

KAUPAN SUURYKSIKÖIDEN KILPAILUVAIKUTUSTEN ARVIOINTI – Tapaustutkimus Kirkkonummen Prismasta

Kauppapaikan valinta ja toisaalta uuden kaupan suuryksikön perustamisen kilpailuvaikutukset kohdistuvat kaupan toiminnan osapuoliin, kuluttajiin, kauppaan ja yhteiskuntaan. Kaupan suuryksikköä perustettaessa huomioidaan sen ympäristövaikutukset. Kaavoituksessa tulee huomioida edellytykset terveelliselle ja viihtyisälle elinympäristölle, liikenteen järjestämiselle ja palveluiden alueelliselle saatavuudelle. Ympäristövaikutusten syntyä tulee kuitenkin tarkastella myös kilpailun kautta. Kirkkonummen tapauksessa todettiin, että kilpailunäkökulmalla ei ole vielä suurta merkitystä kaavoituspäätöksissä, vaikka kaavoitus perustuukin yhä useamman taustatekijän arviointiin.

Kauppa- ja teollisuusministeriön toimeksiannosta käynnistettiin vuonna 2000 usean tutkimuslaitoksen yhteistyönä tutkimushanke, jonka tavoitteena oli luoda arviointikehikko kaupan suuryksiköiden kilpailuvaikutusten arvioimiseksi eri osapuolten näkökulmasta. Hankkeesta koottu yhteisraportti, Kaupan suuryksiköiden kilpailuvaikutusten arviointi, on julkaistu LTT:n julkaisusarjassa vuoden 2002 lopussa. Tutkimushankkeessa Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksen tavoitteena oli saatujen tulosten ja tapaustutkimuksen avulla arvioida ja testata LTT-Tutkimus Oy:n kehittämää arviointikehikkoa, joka kuvaa kilpailuvaikutuksia suuryksiköitä perustettaessa. Sovellettaessa uutta lainsäädäntöä paikallistasolla sekä sovellusohjeita laadittaessa on välttämätöntä arvioida kehikon toimivuutta käytännön tilanteissa.

Kirkkonummella ei osattu aavistaa Prisman avautumisen vaikutuksia.

Kirkkonummen päivittäistavarakaupan myynti on kehittynyt viime vuodet suotuisasti, mutta vastaavasti muun vaikutusalueen eli Inkoon ja Siuntion päivittäistavarakaupan myynti on kärsinyt. Kirkkonummen erikoiskaupalla on ollut vaikeuksia ja viidennes liikkeistä on lopettanut toimintansa vuodesta 1995 lähtien. Myös päivittäistavara-kauppojen määrä on vähentynyt kuudenneksella. Kirkkonummen kasvavasta vetovoimasta huolimatta kielteistä kehitystä ei ole pystytty ehkäisemään. Vaikka marketit ovat kasvattaneet muiden kuin elintarvikkeiden myyntiä, on erityisesti erikoiskaupassa selkeää alitarjontaa. Prisma ei kuitenkaan toimi vaikutusalueellaan ilman kilpailua vaan Espoon suurilla marketeilla on vaikutusta. Kuluttajien kannalta katsottuna vaikutus on positiivista. Kuluttajille Prisma on merkinnyt parantunutta päivittäistavarojen tarjontaa sekä joidenkin käyttötavararyhmien lisääntynyttä tarjontaa. Toisaalta nopeiden muutosten takia kuluttajat joutuvat opettelemaan uusia ostosreittejä ja totuttelemaan uusien päivittäistavara-kauppojen valikoimiin ja toimintatapoihin.

Arviointeihin tarvitaan mahdollisimman monipuolista tietoa.

Kirkkonummen Prismaan kohdistunut tutkimus osoittaa, että uuden suuryksikön toimintaympäristön perusteellisen ennakoarvioinnin tekemiseksi kaivattaisiin Kuluttajatutkimuskeskuksessa kehitteillä olevaa paikkatietojärjestelmää hyväksi käytävää arviointimenetelmää. Tulkintoja tehtäessä asiantuntemuksella on erittäin suuri merkitys. Tehdyn tutkimuksen perusteella voitiin todeta, että arviointikehikko toimi suhteellisen hyvin sille asetetussa tehtävässä. Arvioinnilta edellytetään tänä päivänä läpinäkyvyyttä, joka saavutetaan perusteellisella ja arviointikehikkoon perustuvalla toimintaympäristön kuvauksella.

Lisätietoja:

Professori Raija Järvinen, raija.jarvinen@uta.fi, puh. (03) 215 6845 ja 040 770 9028 ja tutkija Paavo Saarinen, paavo.saarinen@kuluttajatutkimuskeskus.fi, puh. (09) 7726 7721.

Julkaisu:

Raija Järvinen ja Paavo Saarinen, Kaupan suuryksiköiden kilpailuvaikutusten arviointi – Kirkkonummen Prisma arviointikehikossa, Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 2003:3. Julkaisua voi tilata Kuluttajatutkimuskeskuksesta, PL 5, 00531 Helsinki, puh (09) 7726 7718, tilaukset@kuluttajatutkimuskeskus.fi. Julkaisu maksaa 16,80 euroa.