



Muutoskitkasta
elinvoimaa

OSALLISTAMISELLA ELINVOIMAA

– TYÖKIRJA KUNNILLE



TURUN
YLIOPISTO

BUSINESS
FINLAND

SISÄLLYS

Johdanto	4
----------	---

TEEMA 1: KANSALAI SYHTEISKUNNAN OSALLISUUDEN JA TOIMINNAN TUKEMINEN	7
--	----------

The Box – matka merikarvialaisuuden ytimeen	8
Mitä porilaisuus on? Kaupunkilaisten kanssa rakennettu brändi	10
Kunnantalon hukkaneliöt yhteiseen käyttöön	12
Oppaalla ja agenteilla ryhtiä järjestyhteistyöhön	14
Osallisuus- ja vuorovaikutusmalli kehittämisen ohjenuorana – tehdään yhdessä, ei vain kuulla	16
Koko Karkku -kyläyhdistyksen kesätyökampanja	18
100 hyvää tekoa Teuvalla	20
Sosiaalisen median rooli ketterässä kuntamarkkinoinnissa ja osallisuuden kehittämisessä	22
Liminka – sähköinen osallistaminen	24
Kerava – Miten nimeäisit asuntomessualueen?	26
Rakkaudella porilaisille –hyvinvointiraha yhteisöllisyyden ja porilaisuuden asialla	28
Osallistuva budjetointi Teuvalla	30

TEEMA 2: YRITYSTEN OSALLISUUDEN JA TOIMINNAN TUKEMINEN	33
---	-----------

Yrityspuisto Syke	34
Kaupunki elinvoimapalvelujen tuottajasta verkostokoordinaattoriksi	36
Kaupungin ja yrittäjien yhteiset aamukahvit	38

JOHDANTO

Tulevaisuuden kunnan ydintehtäviä ovat kuntalaisten hyvinvoinnin ja kunnan elinvoimaisuuden edistäminen. Yhdessä tekeminen, sitä tukevan yhteisöllisyyden kehittäminen sekä näin syntyvät verkostomaiset toimintatavat ovat välineitä hyvinvoinnin ja elinvoiman kehittämiseen. Tämä työkirja tuo esiin hyväksi havaittuja tapoja osallistaa ja tehdä yhteistyötä kunnan ja sen sidosryhmien välillä. Työkirja pohjautuu näkemykseen, että kuntien rooli on muutoksessa. Tulevaisuuden kunta on enenevässä määrin palvelutuotannon ja -kehityksen ohjaaja, mahdollistaja ja koordinaattori - palveluintegraattori¹.

Osallistaminen ja yhdessä tekemisen ajatus on monella tapaa ajankohtainen tänä päivänä. Osallisuus ja sen edistämisen tärkeys nostetaan esiin kuntalaissa, joka tuli voimaan vuonna 2015. Lakia on monelta osin sovellettu vasta vuodesta 2017 uuden kuntavaalikauden alusta. Kuntalain tarkoituksena on luoda edellytykset kunnan asukkaiden itsehallinnon sekä osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksien toteutumiselle kunnan toiminnassa. Tarkoituksena on myös edistää kunnan toiminnan suunnitelmallisuutta ja taloudellisuutta sosiaalisesti ja ympäristöllisesti kestävällä tavalla. Osallisuuden ajatus ei ole uusi, vaikka se on nyt noussut esiin aiempaa voimakkaammin teknologian kehityksen, koulutustason nousun ja menneen 'yhteisöllisyyden ajan' romantisoinnin myötä.

Kuntaympäristössä osallisuus liittyy kunnan eri toimijoiden kuten kuntalaisten, yritysten ja yhdistysten mahdollisuuteen vaikuttaa oman kunnan tai kaupungin kehittämiseen ja tulevaisuuden ratkaisuihin. Osallistamisen muodot ovat moninaiset, kuten kuntalaisraadit, työpajat, mielipidekyselyt, kokemusasiantuntijuus ja osallistuva budjetointi. Mahdollisuuksia osallistumiseen voidaan tarjota fyysisissä kohtaamisissa tai virtuaalisesti sähköisten työkalujen avulla. Tässä työkirjassa tuodaan esiin hyviä käytäntöjä kuudesta eri kunnasta. Esimerkit osoittavat, miten sidosryhmien osallistamisen avulla kunnan strategiassa, yrityspalveluissa, nuorisopalveluissa jne. voidaan ottaa entistä enemmän huomioon asioita, jotka eri toimijat kokevat oman kunnan kehittämisen kannalta tärkeäksi. Osallisuus on enemmän kuin kuulemista ja mielipiteiden kysymistä. Se on yhteistyötä läpi koko toiminnan ja edellyttää kahdensuuntaista näkemysten ja ideoiden vaihtoa.

Työkirjan esimerkit kytkeytyvät elinvoiman kehittämiseen. Elinvoima on uusi ja laaja käsite ja kattaa niitä elämän ja toiminnan osa-alueita, jotka tekevät kunnasta hyvän ja houkuttelevan paikan asua ja yrittää. Elinvoimainen kunta on uudistumiskykyinen, sillä on riittävät taloudelliset sekä henkiset resurssit ja vuorovaikutus kunnan eri toimijoiden välillä sujuu tehokkaasti. Käsitys elin-

¹www.vtt.fi/inf/julkaisut/muut/2014/VTT_Palveluverkoston_kehittamisen_tyokirja.pdf

voiman osatekijöistä vaihtelee kunnittain. Kapeimmillaan elinvoima linkittyy yritysyhteistyöhön, yritysten kasvun tukemiseen, uusien yritysten perustamiseen ja siihen miten elinkeinotoiminnan edellytyksiä voidaan kehittää. Laajempi käsitys rakentuu sille lähtökohdalle, että elinvoima on kiinteästi yhteydessä hyvinvointiin. Tällöin erityisen tärkeitä ovat työpaikat ja osaavan työvoiman saannin varmistaminen nyt ja tulevaisuudessa. Myös kansalaisyhteiskunnan, palvelujen saavutettavuuden, matkailun ja alkutuotannon kehittäminen vahvistavat kunnan elinvoimaisuutta. Kehittämishankkeissa, joiden kokemuksiin tämä työkirja pohjautuu, on käyty laajaa keskustelua elinvoimasta ja siitä, mistä se kussakin kunnassa koostuu ja miten sitä voidaan tukea.

Työkirja muodostuu kahdesta osasta:

(1) kansalaisyhteiskunnan osallisuuden ja toiminnan tukeminen ja (2) yritysten osallisuuden ja toiminnan tukeminen. Kirjasta löytyy käytännön esimerkkejä osallistamiseen ja yhdessä tekemiseen mm. kunta-brändäyksestä, strategiatyöstä, osallistavasta budjetoinnista, yhteistyöstä yritysten ja järjestöjen kanssa, sosiaalisen median käytöstä ketterässä kuntamarkkinoinnissa sekä sähköisten työkalujen hyödyntämisestä kehittämisessä. Kustakin esimerkistä tuodaan esiin tavoitteet, toteutus ja tärkeimmät opit. Lisäksi kunkin esimerkin jälkeen

työkirjassa on kysymyksiä, joiden toivomme herättävän Sinut miettimään, miten voisit hyödyntää esimerkkiä omassa kunnassasi tai muussa toiminnassa. Mitä nämä muutokset tarkoittavat oman työsi ja tehtäväsi näkökulmasta? Tarvitaanko muutoksia – uudenlaista osallistamista – myös kunnan sisäisissä toimintatavoissa?

Satu Aaltonen, Tanja Lepistö ja Ulla Hytti

Turun yliopiston kauppakorkeakoulu

Tämä työkirja on toteutettu Business Finlandin osarahoittamassa hankekokonaisuudessa MUKI –Muutoskitkasta elinvoimaan: yhteistyössä Turun yliopiston kauppakorkeakoulu, Sastamalan kaupunki, Merikarvian kunta ja Suupohjan elinkeinotoimen kuntayhtymä.

**TEEMA 1:
KANSALAIS-
YHTEISKUNNAN
OSALLISUUDEN
JA TOIMINNAN
TUKEMINEN**

AIHE: Kunnan brändin uudistaminen.

KOHDERYHMÄT: Kuntalaiset ja muut kiinnostuneet.

The Box – matka

merikarvialaisuuden ytimeen

TAVOITE: Merikarvialla haluttiin luoda yhdessä uusi brändi, joka nostaa esiin kunnan erityispiirteitä ja vahvuuksia, ja jonka kaikki voivat tuntea omakseen.

TOTEUTUS: Kuntalaisia, kesäasukkaita ja muita yhteistyökumppaneita osallistettiin brändin uudistamiseen helposti lähestyttävällä tavalla kevään 2018 aikana. Keskeisille paikoille tuotiin Mysteerilaatikoita: Merikarvia Jutut. Laatikoista tiedotettiin mm. sosiaalisessa mediassa, sekä paikallislehdessä.



"Kuka tahansa sai käydä laittamassa boksiin oman näkemyksensä siitä, mitä merikarvialaisuus on. Oli se sitten tunteikas kirje, kudottu lapanen, vanha valokuva, viritetty korttipakka tai vaikka vhs-kasetti kummitushavainnosta."

LAATIKKOON saatiin runsaasti esineitä ja tarinoita, jotka kuvaavat merikarvialaisuutta.

Yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemisen meininkiä lisäsi laatikoiden avaaminen kerran viikossa suorassa Facebook-lähetyksessä. Kunnan edustaja yhdessä jonkun paikkakuntalaisen kanssa avasi laatikon ja he kävivät läpi tarinoita ja esineitä. Esineet ja tarinat toimivat materiaalina brändiuudistuksessa, joka toteutettiin yhdessä mainostoimiston kanssa.

OPIT: Osallisuuden lisääminen ja yhdessä tekeminen ei vaadi välttämättä suuria taloudellisia panostuksia. Yhteisen tarinan rakentaminen omalle kunnalle lisää yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemisen tunnetta. Brändityö jatkuu edelleen, ja siinä sosiaalinen media toimii tärkeänä kanavana, jolla kunta, kuntalaiset ja yhteistyökumppanit viestivät; laittavat kuvia ja kokemuksia sekä tietoa yhteisistä tapahtumista. Avainjuttu on ketteryys. *"Miten ketterä kulttuuri syntyy ei ole sukupolvikysymys, vaan kysymys on luottamuksesta, avoimen ilmapiirin luomisesta ja välittömyydestä. #kummallisenkodikas"*



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?



AIHE: Brändiuudistus osallistaen ja vuorovaikuttaen.

KOHDERYHMÄT: Kaupungin sidosryhmät laajasti.

Mitä porilaisuus on?

Kaupunkilaisten kanssa rakennettu brändi

TAVOITE: Porin brändiuudistuksessa yhteistyötä tehtiin kuntalaisten ja yhteistyötahojen kanssa laajasti. Kantavana teemana oli ajatus kaupungista yhteisönä. Yhteisö rakentaa kaupungin mainekuvaa, vie keskustelua eteenpäin ja tekee kaupunkia tunnetuksi.

TOTEUTUS: Yhdessä tekeminen, vuorovaikutus ja osallistamisen tärkeys ovat vahvasti kaupungin strategiassa. Yhteistyökumppanin valinnassa korostettiin osallistavaa brändiuudistusta – tehdään yhdessä, ei vain kuulla. Erilaisia näkemyksiä, kokemuksia ja ideoita porilaisuudesta on eri vaiheissa koottu sekä sähköisesti, että erilaisten työpajojen, tapaamisten ja tilaisuuksien avulla. Brändin rakennuspalikoita etsittiin lukuisissa työpajoissa eri toimijoiden ja kaupunkilaisten kanssa sekä poriuudistuu.fi –verkkopalvelussa kerättyjen Pori-tarinoiden avulla. Lopuksi kaupunkilaiset pääsivät osallistumaan myös visuaalisen ilmeen muotoiluun, kun kaupunkilaisten oma mainostoitto - Pori - avasi ovensa yhdeksän päivän ajaksi keskustan kävelykadulla. Poriksessa oli esillä neljä erilaista tyyliisuuntaa, joita kaupunkilaiset arvioivat kyselytyökalun avulla. Tästä prosessista tiivistyivät Porin brändin peruskivet.

www.pori.fi/brandi

BRÄNDIN tunnetuksi ja eläväksi tekeminen jatkuu edelleen brändilähettiläiden kautta. Brändilähettiläinä voivat toimia kaupunkilaiset, yhdistykset, yhteisöt ja yritykset. Saatavilla on erilaisia brändituotteita, mm. Pori-tuoksu. Yritysten kiinnostuksen pohjalta on luotu kumppanuusohjelma. Yritykset saavat käyttöönsä merkin, jolla voivat viestiä, että heidän tarjoamansa tuote tai palvelu on porilaista. Järjestöille on suunnitteilla vastaavanlainen ohjelma ja se julkaistaan pian.

OPIT: Kehitysprosessiin osallistui sähköisen alustan kautta 5500 kaupunkilaista ja Pori-toimistossa kävi n. 500 henkilöä arvioimassa vaihtoehtoja uudeksi brändikonseptiksi. Kokeuksen mukaan ja kyselyjen perusteella yli 80 % porilaisista kokee brändin kuvaavan hyvin Poria. Onnistumisen on mahdollistanut kaupunkilaisten osallistaminen brändin luomiseen. Se tuntuu siksi omalta. Brändi ei ole pelkästään visuaaliset elementit (karhu), vaan enemmänkin asenne, tapa toimia ja kulttuuri tuottaa palveluita.





Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

MUISTIINPANOJA:

AIHE: Kunnantalon tilojen hyödyntäminen monipuolisesti samalla yhteisöllisyyttä rakentaen.

KOHDERYHMÄT: Yhdistykset ja kuntalaiset.

Kunnantalon hukkaneliöt

yhteiseen käyttöön

TAVOITE: Merikarvian vuonna 1984 rakennetun kunnantalon kaikille tiloille ei ole enää kunnan puolesta tarvetta. Vapautuneita tiloja on pyritty saamaan hyötykäyttöön ja samalla luomaan kunnantalosta matalan kynnyksen kohtaamispaikka. Tavoitteena on tätä kautta myös vahvistaa yhteishenkeä, osallistumista ja madaltaa kuntalaisten kynnystä tehdä aloitteita heille merkityksellisissä asioissa.

TOTEUTUS: Tilojen käyttö muuhunkin kuin kunnan järjestämiin tilaisuuksiin lisää yhteistyön ja keskustelun mahdollisuuksia mm. yhdistysten kanssa. Yhtenä esimerkkinä tästä ovat kesäasukasyhdistyksen kokoukset. Kunta tarjoaa kokoustilat yhdistyksen kokouksiin, joissa myös kunnan edustaja on paikalla.



”Me ollaan tällainen yhteinen kokoontumispaikka. Tänne on helppo tulla.”

LISÄKSI Merikarvian kuntatalon vapaita tiloja on tarjottu mm. päiväkodille ja tiloissa toimii esikouluryhmä. Kansalaisopiston tarjoamat harrastepiirit ovat myös saaneet käyttöönsä tiloja kunnantalolta samoin kuin yhdistykset, kuten Oura -ooppera ja Merikarvian seura. Myös puolueilla on mahdollisuus käyttää tiloja. Näin talo tulee tutuksi yhä useammalle ja siitä tulee luonteva kohtaamispaikka.

OPIT: Yhteisöllisyyden ja osallistamisen kulttuurin rakentaminen on pitkä prosessi ja sitä kannattaa toteuttaa monin eri tavoin. Kunnan tilojen monipuolinen käyttö ja niiden tarjoaminen muuhunkin kuin perinteiseen käyttöön madaltaa kuntalaisten näkökulmasta kynnystä tuoda esiin näkemyksiään, tehdä aloitteita ja olla yhteydessä kunnan virkamiehiin ja päättäjiin. Me-hengen rakentamisesta edistävät konkreettiset esimerkit ja luontevat tavat tuoda ihmisiä yhteen.



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

MUISTIINPANOJA:

AIHE: Kunnan ja järjestöjen yhteistyön kehittäminen.

KOHDERYHMÄT: Yhdistykset ja kunta.

Oppaalla ja agenteilla ryhtiä järjestöyhteistyöhön

TAVOITE: Yhdistykset ovat tärkeitä kaupungin elinvoimaisuuden kehittämisessä. Sastamalan tavoitteena on luoda järjestöjen ja kaupungin yhteistyölle selkeä rakenne. Tarve on kaupungin ja järjestöjen yhteinen. Kaupungin työntekijät kokevat järjestöjen osallistamisen vaikeaksi. Toisaalta myös järjestöjen näkökulmasta on vaikea hahmottaa kaikkia mahdollisia tapoja, joilla voitaisiin tehdä yhteistyötä kaupungin kanssa.



TOTEUTUS: Sastamalassa toteutettiin maakunnallisen hankkeen¹ innoittamina opas järjestöyhteistyöhön². Opas systematisoi kaupungin ja järjestöjen välistä yhteistyötä ja viestii siitä kunnan viranhaltijoille ja yhdistyksille. Oppaassa esitellään yhteistyömuotoja sekä kerrotaan avustusten jaon aikatauluista ja prosesseista. Tämä tuo yhteistyöhön ennakoitavuutta ja lisää kaupungin ja järjestöjen välistä koordinaatiota. Järjestöyhteistyön edistämiseksi on kaupungissa valittu neljä järjestöagenttia, joiden tehtävänä on tuoda järjestöjen ääntä kuuluviin, edistää yhdistysten keskinäistä sekä yhdistysten ja kaupungin välistä yhteistyötä.

"Mielestäni siinä järjestöyhteistyöjutussa meillä on tosi paljon tekemistä vielä, että me voitaisiin oikeasti hyödyntää sitä voimavaraa, mikä yhdistyksissä olisi."

OPIT: Lisää tietoa järjestökentän tarjonnasta, kaupungin tarpeista ja hyviksi havaituista toimintamalleista tarvitaan sekä järjestöille, viranhaltijoille että luottamushenkilöille. Järjestöyhteistyön opas sekä järjestöagenttitoiminta tekevät asiaa tutuksi ja nostavat järjestöyhteistyön kunnalliseen keskusteluun.

¹Järjestö 2.0 – Järjestöt Pirkanmaan terveyden ja hyvinvoinnin edistäjinä -hanke (www.kakspistenolla.fi) on tuonut järjestöyhteistyöoppaan idean Pirkanmaan kuntiin ja valinnut kunnista järjestöagentit edistämään kuntien ja järjestöjen yhteistyötä.

²Sastamalan järjestöyhteistyön opas: www.sastamala.fi/sivu.tmpl?sivu_id=11175



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

Millaisia esimerkkejä meidän kunnasta löytyisi hyvästä järjestöyhteistyöstä?

**Voisiko kunta jollain tavalla edistää pienten yhdistysten välistä yhteistyötä?
Kenen pitäisi tehdä ja mitä?**

AIHE: Kuntalaisten ottaminen mukaan palvelukehitykseen ja toiminnan järjestämiseen. **KOHDERYHMÄT:** Kaupunkiorganisaation toimijat, asukkaat, yhdistykset, neuvostot ja muut kumppanit.

Osallisuus- ja vuorovaikutusmalli kehittämisen ohjenuorana – tehdään yhdessä, ei vain kuulla

TAVOITE: Porin uuden strategian mukaisessa kaupunkiorganisaatiossa osallistava toimintatapa on osa kehittämistä. Yritykset, kaupunkilaiset ja järjestöt odottavat aiempaa enemmän osallisuutta ja vuorovaikutusta oman kaupungin kehittämisessä – ”kaupungit eivät toimi enää tyhjiössä”.

TOTEUTUS: Osallisuus- ja vuorovaikutusmalli koostuu seitsemästä askeleesta:



1. Reagoi kuntalaisille merkityksellisiin tarpeisiin ja heille ajankohtaisiin ilmiöihin
2. Kohdenna osallistaminen todellisiin käyttäjiin
3. Kirkasta osallistamisen tavoitteet ja viesti niistä avoimesti
4. Valitse oikea osallistamisen menetelmä
5. Dokumentoi, mutta vältä byrokratiaa
6. Älä pelkää epäonnistumista ja kokeile rohkeasti
7. Kokeile, opi ja jaa oppimasi

KONKREETTISET kysymykset auttavat kehittämisprosessissa:

www.pori.fi/paatoksenteko/osallistu-ja-vaikuta/osallisuus-ja-vuorovaikutusmalli

Kaikki Porin kehittämisprojektit noudattavat osallisuus- ja vuorovaikutusmallia. Osallisuuden pitää toteutua läpileikkaavana ja siksi kehitystyötä tehdään monialaisesti ja kulloisenkin asiaan vaikuttavien verkostojen ja kohderyhmien kanssa yhdessä. Työntekijälle ja päättäjälle malli on ohjenuora, työkalu ja muistikirja, asukkaalle väline saada tietoa osallistumismahdollisuuksista ja arvioida tavoitteiden toteutumista.

OPIT: ”Porin kaupungin uudessa toimintakulttuurissa henkilöstön asiantuntemuksen rinnalle nostetaan kuntalaisten, asukkaiden ja yhteisöjen asiantuntemus. Osallisuus on yhdessä tekemistä, kohtaamisia kasvokkain, selkeää kieltä, avoimuutta, perusteluja, viestintää ja välillä jopa epämukavuusalueelle menemistä ja riskien ottamista”. Osallisuus- ja vuorovaikutusmallin sisältöä on tärkeää kehittää edelleen uusilla vuorovaikutteisilla toimintatavoilla yhdessä kaupunkilaisten kanssa. Mallin toimivuutta on kehitystyön aikana testattu käytännössä Porin brändikonseptin muotoilun prosessissa. Osallisuusagentit valmentavat henkilöstöä ja aktivoivat eri väestöryhmiä ja toimijoita osallistumaan.



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?



AIHE: Kyläyhdistysten roolin vahvistaminen ja sitä kautta paikallisen osallisuuden kehittäminen.

KOHDERYHMÄT: Yhdistykset ja kuntalaiset.

Koko Karkku -kyläyhdistyksen kesätyökampanja

TAVOITE: Alaikäisten on vaikeaa löytää kesätyöitä haja-asutusalueilla. Sastamalaisessa Koko Karkku-kyläyhdistyksessä pohdittiin, miten auttaa paikallisia alle 18-vuotiaita löytämään ensimmäinen kesätyönsä.

TOTEUTUS: Yhdistyksessä ideoitiin, että nuoret voisivat pitää viheralueita kunnossa, pyörittää kahvilavaunua sekä tehdä pieniä toimeksiantoja kuten kotieläinten ja lasten hoitoa tai siivousta ja maalausta. Idean synnyttä kyläyhdistys otti yhteyttä kaupunkiin.



KAHVILAVAUNUN rakentamiseen saatiin osa rahoituksesta Leader-ohjelmasta. Vaunu rakennettiin kyläyhdistyksen talkootyönä. Sastamalan kaupunki sitoutui ostamaan nuorilta Karkun viheralueiden kunnossapitoa, mikä takasi minimimäärän työtunteja nuorille, vaikka yksityishenkilöiden toimeksiantoja ei olisi tullutkaan. Palkattaville nuorille haettiin Sastamalan kaupungin kesätyöllistämistukia. Näin saatiin kesätyöpaikka noin kymmenelle nuorelle kesinä 2018 ja 2019. Kunnan näkökulmasta yhteistyö toimii hyvin.

OPIT: *"Meidän kaupungin näkökulmasta Koko Karkku -yhdistyksen toiminta on juuri sitä, mihin pyrimme muitakin kyläyhdistyksiä kannustamaan. Kun aloite tulee kuntalaisilta itseltään, voidaan olla varmoja, että toiminnalle on aito tarve ja se palvelee alueen elinvoimaisuutta. Sitoutuminen yhteiseen hankkeeseen on parempi, kun kunnan lisäksi myös paikalliset toimijat panostavat rahaa ja aikaansa. Ympäristöstä, jota ollaan itse oltu hoitamassa, kannetaan parempaa huolta kuin sellaisesta, joka hoidetaan kokonaan kaupungin puolesta."*



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

Mitä paikallisia töitä kyläyhdistykset voisivat ottaa hoidettavakseen meidän kunnassa?

Voisinko minä tai meidän yksikkömme tehdä jotain paikallisten yhdistysten roolin kasvattamiseksi?

AIHE: Kunnan alkuun pistämä haastekampanja.

KOHDERYHMÄT: Kuntalaiset, yhdistykset ja yritykset.

100 hyvää tekoa Teuvalla

TAVOITE: Teuvan kunnanvaltuusto täyttää tänä vuonna 100 vuotta. Kunnassa mietittiin, miten asiaa voisi juhlistaa tavalla, joka lisäisi yhteisöllisyyttä ja yhdessä tekemisen meininkiä sekä toisi kuntapolitiikan lähemmäs kuntalaisia.

TOTEUTUS: Keksittiin, että juhlistetaan kunnanvaltuuston merkivuotta käynnistämällä haastekampanja nimeltään 100 hyvää tekoa Teuvalla. Haasteiden kautta leviävät hyvät teot voivat olla rahaa, aikaa tai talkootyötä. Ainoa raja oli, että hyvän teon tulee tapahtua Teuvalla tai kohdistua Teuvalle. Valtuustoryhmät aloittivat omilla hyvillä teoillaan ja haastoivat seuraavat tekijät. Haasteketju lähti leviämään. Mukaan on lähtenyt järjestöjä, yrityksiä ja yksittäisiä ihmisiä.



TÄHÄN mennessä on kertynyt monenlaisia hyviä tekoja. Ne ovat vaihdelleet vanhusten ulkoiluttamisesta ilmaisiin elokuvanäytöksiin sekä pihojen ja puistojen siivoamisesta lelujen hankkimiseen esikouluryhmille. Kunta on pyytännyt saada tietoa haasteista, jotta kunta voi julkaista haasteet nettisivuillaan ja seurata niiden toteutumista.

OPIT: *”Haastekampanja on tuonut hyväntekeväisyys- ja vapaaehtoisuustoiminnalle näkyvyyttä. Se on myös innostanut uusia toimijoita ’hyviin tekoihin’ ja herättänyt kuntalaisia huomaamaan kansalaistoiminnan tärkeyden.”*

Kampanjan näkyvyyden ja onnistumisen kannalta on ollut tärkeää, että paikallislehti lähti tempaukseen mukaan ja on luvannut julkaista haasteet muutaman kerran vuodessa.





Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

Miten muuten yritysten, yhdistysten ja kuntalaisten kilpailuviettiä voisi hyödyntää me-hengen luomisessa?

**Mitä vapaaehtoistyöllä toteutettavia palveluja meidän kunnassa kipeimmin tarvitaan?
Miten kunta voisi lisätä kuntalaisten halukkuutta auttaa toisiaan?**

AIHE: Sosiaalisen median hyödyntäminen ketterässä kuntamarkkinoinnissa ja osallisuuden kehittämisessä.

KOHDERYHMÄT: Kuntalaiset ja kesäasukkaat yhdistykset, yritykset.

Sosiaalisen median rooli ketterässä kuntamarkkinoinnissa ja osallisuuden kehittämisessä

TAVOITE: Merikarvialla halutaan tuoda kuntaa esiin hyvänä paikkana asua ja tehdä töitä, viestiä kuntabrändiä ”Kummallisen kodikas” ja rakentaa kunnan imagoa. Tavoitteena on tuottaa sisältöä yhteistyössä kuntalaisten, kesäasukkaiden, yritysten ja muiden sidosryhmien kanssa. Sosiaalinen media haastaa kuntien ja eri sukupolvien tavat viestiä.

TOTEUTUS: Merikarvialla on toteutettu **videojoulukalenteri**, jossa jokaisena joulukuun päivänä ennen jouluna kunnan Facebook-sivulle ilmestyy luukku, joka on lyhyt video. Videoilla voivat esiintyä niin kuntalaiset, yritykset, yhdistykset kuin julkisuuden henkilöt. Yhtä jaksoa on parhaimmillaan katsottu 25.000 kertaa. Facebook-sivuilla järjestetään myös erilaisia **kuvakisoja**, joihin kaikki voivat osallistua. Facebook toimii alustana myös erilaisille **markkinointikampanjoille ja tempauksille**, kuten esimerkiksi laajaa näkyvyyttä saavuttanut, huumorilla toteutettu Peitonheilutus –kampanja jokin aikaa sitten.

KUNNANVALTUUSTON KOKOUSTEN VERKKOLÄHETYS suorana Facebook-sivulla tuo kunnan päätöksentekoa ja yhteisten asioiden käsittelyä lähemmäs kuntalaisia. Facebook toimii myös viestintäkanavana erilaisille tapahtumille ja muulle epäviralliselle viestinnälle kunnan virallisten Internet-sivujen ohella. Tapahtumista Facebookissa viestivät kuntaorganisaation lisäksi muut sidosryhmät, yhdistykset ja kuntalaiset. Merikarvia on tunnistettu myös vaikuttavan ja laadukkaan kuvallisen viestinnän voima. Instagram on kanava jakaa merkityksellisiä kokemuksia ja muistoja ja tuoda esiin kunnan erityispiirteitä, luontoa ja merta.

”Sosiaalinen media on meille yhtäältä informaatiokanava ja toisaalta brändin rakentamisen kanava. Se on myös elämysten tuottamisen kanava. Käytämme sitä monipuolisesti. Tiedotamme sitä kautta ketterästi avoimista työpaikoista, mikä tuo työpaikkailmoituksille lisää näkyvyyttä. Kunta on luonut sosiaalisen median alustat ja toimii päätoimittajana, mutta sisällöistä merkittävä osa tulee yhteistyökumppaneilta, yrityksiltä ja kansalaisilta.”

OPIT: Sosiaalisen median käyttö kuntamarkkinoinnissa ja viestinnässä tarjoaa kuntalaisille ja muille sidosryhmille helpon ja konkreettisen tavan osallistua sisällöntuotantoon ja yhteishengen rakentamiseen. Toiminnan on lähdeittävä strategisista painopisteistä ja päätoimittajuus alustoilla on tärkeää. Sosiaalisen median kautta voidaan rakentaa välittömyyden ja avoimuuden kulttuuria.



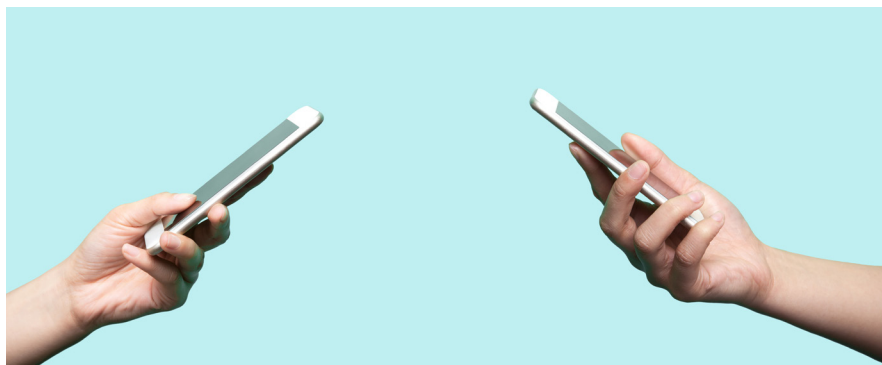
Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?



AIHE: Kuntalaisten osallistaminen mahdollisimman laajasti strategiatyöhön ja uudenlaisen osallistavan menetelmän testaaminen tulevaisuutta ajatellen.

KOHDERYHMÄT: Kuntalaiset.

Liminka – sähköinen osallistaminen

TAVOITE: Limingassa kokeiltiin uudenlaista tapaa osallistaa kuntalaisia strategiaprosessiin. Näin haluttiin tavoittaa erityisesti nuoria kuntalaisia.

TOTEUTUS: Kaiku Liminka -sovelluksella osallistettiin kuntalaisia mukaan kunta-strategian luontiin. Tavoitteena oli testata strategialuonnokseen nostettuja teemoja, kuten yrittäjyyden tukeminen ja uusien työpaikkojen luominen, kansainvälisyys ja matkailu sekä erilaisten tapahtumien, kulttuurin ja hyvinvoinnin vahvistaminen kunnassa. Sovellus mahdollisti uusien painopisteiden ideoinnin sekä valtuustolta, henkilöstöltä ja kunnan yrittäjiltä työpajoissa nousseiden kehittämisteemojen kommentoinnin. Osallistamistyökalu oli kuntalaisille ilmaiseksi ladattavissa sovelluskaupoista. Kysymyspatteristossa oli 11 teemaa ja strategiaan liittyviä kysymyksiä kaiken kaikkiaan yli 100. Vastaamisen helpottamiseksi kysymykset jaoteltiin neljälle viikolle siten, että kullekin viikolle tuli kaksi kysymyspatteristoa. Kerralla vastattavia kysymyksiä oli enimmillään 10–20 kpl. Kyselyä mainostettiin kunnan tiedotusvälineissä ja sosiaalisen median kautta.



SOVELLUKSEN kautta kerätty aineisto käsiteltiin yhdessä strategiakumppanin kanssa ja tuloksia työstettiin valtuustoseminaarissa ja valtuuston kokouksissa. Kerätyllä aineistolla oli merkittävä rooli strategiaprosessissa. Sovellusta käytetään tulevaisuudessa kunnan eri toimialoilla mielipiteiden keräämiseen, tiedottamiseen ja tapahtumatuotannon avuksi.

Lisää kaiku Limingasta: www.kunteko.fi/katso/668

OPIT: *”Mobiiliin osallistamisprosessin avulla tavoitimme sellaisia vastaajia, jotka eivät ehkä perinteisesti ole osallistuneet kunnan kehittämiseen tai kuulemistilaisuuksiin. Kaiku on ollut käytössä joulukuusta 2017 lähtien ja on nyt osa kuntaorganisaation normaalia toimintaa, kun sovellus on tullut kuntalaisille, valtuutetuille ja työntekijöille tutuksi. Jokaisella palvelualueella oma vastuhenkilö sisällön tuottamiseen. Suunnitteilla on tehostaa käyttöä edelleen ja järjestää pääkäyttäjille lisäkoulutusta sisältöjen tekemisestä.”*



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

MUISTIINPANOJA:

AIHE: Kuntalaisten sähköinen osallistaminen.

KOHDERYHMÄT: Kuntalaiset.

Kerava – Miten nimeäisit asuntomessualueen?

TAVOITE: Keravalla järjestetään asuntomessut vuonna 2024, kaupungin 100-vuotisjuhluvotena. Kaupunkilaiset haluttiin osallistaa mukaan projektiin ja heidät kutsuttiin antamaan mielipiteensä siitä, mihin messualueen nimen pitäisi perustua.

TOTEUTUS: Keväällä 2019 kysyttiin kaupunkilaisilta, tulisiko Keravan asuntomessualueen nimen liittyä kaupungin historiaan vai pitäisikö sen viitata johonkin muuhun.

Kaupunkilaisten mielipiteitä kerättiin mobiilISOVELLUKSEN AVULLA. Myös postin ja sähköpostin kautta oli mahdollista osallistua. Samalla kaupunkilaisilta kerättiin tarinoita Keravan kartanon alueesta, jolle messualue rakentuu. Kysely sai runsaasti näkyvyyttä perinteisessä mediassa ja kaupunki viesti siitä myös omissa kanavissaan. Osallistumisaikaa annettiin loma-kauden vuoksi pitkään ja vastauksia tuli noin 300.



KÄYTETTY sovellus¹ mahdollistaa mielipiteiden keräämisen sekä kohdennetun viestinnän kirjautumisvaiheessa annettujen tietojen perusteella. Kaupungin näkökulmasta sovellus on hyvä, koska se on ilmainen käyttäjille, se kulkee matkapuhelimessa aina mukana ja se laajentaa kaupunkilaisten ymmärrystä demokratiasta. Sovellus ei ole vain kyselytyökalu, vaan sen kautta voi seurata poliittista päätöksentekoa ja poliitikkojen äänestyskäyttäytymistä kansallisella ja EU-tasolla. Tulevaisuudessa myös Keravan valtuustoäänestykset pyritään tuomaan sovelluksen kautta kaupunkilaisten seurattavaksi. Yksityinen yritys ylläpitää ja kehittää sovellusta sekä huolehtii tietosuojakysymyksistä, jolloin nämä työt eivät vie kaupungin resursseja.

OPIT: Sähköisellä sovelluksella pyrittiin tavoittamaan käyttäjiä, jotka perinteisesti eivät osallistunut kuntalaisdemokratiaan. Vaikka vastausten määrä oli tyydyttävä, passiivisia kaupunkilaisia ei tälläkään välineellä tunnuttu tavoitettavan. *"Itse olisi pitänyt tehdä työtä vahvemmin. Ei auta, jos tieto lukee lehdessä."* Opittiin, kaupunkilaisten tavoittamisen tapoja on mietittävä uudestaan. Tulee etsiä tilaisuudet ja areenat, jossa kohderyhmä viettää aikaansa. Kanavia voivat olla esimerkiksi tapahtumat, koulut ja yhdistykset.

¹www.voteon.fi



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?



AIHE: Yhteisöllisyyden ja hyvinvoinnin rakentaminen osallistavan budjetoinnin kautta – keinona hyvinvointiraha.

KOHDERYHMÄT: Asukkaat, yhdistykset, yhteisöt.

Rakkaudella porilaisille – hyvinvointiraha yhteisöllisyyden ja porilaisuuden asialla

TAVOITE: Porilaisten hyvinvointia pyritään edistämään asukkaista lähtevän ideoinnin ja kehittämisen kautta. Rakkaudella porilaisille –hyvinvointirahan kautta toteutetaan myös osallistavaa budjetointia.

TOTEUTUS: Osallisuuskyselyn perusteella saatiin tietää, että porilaisia kiinnostaa kaupungin toiminta ja he haluavat osallistua siihen. Yhtenä tapana tukea osallisuutta ja nostaa esiin porilaisuutta on 'Rakkaudella porilaisille' hyvinvointiraha, jota on jaettu kahtena vuonna. Idea hyvinvointirahaan on kehitetty kaupungin ja yhteisökeskuksen yhteistyössä.

KUKA tahansa kaupunkilainen voi osallistua rahan budjetointiin. Avoimen haun kautta etsitään ideoita erilaisista tempauksista, projekteista ja tilaisuuksista. Kaikki halukkaat voivat ehdottaa ideoita, vaikka omia resursseja toteutukseen ei ole. Ajatuksena on, että ideat ovat kaikkien vapaasti hyödynnettävissä. Hakuajan jälkeen ideat ovat julkisesti nähtävillä ja yleisö äänestää niistä suosikkinsa sähköisesti. Lopullinen päätösvalta on kuitenkin raadilla, joka koostuu kaupungin hyvinvointiryhmän jäsenistä. Raati voi jatkokehittää ideoita ja yhdistää toimijoita. Teemoina ovat tähän mennessä olleet mm: liikkuminen, kaupunkivihreä, yhteisöllisyys ja yhteinen tekeminen. Raati tekee ehdotuksen 'Rakkaudella porilaisille' -hyvinvointirahan saajista kaupunginhallitukselle, joka hyväksyy ehdotuksen. www.pori.fi/hyvinvointiraha

Esimerkkejä rahoitetuista tapahtumista ja hankkeista on eri puolilla kaupunkia: kaikenikäisille suunnattuja puutarhatapahtumia, taidegeokätköreittiä, hevosreittien kunnostus, Pori Pride -marssi ja puistojuhla, avoimia ohjattuja liikuntatapahtumia, koko perheen liikuntaseikkailumaa ja Toivepuisto, kaikille avoin puutarha sekä kylätapahtumat ja konsertit. Vuonna 2019 hyvinvointirahaa jaettiin yhteensä 35 hankkeelle tai tapahtumalle.

OPIT: Hyvinvointirahalla on kokeiltu osallistavaa budjetointia, jossa yhdistetään talous, demokratia ja käytännön tekeminen, ja se on koettu toteutustapana hyväksi. Osallistavaa budjetointia on tavoitteena laajentaa muuhunkin toimintaan. Kaupunkilaiset halutaan mukaan pohtimaan ja myös päättämään taloudellisten resurssien käytöstä. Osallistamalla asukkaat päätöksentekoon voidaan luoda parempia palveluja.



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

Mikä olisi luonteva kohde osallistuvalle budjetoinnille meidän kunnassa?

Ovatko kuntamme luottamushenkilöt ja viranhaltijat innostuneita tällaisesta? Jos eivät, miksi?

AIHE: Osallistuva budjetointi pienessä kunnassa.

KOHDERYHMÄT: Kuntalaiset.

Osallistuva

budjetointi Teuvalla

TAVOITE: Kuntalain hengessä Teuva on nostanut osallisuuden kunnan uudeksi painopistealueeksi. Koska lapset ja nuoret ovat nykyisen kuntastrategian keskiössä, luonteva aloitus osallistamiselle löytyi lasten ja nuorten palveluista.

TOTEUTUS: Teuvalla varattiin 10 000 euroa osallistuvaa budjetointia varten. Budjetoinnille laadittiin säännöt. Valmista mallia pienen kunnan osallistavasta budjetoinnista ei löytynyt, joten luotiin oma. Aloitettiin ideakilpailu, johon kuka tahansa sai osallistua.

Ideoita kerättiin laajasti kunnan toimipisteissä kuten kirjastolla ja uimahallilla sekä kunnan nettisivuilla. Ideoita sai vapaasti, mutta idean piti täyttää kaksi ehtoa 1) kustannukset eivät saaneet ylittää 10 000 euroa ja 2) ehdotuksen piti edistää teuvalaisten lasten ja nuorten hyvinvointia. Ideoita kertyi lähes 50. Niitä tuli sekä yksityishenkilöiltä, koululuokilta että yhdistyksiltä.



HYVINVOINTIVALIOKUNTA kävi läpi saadut ideat, teemoitteli ja yhdisti niistä viisi kustannuksiltaan saman kokoista projektia. Kuntalaiset saivat äänestää projekteista kunnan nettisivuilla. Voittajaksi nousi virkistysreitit rakentaminen joen varteen. Kunnanhallitus vahvisti äänestyspäätöksen kokouksessaan.

OPIT: Kunnan ensimmäinen osallistuvan budjetoinnin kokeilu onnistui hyvin. Onnistumisen taustalla oli kuntapolitiikkojen ja viranhaltijoiden kokeileva ja ennakkoluuloton asenne sekä kohdejoukon valinta: lapset ja nuoret. Kunnassa on vahva yhteinen tavoite edistää lasten ja nuorten hyvinvointia ja näiden ryhmien itsensä osallistaminen oli melko mutkatonta koulujen ja päiväkotien kautta.

Ensimmäisestä osallistuvasta budjetoinnista rohkaistuneena kunta on päättänyt jatkaa kokeiluja: *"Seuraavaksi kokeilemme osallistuvaa budjetointia ikäihmisten hyvinvoinnin edistämiseen kunnan saaman, ikäihmisten palveluihin kohdennetun testamenttilahjoituksen turvin."* Uuden kohderyhmän myötä täytyy miettiä, miten tavoitetaan vanhukset sekä heidän asioitaan ajavat tahot. Vanhus- ja vammaisneuvosto otetaan alusta lähtien mukaan suunnitteluun.



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

Mikä olisi luonteva kohde osallistuvalla budjetoinnilla meidän kunnassa?

Ovatko kuntamme luottamushenkilöt ja viranhaltijat innostuneita tällaisesta? Jos eivät, miksi?

**TEEMA 2:
YRITYSTEN
OSALLISUUDEN
JA TOIMINNAN
TUKEMINEN**

AIHE: Sähköinen osallistaminen ja innovaatioympäristön luominen.

KOHDERYHMÄT: Yritykset (yhdistykset ja kuntalaiset).

Yrityspuisto Syke

TAVOITE: Yrityspuisto Sykkeestä pyritään luomaan innovaatio- ja kasvuorientoitunut ympäristö yrityksille. Tätä tuetaan tila-, logistiikka- ja infraratkaisilla sekä tarjoamalla yrityksille suunnattuja julkisia ja yksityisiä palveluja helposti lähestyttävällä tavalla yrityspuiston alueella.

TOTEUTUS: Patrian lopettaessa toimintansa kaupungissa toimitiloja vapautui. Kaupunki osti teollisuusalueen maat sekä rakennukset ottaen näin tietoisin riskin. Yrityspuiston ideointiin ja kehittämiseen haluttiin osallistaa laajasti useita tahoja. Ideoita kerättiin sähköisellä alustalla, joka mahdollisti sekä ideoiden ehdottamisen että muiden ideoiden kommentoimisen. Mukaan kutsuttiin ensisijaisesti yrityksiä ja elinvoimatoimijoita, mutta myös kaupunkilaisilla oli mahdollisuus osallistua. Sähköinen alusta toi prosessiin läpinäkyvyyttä ja toimi samalla hankkeen markkinointivälineenä.



YRITYSPUISTON rakentaminen on käynnissä. Tavoitteena on luoda yhteisöllinen ympäristö, jossa yritykset saavat toisistaan synergiaetuja. Kunnan palvelut ovat entistä paremmin yritysten saatavilla, kun tekniset palvelut, maankäyttö ja elinkeinopalvelut tekevät entistä tiiviimpää yhteistyötä saman organisaation sisällä.

OPIT: *”Sähköinen osallistaminen oli meille hyvä kokemus. Me kutsuttiin siihen kaikki yritykset, meidän kaikki sidosryhmät ja yhteistyökumppanit. Mutta SOMEn kautta sinne pystyi menemään kuka tahansa kaupunkilainen. Siellä kävijä pystyi lukemaan esitetyjä ideoita ja kommentoimaan niitä. Sen tyyppinen sähköinen osallistaminen on mielestä nykyaikaa ja tulevaisuutta, mitä kaupunkien ja kuntien pitäisi hyödyntää tosi monella saralla.”*





Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

Ollaanko meidän kunnassa osallistutettu yrityksiä sähköisin välinein?

Voitaisiinko näin tavoittaa myös kiireiset yrittäjät? Vaatisiko se kuitenkin ensin henkilökohtaista kontaktia?

AIHE: Elinvoimapalvelujen tuottaminen.

KOHDERYHMÄT: Yritykset.

Kaupunki elinvoimapalvelujen tuottajasta verkostokoordinaattoriksi

TAVOITE: Sastamala haluaa tuottaa yritys- palvelut mahdollisimman laadukkaasti, kustannustehokkaasti ja läheisessä yhteydessä kunnan muihin palveluihin.

TOTEUTUS: Sastamalan kaupunki on tuottanut vuodesta 2017 elinvoimapalvelut itse (aiemman elinkeino-yhtiön sijaan). Taustalla oli halu tuoda elinvoima-asiat lähemmäs kaupungin muuta toimintaa, kaupunginjohtajan työtä sekä kaavoitusta ja maankäyttöä. Resurssit elinvoimapalvelujen järjestämiseen ovat kuitenkin niukat. Siksi tavoitellaan uudenlaista palvelumallia, joka nojaa vahvasti verkostoitumiseen.



"Niin julkiset kuin yksityisetkin palveluntarjoajat haluavat palvella yrittäjiä. Mehän ei hyödynnetä kaikkia olemassa olevia resursseja, jos me ruvetaan kisaamaan keskenämme. Pirkanmaa on niin pieni ja palvelunjärjestäjiä on niin vähän, että aika helposti tiedetään, kuka hoitaa mitäkin. Näin me voidaan ohjata näitä meidän paikallisia yrittäjiä Pirkanmaan palveluihin. Jos joku on joskus tosi arka, me voidaan mennä jopa mukaan tapaamaan jotain ELYn virkamiestä. Me ollaan palveluintegraattori ja meitä on täällä pieni ydintiimi, joka tuntee sen kentän."

OPIT: Sastamalassa alueellisten ja yksityisten yrityspalvelujen käyttö on tehty systemaattisesti ja harkitusti. Paikalliset yrittäjäjärjestöt on otettu mukaan yrityspalvelujen kehittämiseen. Verkostomallin toimivuus edellyttää hyvää tiedonkulkua eri palveluntarjoajien välillä. Siihen on hyvä kiinnittää huomiota ja järjestää tilaisuuksia, joissa *"on idea et nämä kaikki toimijat ovat yhdessä ja esitellään, mitä tapahtuu. Että kaikilla on se tieto saatavilla."*



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

Minkä toimijoiden kanssa me jo toimimme verkostomaisesti? Mitä toimijoita puuttuu?

Kaipaisiko verkostomme yhteistä strategista suuntaa? Miten se luotaisiin?

AIHE: Osallistuva budjetointi pienessä kunnassa.

KOHDERYHMÄT: Kuntalaiset.

Kaupungin ja yrittäjien yhteiset aamukahvit

TAVOITE: Kaupungin palvelut haluttiin saada helpommin lähestyttäväksi ja tuoda yritysten tarpeet kaupungin tietoon.

TOTEUTUS: Sastamalan kaupungin elinkeinopalvelut aloittivat kaupungin yrittäjien kanssa yhteiset aamukahvitilaisuudet. Tilaisuuksiin kutsutaan myös kaupungin muiden toimialojen esimiehiä.



KAUPUNGIN näkökulmasta aamukahvitilaisuudet saavat aikaan kolmenlaisia hyötyjä:

(1) yrittäjien tarpeet tulevat paremmin kuulluksi, (2) yrittäjät saavat tietoa kaupungin palveluista ja oppivat käyttämään niitä ja (3) kaupungin sisäinen tiedonkulku parantuu, kun eri toimialojen johtajat tapaavat hieman epämuodollisissa merkeissä.

OPIT: Monissa kunnissa järjestetään säännöllisesti kunnan ja yrittäjien tapaamisia. Ongelmana voi kuitenkin olla, että niihin osallistuvat aina samat henkilöt. Miten sitten saataisiin uusia yrittäjiä mukaan?

Sastamalassa on hyviä kokemuksia siitä, että jokaisella tapaamisella on sisällöllinen teema. Ei siis pelkästään kahvittelua, vaan tiedon tai inspiraation jakamista. *”Tämän päivän yrittäjille ei riitä se, että juodaan kahvia ja verkostoidutaan vaan että kyllä kaikista tilaisuuksista pitää olla jotain konkreettista lisäarvoa.”* Ajankohtainen aihe, joka liittyy alueen yritysten omaan toimintaan, on koettu hyödylliseksi. *”Saimme uusia yrityksiä ja henkilöitä mukaan pitämällä teollisuusyrityksille suunnatun aamukahvitilaisuuden, jossa käsiteltiin yrityksille uutta ja relevanttia aihetta, robotiikkaa. Aihe oli oikeasti uusi, mielenkiintoinen ja sellainen mikä koettiin hyödylliseksi”.* Lisäarvoa tuovat tiedon jakamiseen keskittyvien tilaisuuksien lisäksi myös esimerkiksi ulkopuolisten yritysvalmentajien pitämät ’hengenkohotus’-tilaisuudet.



Toimisiko tämä meillä? Miten?

Keiden toivomme osallistuvan? Miten saisimme vähemmän motivoituneetkin mukaan?

Miten saamme osapuolten osaamisen ja erilaiset näkökulmat esiin?

Miten etenemme niukoillakin resursseilla (aika, tila, raha, tekijät, osaajat...)?

Miten kuntamme erilaiset fyysiset ja virtuaaliset tilat palvelevat tällaista yhteiskehittämistä?

Minkä toimialan yrityksiä meidän kunnassa on? Mitkä ovat niiden liiketoiminnan kannalta ajankohtaiset teemat?

Onko meidän kunnassa huomattu kutsua myös muiden toimialojen viranhaltijat mukaan yrittäjätilaisuuksiin?



Muutoskitkasta
elinvoimaa



Tervetuloa tutustumaan osallisuuden ja yhteistyön esimerkkeihin. Toivomme, että työkirja toimii ajatuksia herättävänä oppaana ja tukena osallisuuden kehittämisessä. Jokaisen esimerkin kohdalla on kysymyksiä, jotka auttavat miettimään osallistamista oman kuntasi näkökulmasta. Kiitokset kunnille ja kaupungeille, jotka jakoivat kokemuksiaan opiksi meille kaikille!

LISÄTIETOJA:

Tanja Lepistö, tatule@utu.fi, 050 520 0785

Satu Aaltonen, satu.aaltonen@utu.fi, 050 505 3630



**TURUN
YLIOPISTO**

**BUSINESS
FINLAND**