alternativ 1 grovt uppskattat en ca 260 miljoner euros investering i husbyggnad, i alternativ 2 en ca 200 miljoner euros investering och i 0-alternativet en ca 140 miljoner euros investering, när 1 200 €/m²vy används som genomsnitts byggnadskostnad. Enligt insats-produktkoefficienterna ger investeringen enligt alternativ 1 en direkt sysselsättningseffekt på ca 2 000 årsverk inom byggnadsbranschen. I alternativ 2 är den direkta sysselsättningseffekten 1 600 årsverk och i 0-alternativet 1 100 årsverk. Sysselsättningseffekten fördelar sig på hela byggnadstiden.

Sysselsättningseffekten i verksamhetsskedet framträder som ökat antal arbetsplatser inom handeln. Enligt genomsnitts nyckeltal inom handeln sysselsätter butikerna som etableras i den nya affärsbyggnationen enligt alternativ 1 grovt uppskattat årligen ca 2 000 personer, enligt alternativ 2 ca 1 600 personer och i 0-alternativet ca 1 000 personer. En del av arbets-tagarna är heltidsanställda och en del deltidsanställda. Eftersom en del av de nya funktionerna sannolikt kommer från andra håll inom influensområdet är den uppskattade nettosysselsättningseffekten mindre.

7.3 Jämförelse av alternativen och sammandrag

7.3.1 Jämförelse av alternativen

Ett sammandrag av de centralaste konsekvenserna i olika alternativ framgår av tabell en nedan.

Tabell 17. Jämförelse av alternativen.

	Alternativ 1	Alternativ 2	0-alternativ
Utökad yta enligt område och bransch	Affärsutrymmet ökar med ca 171 400 m ² vy jämfört med situationen vid utgången av år 2007. Kungsportens ställning i förhållande till centrum och Östermalm blir betydligt starkare. Hypermarketerna avlägsnar dagligvaruhandelns underdimensionering.	Affärsutrymmet ökar med ca 123 400 m ² vy jämfört med situationen vid utgången av år 2007. Kungsportens ställning i förhållande till centrum och Östermalm blir starkare. Hypermarketerna fyller dagligvaruhandelns underdimensionering.	Affärsutrymmet ökar med ca 71 400 m ² vy jämfört med situationen vid utgången av år 2007. Ytorna i Kungsporten, centrum och Östermalm är av samma storleksklass. Dagligvaruhandelns underdimensionering kvarstår.
Större yta i förhållande till behovet av affärsutrymme	Köpkraftens tillväxt och tilläggsbehovet av affärsutrymme i Borgåregionen räcker till för att täcka behovet av utökad affärsutrymme inom dagligvaruhandeln till ca år 2013 och behovet av större affärsutrymme inom den övriga specialhandeln till ca år 2025. Ett större affärsutrymme inom den utrymmeskrävande specialhandeln överskrider det kalkylerade behovet av affärsutrymme i Borgåregionen åren 2006-2025.	Köpkraftens tillväxt och tilläggsbehovet av affärsutrymme i Borgåregionen räcker till för att täcka behovet av större affärsutrymme inom dagligvaruhandeln till ca år 2011, ett större affärsutrymme inom den utrymmeskrävande handeln till ca 2024 och inom den övriga specialhandeln till ca år 2020.	Köpkraftens tillväxt och tilläggsbehovet av affärsutrymme i Borgåregionen räcker genast till för att täcka behovet av större affärsutrymme inom dagligvaruhandeln, ett större affärsutrymme inom den utrymmeskrävande handeln till ca 2021 och inom den övriga specialhandeln till ca år 2016.
Verksamhets- och utvecklingsförutsättningarna inom handeln	Inga betydande negativa konsekvenser för dagligvaruhandelns verksamhetsförutsättningar vare sig i Borgå eller i Borgåregionen. Affärsbyggnationen för den utrymmeskrävande handeln är överdimensionerad i förhållande till efterfrågan. Förutsättningen för att hindra skadliga konsekvenser är att affärsutrymmet delvis byggs efter år 2025. Affärsbyggnationen inom den övriga specialhandeln utnyttjar nästan hela behovet av affärsutrymme åren 2006-2025, varvid genomförandet av projekt inom den övriga specialhandeln försvåras i de övriga kommunerna.	Inga betydande negativa konsekvenser för dagligvaruhandelns, den utrymmeskrävande specialhandeln och den övriga specialhandeln verksamhetsförutsättningar i Borgå. Verksamhetsförutsättningarna för handeln bevaras också i Borgåregionens övriga centrum.	Inga betydande negativa konsekvenser för dagligvaruhandelns, den utrymmeskrävande specialhandeln och den övriga specialhandeln verksamhetsförutsättningar i Borgå. Verksamhetsförutsättningarna för handeln bevaras också i Borgåregionens övriga centrum.

Kungsporten och Estbacka – bedömning av kommersiella konsekvenser

	Alternativ 1	Alternativ 2	0-alternativet
Serviceutbudets utveckling och överföringar av köpkraft	<p>Serviceutbudet förbättras betydligt och den kommersiella attraktionen i Borgå förstärks.</p> <p>Det kommersiella influensområdet i Borgå blir större och köpkraften kommer från ett allt större område till Borgå. Överföringen av köpkraften från andra kommuner till Borgå ökar.</p> <p>Utströmningen av köpkraft till huvudstadsregionen minskar.</p>	<p>Serviceutbudet förbättras betydligt och den kommersiella attraktionen i Borgå förstärks.</p> <p>Det kommersiella influensområdet i Borgå blir större och köpkraften kommer från ett allt större område till Borgå. Överföringen av köpkraften från andra kommuner till Borgå ökar.</p> <p>Utströmningen av köpkraft till huvudstadsregionen minskar.</p>	<p>Serviceutbudet inom specialhandeln blir bättre, men inte inom dagligvaruhandeln. Den kommersiella attraktionen inom specialhandeln i Borgå förstärks, men kan inom dagligvaruhandeln t.o.m. försvagas.</p> <p>Inga betydande konsekvenser för köpkraftens överföring inom specialhandeln.</p> <p>Utströmningen av köpkraften från staden och regionen fortsätter.</p>
Tillgängligheten till service	<p>När serviceutbudet blir större förbättras den upplevda tillgängligheten i Borgå och i Borgåregionen.</p> <p>Avstånden till service blir kortare, när inköpen istället för och parallellt med huvudstadsregionen kan skötas i Borgå.</p>	<p>När serviceutbudet blir större förbättras den upplevda tillgängligheten i Borgå och i Borgåregionen.</p> <p>Avstånden till service blir kortare, när inköpen istället för och parallellt med huvudstadsregionen kan skötas i Borgå.</p>	<p>När serviceutbudet blir större förbättras den upplevda tillgängligheten i Borgå och i Borgåregionen.</p> <p>Avstånden till specialhandeln blir kortare, när inköpen istället för och parallellt med huvudstadsregionen kan skötas i Borgå.</p> <p>Inom dagligvaruhandeln fortsätter inköpen i de stora enheterna i huvudstadsregionen.</p>
Konsekvenser för trafiken	<p>Affärsfunktionerna i Kungsporten ökar trafiken och belastar trafiknätet i närområdet.</p> <p>Om inga åtgärder vidtas bildas trafikköer som även förorsakar problem för den övriga servicetrafiken.</p>	<p>Affärsfunktionerna i Kungsporten ökar trafiken och belastar trafiknätet i närområdet.</p> <p>Om inga åtgärder vidtas bildas trafikköer som även förorsakar problem för den övriga servicetrafiken.</p>	<p>Affärsfunktionerna i Kungsporten ökar trafiken och belastar trafiknätet i närområdet.</p> <p>Om inga åtgärder vidtas bildas trafikköer som även förorsakar problem för den övriga servicetrafiken.</p>
Utvecklingen av Borgå centrum	<p>Utbyggnad av Kungsporten till ett område med utrymmeskrävande handel och hypermarketer kompletterar serviceutbudet i centrum.</p> <p>En starkare kommersiell attraktion i Borgå skapar också förutsättningar för utvecklingen av centrum.</p> <p>En del av butikerna i centrum flyttar eventuellt till Kungsporten.</p>	<p>Utbyggnad av Kungsporten till ett område med utrymmeskrävande handel och hypermarketer kompletterar serviceutbudet i centrum.</p> <p>En starkare kommersiell attraktion i Borgå skapar också förutsättningar för utvecklingen av centrum.</p> <p>En del av butikerna i centrum flyttar eventuellt till Kungsporten.</p>	<p>Utbudet inom den utrymmeskrävande handeln i Kungsporten kompletterar serviceutbudet i centrum.</p> <p>Utvecklingsförutsättningarna i centrum blir oförändrade.</p> <p>En del av butikerna i centrum flyttar eventuellt till Kungsporten.</p>

	Alternativ 1	Alternativ 2	0-alternativet
Utvecklingen i övriga handelskoncentrationer	Intresset för Östermalm som ett område för utrymmeskrävande handel minskar. Östermalm utvecklas närmast som ett område med butiker ett brett sortiment. Hur påverkas imagen och attraktionen i hela Borgå?	Intresset för Östermalm som ett område för utrymmeskrävande handel minskar. Östermalm utvecklas närmast som ett område med butiker ett brett sortiment. Hur påverkas imagen och attraktionen i hela Borgå?	Östermalm intresserar även som ett område med utrymmeskrävande handel.
Närservicens utveckling på bostadsområdena	Den nuvarande servicen kommer sannolikt att bevaras. Köpcentrumets omoderna lokaler kan utgöra ett hot mot servicens utveckling i Gammelbacka.	Den nuvarande servicen kommer sannolikt att bevaras. Köpcentrumets omoderna lokaler kan utgöra ett hot mot servicens utveckling i Gammelbacka.	Den nuvarande servicen kommer sannolikt att bevaras. Köpcentrumets omoderna lokaler kan utgöra ett hot mot servicens utveckling i Gammelbacka.
Sysselsättningseffekter	I byggnadsskedet ca 2000 personer och i verksamhetskedet ca 2000 personer.	I byggnadsskedet ca 1600 personer och i verksamhetskedet ca 1600 personer.	I byggnadsskedet ca 1100 personer och i verksamhetskedet ca 1000 personer.

7.3.2 Sammandrag

Servicevärdet förnyas

Den kommersiella servicen i Borgåregionen är i dag koncentrerad till Borgå stads område. Dagligvaruhandelns butiksnät i Borgåregionen består huvudsakligen av små enheter, trots att den allmänna utvecklingstrenden har varit allt större butiker. En större försäljningseffektivitet inom dagligvaruhandeln i Borgå och Borgåregionen är ett annat centralt särdrag, vilket beskriver att ytan är underdimensionerad i förhållande till efterfrågan. Dagligvaruhandeln i Borgå har koncentrerats till centrumområdet. Utbudet i centrum kompletterar närbutiksnätet på bostadsområdena och i regionens kommuncentrum. Nätet är i dag rätt så täckande. I framtiden kommer sannolikt dåligt tillgängliga butiker med dålig lönsamhet att minska och ersättas med större och moderna butiker. I Borgåregionens kommuncentrum finns det ett bas-serviceutbud inom dagligvaruhandeln som också i framtiden kommer att bevaras.

Specialhandeln är starkare koncentrerad till Borgå än dagligvaruhandeln. De mest betydande områdena med specialhandel är Borgå centrum, Östermalm och Kungsporten. Från nästan hela landskapet anlitas specialhandelns service i Borgå. Utbudet på specialvaror i Borgåregionens kommuncentrum är rätt så smalt och betjänar en ganska liten kundkrets. Det är dock sannolikt att specialhandelns utbud i kommuncentrumen kommer att bevaras också i framtiden. De nuvarande handelskoncentrationerna i Borgå är lokaliseringsplatser för den kraftigast växande specialhandeln: centrum, Kungsporten och Östermalm. Den utrymmeskrävande handeln söker trafikmässigt bra och synliga lokaliseringsplatser, vilket speciellt Kungsporten kan erbjuda. En del av de existerande butikerna med utrymmeskrävande varor ersätts med moderna och allt större affärslokaler. Helt nya aktörer inom handeln med specialvaror som kräver mycket utrymme håller å andra sidan på att etablera sig i Borgå. Utbudet på den s.k. centruminriktade specialhandeln kommer att utvecklas mest i Borgå centrum och i Kungsportens hypermarketer.

Efterfråga råder på ny service

I Borgå stad, Borgåregionen och i hela Östra Nylands landskap är befolkningstillväxten kraftigare än befolkningstillväxten i hela landet. Befolkningstillväxten tillsammans med en ökad konsumtion betyder också större köpkraft. Köpkraften inom detaljhandeln beräknas åren 2006-2025 öka i Borgå stad med ca 223 milj. €, i Borgåregionen med ca 381 milj. € och i Östra Nyland med ca 437 milj. €. När beslut fattas om utvecklingsprojekt inom handeln är det skäl att förutom köpkraftens tillväxt också beakta att ca 64 milj. € av köpkraften inom den nuvarande detaljhandeln i Borgåregionen strömmar ut. Av den utströmmande köpkraften är 40 % dagligvaruhandelns köpkraft.

Större köpkraft och mindre utströmning av köpkraften gör det möjligt att utveckla verksamheten inom handeln, vilket betyder ett större behov av affärsutrymme. Det kalkylerade tilläggsbehovet av affärsutrymmen inom detaljhandeln i Borgå stad (dagligvaruhandeln, utrymmeskrävande specialhandel, bilhandel och servicestationer samt övrig specialhandel) åren 2006-2025, inklusive butiksavgången inom dagligvaruhandeln, är av storleksklassen 112 000 m²vy. I Borgåregionen är tilläggsbehovet att affärsutrymme, inklusive butiksavgången inom dagligvaruhandeln och köpkraftens utströmning, ca 211 000 m²vy. Eftersom handeln i Borgåregionen i dag är kraftigt koncentrerad till landskapscentrumet Borgå, riktas också det största behovet av affärsutrymme till Borgå.

Genom att bygga nya affärslokaler svarar man på en efterfrågan som ökar och förändras. I framtiden särutvecklas konsumenternas behov och konsumenterna kräver allt mer av sitt inköpsställe. Prisnivåns och utbudets betydelse ökar hela tiden och inköpen riktas till sådana butiker som bäst uppfyller dessa förutsättningar.

De existerande och planerade affärsbyggnaderna motsvarar efterfrågan...

Cirka 44 600 m²vy affärsutrymme har åren 2006-2007 byggts i Borgå. Handeln förfogade i slutet av år 2007 över ca 156 500 m²vy. Största delen av affärsutrymmena har de senaste åren byggts i Kungsporten. S-markets utvidgning i Näse samt Robinhood, Lidl, Mikrokulmas utvidgning och utvidgningen av butiken i Huktis är projekt som har förverkligats i Östermalm, Stadshagen och Huktis. Kungsportens hypermarkethelheter och projekten med handel med specialvaror som kräver mycket utrymme, en stor detaljhandelsenhet och handel med varor som kräver mycket utrymme i Östermalm och utvecklingen av Elantos kvarter i centrum samt övriga projekt inom specialhandeln är projekt som för närvarande planeras. Affärsutrymmet ökar jämfört med i dag med 71 400 m²vy – 171 400 m²vy, beroende på dimensioneringen.

Genomförandet av handelsprojekten stärker de nuvarande handelskoncentrationerna i Borgå stad. De nya handelsplatserna erbjuder företagen konkurrenskraftiga lokaliseringsplatser med en bra trafik tillgänglighet. För de företag som etablerar sig i området är det också med tanke på verksamhetsförutsättningarna viktigt att planläggningen möjliggör en tillräcklig och flexibel affärsbyggnation, samt på lång sikt möjligheter att utvidga. Med tanke på stark attraktion i Kungsporten, centrum och Östermalm är trafik- och parkeringsregleringarna viktiga, eftersom de förbättrar tillgängligheten.

...och stärker den kommersiella attraktionen i Borgå

I och med den nya affärsbyggnationen kompletteras detaljhandelns utbud och blir betydligt mångsidigare, vilket stärker den kommersiella attraktionen i Borgå. Attraktionen stärks speciellt i förhållande till konkurrerande handelskoncentrationer, Kotka och huvudstadsregionen. När attraktionen blir starkare utvidgas det kommersiella influensområdet kring Borgå och köp-kraft strömmar från ett allt större område till Borgå.

Ur stadens synpunkt är det viktigt att bemästra helheten. Särskilt viktigt är det att förtäta servicenätet. De stora enheterna med utrymmeskrävande specialhandel och hypermarketerna bör koncentreras till Kungsporten. Östermalm lämpar sig också för mindre enheter med utrymmeskrävande specialhandel samt för butiker med brett sortiment. Centrumområdet bör utvecklas till en lokaliseringsplats för centruminriktad specialhandel samt för kommersiell, kulturell och offentlig service. Närservicen i de övriga stadscentrumen och på bostadsområdena kompletterar servicenätet.

Konkurrenssituationen förändras – etappindelning möjliggör anpassning

Den ökade köpkraften i Borgåregionen och tilläggsbehovet av affärsutrymme räcker till för att täcka den större ytan i Kungsportens hypermarketer, handelsprojekten i centrum samt vid största delen av den utrymmes-krävande handeln och övriga specialhandeln i Kungsporten och Östermalm. De nya affärslokalerna har sålunda inga betydande skadliga konsekvenser för de nuvarande butikernas verksamhetsförutsättningar vare sig i Borgå eller i Borgåregionens övriga kommuner.

Ifall den nya affärsbyggnationen förverkligas i helhet på kort tid skärps konkurrensen inom handeln och verksamhets- och utvecklingsförutsättningarna för de existerande butikerna kan försämrats. De skadliga konsekvenserna av den skärpta konkurrensen berör kraftigast de butiker som verkar på gränsen av lönsamhet eller under den. Inom dagligvaruhandeln i Borgåregionen fanns det år 2006 endast tre butiker med svaga verksamhetsförutsättningar. Försäljningseffektiviteten inom dagligvaruhandeln i Borgå och Borgåregionen är totalt sett för närvarande hög, vilket beskriver underdimensionerad yta inom dagligvaruhandeln och brist på konkurrens. Det är sålunda sannolikt att nya affärslokaler och skärpt konkurrens inte försämrar de existerande butikernas verksamhetsförutsättningar och inga butiksstängningar är att vänta.

Fördelningen av affärsbyggnationen mellan s.k. centruminriktad handel och utrymmeskrävande specialhandel inverkar väsentligt på konkurrenskonstellationen inom specialhandeln. En omfattande etablering av centruminriktad specialhandel i Kungsporten och i Östermalm kan försämrats verksamhetsförutsättningarna särskilt för specialbutikerna i Borgå centrum. Konsekvenserna för specialhandeln i de övriga kommuncentrumen skulle sannolikt vara rätt så små.

Skärpt konkurrens innebär inte alltid negativa konsekvenser. Det är sannolikt att detaljhandelns servicenät i varje fall förnyas i Borgå. Dagligvarubutiker med dålig lönsamhet eller som verkar i gamla lokaler stänger eller söker nya lokaliseringsplatser. Inom specialhandeln söker sig speciellt den utrymmeskrävande handeln nya lokaliseringsplatser som skall ersätta de nuvarande, delvis otillgängliga och trånga butiksplatserna. De nya handelsplatserna erbjuder då de existerande butikerna ersättande och attraktiva platser.

Trots att ökad köpkraft och behovet av affärsutrymme möjliggör ny affärsbyggnation påverkar öppnandet av nya butiker alltid konkurrenssituationen, åtminstone på kort sikt. Skadliga konsekvenser av en skärpt konkurrens kan förhindras genom att bygga affärslokaler i etapper. En längre utbyggnadstid ger de existerande butikerna bättre möjligheter att anpassa sin verksamhet till den nya konkurrenssituationen. Eventuella skadliga konsekvenser lindras också i någon mån av att den kommersiella attraktionen i Borgå förstärks i och med de nya projekten som ökar den inströmmande köpkraften till Borgåregionen.

Tillgängligheten till kommersiell service blir bättre

Serviceutbudet inom detaljhandeln blir betydligt bättre och mångsidigare i Borgå stad och i hela Borgåregionen i och med den nya affärsbyggnationen. Det betyder att både den fysiska och den upplevda tillgängligheten blir bättre såväl för dem som bor i näromgivningen som för dem som kommer från regionen eller landskapet längre ifrån för att sköta ärenden. Eftersom handeln redan i dag är koncentrerad till Borgå och många från regionens kommuner sköter sina ärenden i Borgå, har den nya affärsbyggnationen ingen betydande inverkan vare sig på resans längd eller på butikernas fysiska tillgänglighet. För dem som sköter sina ärenden i huvudstadsregionen blir avståndet kortare när ärendena kan skötas i Borgå i stället för eller parallellt i huvudstadsregionen.

Kungsportens trafik tillgänglighet med personbil är god. Man kan också resa med buss för att sköta ärenden men kollektivtrafiklösningarna bestämmer då tillgänglighetsnivån: rutter, hållplatser och turintervall bör planeras så att de också betjänar dem som gör sina inköp i de nya butikerna. Gång- och cykelvägsförbindelserna bör också förbättras så att ärendena kan skötas så smidigt som möjligt till fots eller med cykel.

Trafiklösningarna förbättrar tillgängligheten i Kungsporten

Lokaliseringen av hypermarketer och projekt med utrymmeskrävande specialhandel i Kungsporten ökar trafiken betydligt på trafiklederna i områdets närmaste omgivning. Utan utvecklingsåtgärder i trafikinätet bildas trafikköer, vilka förorsakar problem för den övriga servicetrafiken.

För att trygga trafikframkomligheten krävs det att Ryttnästargatan, som går via Kungsportens handelsområde, förlängs över motorvägen till Helsingforsvägen samt att Ryttnästargatan byggs om till en gata med fyra körfält. Ryttnästargatans och motorvägens ramper underlättar belastningen i trafikinätet speciellt på Helsingforsvägen när trafiken på Helsingforsvägen börjar använda motorvägen. Belastningen minskar också i Mäntsälavägens anslutning och i Harabacka planskilda anslutning.

Nya projekt stöder utvecklingen av Borgå centrum

Utbyggnad av Kungsporten till ett område med utrymmeskrävande specialhandel och hypermarketer stöder och kompletterar serviceutbudet i Borgå centrum. De nya projekten stärker den kommersiella attraktionen i Borgå, vilket också förbättrar utvecklingsförutsättningarna i centrum. I och med de nya projekten flyttas tyngdpunkten inom handeln mer än i dag till Kungsporten. Detta är dock inget hot mot utvecklingen av centrum, ifall dimensioneringen av Kungsporten inte är alltför stor och inte för många verksamheter som konkurrerar med centrum lokaliseras till området. Staden, företagen, fastighetsägarna och övriga aktörer måste oberoende av den nya affärsbyggnationens dimensionering trots allt sörja för en kontinuerlig utveckling av centrum.

Utrymmeskrävande handel och hypermarketer lämpar sig bra i Kungsporten. Det är sannolikt att en del av funktionerna som lokaliseras till Kungsporten kommer att flytta till området från centrum. Med hänsyn till utvecklingen av centrum är det dock snarare en möjlighet än ett hot om speciellt enheter med utrymmeskrävande handel flyttar bort från centrum. Det friställs då lokaler som bättre lämpar sig för verksamheter i centrum, exempelvis centruminriktad specialhandel, centrumvaruhus och kommersiell service. Där- emot kan en omfattande lokalisering av centruminriktad specialhandel till Kungsporten utgöra ett hot mot utvecklingen av Borgå centrum. Även många andra faktorer såsom fungerande trafik- och parkeringsarrangemang, trivsamt miljö samt butikernas attraktion och öppethållning inverkar å andra sidan också på utvecklingen av centrum.

Byggandet och de nya butikerna ger arbetsplatser

Den nya affärsbyggnationen alstrar, beroende på byggnadsmängden, en direkt sysselsättningseffekt på 1000 – 2000 årsverk. Sysselsättningseffekten fördelar sig på hela byggnadstiden. I verksamhetsskedet sysselsätter den nya butikerna 1000 – 2000 personer per år inom handelsbranschen.

8 ÅTGÄRDSFÖRSLAG

8.1 Affärsområdenas profiler och arbetsfördelning

Centrum, Kungsporten och Östermalm kommer att vara de viktigaste handelskoncentrationerna i Borgå. Med hänsyn till handelns verksamhets- och utvecklingsförutsättningar och en därigenom starkare kommersiell attraktion i Borgå är det ändamålsenligt att koncentrera den nya affärs-byggnationen till dessa områden. Närservicen på bostadsområdena kompletterar utbudet i dessa handelskoncentrationer.

På basis av en analys av handelns nuläge och dess utvecklingsutsikter samt enligt konsekvensbedömningen har följande profiler utformats för handelsområdena:

- Kungsporten: ett område för handel med specialvaror som kräver mycket utrymme och för hypermarketer (stora enheter)
- Östermalm: ett område för affärer med brett sortiment och för handel med specialvaror som kräver mycket utrymme
- Centrum: ett område för centruminriktad specialhandel och små specialaffärer, centrumvaruhus samt för kommersiell service och kulturservice (små/medelstora enheter)
- Bostadsområdena: närservice, närmast dagligvarubutiker

8.2 Kungsportens kommersiella koncept

Kungsportens styrkor och svagheter

Handelsområdets styrkor i Kungsporten är: läget med hänsyn till trafiken och tillgänglighet, synlighet, ett starkt kommersiellt koncept, starka lokomotivföretag, nyheten (den första handelskoncentrationen i Östra Nyland) samt ett läge tillräckligt långt från huvudstadsregionen (konkurrerar inte med affärscentrumen i huvudstadsregionen). De planerade hypermarketerarnas läge "längst bak", ifall överfartsbron på motorvägen och vägförbindelsen till Helsingforsvägen inte byggs, kan betraktas som en svaghet.

Arbetsfördelningen mellan Kungsporten och centrum

Målet bör vara att såväl Borgå centrums som Kungsportens ställning som handelsplats förstärks. Detta förutsätter att Kungsporten och centrum utvecklas så att de kompletterar varandras serviceutbud. De branscher och aktörer som kommer till området skall så lite som möjligt konkurrera med varandra.

Det krävs ett mångsidigt serviceutbud med specialhandel (små specialaffärer, centrumvaruhus etc.) samt kommersiell service, kulturservice och offentlig service för att Borgå centrum skall vara en attraktiv och levande handelsplats. Speciellt för dessa verksamheter bör framgångsförutsättningar skapas i centrum. Kungsporten kompletterar utbudet i centrum med utrymmeskrävande specialhandel och hypermarketer. Centruminriktad specialhandel skall med eftertanke placeras i Kungsporten.

Kungsportens totaldimensionering

I de nuvarande detaljplanerna har sammanlagt ca 91 000 m²vy byggrätt anvisats i Kungsporten, varav ca 45 000 m²vy i dag har byggts, håller på att byggas eller har reserverats. Byggrätten på de obebyggda tomterna är 19 000 m²vy. På de tomer som har byggts, håller på att byggas eller har reserverats finns det sålunda ca 27 000 m²vy möjligheter att utvidga,

Den ändamålsenliga dimensioneringen av Kungsporten kan på grov nivå utvärderas på basis av resultaten från konsekvensbedömningen. Affärsbyggnationen i alternativ 1 är överdimensionerad speciellt när det gäller den utrymmeskrävande specialhandeln i förhållande till efterfrågan i Borgåregionen. 0-alternativet ger däremot inte tillräckliga möjligheter att utveckla serviceutbudet. Totaldimensioneringen (ca 120 000 m²vy) av Kungsporten enligt alternativ 2 ger sålunda de bästa möjligheterna att utveckla den kommersiella servicen i Kungsporten och i hela Borgå. Alternativet försämrar inte heller möjligheterna att utveckla handeln i Borgåregionens övriga kommuner.

Dimensioneringen av hypermarketerna i Kungsporten enligt alternativ 2 är sammanlagt 24 000 m²vy, vilket möjliggör att en eller två hypermarketer byggs åren 2008-2012. Marknadstillväxten fram till år 2025 möjliggör i princip även en större dimensionering och att flera hypermarketer byggs, ifall alla inte byggs samtidigt. Dimensioneringen av den utrymmeskrävande specialhandeln i Kungsporten är i alternativ 2 ca 90 000 m²vy, varav ca 30 000 m²vy hade byggts i slutet av år 2007 och ca 13 000 m²vy höll på att byggas eller var reserverade.

Med hänsyn till handelns verksamhetsförutsättningar är det viktigt att med planläggning bereda möjlighet att bygga tillräckliga och flexibla affärsbyggnader och möjligheter att utvidga även på lång sikt. Samtliga handelsfunktionerna i Kungsporten bör koncentreras till samma sektor. Kungsportens slutliga dimensionering och affärsutrymmenas fördelning på olika branscher preciseras i en mer detaljerad planering, som staden och aktörerna inom handeln gör i samarbete.

Branscher som lämpar sig i Kungsporten och enheternas storlek

Serviceutbudet i Borgå centrum och i Östermalm samt situationen gällande efterfrågan och utbud i Borgå och i Borgåregionen skall beaktas i Kungsportens branschammansättning. Kungsporten lämpar sig tack vare det trafikmässiga läget bra som lokaliseringsplats för hypermarketer och handel med specialvaror som kräver mycket utrymme.

Hypermarketerna kompletterar dagligvaruhandelns butiksnät i Borgåregionen och gör tillsammans med den utrymmeskrävande specialhandel serviceutbudet i Borgåregionen mångsidigare. I den utrymmeskrävande handeln i Borgå och i Borgåregionen är köpkraftens överföring negativ inom hemelektronikhandeln och möbelhandeln. Efterfrågan inom dessa branscher beräknas också öka i framtiden och lämpar sig därför särskilt bra i Kungsporten.

Kungsporten är en lämplig lokaliseringsplats för stora enheter, som på grund av verksamhetens karaktär inte är ändamålsenliga att placera i Borgå centrum.

Utvecklingen med hänsyn till turismen

Kungsporten betjänar förutom dem som bor i Borgå och i Borgåregionen såväl dem som använder motorvägen som turister. För att utnyttja turisternas köpkraft bör en turistinfo placeras i Kungsporten, där turisterna informeras om serviceutbudet i hela Borgåregionen. Det är också viktigt att marknadsföra och distribuera information om utbudet i Borgå centrum och på så sätt också locka kunder till butikerna i centrum.

Övrig utveckling

Med tanke på verksamhetsförutsättningarna för Kungsportens nuvarande och nya företag är det viktigt att trygga fungerande trafik- och parkeringsregleringar. Trafikframkomligheten kan främjas och olägenheterna av den ökade trafiken kan minskas genom att bygga en bro över motorvägen och en gatuförbindelse till Helsingforsvägen. Ramper till motorvägen minskar trafikbelastningen på trafiklederna i Kungsportens närområde, speciellt på Helsingforsvägen och Mäntsälavägen. De interna trafikregleringarna i Kungsporten förbättras genom att bygga Ryttmästargatan till en gata med fyra körfält.

Styrning och etappindelning vid genomförande

Utbyggnaden av Kungsporten kan vid behov styras genom att i planbestämmelserna definiera affärsbyggnationens totaldimensionering och tidsanpassning samt dimensionera den centruminriktade specialhandeln. Det är dock viktigt att komma ihåg att planläggningen stöder handelns verksamhetsförutsättningar. Lönsam affärsverksamhet är en förutsättning för ett attraktivt område i Kungsporten och därigenom också för att bevara och stärka Borgås kommersiella ställning. Planläggningen skall möjliggöra tillräckliga och flexibla affärsbyggnader, samt ge möjligheter på lång sikt att utvidga.

Etappindelningen för utbyggnad av Kungsporten kunde exempelvis vara:

- utbyggnad före år 2010 av de nuvarande projekten med utrymmeskrävande handel
- utbyggnad av hypermarketerna före år 2010/2013. I praktiken kan detaljplanläggningen för hypermarketerna och den tekniska planeringen inledas omedelbart, så att projekten kan genomföras när landskapsplanen vunnit laga kraft. En eventuell tredje hypermarket kan byggas senare enligt efterfrågan.
- utvidgningsområdet (-områdena) för handel med specialvaror som kräver mycket utrymme enligt efterfrågan delvis efter år 2025.

8.3 Kommersiell utveckling av Borgå centrum

En mångsidig kommersiell service, kulturen och traditionerna, bra tillgänglighet samt en trivsam miljö i mänsklig skala betonas är konkurrensfaktorer som betonas i Borgå centrum. Centrala utvecklings-åtgärder som stärker konkurrensförmågan och den kommersiella attraktionen i centrum är:

- uppdatering och omedelbart genomförande av planen "Porvoon kävely-painotteisen keskusta-alueen kehittäminen" som blev färdig år 2003.
- beslut om trafik- och parkeringsregleringar
- minskad tung trafik i hela centrumområdet, varvid också Mannerheimgatan kunde utvecklas till en attraktiv handelsplats
- flera parkeringsplatser: parkeringshuset byggs på Elantos tomt, även andra lösningar bör undersökas.
- utveckling av centrum till en levande helhet (torget, gågator, promenadbetonade områden, uterum, parker, trivsam miljö, handel och övrig service)
- större affärsutrymmen i centrum: de bästa platserna blir affärslokaler, de övriga affärsfunktionerna/servicen kan t.o.m. ligga längre bort från centrum. Planläggningen skall säkerställa att affärslokalerna i centrum förblir affärsutrymmen och att lokalerna på 1 våningen i nya byggnader reserveras för affärer.

- evenemang anordnas och större hotellkapacitet för att öka antalet turister
- ett mångsidigare kommersiellt utbud.

Det kommersiella utbudet i centrum kan göras mångsidigare med bl.a. följande åtgärder:

- de nuvarande funktionerna/kvarteren byggs om: Sokos, Affärscentrum Lundi, Citymarket
- ett nytt affärscentrum, ett centrumvaruhus
- lokomotiv och affärskedjor inom den nationella specialhandeln
- små specialbutiker; blommor, tyg, delikatess, hälsa etc.
- förutom affärer är kommersiell service, restauranger, kulturservice och offentlig service centrala utbud i centrum.

Staden, företagarna, fastighetsägarna och övriga aktörer bör enskilt eller tillsammans satsa på utvecklingen av centrum

8.4 Närservicen tryggas på bostadsområdena

Det är främst områdets karaktär som inverkar på förändringarna i serviceutbudet på bostadsområdena. På tätt bebyggda, flervåningshusdominerade bostadsområden är butikernas verksamhetsförutsättningar bättre än i glest bebyggda, småhusdominerade områden. Närservicen har totalt sett fått en starkare roll de senaste åren. Nya butiker har etablerats och nya koncept har utvecklats för närservicen. Verksamhetsförutsättningarna för bostadsområdenas närservice kan tryggas genom att:

- planlägga nya bostadsområden med ett tillräckligt stort befolkningsunderlag,
- förtäta och komplettera existerande bostadsområden,
- koncentrera olika tjänster (offentliga och kommersiella),
- placera handelsplatsen i omedelbar närhet av "infarten" till området.

I Borgå har Vårberga, Huktis och Gammelbacka ett tillräckligt stort befolkningsunderlag. Den lokala efterfrågan ger förutsättningar för att bevara och utveckla närservicen. De nya bostadsområdena vid östra omfartsvägen stöder också bevarandet av den befintliga servicen och skapar möjligheter för ny närservice. Trots att befolkningsunderlaget räcker till för att bevara och utveckla servicen kan köpcentrumets omoderna lokaler i Gammelbacka betraktas som ett hot. Genom att modernisera lokalerna förbättras verksamhetsförutsättningarna och möjligheterna att konkurrera med Kungsporten och med andra nya handelsenheter. Det finns planberedskap för att bygga om köpcentrumet.

9 KÄLLFÖRTECKNING

A.C. Nielsen Finland Oy (2006). Myymälärekisteri 2006.

Östra Nylands Förbund (2007). Landskapsplan för Östra Nyland. Planbeskrivning, plankarta, planbeteckningar och planbestämmelser 23.10.2007.

Östra Nylands förbund (2004). Utredning över handels servicenät i Östra Nyland. Östra Nylands förbund och Suunnittelukeskus Oy

Porvoo kaupunki (2007). Kuninkaanportin alueen liikennetarkastelu. Porvoo kaupunki ja Ramboll Oy.

Porvoo kaupunki (2004). Keskeisten alueiden osayleiskaava, kaavaselostus ja kaavakartta. Porvoo kaupunki, kaupunkisuunnitteluosasto.

Porvoo kaupunki (2003). Porvooon kävelypainotteisen keskusta-alueen kehittäminen, loppuraportti 18.12.2003. Porvoo kaupunki ja LT-konsultit Oy.

Porvoo kaupunki (2003). Porvoo keskeisten alueiden kaavoitus, kaupallisten ratkaisujen vaikutusten arviointi. Porvoo kaupunki, Tuomas Santasalo Ky ja Eisuunnittelijat Oy.

Santasalo, Tuomas ja Katja Koskela (2007). Paljon tilaa vaativan erikoistavarankaupan kauppa, selvitys tulkinnasta. Luonnos 20.11.2007.

Santasalo, Tuomas ja Katja Koskela (2003). Vähittäiskauppa Suomessa 2003. Tuomas Santasalo Ky. Helsinki.

Santasalo, Tuomas ja Heli Heusala (2002). Erikoiskauppa kaavoituksessa. Tuomas Santasalo Ky. Hakapaino Oy. Helsinki.

Tilastokeskus (2006). Toimipaikkarekisteri 2005, toimipaikat Porvooon seudulla toimialoilta 50 ja 52.

Vantaan kaupunki (2006). Vantaan yleiskaavan vaikutusten arviointi - kauppan alueet ja palveluverkko. Vantaan kaupunki ja Entrecon Oy. Helsinki.

Miljöministeriet (2007). Rapport av arbetsgruppen för handel och konkurrens. Miljöministeriets rapporter 26 / 2007. Helsingfors.

Miljöministeriet (2004). Handeln i planläggningen. Miljöhandledning 115. Miljöministeriet, Markanvändningsavdelningen. Edita Prima Oy. Helsingfors.

Miljöministeriet (2000). Rekommendation om tolkningen av affärer för specialvaror som kräver mycket utrymme. Publikationsserien Markanvändnings- och bygglagen 2000, handledning 2. Edita Oy. Helsingfors.

BILAGOR

Bilaga 1: Detaljhandelns branscher

DAGLIGVARUHANDEL

- 5211 Ospecialiserad butikshandel med livsmedel och drycker
 - 52111 Supermarket
 - 52112 Allmän butikshandel med dagligvaror
 - 52113 Kiosker
- 5221 Butikshandel med frukt, bär och grönsaker
- 5222 Butikshandel med kött och köttprodukter
- 5223 Butikshandel med fisk, skaldjur och blötdjur
- 5224 Butikshandel med bageriprodukter och sötsaker
- 5226 Butikshandel med tobaksprodukter
- 5227 Övrig detaljhandel i specialbutiker
 - 52271 Ostbutiker
 - 52272 Glasskiosker
 - 52273 Butikshandel med naturprodukter
 - 52279 Övrig butikshandel med dagligvaror

VARUHUS- OCH HYPERMARKETHANDEL

- 5212 Övrig ospecialiserad butikshandel
 - 52121 Självbetjäningsvaruhus
 - 52122 Varuhus
 - 52129 Småvaruhus

SPECIALHANDEL

Alkobotiker

- 5225 Butikshandel med alkohol och andra drycker

Apotek mm

- 5231 Apotek
- 5232 Butikshandel med hälsovårdsartiklar
- 5233 Butikshandel med kosmetika- och hygienartiklar

Modehandel

- 5241 Butikshandel med textilier
 - 52411 Butikshandel med tyg
 - 52412 Butikshandel med tråd och handarbetstillbehör
 - 52413 Butikshandel med hemmets textilier
- 5242 Butikshandel med kläder
 - 52421 Butikshandel med damkonfektion
 - 52422 Butikshandel med herrkonfektion
 - 52423 Butikshandel med päls och läderkläder
 - 52424 Butikshandel med barnkonfektion
 - 52425 Butiskhandel med mössor och hattar
 - 52429 Allmän butikshandel med kläder
- 5243 Butikshandel med skor och lädervaror
 - 52431 Butikshandel med skodon
 - 52432 Butikshandel med väskor

Möbel- och inredningshandel

- 52441 Butikshandel med möbler
- 52442 Annan butikshandel med inredningsartiklar
- 52443 Butikshandel med elutrustning och belysningsarmaturer
- 52444 Butikshandel med gummi- och plastprodukter
- 52445 Butikshandel med hushållsartiklar

Hemteknik-, musik-, datamaskin- och telehandel

- 52451 Butikshandel med hushållsapparater och hemelektronik
- 52452 Butikshandel med musikinstrument och musiktillbehör
- 52492 Butikshandel med datautrustning
- 52493 Butikshandel med datakommunikation och kontorsmaskiner

Järnhandel

- 52461 Allmän butikshandel med järn- och byggvaror
- 52462 Butikshandel med färg
- 52463 Butikshandel med köks- och sanitetsutrustning
- 52464 Låssmed
- 52469 Övrig butikshandel inom järn- och byggbranschen

Övrig specialhandel

- 52471 Butikshandel med papper och kontorstillbehör
- 52472 Bokhandel
- 52473 Butikshandel med periodiska publikationer och tidningar
- 52481 Butikshandel med blommor
- 52482 Blomsterkiosker
- 52483 Butikshandel inom trädgårdsbranschen
- 52484 Konstfärer
- 52485 Butikshandel inom fotobranschen
- 52486 Butikshandel inom den optiska branschen
- 52487 Butikshandel med guldsmedsalster och klockor
- 52488 Butikshandel inom sportbranschen
- 52489 Butikshandel med mattor
- 52491 Butikshandel med båtar och tillbehör till båtar
- 52494 Butikshandel med keldjur
- 52495 Butikshandel med leksaker och hobbyartiklar
- 52496 Butikshandel med barnvagnar och -artiklar
- 52497 Butikshandel med gåvoartiklar
- 52498 Butikshandel med tapeter och golvbeläggningsmaterial
- 52499 Butikshandel som inte tagits upp i punkterna

DETALJHANDEL MED MOTORFORDON OCH DRIVMEDEL**Bilhandel mm**

- 50102 Detaljhandel med motorfordon
- 50103 Detaljhandel med husvagnar
- 50302 Detaljhandel med reservdelar och tillbehör till motorfordon
- 50304 Detaljhandel med däck
- 50402 Detaljhandel med motorcyklar inkl. reservdelar och tillbehör

Servicestationer

- 50501 Servicestationsverksamhet
- 50502 Detaljhandel med drivmedel från automater

Bilaga 2: Butikstyper enligt A.C. Nielsen Finland Oy

Hypermarket

- försäljningsyta 2 500 m² eller större, dagligvarornas andel av försäljningen mindre än 2/3
- i Borgå Citymarket
- övriga Prisma och Euromarket

Varuhus

- försäljningsyta 1 000 m² eller större, dagligvarornas andel av försäljningen mindre än 2/3
- i Borgå Sokos
- övriga, exempelvis Anttila

Supermarket, stor

- försäljningsyta 1 000 m² eller större, dagligvarornas andel av försäljningen större än 2/3
- i Borgå Lidl, S-market Borgå och S-market Näse
- övriga, exempelvis K-supermarketer, en del av Valintatalos butiker

Supermarket, liten

- försäljningsyta 400 - 999 m², dagligvarornas andel av försäljningen större än 2/3
- i Borgå M-market Huktis, K-market Marski, S-market Värberga, Valintatalo Linnankoskigatan och Valintatalo Gammelbacka

Snabbköp, stort

- försäljningsyta 200 - 399 m²
- i Borgå K-extra Hindhår, K-market Hammars, Tirmo skärgårdscentrum, Siwa Borgå, Valintatalo Värberga

Snabbköp, litet

- försäljningsyta 100 - 199 m²
- i Borgå K-extra Cecilia, Emsalö Närköp, Siwa Estbacka

Småbutik

- i Borgå F:ma Ragnar Nordström, Fagersta Bybutik, Söderby-Boden, Kerko bybutik

Specialaffär

- en del är dagligvaror
- i Borgå Ikivireä Terveyskauppa, Meikki-Rouge Oy, Ekokauppa Oravanpesä

Hallbutik/Direktförsäljning

- en del är dagligvaror
- finns inte i Borgå