

Vastaanottaja  
**Pyhäjoen kunta**

Asiakirjatyyppi  
**Kaupallisten vaikutusten arviointi**

Päivämäärä  
**25.8.2016**

# **OLLINMÄEN LIIKEKORTTELIN ASEMA- KAAVA JA ASEMAKAAVAN MUUTOS**

## **KAUPALLISTEN VAIKUTUSTEN ARVIOINTI**

# KAUPALLISTEN VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

Päivämäärä **25.8.2016**  
Laatija **KTM Eero Salminen, FM Kimmo Koski ja  
insinööri Jaana Kinnunen**  
Kuvaus **Loppuraportti**

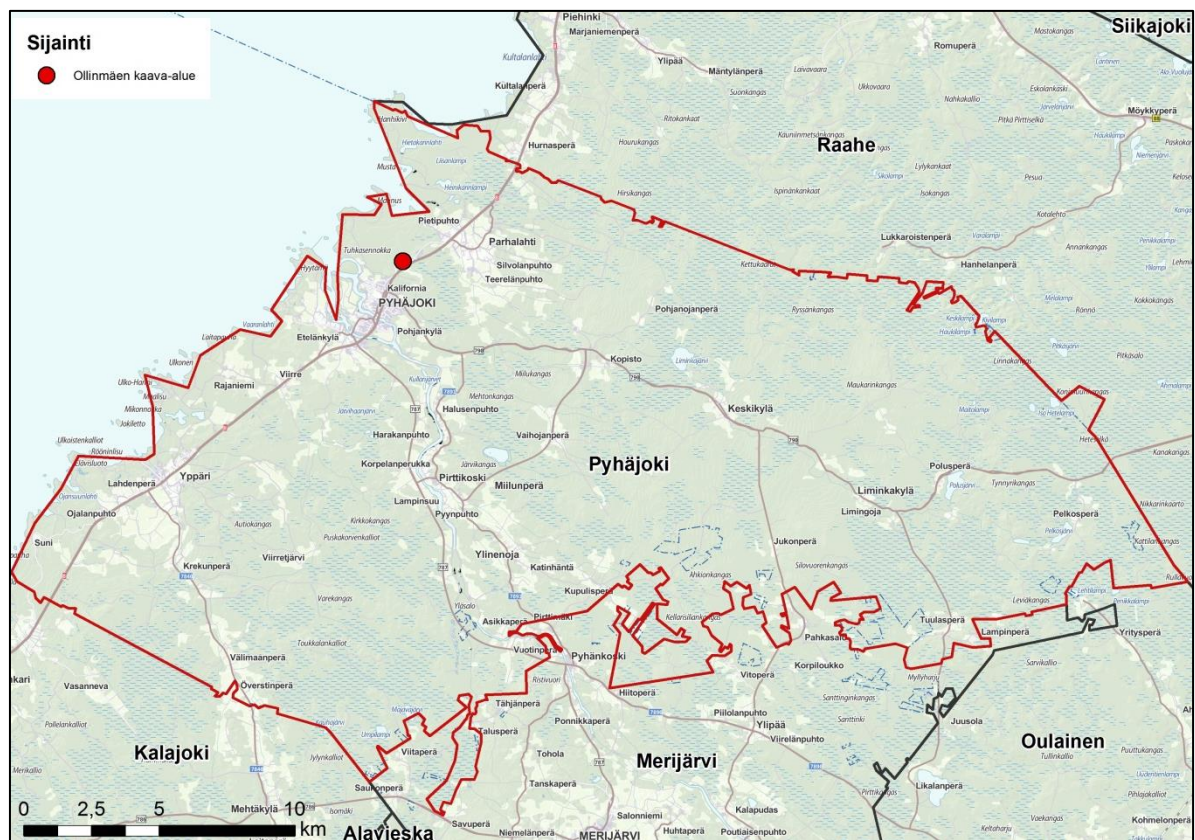
## SISÄLTÖ

<b>1.</b>	<b>LÄHTÖKOHDAT</b>	<b>1</b>
1.1	Hanke ja työn tavoite	1
1.2	Kaavatilanne	1
1.3	Tarkastelualue	3
<b>2.</b>	<b>VÄHITTÄISKAUPAN TARJONTA</b>	<b>5</b>
2.1	Päivittäistavarakaupan myymäläverkko	5
2.2	Erikoiskaupan myymäläverkko	5
2.3	Merkittävät kaupan hankkeet	6
<b>3.</b>	<b>VÄHITTÄISKAUPAN KYSYNTÄ</b>	<b>7</b>
3.1	Väestö ja väestönkasvu	7
3.2	Kaupun palvelujen saavutettavuus ja liikennemäärät	8
3.3	Vähittäiskaupan ostovoima ja ostovoiman siirtymä	9
3.4	Liiketilantarve	10
<b>4.</b>	<b>VAIKUTUSTEN ARVIOINTI</b>	<b>10</b>
4.1	Kaupun sijainninohjaus	10
4.2	Alue- ja yhdyskuntarakenne	11
4.3	Uusi liikerakentaminen suhteessa liiketilatarpeeseen	12
4.4	Kaupun kilpailutilanne	13
4.5	Kaupun toiminta- ja kehitysedellytykset	14
4.6	Kaupun palvelujen saavutettavuus	14
4.7	Yhteenveto	15
<b>5.</b>	<b>LÄHDELUETTELO</b>	<b>17</b>

# 1. LÄHTÖKOHDAT

## 1.1 Hanke ja työn tavoite

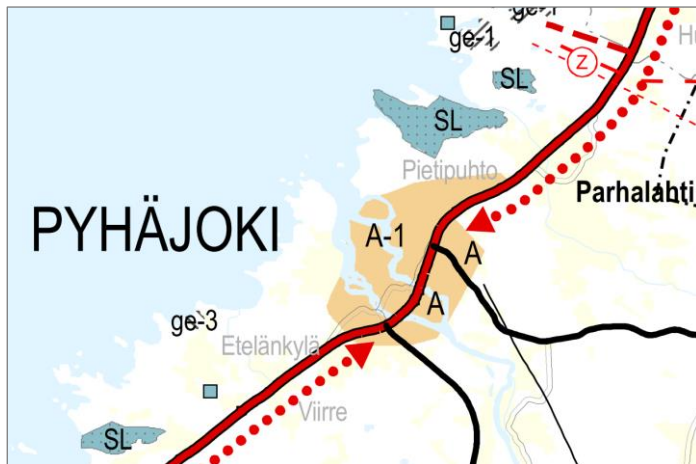
Tarkastelualue sijoittuu Pyhäjoen kirkonkylän pohjoisosaan Ollinmäen teollisuusalueelle, noin 3 kilometrin etäisyydelle Kirkonkylän keskustasta (Kuva 1). Kunnan tavoitteena on mahdollistaa vähintään 5 000 k-m<sup>2</sup>:n kokoluokan päivittäistavarakaupan sijoittaminen alueelle. Työssä kuvataan Pyhäjoen kaupallinen toimintaympäristö, kaupan kysyntä- ja tarjontatekijöiden muutokset ja palvelujen saavutettavuus sekä arvioidaan ostovoimassa ja vähittäiskaupan tilantarpeessa tapahtuvat muutokset. Vaikutusten arvioinnissa keskitytään päivittäistavarakauppaan ja arvioinnin kohteena ovat hankkeen vaikutukset alue- ja yhdyskuntarakenteeseen, kaupan toimintaedellytyksiin ja palvelujen saavutettavuuteen. Vaikutuksia tarkastellaan sekä Pyhäjokea koskien että laajemmalla alueella.



Kuva 1 Tarkastelualueen sijainti.

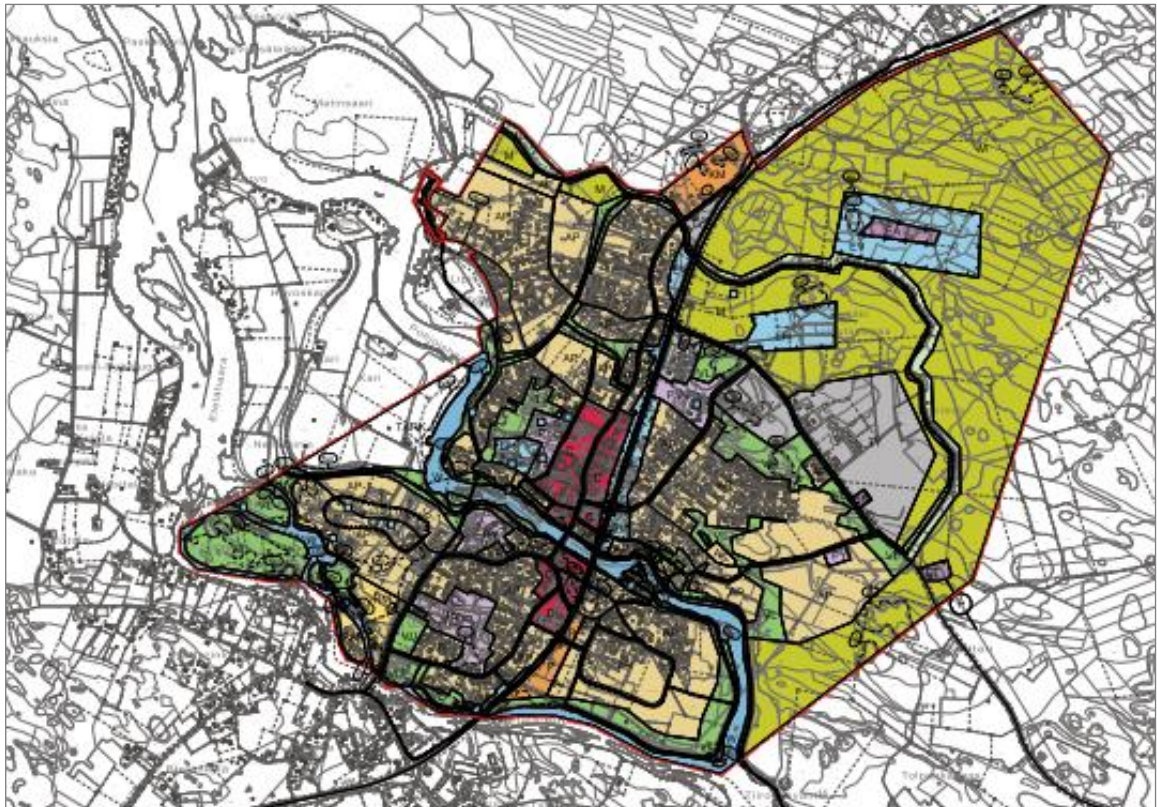
## 1.2 Kaavatilanne

Pyhäjoen kunta kuuluu Pohjois-Pohjanmaahan, jossa voimassa olevia **maakuntakaavoja** ovat Pohjois-Pohjanmaan maakuntakaava (2006), Hanhikiven ydinvoimamaakuntakaava (2011) ja Pohjois-Pohjanmaan 1. vaihemaakuntakaava (2015). Suunnittelualaue on osoitettu 1. vaihemaakuntakaavassa lähinnä taajamatoimintojen alueeksi (A), jolla osoitetaan asumisen, palvelujen, teollisuus- ja muiden työpaikka-alueiden ym. taajamatoimintojen sijoittumisalue ja laajentumisalueita. Vaihemaakuntakaavassa merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön koon alaraja on päivittäistavarakaupassa 3 000 k-m<sup>2</sup> ja muussa vähittäiskaupassa 5 000 k-m<sup>2</sup>. Näiden kokorajojen alle jääviä kaupan suuryksiköitä voidaan suunnitella kunnan yleiskaavoituksella, vaikka maakuntakaavassa ei ole kaupan suuryksikön tai keskustatoimintojen merkintää.



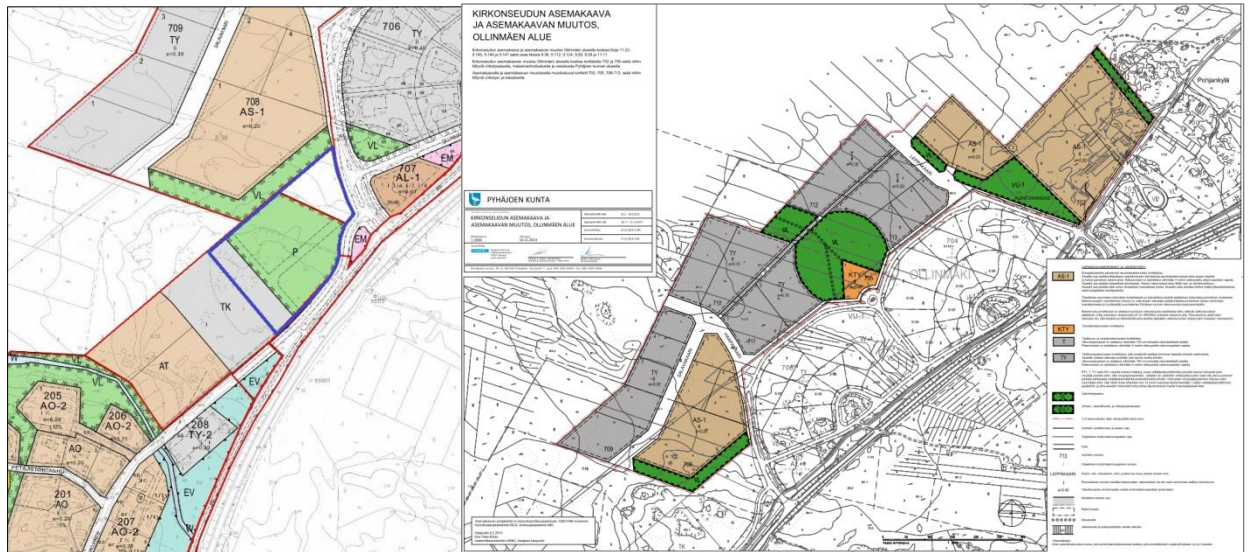
**Kuva 2 Ote Pohjois-Pohjanmaan 1. vaihemaakuntavasta (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2015).**

Pyhäjoen keskustan **osayleiskaavassa** 2025 (2014) kaava-alueen pohjoisosaan Ollinmäen teollisuusalueen läheisyyteen on osoitettu kaupallisten palvelujen alue (KM), jolle saa sijoittaa vähittäiskaupan suuryksiköitä. Alueelle voidaan asemakaavassa osoittaa vähittäiskaupan yksiköitä, joiden yhteenlaskettu pinta-ala on enintään 2 000 k-m<sup>2</sup> sekä tilaa vievän vähittäiskaupan suuryksiköitä. Alue sijoittuu Pyhäjoen kunnan tulevaa yhdyskuntarakenteen kehitystä ajatellen keskeiselle alueelle, sillä Ollinmäen alueelle on tarkoitus sijoittaa tilapäisen asumisen tarpeisiin alustavan arvion mukaan noin 1 200 asuinpaikkaa. Lisäksi Hanhikivenniemen ydinvoimalan yhteyteen rakennettavaan majoituskylään sijoittuu voimalan rakentamisaikana ja myös huoltoseisokkien aikana noin tuhat henkilöä. Lisäksi muualle taajamaan sijoittuisi noin tuhat asukasta lisää, jolloin rakentamisen aikana nykyisen väestön lisäksi alueella olisi noin 3000 asukasta. Ote yleiskaavakartasta esitetään seuraavassa kuvassa (Kuva 3).



**Kuva 3 Ote Pyhäjoen keskustan osayleiskaavasta 2025 (Pyhäjoen kunta 2014).**

Voimassa olevassa **Kirkonseudun asemakaavassa** ja asemakaavan muutoksessa tavoitteena on sijoittaa Ollinmäen alueelle työpaikka- ja teollisuustoiminnoille osoitettuja korttelialueita, joilla on hyvä liikennesijainti valtatie 8 läheisyydessä. Aluetta kehitetään toiminnoiltaan monipuolisena kokonaisuutena. Kirkonseudun asemakaava ja asemakaavan muutos Ollinmäellä sijoittuu kokonaisuudessaan Hanhikiven ydinvoimamaakuntakaavassa esitetyille ydinvoimalaitoksen suojavyöhykkeelle (sv-yv). Vireillä olevassa **Ollinmäen liikekorttelin asemakaavan ja asemakaavan muutoksessa** kunnan tavoitteena on mahdollistaa kaavoituksella vähintään 5 000 m<sup>2</sup> kokoluokan päivittäistavarakaupan sijoittaminen alueelle. Asemakaava ja asemakaavan muutos koskee voimassa olevan asemakaavan osalta TK- ja P-aluevarauksia. Lisäksi tonteille k706 1 ja 5 on myönnetty KLT-merkintä kuntapöytäkirjassa.

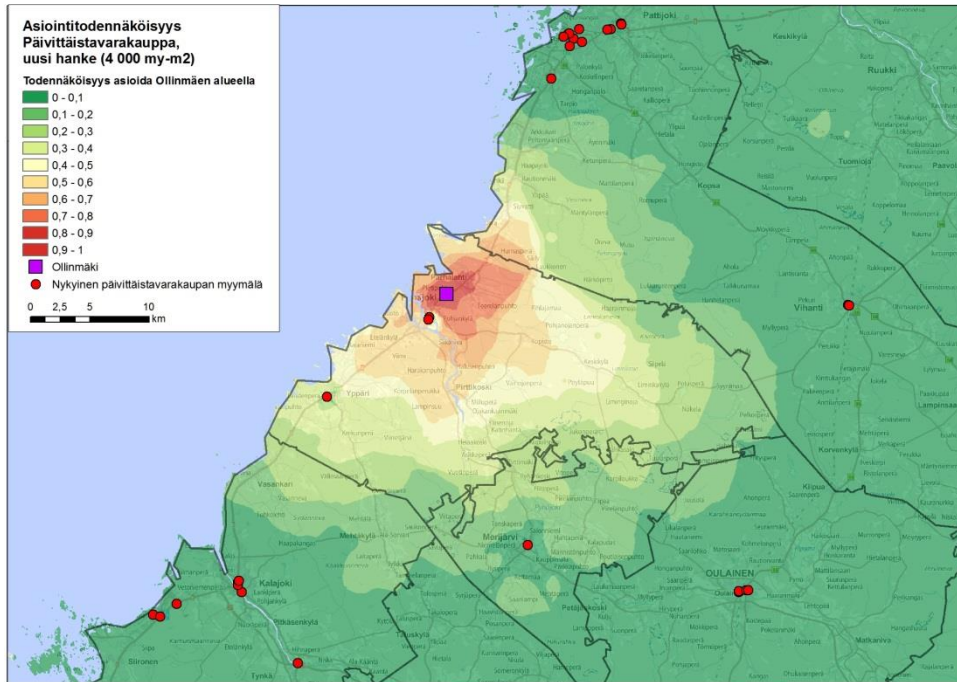


**Kuva 4** Kirkonseudun asemakaava ja asemakaavan muutos, Ollinmäen alue.

### 1.3 Tarkastelualue

Tarkastelualueena on Pyhäjoen lisäksi sen naapurikunnat Raahe, Merijärvi ja Kalajoki sekä Ylivieskan seutukunnan kunnista Alavieska, Oulainen ja Ylivieska. Tarkastelualueen määrittelyssä hyödynnettiin Huffin vetovoimamallia. Vetovoimamalli arvioi tietyssä pisteessä asuvan henkilön todennäköisyyttä asioida tietyssä kaupan keskittymässä, kun hänellä on useita vaihtoehtoisia ja erikokoisia keskittymiä valittavanaan. Malli ottaa huomioon ajoaikaetäisyyden henkilön kotoa tiettyyn keskittymään ja vastaavasti myös kaikkiin muihin kilpaileviin keskittymiin. Lisäksi malli huomioi keskittymäkohtaisen vetovoimatekijän. Vetovoimatekijänä tässä on käytetty keskusten pinta-alatietoja. Asiointitodennäköisyys esitetään tyypillisesti välillä 0-1; mitä suurempi lukema on, sitä todennäköisemmin alueella asuva asioi tarkasteltavassa keskuksessa.

Kuvassa 5 esitetään Ollinmäen päivittäistavarakaupan hankkeen (noin 5 000 k-m<sup>2</sup>) tarkastelualue vetovoimamallinnukseen perustuen. Aluetta rajaavina tekijöinä ovat naapurikuntien olemassa olevat päivittäistavaramyymälät ja vetovoimatekijänä päivittäistavarakaupan myyntiala. Tarkasteluun otettiin mukaan myös Ylivieska, koska se on Raaheen verrattava vastapari merkittävänä kaupan keskittymänä.

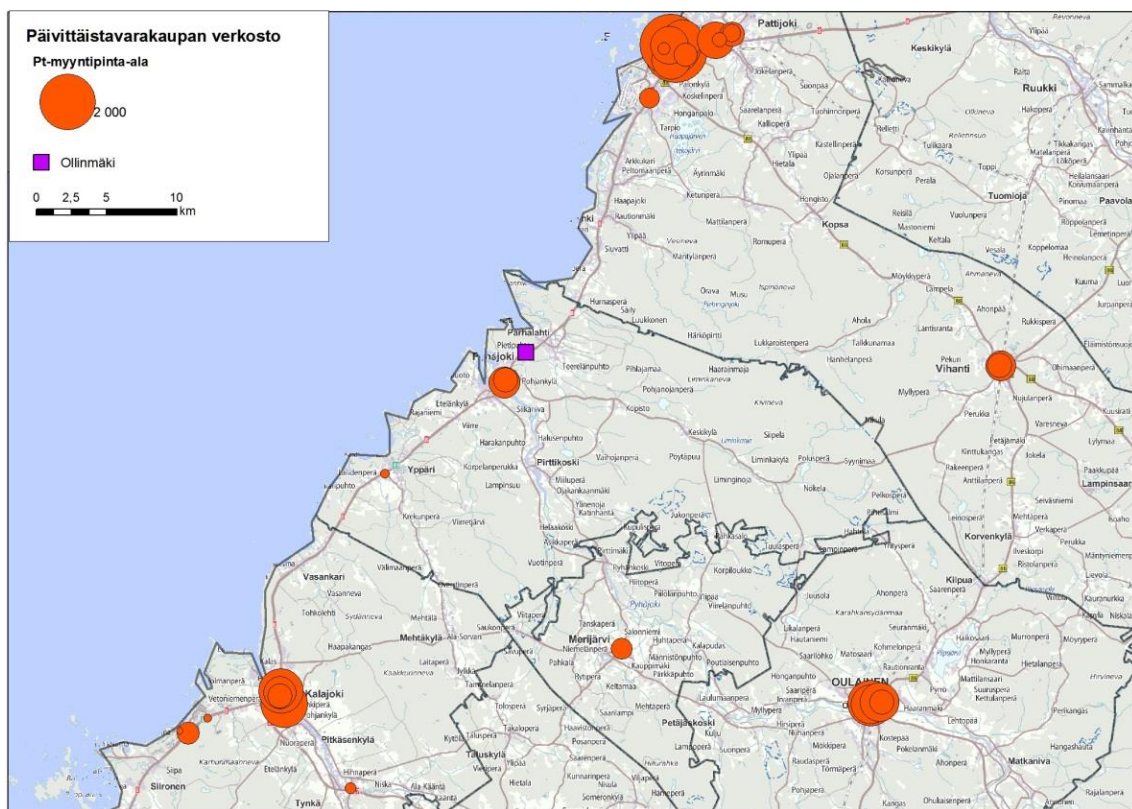


**Kuva 5** Tarkastelualue asiointitodennäköisyyssmallinnuksen mukaisesti.

## 2. VÄHITTÄISKAUPAN TARJONTA

### 2.1 Päivittäistavarakaupan myymäläverkko

Pyhäjoella toimii nykyisin kaksi päivittäistavaramyymälää (K-Market ja Sale). Sale on muuttamassa vuoden 2017 aikana 8-tien varteen ja tämän myötä sen koko kasvaa arviolta 100-200 k-m<sup>2</sup>. Päivittäistavaroita myydään lisäksi Yppärissä sijaitsevassa autohuoltoliikkeessä. Pyhäjoen päivittäistavaramyymälöiden myyntipinta-ala on A.C. Nielsenin rekisteritietojen perusteella noin 1 000 neliötä. Pyhäjoen naapurikunnista Merijärven päivittäistavarakaupan tarjonta on vaatimatonta (yksi iso valintamyymälä). Raahessa toimii 20 myymälää (kokonaispinta-ala noin 20 900 m<sup>2</sup> ja päivittäistavaroiden myyntiala noin 12 300 m<sup>2</sup>), joista kaksi on hypermarketteja. Kalajoella myymälämäärä on 13 (noin 7 400 m<sup>2</sup> ja 5 600 m<sup>2</sup>). Ylivieskan seutukuntaan kuuluvista kunnista Ylivieskassa toimii 15 myymälää (noin 19 000 m<sup>2</sup> ja 9 200 m<sup>2</sup>), joista kaksi on hypermarketteja. Oulaisissa päivittäistavaramyymälöitä on seitsemän (noin 6 300 m<sup>2</sup> ja 4 100 m<sup>2</sup>) ja Alavieskassa kolme (kokonais- ja päivittäistavaroiden pinta-ala noin 1 400 m<sup>2</sup>). Seuraavalla kartalla on kuvattu päivittäistavarakaupan myymäläverkkoa Pyhäjoella ja sen lähiseudulla päivittäistavaramyyntipinta-alan mukaan teemoitettuna.



Kuva 6 Päivittäistavarakaupan myymäläverkko 2015 (A.C.Nielsen Finland Oy).

### 2.2 Erikoiskaupan myymäläverkko

Työ- ja elinkeinoministeriön Toimiala Online -palvelun ([www.toimialaonline.fi](http://www.toimialaonline.fi)) mukaan Pyhäjoella toimi vuonna 2013 kuusi erikoiskaupan myymälää (1 rautakauppa, vaatekauppa, apteekki, kukka-kauppa, optikkoliike ja luontaistuotekauppa). Merijärvellä myymälöitä oli 2, Raahessa 91 ja Kalajoella 36. Alavieskassa toimi 4, Oulaisissa 30 ja Ylivieskassa 89 erikoiskaupan myymälää. Alueen kaupallisessa palveluverkossa korostuukin erityisesti Raahen, Kalajoen ja Ylivieskan monipuolinen tarjonta sekä niiden merkittävä asema.



### **2.3 Merkittävät kaupan hankkeet**

Kalajoen merkittävin kaupan hanke sijoittuu keskustaan, jonne kaavillaan 12 000 - 15 000 kerrosneliömetrin kauppakeskusta. Kauppakeskus sijoittuisi nykyisen linja-autoaseman paikalle Toritielle, valtatie 8 varrelle. Raahen seudulla merkittävin kaupan uusi kaavavaraus on Mettalanmäen kauppakeskuksen asemakaava-alue. Voimassa olevan asemakaavan mukaan valtatie 8 Mettalanmäen liittymän eteläpuolelle on mahdollista rakentaa yhteensä noin 46 000 k-m<sup>2</sup> uutta liikerakentamista tilaa vaativalle kaupalle, erikoiskaupalle sekä toimistotiloille. Hanke on ollut vireillä jo useita vuosia, muttei toistaiseksi ole edennyt toteuttamiseen asti. Ylivieskan taajaman yleiskaavassa merkittävimmät uudet kaupan aluevaraukset sijoittuvat keskustan viereiselle Koskipuhdon ja Savarin alueille. Uutta kaupallista rakentamista voi sijoittua Koskipuhdon alueelle noin 35 000 k-m<sup>2</sup> ja Savarin alueelle noin 75 000 k-m<sup>2</sup> vuoteen 2030 mennessä. Alueille voisi sijoittua pääasiassa tilaa vaativaa erikoiskauppaa (Kalajoen kunta 2015).

### 3. VÄHITTÄISKAUPAN KYSYNTÄ

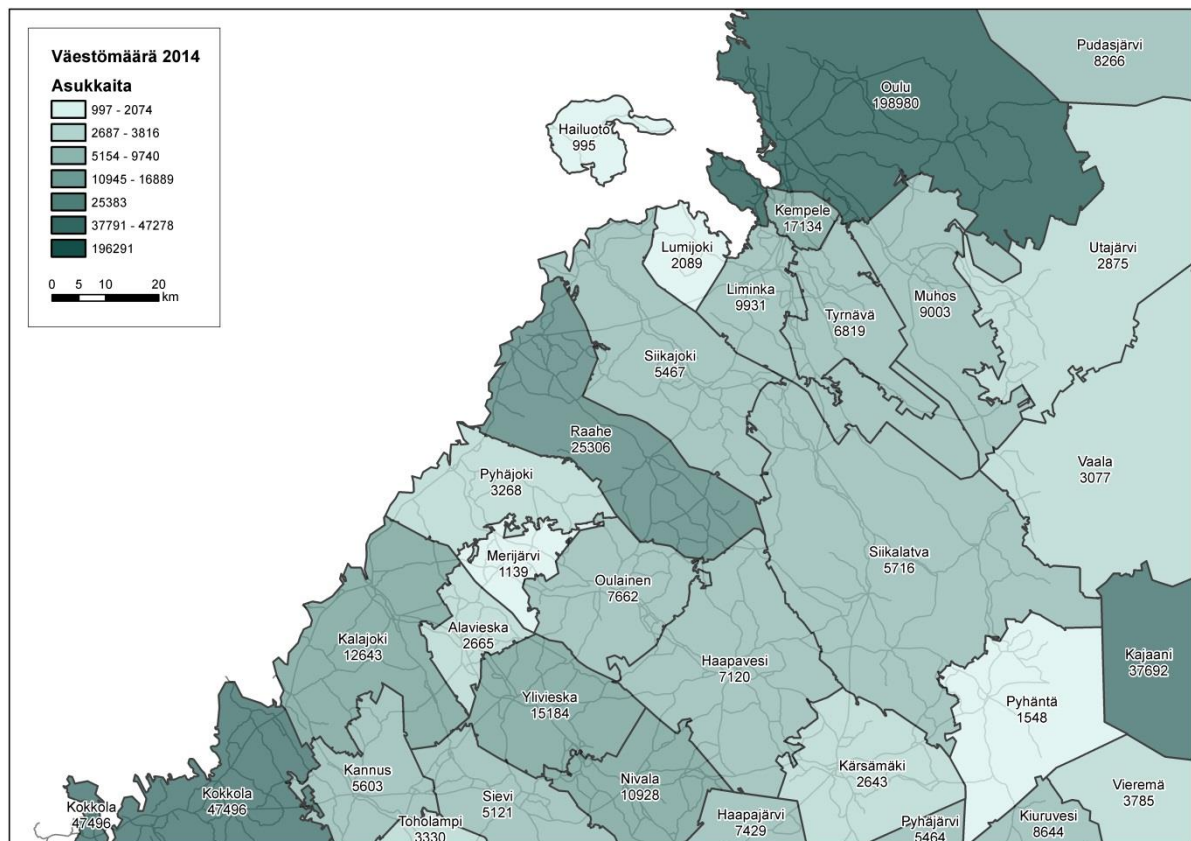
#### 3.1 Väestö ja väestönkasvu

Pyhäjoen väkiluku oli vuoden 2015 lopussa noin 3 200. Tilastokeskuksen uusimman väestöennusteen mukaan väestömäärä vuonna 2030 olisi noin 3 100. Pyhäjoen kunnan vuoteen 2025 ulottuvassa maankäytön toteuttamishjelmassa on varauduttu kahteen kehityskuvaan: Kasvuvoima (ydinvoimalaitos rakennetaan) ja Juuret (ei ydinvoimalaitosta). Pyhäjoen maankäyttöstrategiassa ja kaavoituksessa noudatettavan Kasvuvoima-kehityskuvan perusteella kunnan väestömäärän on arvioitu kasvavan noin tuhannella uudella asukkaalla vuoteen 2025 mennessä. Tätä väestönkasvua käytetään tässä selvityksessä ostovoima- ja tilantarvelaskelmien lähtökohtana ja kehityskuvan väestömäärää voidaan pitää tavoitteena myös vuonna 2030.

**Tauluko 1** Pyhäjoen ja sen naapurikuntien sekä Ylivieskan seutukuntaan kuuluvien kuntien väestö vuosina 2015 ja 2030 (Tilastokeskus ja Pyhäjoen kunta).

Väestömäärä	2015	2030
Pyhäjoki (Tilastokeskus)	3 211	3 052
Pyhäjoki (kehityskuva Kasvuvoima)	3 211	4 211
Naapurikunnat yhteensä	38 920	37 704
Ylivieskan seudun kunnat yhteensä	25 336	26 898

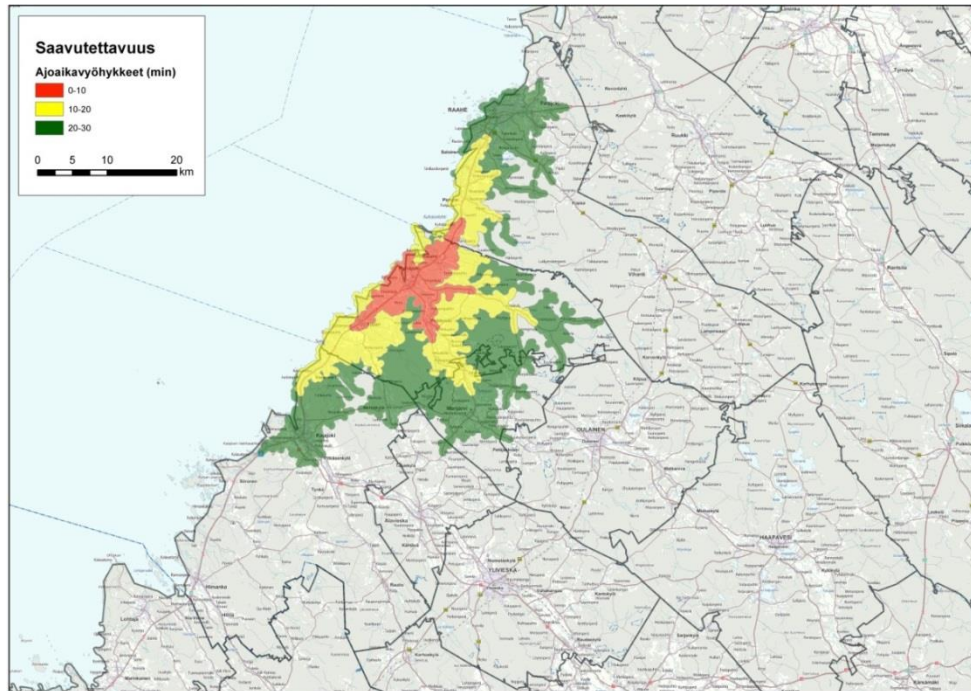
Pyhäjoen naapurikuntien Kalajoen, Merijärven ja Raahen väestömäärä vuonna 2015 oli yhteensä noin 38 900. Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaan naapurikuntien väestömäärä vuonna 2030 on noin 37 700 (-1 200). Kalajoella väestömäärä pysyy suunnilleen ennallaan, mutta Raahessa ja Merijärvellä se vähenee. Ylivieskan seutukuntaan kuuluvissa Alavieskassa, Oulaisissa ja Ylivieskassa vuoden 2015 väestömäärä oli noin 25 300 ja tilastokeskuksen ennusteen mukainen väestömäärä vuonna 2030 on noin 26 900 (+1 600). Ylivieskassa väestömäärän ennustetaan kasvavan, mutta Alavieskassa ja Oulaisissa vähenevän.



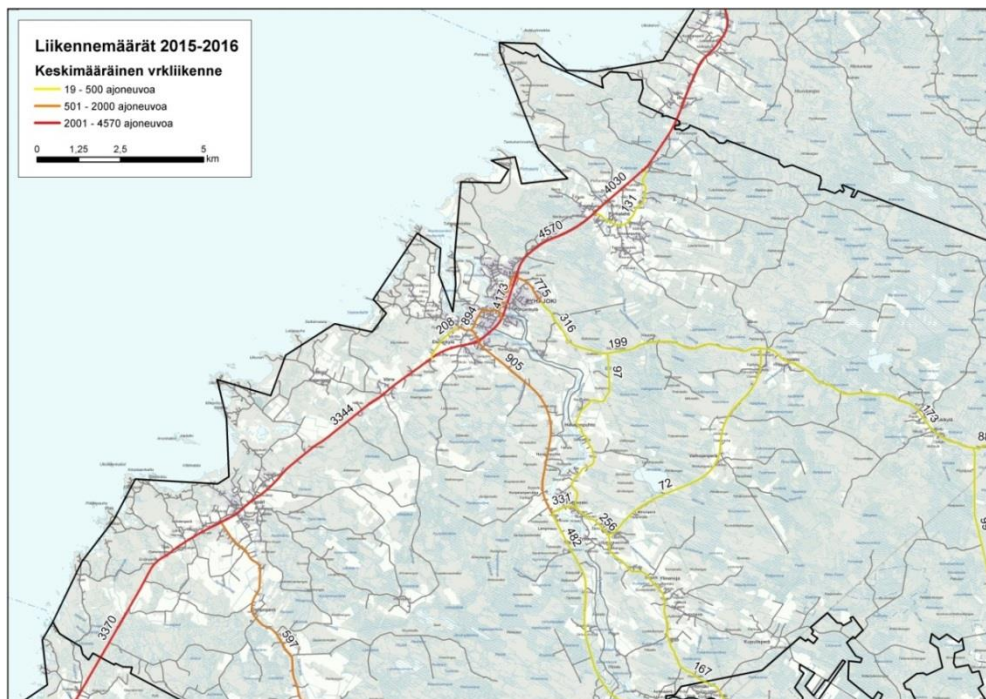
**Kuva 7** Pohjois-Pohjanmaan kuntien väestömääriä vuonna 2014 (Tilastokeskus).

### 3.2 Kaupan palvelujen saavutettavuus ja liikennemäärät

Henkilöautolla asioitaessa kymmenen minuutin ajoajan sisällä Pyhäjoen keskustasta asui vuonna 2014 noin 3 000 asukasta ja 30 minuutin säteellä noin 27 200 asukasta (kuva 8). Keskimääräinen arkivuorokausiliikenne Pyhäjoen keskustan kohdalla valtatiellä 8 oli vuoden 2016 alussa noin 4 200 ajoneuvoa vuorokaudessa (kuva 9). Pohjois-Pohjanmaalla valtateiden liikennemäärien on ennustettu kasvavan noin 30 % vuoteen 2030 mennessä<sup>1</sup>.



Kuva 8 Pyhäjoen autosaavutettavuus, ajoikavyöhykkeet 10, 20 ja 30 minuuttia.



Kuva 9 Pyhäjoen keskimääräinen arkivuorokausiliikenne, ajoneuvoa vuorokaudessa (Liikennevirasto).

<sup>1</sup> Liikennevirasto (2014) Valtakunnallinen tieliikenne-ennuste 2030: [http://www2.liikennevirasto.fi/julkaisut/pdf8/lts\\_2014-13\\_valtakunnallinen\\_tieliikenne-ennuste\\_web.pdf](http://www2.liikennevirasto.fi/julkaisut/pdf8/lts_2014-13_valtakunnallinen_tieliikenne-ennuste_web.pdf)

### 3.3 Vähittäiskaupan ostovoima ja ostovoiman siirtymä

Vähittäiskaupan ostovoimaa arvioidaan keskimääräisen asukaskohtaisen kulutusluvun kautta. Kulutusluku tarkoittaa yhden henkilön vuodessa kauppaan kuluttamaa rahamäärää. Kertomalla kulutusluku alueen väestömäärällä saadaan arvio alueella vähittäiskauppaan kohdistuvasta ostovoimasta. Ostovoimaa kasvattavat alueen väestönkasvu ja yleinen tulojen ja kulutuksen kasvu.

Tulevaisuuteen ulottuvat ostovoimalaskelmat sisältävät aina epävarmuutta. Laskelmissa tärkeimmät muuttujat ovat väestöennuste ja kulutusluku. Jos jompikumpi kasvaa selvästi laskelmissa oletettua tasoa vähemmän, on kaupan palveluilla huonommat toteutumisedellytykset. Tässä selvityksessä kaupan kasvun arvioitiin olevan 1 - 2 % vuodessa toimialasta ja aikajänteestä riippuen. 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä kauppa kasvoi nopeasti. Viime vuosina kaupan kulutus on kuitenkin jopa supistunut. Yleisessä taloustilanteessa tapahtuvat merkittävät muutokset heijastuvat myös yksityiseen kulutukseen. Pitkällä aikavälillä talouden nousu- ja laskekaudet kuitenkin tasoittavat toisiaan ja 1 - 2 %:n vuotuinen kasvu kuvaa maltillisesti ja realistisesti kulutuksen kehitystä. Tämän vuoksi niitä käytetään yleisesti kaupan selvityksissä.

Nykytilan ostovoimalaskelmien perusteena käytettiin Pohjois-Pohjanmaan keskimääräisiä kulutuslukuja vuodelta 2012 (Tuomas Santasalo Ky), jotka päivitettiin vuodelle 2015 kulutuksen kehityksen perusteella. Ostovoiman kehitys arvioitiin väestöennusteen ja yksityisen kulutuksen kasvuvarvion mukaan. Yksityisen kulutuksen kasvuvarviona käytettiin päivittäistavarakaupassa yhtä prosenttia ja erikoiskaupassa kahta prosenttia vuodessa. Laskelmissa käytetyt asukaskohtaiset kulutusluvut esitetään taulukossa 2.

**Taulukko 2 Vähittäiskaupan kulutusluvut, €/henkilö.**

Kulutusluvut	2015	2030
Päivittäistavara (ml. alkoholi)	3 225	3 744
Tilaa vievä kauppa	1 080	1 254
Keskustaerikoiskauppa	2 256	2 620

Pyhäjoen ostovoima vuonna 2015 oli koko vähittäiskaupassa noin 21 miljoonaa euroa ja päivittäistavarakaupassa noin 10 miljoonaa euroa. Vuoteen 2030 mennessä ostovoima koko vähittäiskaupassa kasvaa Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaan laskettuna noin 2,2 miljoonalla eurolla ja päivittäistavarakaupassa noin miljoonalla eurolla. Pyhäjoen kunnan maankäytön toteuttamishjelman kehityskuvavaihtoehdon Kasvuvoima (ydinvoimalaitos rakennetaan) väestötavoitteen mukainen ostovoiman kasvu on koko vähittäiskaupassa noin 11 miljoonaa euroa ja päivittäistavarakaupassa noin 5,4 miljoonaa euroa. Tilastokeskuksen ennusteen ja Kasvuvoima -kehityskuvavaihtoehdon väestötavoitteen välinen ero päivittäistavarakaupan ostovoiman kasvussa on noin 4,4 miljoonaa euroa

**Taulukko 3 Päivittäistavarakaupan (ml. Alko) ostovoima (milj. €).**

Ostovoima	2015	2030
Pyhäjoki, Tilastokeskus	10,4	11,4
Pyhäjoki, kehityskuva Kasvuvoima	10,4	15,8
Naapurikunnat	126	141
Ylivieskan seudun kunnat	82	101

Pyhäjoen naapurikunnissa (Raahe, Merijärvi ja Kalajoki) koko vähittäiskaupan ostovoima vuonna 2015 oli yhteensä noin 255 miljoonaa euroa, josta päivittäistavarakaupan osuutta oli noin 126 miljoonaa euroa. Vuoteen 2030 mennessä ostovoima kasvaa koko vähittäiskaupassa noin 32 miljoonalla eurolla ja päivittäistavarakaupassa noin 15 miljoonalla eurolla. Ylivieskan seutuun kuuluvissa kunnissa (Alavieska, Oulainen ja Ylivieska) koko vähittäiskaupan ostovoima vuonna 2015 oli noin 166 miljoonaa euroa ja päivittäistavarakaupan noin 82 miljoonaa euroa. Vuonna 2030 koko vähittäiskaupan ostovoima on noin 39 miljoonaa euroa ja päivittäistavarakaupan ostovoima noin 19 miljoonaa euroa nykyistä suurempi.

Ostovoiman siirtymä on jonkin alueen vähittäiskaupan myynnin ja ostovoiman erotus, se siis kuvaa alueen kaupallista vetovoimaa. Kuluttajat eivät tee kaikkia ostoksia omalta paikkakunnalta, vaan osa ostoksista hankitaan oman asuinalueen ja oman kunnan ulkopuolelta. Vastaavasti muualla asuvat tuovat asianomaiselle paikkakunnalle ulkopuolista ostovoimaa. Kun ostovoiman siirtymä on positiivinen, eli myynti on suurempi kuin ostovoima, kaupan palvelut ovat vetovoimaisia ja saavat ostovoimaa muualta. Kun ostovoiman siirtymä on negatiivinen, eli myynti on pienempi kuin ostovoima, ostovoimaa siirtyy muualle eli alueen asukkaat asioivat oman alueen ohella myös jossakin muualla. Vuonna 2015 päivittäistavarakaupan ostovoiman siirtymä Pyhäjoella oli negatiivinen: siirtymän osuus kunnan ostovoimasta oli 32 %. Käytännössä tämä kertoo sen, että noin kolmasosa asukkaista käytti myös muita kuin oman kuntansa päivittäistavaramyymälöitä. Rahallisesti mitaten ostovoiman ulosvirtaus oli noin 3,5 miljoonaa euroa, mikä vastasi merkittävää osaa Pyhäjoen päivittäistavaramyymälöiden vuosimyynnistä.

### 3.4 Liiketilarave

Vähittäiskaupan laskennallinen liiketilantarve nykytilanteessa ja vuonna 2030 arvioitiin väestön ostovoiman ja sen kasvun sekä kaupan keskimääräisen toimialakohtaisen neliömyyntitehon avulla. Laskelmissa käytetty myyntiteho on päivittäistavarakaupassa (ml. Alko) 7 000 €/k-m<sup>2</sup> ja erikoiskaupassa 2 500 €/k-m<sup>2</sup>. Kaavallinen ylimeritys otettiin huomioon kertoimella 1,3.

Pyhäjoen koko vähittäiskaupan liiketilantarve nykyisin on noin 7 500 k-m<sup>2</sup> ja päivittäistavarakaupassa noin 1 900 k-m<sup>2</sup>. Päivittäistavarakaupassa tämä on noin 600 k-m<sup>2</sup> enemmän kuin kunnan nykyinen liiketila. Vuonna 2030 tilantarve on Tilastokeskuksen väestöennusteen mukaan lasketuna vähittäiskaupassa noin 8 300 k-m<sup>2</sup> ja päivittäistavarakaupassa noin 2 100 k-m<sup>2</sup> eli päivittäistavarakaupan tilantarve kasvaa vain noin 200 k-m<sup>2</sup>. Kun huomioidaan, että Pyhäjoen nykyinen päivittäistavarakaupan pinta-ala on selvästi vähemmän kuin laskennallinen vuoden 2015 tilantarve, on liiketilan todellinen lisätarve vuoteen 2030 mennessä edellä esitettyä suurempi.

Kunnan maankäytön toteuttamisohjelman kehityskuvavaihtoehdon Kasvuvoima väestötavoitteen mukainen liiketilantarve vuoteen 2030 on koko vähittäiskaupassa noin 11 300 k-m<sup>2</sup> ja päivittäistavarakaupassa noin 2 900 k-m<sup>2</sup>. Pyhäjoen päivittäistavarakaupan liiketilantarve vuonna 2030 on siis väestöennusteesta riippuen suuruusluokkaa 2 000 - 3 000 k-m<sup>2</sup>.

Pyhäjoen naapurikunnissa liiketilantarve vuonna 2015 oli koko vähittäiskaupassa noin 91 000 k-m<sup>2</sup> ja päivittäistavarakaupassa noin 23 000 k-m<sup>2</sup>. Liiketilararpeen kasvua vuoteen 2030 kertyy koko vähittäiskaupassa noin 11 300 k-m<sup>2</sup> ja päivittäistavarakaupassa noin 2 900 k-m<sup>2</sup>. Ylivieskan seutuun kuuluvissa kunnissa liiketilantarpeen kasvu vuoteen 2030 mennessä on koko vähittäiskaupassa noin 13 700 k-m<sup>2</sup> ja päivittäistavarakaupassa noin 3 500 k-m<sup>2</sup>.

**Taulukko 4 Päivittäistavarakaupan laskennallinen tilantarve (k-m<sup>2</sup>).**

Liiketilantarve	2015	2030	Kasvu
Pyhäjoki, Tilastokeskus	1 900	2 100	200
Pyhäjoki, kehityskuva Kasvuvoima	1 900	2 900	1 000
Naapurikunnat	23 300	26 200	2 900
Ylivieskan seudun kunnat	15 200	18 700	3 500

## 4. VAIKUTUSTEN ARVIOINTI

### 4.1 Kaupan sijainninhjaus

Pohjois-Pohjanmaan 1. vaihemaakuntakaavassa (2015) Ollinmäki on taajamatoimintojen aluetta (A), jolla osoitetaan asumisen, palvelujen, teollisuus- ja muiden työpaikka-alueiden ym. taajamatoimintojen sijoittumisalue ja laajentumisalueita. Ollinmäen kaupan hanke noudattaa tätä maakuntakaavan merkintää, mutta ylittää merkitykseltään seudullisen vähittäiskaupan suuryksikön

koon alarajan, joka on päivittäistavarakaupassa 3 000 k-m<sup>2</sup> ja muussa vähittäiskaupassa 5 000 k-m<sup>2</sup>. Pyhäjoen keskustan osayleiskaavassa 2025 alue on osoitettu KM-merkinnällä. Osayleiskaavan mukaisesti Ollinmäkeen voidaan rakentaa vähittäiskaupan yksikköjä, joiden yhteenlaskettu pinta-ala on enintään 2 000 k-m<sup>2</sup> sekä tilaa vevän vähittäiskaupan suuryksikköjä.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto on nostanut kaupan sijainnin sääntelyn ja kuntien tontinluovutusmenettelyt esille yhtenä toimivan kilpailun esteenä. Kaupan sijainnin ohjauksella olisi pystyttävä tasapainottelemaan kilpailun ja elinkeinojen kehittymisen mahdollistavan joustavuuden ja toisaalta yhdyskuntarakenteen tasapainoista kehittymistä tukevan sijainnin ohjaamisen välillä. Maankäyttö- ja rakennuslain uudistaminen ja normien purkamisen onkin yksi nykyisen hallituksen kärkihankkeista. Luonnoksessa (17.5.2016) hallituksen esitykseksi eduskunnalle laiksi maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta todetaan:

*Esityksen mukaan vähittäiskaupan suuryksikön pinta-alaraja nostetaan 2 000 neliömetristä 4 000 neliömetriin, poistetaan velvoite osoittaa maakuntakaavan keskustatoimintojen alueella vähittäiskaupan suuryksiköiden enimmäismitoitus sekä luovutaan vähittäiskaupan suuryksiköiden laatuluokituksesta kaupan suuryksiköiden sijainnin ohjauksessa. Vähittäiskaupan suuryksikön ensisijainen sijaintipaikka olisi edelleen keskusta-alue. Suuryksikkö voitaisiin kuitenkin sijoittaa myös muualle edellyttäen, että kaupan palvelujen saavutettavuus otetaan sijoituksen perusteena huomioon.*

Ollinmäkeen suunnitteilla oleva päivittäistavarakaupan 5 000 k-m<sup>2</sup>:n mitoitus ylittää maakuntakaavan merkitykseltään seudullisen suuryksikön koon alarajan ja yleiskaavan muun kuin tilaa vevän vähittäiskaupan suuryksikön mitoituksen. Maankäyttö- ja rakennuslain tuleva muutos ei vaikuta Ollinmäen kaupan hankkeeseen, mikäli mitoitus on suunnitellun mukainen.

Merkitykseltään seudullisella vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan sellaista kaupan yksikköä tai usean myymälän muodostamaa vähittäiskaupan aluetta, jolla on yhtä kuntaa laajempia seudullisia vaikutuksia. Päivittäistavarakaupan vaikutusalue on tyypillisesti selvästi paikallisempi kuin erikoistavarakaupan, jossa asioidaan harvemmin. Yksinomaan päivittäistavaraa myyvä myymälä on harvoin seudullisesti merkittävä. Kaupan myymäläkoko vaikuttavat merkittävimmin toimiala/toiminnan laatu sekä markkina-alueen laajuus, joka on verrannollinen myymälän kokoon: suuri myymälä tarvitsee suuren markkina-alueen, pieni pärjää vähemmällä. Kooltaan suuri myymälä ei kuitenkaan aina ja automaattisesti ole seudullisesti merkittävä myymälä; isokin myymälä voi palvella maantieteellisesti pientä aluetta ja olla luonteeltaan paikallinen. Tällöin myymälän lähellä sijaitsevan asutuksen ja paikallisen ostovoiman tulee kuitenkin olla kannattavan liiketoiminnan edellytykset täyttyvällä tasolla.

#### 4.2 Alue- ja yhdyskuntarakenne

Aluerakenteella tarkoitetaan laajempien alueiden eli koko maan, maakuntien ja maakuntien osien rakennetta ([www.ymparisto.fi](http://www.ymparisto.fi)). Koko maakunnan, Raahen ja Ylivieskan seutukuntien ja naapurikuntien kuten Raahen ja Kalajoen päivittäistavarakaupan tarjontaan nähden Ollinmäen hankkeella ei voida katsoa olevan vaikutuksia aluerakennetasolla: myymälällä ei ole oleellista vaikutusta naapurikuntien keskusverkkoon, eikä Ollinmäen kaupallinen kehittäminen vaikuta Pyhäjoen asemaan maakunnan keskusverkossa.

Yhdyskuntarakenteella tarkoitetaan työssäkäyntialueen, kaupunkiseudun, kaupungin, kaupungin osan tai muun taajaman sisäistä rakennetta ([www.ymparisto.fi](http://www.ymparisto.fi)). Ollinmäen päivittäistavarakaupan toteuttaminen tukee Pyhäjoen kunnan yhdyskuntarakenteellisia kehittämistavoitteita. Pyhäjoella yhdyskuntarakenteessa tapahtuva muutos, uusi kaupallinen keskittymä liittymä- ja pysäköintijärjestelyineen, on kuitenkin merkittävä. Samalla se siirtää keskustan kaupallista painopistettä pohjoiseen. Keskustaajama säilyy kuitenkin Pyhäjoen kaupallisena keskuksena. Keskustaa kehitettäessä on muistettava, että siihen vaikuttavat hyvin monet tekijät. Keskustan kaupallinen vetovoima ja elävyyys ovat riippuvaisia kaupan palvelutarjonnan lisäksi myös mm. kulttuuri-, viihde- ja ravintolapalvelujen ja julkisten palvelujen tarjonnan monipuolisuudesta sekä liikenne- ja pysäköintijärjestelyjen toimivuudesta, fyysisestä ympäristöstä jne.

Valtaosalle kunnan asukkaista yhdyskuntarakenteen muutos merkitsee kaupan palvelutarjonnan parantumista, koska yhä useammat hankinnat voidaan tehdä omassa kunnassa. Samalla se vähentää asiointiliikennettä, koska kauppamatkat voivat suuntautua entistä useammin Pyhäjoelle seudun muiden kuntien myymälöiden sijaan. Asiointimatkojen lyhentymisen myötä vähenevät myös liikenne ja sen aiheuttamat ympäristöhaitat.

Koska päivittäistavaramyymälöissä saatetaan myydä myös erikoiskaupan tuotteita kuten vaatteita ja niissä toimii kahviloita ym. kaupallisia palveluja, Pyhäjoen nykyisten erikoiskaupan yritysten ja kaupallisten palvelujen toimintaedellytysten turvaamiseksi Ollinmäkeen tulisi sijoittaa tällaista tuotevalikoimaa ja palveluja harkiten. Ollinmäkeen sijoittuvien toimintojen tulisi olla kunnan nykyistä palvelutarjontaa täydentäviä, jolloin ne yhdessä muodostavat toimivan kokonaisuuden. Ollinmäen kaupallisen konseptin kehittämistä olisi tämän vuoksi tärkeää pyrkiä tekemään rinnan keskustan nykyisen kaupan ja muun toiminnallisen kehittämisen kanssa. Mahdollisia haitallisia vaikutuksia lieventää se, että Ollinmäki vahvistaa Pyhäjoen kaupallista vetovoimaa ja saattaa houkuttaa kuntaan sekä lisää kaupan toimijoita että uusia asiakkaita. Osa asiakkaista asioi Ollinmäen lisäksi myös muissa liikkeissä.

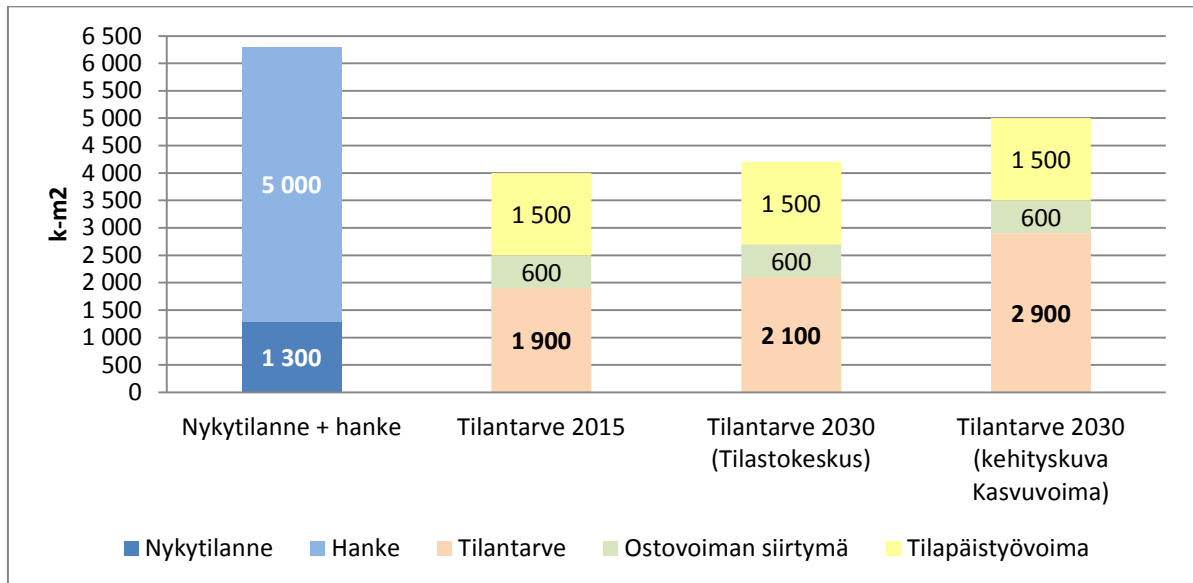
Edellä esitetyn perusteella Ollinmäen hankkeella ei voida katsoa olevan merkittävää alue- ja yhdyskuntarakennetta hajauttavaa vaikutusta. Tämä perustuu siihen, että Ollinmäen kaupan palvelut vastaavat kunnan maankäytön kehittämistavoitteisiin, eivät siirrä koko kunnan kaupallista painopistettä, vähentävät kunnan ulkopuolelle nykyisin suuntautuvaa asiointiliikennettä ja ovat saavutettavissa henkilöauton lisäksi kevyellä liikenteellä.

#### **4.3 Uusi liikerakentaminen suhteessa liiketilatarpeeseen**

Pyhäjoen päivittäistavarakaupan liiketilatarve on nykytilanteessa noin 1 900 k-m<sup>2</sup>, mikä on noin 600 k-m<sup>2</sup> enemmän kuin kunnan nykyinen liiketila. Päivittäistavarakaupan tarjonta kunnassa on siten alimitoitettu. Kuvassa 10 esitetään Pyhäjoen nykyinen päivittäistavarakaupan liiketila yhdessä Ollinmäen hankkeen kanssa sekä liiketilatarve vuonna 2030 Tilastokeskuksen väestöennusteen ja Pyhäjoen maankäyttöstrategian pohjana olevan Kasvuvoima-kehityskuvan (ydinvoimalaitos rakennetaan) mukaisten väestötavoitteiden perusteella laskettuina. Kuten kuvasta nähdään, liiketilantarve vuonna 2030 ei riitä kattamaan Ollinmäkeen suunniteltua liiketilarakentamista kummassakaan väestöennustetilanteessa.

Vuonna 2015 Pyhäjoen asukkaiden päivittäistavarakaupan ostovoimasta noin kolmasosa siirtyi kunnan ulkopuolelle. Mikäli Ollinmäen hankkeen myötä tavoitteeksi asetetaan nykyisen ostovoiman siirtymän vähentäminen nolnaan (jolloin kysyntä ja tarjonta ovat tasapainossa), päivittäistavarakaupassa tarvitaan edellä esitetyn liiketilatarpeen lisäksi noin 600 k-m<sup>2</sup> uutta liiketilaa. Kehityskuvavaihtoehdossa Kasvuvoima ydinvoimalaitos rakennetaan ja kuntaan tulee noin 1 000 uutta asukasta. Tämän lisäksi ydinvoimalatyömaa tuo mukanaan kunnassa tilapäisesti rakentamisaikana (noin 5 - 6 vuotta) asuvia henkilöitä. Tilapäisen väestön aiheuttaman päivittäistavarakaupan tilantarpeen on suurimmillaan arvioitu olevan noin 1 500 k-m<sup>2</sup> (Pyhäjoen kunta 2015).

Kun lasketaan yhteen väestötavoitteiden aikaansaama liiketilatarve sekä ostovoiman siirtymän vähentämisen ja ydinvoimalaitoksen tilapäistyövoiman vaikutus, päivittäistavarakaupan liiketilatarve vuonna 2030 on suuruusluokkaa 4 000 - 5 000 k-m<sup>2</sup>. Suurimmillaan tämä kattaa Ollinmäkeen suunnitellun liiketilarakentamisen, mutta ei olemassa olevien päivittäistavaramyymälöiden liiketilaa. Tämä merkitsee päivittäistavarakaupan ylitarjontaa, etenkin kun laskelmassa on mukana ydinvoimalaitoksen tilapäistyövoiman vaikutus suurimmillaan. Käytännössä tilapäistyövoiman määrä ja samalla sen aikaansaama liiketilatarve vaihtelee vuosittain (800 - 1 500 k-m<sup>2</sup>).



Kuva 10 Pyhäjoen päivittäistavarakaupan nykyinen liiketila ja tilantarve vuosina 2015 ja 2030.

#### 4.4 Kaupan kilpailutilanne

Ollinmäen hankkeella ei ole merkittävää vaikutusta naapurikuntien ja Ylivieskan seutuun kuuluvien kuntien päivittäistavarakaupan toimintaan. Raahessa ja Kalajoella on vahva myymälätarjonta ja päivittäistavarakaupan ostovoima ja myynti ovat lähes tasapainossa. Raahessa päivittäistavarakaupan kokonaiskerrosalaa on noin neljä kertaa enemmän kuin Pyhäjoella Ollinmäen hankkeen toteuduttuakin. Myös Kalajoella nykyinen kerrosala on Ollinmäkeä ja Pyhäjoen nykyisiä myymälöitä suurempi. Merijärvellä lähes 60 %:a päivittäistavarakaupan ostovoimasta siirtyy nykyisiin muihin kuntiin ja Merijärven ainoa päivittäistavaramyymälä on tottunut nykyiseen rooliinsa ja vallitsevaan markkinatilanteeseen, jossa se on jo pitkään kilpaillut naapurikuntien suurempien myymälöiden kanssa. Ylivieskassa tilanne on suunnilleen sama kuin Raahessa, Oulaisissa suunnilleen sama kuin Kalajoella ja Alavieskassa suunnilleen sama kuin Merijärvellä.

Pyhäjoella päivittäistavarakaupan kilpailutilanne sen sijaan muuttuu merkittävästi. Ollinmäen hankkeella on positiivinen vaikutus kunnan nykyiseen päivittäistavarakaupan kokonaistarjontaan, mutta se muuttaa nykyisten myymälöiden toimintaedellytyksiä. Ollinmäen hankkeen kerrosala vastaisi noin kahdeksaa nykyisenkokoista Pyhäjoen myymälää ja olisi samaa suuruusluokkaa kuin Ylivieskan hypermarkettien yhteenlaskettu päivittäistavaramyynnin kerrosala. Pyhäjoen nykyisten myymälöiden saattaa olla vaikeaa vastata Ollinmäen hankkeen tuomaan "määrä- ja hintakilpailuun". Avainsanoja yritystoiminnan kehittämisessä voivat tällöin olla esimerkiksi toimintakonseptin muuttaminen, laatu, palvelu ja myymälän laajentaminen. Toimenpiteisiin tulee vaikuttamaan myös kaupan ryhmien välinen kilpailu markkinoista ja halusta ylläpitää toimintaa Pyhäjoella. Kaupan toimijasta riippuen kilpailutilanne saattaa johtaa myös siihen, että osa hankkeen kerrosalasta on siirtyvää kerrosalaa eli nykyisten myymälöiden toiminnan siirtämistä Ollinmäkeen.

Uuden liiketilan rakentamisella vastataan kuluttajien muuttuvaan kysyntään. Kuluttajien tarpeet ovat eriytyneet ja eriytyvät jatkossa yhä enemmän. Tämä merkitsee sitä, että myös ostospaikoilta vaaditaan yhä enemmän. Hintatason ja monipuolisten valikoimien merkitys on kasvanut ja kasvaa edelleen koko ajan. Asiointi suuntautuu sinne, missä nämä edellytykset täyttyvät asiakkaan tarpeita parhaiten tyydyttävällä tavalla. Lisäksi on muistettava, että euromääräisesti suurin asiointi kohdistuu päivittäistavarakaupassa useimmiten kooltaan suuriin myymälöihin. Esimerkiksi Raahessa tämä näkyy siinä, että noin 73 % nykyisestä päivittäistavaramyynnistä toteutuu suurimmassa myymälöissä eli hypermarketeissa ja supermarketteissa. Ylivieskassa vastaava luku on



74 %. Myös Pyhäjoelta nykyisin ulosvirtaava ostovoima suuntautuu pääasiassa tämän kokoluokan myymälöihin.

Kilpailuvaikutusten ennakointi onkin haasteellista, koska monet vaikutuksista riippuvat kuluttajien käyttäytymisen mahdollisista muutoksista ja kilpailun aiheuttamista dynaamisista vaikutuksista yritysten toimintaan. Tärkeintä kilpailun toimivuuden kannalta olisi varmistaa, että kaavoituksella luodaan edellytykset sille, että niin uusien toimijoiden alalle tulo kuin uusien liikeideoiden kehittäminenkin olisivat mahdollisia. Pitämällä alalle tulon esteet mahdollisimman alhaisina varmistetaan se, että luodaan edellytykset toimivalle kilpailulle ja sen myötä positiivisille kilpailuvaikutuksille.

Tämä asia on huomioitu myös maankäyttö- ja rakennuslaissa, johon tehtiin keväällä 2015 kilpailun toimivuutta koskeva lisäys. Lakimuutoksen perustelujen mukaan kilpailun toimivuuden edistämisen kannalta on olennaista, että kaavoituksella luodaan mahdollisuudet uusien liikeideoiden kehittämiseen ja edellytykset uusien toimijoiden alalle tulolle. Kilpailun kannalta toivottavia ovat kaavaratkaisut, jotka ovat joustavia ja jättävät vaihtoehtoja toteutukseen. Elinkeinoelämän kilpailuasioiden huomioon ottaminen on yksi keskeisistä kaavoituksessa edistettävistä asioista. Lakimuutoksen tavoitteena on, että yrityksille osoitettaisiin laadultaan ja määrältään riittävästi sijoittautumispaikkoja.

#### **4.5 Kaupan toiminta- ja kehitysedellytykset**

Ollinmäen hankkeen vaikutuksia muun päivittäistavarakaupan toiminta- ja kehitysedellytyksiin arvioitiin Huffin vetovoimamallin avulla huomioiden nykyinen päivittäistavarakaupan pinta-ala ja Ollinmäen hanke. Mallinnuksen tulokset ovat suuntaa-antavia, sillä siinä ei ole huomioitu päivittäistavarakaupan palveluverkon mahdollisia muita muutoksia (muuta uusia hankkeita). Analyysin tarkoituksena on havainnollistaa kuntatasolla Ollinmäen mahdollisia vaikutuksia Pyhäjoella ja muissa kunnissa sijaitseville päivittäistavaramyymälöille.

Mallin avulla arvioituna Ollinmäkeen suuntautuva ostovoima on noin 10 miljoonaa euroa, jos alueen päivittäistavarakaupan mitoitus on noin 5 000 k-m<sup>2</sup>. Tämä jää alle Pyhäjoen asukkaiden aikaansaaman vuoden 2030 päivittäistavarakaupan ostovoiman (noin 11 - 16 milj. €). Asiointitodennäköisyysmallinnuksen perusteella kunnan asukkaiden ostovoima riittää siis kattamaan hankkeen tuoman pinta-alalisäyksen. Tämä tarkoittaa kuitenkin sitä, että Pyhäjoen nykyisten myymälöiden myynti vähenisi merkittävästi. Lisäksi Ollinmäkeen virtaisi ostovoimaa Raahen, Merijärven, Kalajoen, Oulaisten, Alavieskan ja Ylivieskan myymälöistä kunnasta riippuen 3 - 7 %. Näitä osuuksia ei voida pitää merkittävänä kyseisissä kunnissa sijaitsevien myymälöiden toimintaedellytysten kannalta.

Ollinmäen hankkeella olisi siis toteutuessaan merkittävä vaikutus Pyhäjoen nykyisten myymälöiden toimintaedellytyksiin, mutta ei laajemmin seudun muiden myymälöiden toimintaedellytyksiin. Arvioidulla kymmenen miljoonan euron ostovoimalla Ollinmäen myymälän myyntiteho olisi kuitenkin alle 3 000 €/my-m<sup>2</sup>, jolloin toiminta olisi kannattavuuden alarajalla. Päivittäistavaramyymälöiden nykyinen myyntiteho Pyhäjoella, sen naapurikunnissa ja Ylivieskan seudun kunnissa on lähes kaksinkertainen.

#### **4.6 Kaupan palvelujen saavutettavuus**

Kaupan ja etenkin päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus on yksi merkittävimmistä asioista ihmisten arjen sujuvuudessa. Saavutettavuuden käsite voidaan ymmärtää ja sitä voidaan mitata eri tavoin. Esimerkiksi etäisyys myymälään on helposti mitattavissa ja ymmärrettävissä, mutta se ei yksinään kerro koko totuutta. Lyhytkin kävely lähimpään myymälään voidaan kokea vaivalloisemmaksi kuin useamman kilometrin ajomatka johonkin toiseen myymälään. Tämä ku-

vaa osuvasti autoilevien ja suhteellisen helposti liikkumaan kykenevien kuluttajien kokemaa saavutettavuutta.

Muut kuin edellä mainitut kuluttajat voivat kokea saavutettavuuden hyvinkin eri tavalla. Tähän ryhmään kuuluvat esimerkiksi heikkokuntoiset vanhukset, liikuntarajoitteiset henkilöt ja autottomat kotitaloudet. Tälle ryhmälle kulkutavan valinnan ohella ja jopa sijasta saavutettavuudessa voi olla kysymys myös asiointimahdollisuuksista. Tähän taas vaikuttavat mm. asiointimatkan pituus, palvelujen laatu, kulkuyhteydet ja -mahdollisuudet, käytettävissä olevat tulot ja myymälöiden hintataso.

Kaupan palvelujen saavutettavuutta voidaan siis tarkastella sekä fyysisenä ilmiönä (etäisyytenä myymälään) että koettuna saavutettavuutena, joka kuvaa asiaa pelkkää etäisyyttä moniulotteisemmin. Fyysisen etäisyyden kannalta Ollinmäen saavutettavuus on hyvä. Henkilöautolla asioitaessa kymmenen minuutin ajoajan sisällä Pyhäjoen keskustasta asui vuonna 2014 noin 3 000 asukasta ja 30 minuutin säteellä noin 27 000 asukasta. Asiointi on mahdollista myös kevytliikenteellä etenkin keskustajaman alueelta.

Koettu saavutettavuus voidaan määritellä vaivaksi, jonka kotitalous kokee tavaroita hankkiesaan. Jos päivittäistavaroiden hankkiminen aiheuttaa paljon vaivaa, on saavutettavuus huono ja mikäli se aiheuttaa vähän vaivaa, on saavutettavuus hyvä. Ostovoiman nykyisten siirtymien valossa Pyhäjoen päivittäistavarakaupan palvelujen koettuun saavutettavuuteen ei olla tyytyväisiä. Ollinmäen hankkeen toteutuessa Pyhäjoen päivittäistavarakaupan palvelutarjonta lisääntyy ja monipuolistuu merkittävästi. Tämä merkitsee koetun saavutettavuuden parantumista. Myös fyysinen saavutettavuus paranee Pyhäjoen asukkaille, kun esimerkiksi Raahessa sijaitsevien liikkeiden sijasta osa asiointia voidaan tehdä omassa asuinkunnassa.

#### 4.7 Yhteenveto

Maankäyttö- ja rakennuslaissa vähittäiskaupan sijainnin ohjausta koskevien säännösten keskeisinä tavoitteina ovat kaupallisten palvelujen saatavuuden ja saavutettavuuden turvaaminen sekä keskusta-alueiden aseman tukeminen kaupan sijaintipaikkana. Maankäytön suunnittelulla tulee luoda edellytykset asuinalueiden kaupallisten palvelujen tarjonnalle ja pyrkiä vaikuttamaan olemassa olevien palvelujen säilymiseen. Kaupallisten palvelujen tulee myös olla mahdollisuuksien mukaan saavutettavissa eri kulkumuodoilla. Ollinmäen hanke ei ole merkittävästi ristiriidassa näiden tavoitteiden kanssa

Kaavoituksen kannalta Ollinmäkeen suunniteltu päivittäistavarakaupan mitoitus ylittää maakuntakaavan merkitykseltään seudullisen suuryksikön koon alarajan ja yleiskaavan muun kuin tilaa vievän vähittäiskaupan suuryksikön mitoituksen. Hankkeella ei kuitenkaan voida katsoa olevan erityisen haitallisia vaikutuksia alue- ja yhdyskuntarakenteeseen. Ollinmäen kaupan palveluiden kehittyessä myös palvelujen saavutettavuus paranee merkittävästi ja asiointimatkat lyhenevät. Tämän myötä vähenevät myös liikenne ja sen aiheuttamat ympäristöhaitat.

Ostovoiman kasvua ja siihen perustuvaa liiketilan laskennallista tarvetta tarkastelemalla voidaan hahmottaa, kuinka suuri on se markkinoiden kasvu, jonka jakajaksi kaupan hankkeet tulevat. Pyhäjoen päivittäistavarakauppa on nykytilanteessa alimitoitettu, sillä liiketilatarvetta on enemmän kuin toteutunutta kaupan liiketilaa. Päivittäistavarakaupan liiketilatarve vuonna 2030 on väestöennusteesta sekä ostovoiman vähentämistavoitteen ja ydinvoimalahankkeen tilapäistyövoimasta huomioimisesta riippuen enintään 5 000 k-m<sup>2</sup>. Tämä kattaa Ollinmäkeen suunnitellun liiketilarakentamisen, mutta ei olemassa olevien päivittäistavaramyymälöiden liiketilaa. Tämä merkitsee päivittäistavarakaupan noin 1 300 k-m<sup>2</sup>:n ylitarjontaa.

Uusien myymälöiden perustaminen vaikuttaa aina kaupan kilpailutilanteeseen, erityisesti lyhyellä tähtämellä. Ollinmäen hankkeella ei kuitenkaan ole erityistä vaikutusta naapurikuntien (Raah,

Merijärvi ja Kalajoki) eikä Ylivieskan seutukuntaan kuuluvien Oulaisten, Alavieskan ja Ylivieskan päivittäistavarakaupan toimintaedellytyksiin. Pyhäjoella Ollinmäen kaupallisella kehittämisellä on positiivinen vaikutus nykyiseen päivittäistavarakaupan kokonaistarjontaan, mutta se muuttaa nykyisten myymälöiden toimintaedellytyksiä. Kyseessä on merkittävä lisäys kunnan päivittäistavarakaupan kerrosalaan ja nykyisten myymälöiden saattaa olla vaikeaa vastata Ollinmäen hankkeen tuomaan kilpailuun. Huffin asiointitodennäköisyysmallilla arvioituna Pyhäjoen kunnan asukkaiden ostovoima riittää kattamaan Ollinmäen hankkeen tuoman pinta-alalisäyksen, mutta Pyhäjoen nykyisten myymälöiden myynti vähenisi merkittävästi. Myönteisimmillään kilpailutilanteen kiristyminen johtaa nykyisten myymälöiden yritystoiminnan kehittämiseen, mutta se saattaa johtaa myös myymälöiden toimintaedellytysten ratkaisevaan heikkenemiseen. Lopputulokseen tulee vaikuttamaan kaupan ryhmien välinen kilpailu markkinoista ja halusta ylläpitää toimintaa Pyhäjoella.

## 5. LÄHDELUETTELO

A.C.Nielsen Finland Oy. Päivittäistavarakaupan myymälärekisteri 2015.

Kalajoen kunta (2014). Kalajoen keskustan osayleiskaavan kaupallinen selvitys. Kalajoen kunta Ramboll Finland Oy.

Liikennevirasto (2015). Liikennemäärät 2015 ja 2016.

Luonnos hallituksen esitykseksi eduskunnalle laiksi maankäyttö- ja rakennuslain muuttamisesta (17.5.2016).

Pohjois-Pohjanmaan liitto (2015). Pohjois-Pohjanmaan 1. vaihemaakuntakaava.

Pyhäjoen kunta (2011). Maankäytön toteuttamisohjelma 2011 - 2025.

Pyhäjoen kunta (2014). Pyhäjoen keskustan osayleiskaava 2025.

Pyhäjoen kunta (2015). Pyhäjoen kunnan kaupan, palveluiden ja teollistamisen kehittämishanke II-vaihe. Pyhäjoen kunta ja Ramboll Finland Oy.

Pyhäjoen kunta (2016). Ollinmäen liikekorttelin asemakaava ja asemakaavan muutos, osallistumis- ja arviointisuunnitelma.