



Vastaus Kokoomuksen valtuustoryhmän aloitteeseen

25.9.2025

Elinvoima, markkinointi & viestintä -työryhmä 16.09.2025

kunnanhallitus 06.10.2025

Valtuustoaloite

Kokoomus kiinnitti 26.3.2025 tekemässään valtuustoaloitteessa huomiota sekä väestön vähenemiseen että työpaikkojen lisäämiseen kunnassa. Aloitteessa esitettiin, että kunta lisäisi panostuksia tonttien kartoittamiseen, markkinointiin ja yritystoiminnan edellytysten parantamiseen. Tavoitteena on lisätä kunnan vetovoimaa eri-ikäisten ja eri elämäntilanteissa olevien asukkaiden näkökulmasta. Aloitteessa tarkasteltiin kunnan elinvoimaan vaikuttavia tekijöitä, erityisesti väestönkehitystä ja työpaikkojen määrää.

Kokoomuksen valtuustoryhmä toi valtuustoaloitteessaan esiin huolensa siitä, että väestö on vähentynyt kunnassa, vaikka kaavoitukseen on panostettu ja tarjolla on myös vapaita vuokra-asuntoja. Aloitteessaan valtuustoryhmä esitti tarpeen tehostaa kunnan markkinointia eri-ikäisille, potentiaalisille uusille asukkaille. Erityisesti etätyötä tekevien näkökulma nostettiin esiin – etätyön mahdollistama asuminen Pyhäjoella nähtiin valtuustoaloitteessa houkuttelevana vaihtoehtona henkilöille, jotka arvostavat rauhallista ja luonnonläheistä asuinympäristöä.

Kunnan vetovoimaisuuden lisääminen

Kuntamarkkinointi on luonteeltaan pitkäjänteistä ja strategista työtä. Kunnan imagoon ja vetovoimaan voidaan kuitenkin vaikuttaa markkinoinnin keinoin tuomalla esiin kunnan tarjoamia mahdollisuuksia sekä kuvaamalla, millaista arkea ja elinympäristöä kunta tarjoaa asukkailleen. On epätodennäköistä, että yksittäinen mainos tai kampanja ratkaisisi muuttopäätöksen kuntaan.

Pyhäjoella harjoitettu aktiivinen viestintä ja uutisointi tukevat vetovoimaan asettuja tavoitteita. Vuokra-asumisen vaihtoehto, muiden asumismuotojen rinnalla, tarjoaa etätyötä tekeville mahdollisuuden harkita muuttoa Pyhäjoelle – rauhalliseen ja luonnonläheiseen ympäristöön.

Kuntamarkkinoinnilla on jo nykyisellään oma määräraha talousarviossa. Erilliset markkinointikampanjat eivät kuitenkaan sisälly tähän määrärahaan.

Meneillään olevat toimet elinvoimaisuuden ja valtuustoaloitteessa esiin nostettujen asioiden edistämiseksi

Kevään ja kesän 2025 ja alkaneen syksyn aikana jatketaan markkinoinnin ja sosiaalisen median kampanjaa, jonka tavoitteena on lisätä tietoisuutta Pyhäjoen vuokra-asumismahdollisuuksista. Kampanjan kohderyhmänä ovat erityisesti vuokra-asumisesta kiinnostuneet kansalaiset. Markkinoinnissa painopiste on nuorissa perheissä, jotka ovat vasta aloittaneet yhteiselämänsä, sekä ikääntyneissä asukkaissa, jotka luopuvat omakotitaloasumisesta ja etsivät pienempää, helppohoitoisempaa asuntoa. Nämä ryhmät muodostavat kampanjan keskeisen kohdeyleisön.

Uudet mahdolliset toimet kunnan houkuttelevuuden ja pitovoiman lisäämiseksi

- Vapaiden tonttien kartoitus ja esille tuonti markkinoinnin keinoin entistä tehokkaammin
- Aloitetaan toinen kampanja vuokra-asuntoasukkaille suunnatun kampanjan jälkeen (Budjetoidaan erillinen määräraha (5 000€) ja laaditaan markkinointisuunnitelma
- Mahdollistetaan mökkien muuttaminen vakituiseksi asunnoiksi – talo meren tai joen rannalla houkuttimena
- Luodaan yhteisöllisen asumisen mahdollisuus (esim. Jokikartano)
- Tavoitellaan muihin kuntiin nähden alempia veroja ja maksuja, joilla houkutellaan esim. osa-aikaisesti ulkomailla asuvia muuttamaan Pyhäjoelle
- ”Etätyöntekijöiden Pyhäjoki” -hankeen mahdollinen suunnittelu taloussuunnitelmakaudella 2026-2028:
 - kontaktoidaan entiset pyhäjokiset, sekä kesäasukkaat, joille kuntaa markkinoidaan kotikuntana
 - autetaan ja opastetaan yhteisöön, jotta etätyöntekijät kiinnittyvät yhteisöön
 - Vetovoiman lisääjänä markkinoidaan esimerkiksi luontoon liittyviä harrastuksia, kuten metsästys ja kalastus
 - luodaan uusia asumismahdollisuuksia: kartoitetaan esim. tyhjät yksityiset asunnot.

Työpaikkojen saanti kuntaan

Aloitteessa todettiin, että vaikka kunnassa on panostettu lapsiperheisiin, ei se yksinään riitä. Tarvitaan työpaikkoja, mikä vaikuttaa tutkitusti eniten muuttopäätöksiin.

Meneillään olevat toimet kunnan työpaikkojen lisäämiseksi sekä valtuustoaloitteessa esille tuotujen asioiden edistämiseksi.

Suurhankkeet. Toimijan saanti Hanhikivelle, kesäkuussa päättynyt AKKE-hanke etsi toimijaa Hanhikiven alueelle. Vety-hanke jatkaa alueellisen elinvoiman lisäämistä ja puhtaan teollisuuden saamista alueelle. (muut suurhankkeet: Hyperco, Ebba ja Maanahkiaisen – hankkeet, Hauksuonnevan maatuulipuisto, Leivinneva aurinkopuisto ja sähkövarasto)

Messut, kunta osallistuu messuille, kuten Rakentajamessuille Oulussa ja kunnan omille Syysmessuille.

Pyhäjoen kunta ostaa **Raahen Seudun Kehitykseltä alueen** yritysten kasvua ja uusien yritysten perustamista tukevia asiantuntijapalveluja sekä neuvontaa yritysten perustamisvaiheessa.

Toiminta palvelee myös kuntaa edistämällä aluekehitystä ja aluetta koskevaa edunvalvontaa. **Invest in** -toiminnan kautta tuodaan esiin alueen vahvuuksia ja mahdollisuuksia, houkutellaan uusia toimijoita ja investointeja.

Visit Raahen -brändin alla vahvistetaan matkailun vetovoimaa ja saavutettavuutta sekä tuetaan yrityksiä matkailupalvelujen markkinoinnissa.

Raahen Seudun Kehitys vaikuttaa toiminnallaan positiivisesti alueen elinvoimaan, työpaikkojen syntyyn ja väestönkehitykseen.

Kulmahuone. Yrittäjille on avautunut syyskuussa toimipaikka, Kulmahuone kuntakeskuksessa, joka tarjoaa esim. yksinyrittäjille tilan asiakkaiden tapaamispaikan. Onnistuessaan tällä on myönteinen vaikutus myös palvelualan yrittäjiin, esimerkiksi verkostoitumisen kautta.

Uudet toimet kunnan yrityspohjan laajentamiseksi ja työpaikkojen saamiseksi

- Uusille messuille osallistuminen, kuten Alihankintamessut tms. yritysten johdon ja omistajien tapaamiset, siten kontaktiverkoston laajentaminen
- Asukaskampanjan yhteydessä oleva mahdollinen hanke kontaktoi myös uusia mahdollisia yrityksiä ja kampanjoi esim. teemalla Tee harrastuksestasi työ

Yritysten sijoittuminen kuntaan - ostopalveluna

Väestönkasvu on haastavaa ilman riittävää työllisyyttä. Hanhikiven hankkeen käynnistyessä on perusteltua tarkastella uusia ja vaikuttavampia keinoja elinkeinopohjan vahvistamiseksi. Elinkeinorakennetta voidaan laajentaa myös ostopalveluilla.

On tärkeää, että kunnan elinvoimaa ja vetovoimaa markkinoidaan oikeissa ja tarkoituksenmukaisissa kanavissa. Yrityspäättäjiin on usein vaikea saada kontaktia messutapahtumissa tai kuntien verkkosivujen kautta. Tuloksellinen yrityshankinta edellyttää aktiivista ja kohdennettua toimintaa, sekä yritysten hyvää palvelua. Tässä korostuu henkilökohtaiset yhteydenotot, oikea-aikainen ja ennakkoluuloton asenne ja palvelu.

Pyhäjoen kunta on kartoittanut muun muassa pohjalaisen Patrio Oy:n tarjoamia palveluja elinkeinorakenteensa monipuolistamiseksi. Patrio Oy on erikoistunut kuntien ja yritysten elinvoiman vahvistamiseen suorahaun ja yrityskartoitusten avulla, hyödyntäen henkilösuorahaun menetelmiä. Viimeisen kahden vuoden aikana Patrio on onnistunut houkuttelemaan useita uusia yrityksiä sijoittumaan kuntien alueille. Patrio otetaan tässä vastauksessa esimerkiksi sen tuoman konkretian vuoksi.

Esimerkki noin 8 000 euron palvelukokonaisuudesta Patrio Oy Ab:ltä tai muulta vastaavalta yritykseltä:

1. **Kunnan vahvuuksien tunnistaminen ja profilointi:**
Patrio tukee kuntaa sen vahvuuksien tunnistamisessa ja muotoilemisessa houkuttelevaan, yrityksiä kiinnostavaan muotoon.
2. **Yritystarpeiden kartoitus:**
Selvitetään sekä suomalaisten että kansainvälisten yritysten tarpeita ja liiketoimintamahdollisuuksia, joissa Pyhäjoen tarjoamat edut voivat tuoda lisäarvoa. Samalla kartoitetaan alueella jo toimivien yritysten tarpeita, jotta uudet kontaktit tukevat myös olemassa olevaa elinkeinoelämää.
3. **Henkilökohtaiset kontaktit yritysjohtajiin:**
Lähestytään henkilökohtaisesti yrityksiä, joilla on kasvutarpeita ja kiinnostusta uusille sijoittumisalueille. Kohderyhmänä on yritysten ylin johto, jota lähestytään Pyhäjoen kanssa laaditun, räätälöidyn yritysprofiilin avulla.
4. **Markkinointimateriaalin tuottaminen:**
Laaditaan kohdennettua ja kiinnostavaa markkinointimateriaalia yrityspäättäjille, jotka osoittavat kiinnostusta Pyhäjoen tarjoamiin mahdollisuuksiin.
5. **Tapaamisen järjestäminen Pyhäjoella:**
Kontaktoinnin tavoitteena on järjestää henkilökohtainen tapaaminen kunnan ylimmän johdon ja kiinnostuneiden yritysten edustajien välillä Pyhäjoella.
6. **Yritystarpeiden ja kunnan ratkaisujen yhteensovittaminen:**
Yhdistetään yritysten tarpeet Pyhäjoen tarjoamiin ratkaisuihin ja resursseihin, jotta sijoittumisen edellytykset voidaan konkretisoida.
7. **Tulosten raportointi ja jatkotoimet:**
Toiminnan tulokset raportoidaan kunnalle ja sovitaan mahdollisista jatkotoimenpiteistä yrityshankinnan edistämiseksi.

Toimenpidesuositus – yhteenveto vastauksena Kokoomuksen valtuustoaloitteeseen

Kunnan elinvoimaa, vetovoimaa ja pitovoimaa tulee lisätä kohdennetulla markkinoinnilla, tonttien ja asumisvaihtoehtojen esiin tuomisella sekä etätönn mahdollisuuksia korostamalla. Työpaikkojen lisäämiseksi tulee elinkeinopohjaa monipuolistaa, mm. hyödyntämällä ostopalveluita yritysten houkuttelemiseksi kuntaan, vaikkapa suorahauulla. Lisäksi on harkittava erillisiä kampanjoita eri kohderyhmille sekä panostuksia yrityskontaktointiin ja verkostoitumiseen. Nykyisen kehittämistiimin (kaavoitus, rakennusvalvonta, elinkeino- ja yrityspalvelut, ympäristösuojelu, strateginen ja operatiivinen johto sekä projektipäälliköt) toiminnan jatkuvuuden turvaaminen sekä tiimin asiantuntevuuden ja ketteryyden ylläpitäminen ovat keskeisiä tekijöitä yritysmaailman palvelemisessa ja kunnan elinkeinorakenteen kehittämisessä. Edellä mainituilla toimilla on mahdollista vastata väestökehityksen ja työpaikkatarjonnan asettamiin haasteisiin.