



**Pohjois-Karjalan
Älykkäät kylät -hanke**

Erikoistuvat kylät



POHJOIS-KARJALAN ÄLYKKÄÄT KYLÄT



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Elinvoimakeskus



**Euroopan unionin
osarahoittama**



Ihmisten kokoisille ideoille!

Sisältö

1.	Tilannekuvan luominen	5
1.1	Ulkoisten muutosvoimien analyysi	6
1.2	Kohderyhmien ja sidosryhmien analyysi	7
1.3	Menestystekijöiden määrittely: Onnistumisen kannalta strategisesti merkittävät tekijät	8
1.4	SWOT-analyysi.....	9
2.	Tulevaisuuskuvan luominen ja kehittämisen painopisteet.....	12
2.1	Toiminta-ajatuksen varmistaminen	12
2.2	Strategian peruspilarit eli painopisteet.....	12
3.	Toimeenpanon suunnittelu, toteutus ja seuranta PDCA-mallin mukaisesti	15
3.1	Toimeenpanon vaiheet, vastuut ja aikataulutus 2024–2028	15

1.

Tilannekuvan luominen

Älykäs kylä tarkoittaa yhteisöä, joka kehittää toimintaansa omista vahvuuksistaan käsin, yhteistyöhön sekä innovatiivisiin ja digitaalisiin ratkaisuihin tukeutuen. Tässä strategiassa se tarkoittaa yhdistysten tarpeista nousevien haasteiden – kuten vapaaehtoisten vähenemisen, resurssien, varainhankinnan ja viestinnän kehittämisen – huomioimista. Strategian tehtävänä näyttää suuntaa ja koota erikoistuvien kylien keskeiset kehittämis- ja investointihankkeet. Se ohjaa toimintaa kohti kestäviä, paikallisiin vahvuuksiin perustuvia ratkaisuja ja luo toimintamalleja, jotka vahvistavat kylien tulevaisuuden elinvoimaa.

Älykkäiden kylien teema ja erikoistuvien kylien strategia pohjautuvat aktivointihankkeen yhdistysten alkuhaastatteluihin, Suurten Kyläpäivien työpajoihin, syksyllä 2025 pidettyjen luentojen ja luennoitsijoiden aiheistoihin. Strategiatyössä hyödynnettiin erityisesti teemoja ja huolia, jotka nousivat esiin yhdistysten omista tarpeista: vapaaehtoisten väheneminen, resurssien riittävyys, varainhankinnan haasteet ja viestinnän kehittäminen.

Luentokokonaisuus tarjosi syventävää asiantuntijatietoa yllä mainittuihin teemoihin. Satu Puolitaival (Kansalaisareena) käsitteli vapaaehtoisten motivaatiotekijöitä yksilön näkökulmasta. Mari Kattilakoski (Itä-Suomen Yliopisto) avasi kansalaistoiminnan yhteiskunnallista merkitystä maaseudulla. Hannu Putkuri (Kaitafilmi Oy) korosti monikanavaisen viestinnän ja brändinrakennuksen roolia. Eero Tuomisto (Ilomantsin matkailuyhdistys) esitteli konkreettisen

esimerkin matkailuun perustuvasta varainhankinnasta. Suurissa Kyläpäivissä käsiteltiin esimerkiksi uusien toimijoiden mukaan saamista ja erilaisista kulttuuritaustoista tulevien ihmisten huomioimista yhdistystoiminnassa. Nämä sisällöt ja pohjatyö muodostivat strategian uusimpaan tutkimustietoon pohjautuvan perustan ja suuntasivat sen painopisteitä.

Hankkeen yhtenä tavoitteena on myös hyödyntää alueella runsaasti esiintyviä erityisiä luonto- ja kulttuurikohteita, joiden potentiaalia ei ole vielä hyödynnetty varainhankinnassa tai matkailussa.

Tätä strategiaa toteuttavien, erikseen rahoitettavien alahankkeiden tavoitteena on luoda kestäviä, paikallisiin vahvuuksiin perustuvia ratkaisuja, jotka tukevat yhdistysten taloudellista jatkuvuutta ja vahvistavat kylien elinvoimaa.



1.1 Ulkoisten muutosvoimien analyysi

Toimintaympäristöä muokkaavat tällä hetkellä useat merkittävät ulkoiset voimat, trendit ja ilmiöt, jotka asettavat kolmannelle sektorille sekä merkittäviä haasteita että uudistumisen mahdollisuuksia.

Yksi keskeisimmistä haasteista liittyy väestörakenteen muutokseen, sillä alueilla koetaan väestön vanhenemista ja samanaikaisesti nuorten aktiivien puutetta. Tämä kehitys uhkaa suoraan yhdistystoiminnan jatkuvuutta ja heikentää resurssien riittävyyttä, minkä vuoksi strategisena vastauksena on varmistaa aktiivirekrytointi, osaamisen siirto ja joustavien osallistumistapojen tarjoaminen. Samalla kun perinteiset resurssit hupenevat, maahanmuutto ja monikulttuurisuus tarjoavat uusia mahdollisuuksia. Maahanmuuton kasvu ja esimerkiksi ukrainalaisten mukaan ottaminen yhdistystoimintaan avaavat ovia pehmeään kotouttamiseen ja kulttuurien väliseen yhteistyöhön. Strategisesti on tärkeää edistää inklusiivisuutta ja hyödyntää uusia taitoja yhdistystoiminnan rikastuttamiseksi.

Toinen merkittävä muutosvoima on

matkailun kasvu ja kehittämistarpeet. Alueen luonto-, kulttuuri- ja tapahtumakohdeet (esim. metsästysmatkailu) luovat kasvupotentiaalia ja varainhankinnan mahdollisuuksia yhdistyksille, mutta vaativat parempaa brändäystä ja palvelukokonaisuuksien esiin tuomista. Tämä edellyttää tiivistä yhteistyötä eri toimijoiden välillä vetovoimaisten palvelupolkujen luomiseksi.

Lisäksi digitalisaatio ja viestintä muokkaavat tapaa, jolla yhdistykset tavoittavat jäseniä ja yleisöä. Vaikka some- ja verkkosivujen käyttö on yleistä, monilla yhdistyksillä on edelleen haasteita digitaalisen markkinoinnin osaamisessa, sisällöntuotannossa ja näkyvydessä. Tähän haasteeseen on vastattava tarjoamalla kohdennettua tukea ja koulutusta digitaaliseen viestintään ja resurssitehokkaiden työkalujen käyttöönottoon.

Lisäksi yhteiskunnalliset paineet, kuten rahoituksen epävarmuus ja kolmannen sektorin roolin muutokset (esim. yhteisökoordinaattorien tehtävien puuttuminen), herättävät huolta toiminnan taloudellisesta pohjasta. Strategisesti on välttämätöntä monipuolistaa rahoituslähteitä, tunnistaa entistä vahvemmin yhdistystoiminnan yhteiskunnallinen arvo ja vaikuttavuus sekä viestiä siitä.

1.2 Kohderyhmien ja sidosryhmien analyysi

Yhdistystoiminnan elinvoima riippuu siitä, kuinka hyvin eri kohderyhmät saadaan mukaan ja keskeiset sidosryhmät sitoutettua yhteistyöhön. Alkukartoituksen aineiston analysointi paljastaa nykyisten aktiivien ylikuormituksen riskin sekä merkittäviä mahdollisuuksia tavoittaa uusia toimijoita.

Keskeinen haaste liittyy aktiivien ja talkoolaisten rajalliseen määrään. Monissa yhdistyksissä toiminta nojaa liian usein vain muutamaan avainhenkilöön. Vahvasta talkoohengestä huolimatta, toimintaan liittyy merkittävä uupumisriski ja riski siitä, että avainhenkilöiden poistuessa heidän verkostonsa katoavat. Strategian tulee keskittyä nykyisten aktiivien kuorman keventämiseen ja uusien toimijoiden systemaattiseen rekrytointiin siten, että heille

tarjotaan alusta alkaen selkeä ja merkityksellinen rooli toiminnassa.

Tulevaisuuden elinvoiman kannalta on kriittistä tavoittaa nuoret ja lapsiperheet, joiden osallistuminen on tällä hetkellä vähäistä. Jotta heidät saataisiin mukaan, on kehitettävä kohderyhmälle mielekkäitä aktiviteetteja ja modernisoitava viestintää niin, että se tavoittaa nuoremmat sukupolvet heidän omissa kanavissaan. Lisäksi monipaikkaiset, kesäasukkaat ja vapaa-ajanasujat sekä maahanmuuttajat nähdään yhä merkittävämpänä resurssina. He ovat potentiaalisia toimijoita ja asiakkaita erityisesti matkailun ja erilaisten tapahtumien yhteydessä, ja heidän osallistumisensa kynnyksestä on madallettava.

Jatkuvaan kehitykseen ja resurssien vahvistamiseen tarvitaan aktiivista yhteis-

Ulkoiset muutosvoimat ja kohderyhmien keskeisimmät haasteet ja kehittämistarpeet niihin liittyen

Väestörakenteen muutos: ikääntyminen, maahanmuutto	<ul style="list-style-type: none">• Aktiivisten toimijoiden väheneminen ja väsyminen• Uusien rekrytointi ja osaamisen siirtymisen varmistaminen• Osallistamisen keinot yksilön tarpeet ja näkökulma huomioiden
Matkailun kasvu ja mahdollisuuksien hyödyntäminen	<ul style="list-style-type: none">• Kohteiden löytäminen ja tunnistaminen• Tuotteistaminen ja brändäys
Digitalisaatio ja viestintä	<ul style="list-style-type: none">• Osaamisvaje ja osaamisen lisääminen• Viestintästrategiat ja systemaattinen toteutus
Yhteistyö	<ul style="list-style-type: none">• Kumppanuuksien hyödyntäminen• Yhdistysten välinen yhteistyö
Yhteiskunnalliset paineet	<ul style="list-style-type: none">• Rahoituksen epävarmuus• Ansaintakeinojen löytäminen ja vakiinnuttaminen• Talousosaamisen vahvistaminen

työtä. Yhdistystoiminnan osaamisen ja toiminnan resurssien vahvistamisessa ovat avainasemassa kaupunki ja kunta, rahoittajat, yritys yhteistyö ja oppilaitosyhteydet. Näiden kumppanuuksien avulla voidaan tuoda toimintaan uutta asiantuntemusta, taloudellista kestävyyttä ja lisää tekijöitä.

Lopuksi, moni yhdistys kokee haasteita kyläläisten ja laajemman yhteisön aktiivisuudessa. Strategian keskiössä on oltava yhteisöllisyyden vahvistaminen ja osallistumisen kynnyksen madaltaminen kaikille kyläläisille, jotta toiminta koetaan koko yhteisöä ja yksilöä hyödyttävänä.

1.3 Menestystekijöiden määrittely: Onnistumisen kannalta strategisesti merkittävät tekijät

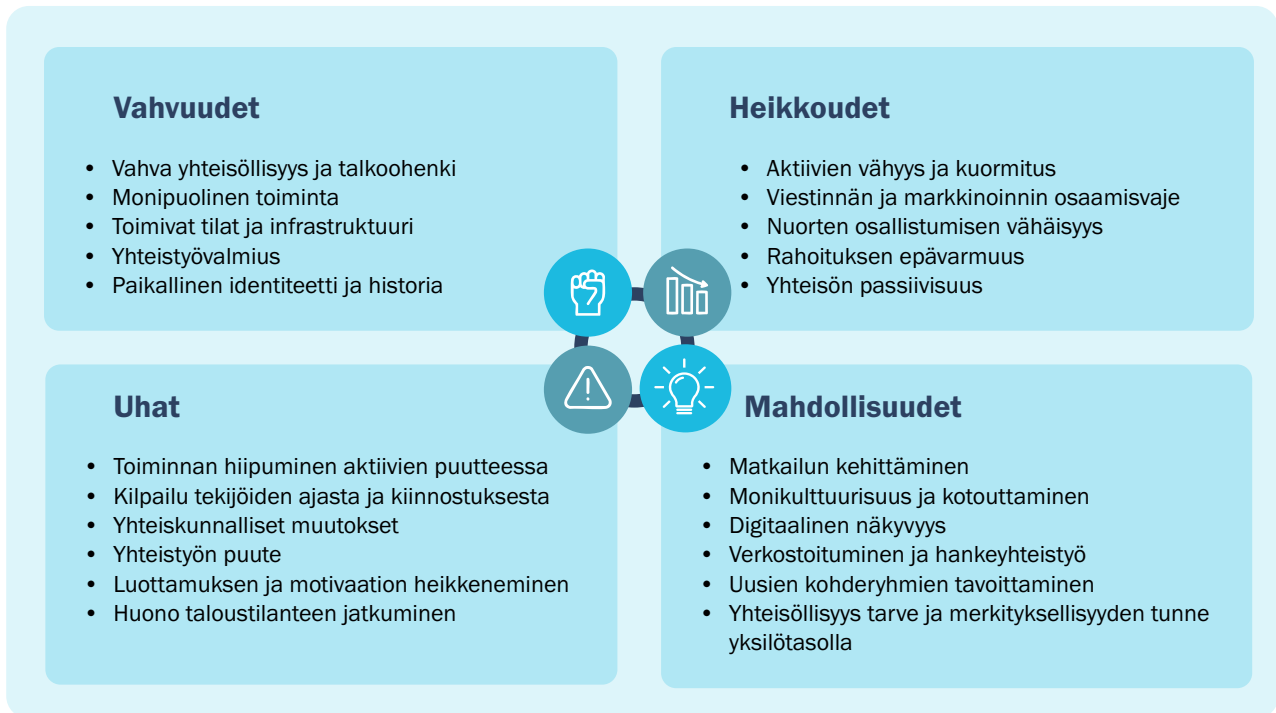
Strategisen menestyksen saavuttaminen edellyttää olemassa olevien vahvuuksien hyödyntämistä ja kehitysalueisiin panostamista.

Onnistumisen perusta syntyy ennen kaikkea vahvasta yhteishengestä ja jaetusta näkemyksestä. Useat yhdistykset korostavat hyvän sisäisen yhteistyön ja yhteisen tahtotilan kriittistä merkitystä; ne luovat vankan perustan kaikelle kehittämistyölle. Yhdistystoiminnan tulee olla yksilön näkökulmasta merkityksellistä ja palkitsevaa, jotta hän pysyy motivoituneena ja aktiivisena yhteisötoimijana.

Toiminnan konkreettinen tuki on toimiva infrastruktuuri. Kylätalot, tapahtumapaikat, kulttuurikohteet ja luontoreitit ovat koko alueen selkeitä vahvuuksia. Näitä fyysisiä resursseja tulisi voida hyödyntää entistä innovatiivisemmin sekä matkailun kehittämisessä että varainhankinnan välineinä.

Onnistumisen moottoreina toimivat myös markkinointiosaaminen ja näkyvyys. Vaikka osa yhdistyksistä hallitsee jo sosiaalisen median ja kotisivujen käytön, on yleinen tarve kehittää markkinointia systemaattisemmin. Tulevaisuudessa on panostettava selkeisiin markkinointisuunnitelmiin, houkuttelevaan visuaaliseen ilmeeseen sekä viestinnän kohdentamiseen eri kohderyhmille (kohderyhmän tunnistaminen).

Kehityksen varmistamiseksi on keskeistä tehostaa verkostoitumista ja yhteistyötä. Yhdistysten välinen yhteistyö, alueellisiin hankkeisiin osallistuminen ja ulkopuolisen asiantuntijatuen hyödyntäminen (esimerkiksi kouluttajat ja erilaiset ideointityöpajat) tarjoavat tärkeitä kehittämismahdollisuuksia ja tuovat toimintaan uutta innostusta, osaamista ja resursseja. Kaikista kriittisintä on kuitenkin uusien toimijoiden mukaan saaminen. Nuorten, monipaikkaisten kesäasukkaiden ja uusien vapaaehtoisten aktiivinen houkuttelu on ehdoton edellytys sille, että toiminnan jatkuvuus turvataan pitkällä aikavälillä.



1.4 SWOT-analyysi

Vahvuudet

Yhteisöjen keskeiset vahvuudet muodostavat perustan, jonka varaan kestävä ja vaikuttavaa toimintaa voidaan rakentaa. Yhdistyksissä näkyvä, vahva yhteisöllisyys ja talkoohenki on strategisesti merkittävä voimavara: se vähentää kustannuksia, lisää sitoutumista ja vahvistaa paikallista omistajuutta. Kun ihmiset kokevat olevansa osa yhteisöä ja näkevät konkreettisesti työnsä vaikutukset, toiminta säilyy elinvoimaisena myös muutosten keskellä.

Toinen keskeinen vahvuus on monipuolinen toiminta, joka kattaa kulttuurin, liikunnan, matkailun, luontokohteet ja tapahtumat. Laaja-alaisuus luo strategisen edun: se mahdollistaa toiminnan räätälöinnin erilaisille kohderyhmille ja tukee ympärivuotista aktiivisuutta. Monipuolinen tar-

jonta myös vahvistaa alueen vetovoimaa, kun palvelut ja tapahtumat puhuttelevat sekä paikallisia että vierailijoita.

Organisaatioiden käytössä olevat toimivat tilat ja infrastruktuuri – kuten kylätalot, museot, reitit ja tapahtumapaikat – tarjoavat konkreettiset puitteet kehittämistyölle ja taloudelliselle resurssoinnille. Ne mahdollistavat palveluiden laajentamisen, tapahtumatuotannon ja uusien elinkeinojen syntyminen ilman merkittäviä alkupanostuksia. Infrastruktuuri toimii näin strategisena resurssina, joka mahdollistaa kasvun ja yhteistyön.

Yhteisöjen vahva yhteistyövalmius on strategisesti ratkaiseva menestystekijä. Valmius toimia yhdessä yritysten, oppilaitosten ja muiden yhdistysten kanssa avaa uusia verkostoja, lisää osaamista ja moninkertaistaa resurssit. Yhteistyöhön perustuva toimintamalli mahdollistaa suurempia hankkeita ja lisää alueen näkyvyyttä.

Lisäksi paikallinen identiteetti ja historia muodostavat ainutlaatuisen brändipohjan. Tarinat, perinteet ja kulttuuriperintö erottavat alueen muista ja tarjoavat vahvan perustan markkinoinnille ja matkailulle. Identiteetin hyödyntäminen brändityössä lisää yhteisön omanarvontuntoa ja tekee toiminnasta tunnistettavaa ja vetovoimaista.

Heikkoudet

Yhteisöjen toiminnan keskeisimmät haasteet liittyvät henkilöresursseihin ja toiminnan jatkuvuuteen. Aktiivien vähyys ja heidän kuormittumisensa muodostavat kriittisen heikkouden, sillä suuri osa toiminnasta nojaa muutaman avainhenkilön varaan. Tämä altistaa uupumiselle, toiminnan hiljentymiselle ja osaamisen katoamiselle, minkä vuoksi jatkuvuuden turvaaminen on strategisesti välttämätöntä.

Toinen merkittävä heikkous on viestinnän ja markkinoinnin osaamisvaje. Puutteet näkyvyydessä, sisällöntuotannossa ja digitaalisessa viestinnässä heikentävät yhdistysten kykyä tavoittaa uusia toimijoita, lisätä tunnettuutta ja rakentaa vahvaa brändiä. Ilman systemaattista viestintää yhteisöjen tarjoama toiminta jää helposti näkymättömäksi, mikä vähentää osallistumista ja mahdollisuuksia kasvattaa toimintaa.

Nuorten vähäinen osallistuminen lisää haasteita ja heikentää pitkän aikavälin elinvoimaa. Jos nuoria ei saada mukaan toiminnan suunnitteluun ja toteutukseen, osaaminen ja vastuu eivät siirry eteenpäin.

Tämä luo riskin sukupolvenvaihdoksen epäonnistumiselle ja aiheuttaa tarpeen kehittää nuoria puhuttelevia, matalan kynnyksen osallistumismuotoja.

Yhteisöjen toimintaa rajoittaa myös rahoituksen epävarmuus. Kun hankkeet ja perustoiminta ovat riippuvaisia ulkopuolisista avustuksista ja lyhytkestoisista rahoituslähteistä, strateginen suunnittelu vaikeutuu. Epävarmuus supistaa mahdollisuuksia investoida, palkata työntekijöitä ja kehittää pitkäjänteisiä kokonaisuuksia.

Lisäksi yhteisön yleinen passiivisuus ja korkea osallistumiskynnys heikentävät toiminnan laajuutta. Vaikka yhteisöllisyyttä arvostetaan, konkreettinen osallistuminen jää vähäiseksi. Tämä rajoittaa tapahtumien ja hankkeiden toteutusvoimaa, lisää aktiivien kuormitusta ja voi pitkällä aikavälillä heikentää yhteisön identiteettiä ja yhteenkuuluvuutta.

Mahdollisuudet

Alueen luontokohteet, kulttuuritapahtumat ja paikalliset palvelut tarjoavat vahvan pohjan matkailun kehittämiseksi. Niiden parempi hyödyntäminen voisi lisätä kävijämääriä, monipuolistaa palvelutarjontaa ja vahvistaa alueen vetovoimaa.

Maahanmuuttajien aktiivinen mukaan ottaminen tuo mahdollisuuden monikulttuurisuuden vahvistamiseen ja kotoutumisen tukemiseen. Tämä rikastuttaa toimintaa uusilla näkökulmilla ja lisää yhteisöllisyyttä, mikä voi avata myös uusia yhteistyömuotoja.

Digitaalisen näkyvyyden parantaminen sosiaalisen median, verkkosivujen ja visuaalisen ilmeen kautta voisi lisätä tunnettuutta ja houkutelua uusia osallistujia tehokkaasti. Hyvin toteutettu verkkoläsnäolo tukee myös tiedottamista ja yhtenäisen ilmeen rakentamista.

Verkostoituminen ja hankeyhteistyö tarjoavat mahdollisuuden vahvistaa osaamista ja lisätä resursseja. Yhteistyö asiantuntijoiden, koulutusten ja alueellisten hankkeiden kanssa voi tuoda uusia ideoita ja rahoitusmahdollisuuksia sekä tukea toiminnan pitkäjänteistä kehittämistä.

Uusien kohderyhmien, kuten kesäasukkaiden, opiskelijoiden ja lapsiperheiden, tavoittaminen voi tuoda toimintaan lisää elinvoimaa. Näiden ryhmien huomioiminen laajentaa yleisöpohjaa ja mahdollistaa entistä monipuolisemman palveluiden ja tapahtumien kehittämisen.

Uhat

Toiminnan hiipumisen riski kasvaa, jos aktiivisia toimijoita ei saada mukaan. Ilman uusia tekijöitä vastuu kasaantuu harvoille, mikä voi heikentää toiminnan jatkuvuutta ja vähentää mahdollisuuksia kehittää uusia sisältöjä tai palveluja.

Kilpailu ihmisten ajasta ja kiinnostuksesta on lisääntynyt, sillä arki on kiireistä ja harrastusmahdollisuuksia on runsaasti.

Tämä tekee yhdistystoimintaan sitoutumisesta haastavampaa ja voi vähentää osallistujamääriä, ellei toimintaa pystytä tarjoamaan joustavasti ja kiinnostavasti.

Yhteiskunnalliset muutokset, kuten kolmannen sektorin roolin muutos tai rahoituskanavien kiristyminen, voivat vaikeuttaa toiminnan pitkäjänteistä suunnittelua. Epävarmuus tuista ja avustuksista voi heijastua erityisesti pieniin yhdistyksiin, joiden resurssit ovat rajalliset.

Yhteistyön puute tai yhdistysten eriytyminen heikentää mahdollisuuksia yhdistää osaamista ja resursseja. Jos toimijat pysyvät erillään, syntyy päällekkäistä työtä, ja hyödyt, joita yhteistyö voisi tuottaa, jäävät käyttämättä.

Pitkäaikainen kuormitus ja vastuun kasaantuminen harvoille voivat heikentää sekä motivaatiota että luottamusta toimintaan. Tämä voi johtaa turhautumiseen ja vetäytymiseen, mikä edelleen vaikeuttaa aktiivijoukon ylläpitämistä ja toiminnan jatkuvuutta.

2.

Tulevaisuuskuvan luominen ja kehittämisen painopisteet

2.1 Toiminta-ajatuksen varmistaminen

Yhdistysten nykyinen toiminta-ajatus kiteytyy seuraaviin peruspilareihin:

Strategisen menestyksen perusta luodaan selkeällä tulevaisuuskuvalla, joka nojaa yhdistysten vakiintuneeseen ja merkitykselliseen toiminta-ajatuksen (säännöt). Toiminta-ajatuksen ydin kiteytyy viiteen peruspilariin, joiden varaan tulevaisuuden elinvoima rakennetaan.

2.2 Strategian peruspilarit eli painopisteet

1. Yhteisöllisyyden vahvistaminen: Yhdistykset toimivat jatkossakin alueen kohtaamispaikkoina ja yhteisön rakentajina. Tämä tarkoittaa osallistumiskynnyksen madaltamista ja jokaisen kyläläisen kokemuksen huomioimista. Yhteisöllisyys on toiminnan sosiaalinen perusta.

Kulttuurin ja perinteen vaaliminen: Kulttuurinen perintö – kuten museoalueet, kesäteatterit ja paikallishistoria – säilyy keskeisenä toimintasisältönä. Tämä pilarin tehtävänä on säilyttää identiteettiä ja tarjota juuria alueen asukkaille sekä kertoa tarinaa matkailijoille.

Nuorten ja uusien toimijoiden mukaan saaminen: Toiminnan jatkuvuus on turvattava varmistamalla kaikkien sukupolvien osallistuminen. Tämä edellyttää joustavia osallistumistapoja ja sisällön modernisointia, jotta erityisesti nuoret ja uudet asukkaat kokevat toiminnan omakseen.

Vapaaehtoistoiminnan tukeminen: Talokootyö ja yhteisön panos ovat toiminnan selkäranka. Tulevaisuudessa vapaaehtoistyötä tekevien motivointiin ja arvostukseen on panostettava entistä enemmän, jotta voidaan ehkäistä uupumista ja varmistaa aktiivien hyvinvointi. Lisäksi vapaaehtoisten määrän väheneminen kiristää kilpailua heidän työpanoksestaan ja aiheuttaa tarpeen ja kysynnän kohtaanto-ongelmia.

2. Luonto- ja matkailupalveluiden kehittäminen: Toiminnalla on aktiivinen rooli alueen taloudellisen elinvoiman rakentamisessa. Luontoreitit, tapahtumat ja majoituspalvelut nähdään konkreettisina tuotteina, joita kehitetään vastaamaan matkailun kasvavia tarpeita. Yhdistystoiminnan keskeinen etu on kyky luoda aidosti paikallisia matkailutuotteita, jotka heijastavat kylän omaa ilmettä. Toimintaa ohjaavat ensisijaisesti yhteisön arvot eikä pelkkä kaupallinen kannattavuus, mikä tuottaa matkailutarjontaan pehmeämmän, syvemmin juurtuneen ja kiinnostavan ulottuvuuden.

3. Digitaalisuus ja viestintä. Osaamisen lisääminen itse opettelemalla parantaa lähtökohtaa hoitaa viestintä laadukkaasti ja muista tahoista riippumattomasti. Suunnitelmallinen ja johdonmukainen viestintä parantaa näkyvyyttä ja helpottaa palveluiden löytymistä.

4. Yhteistyö. Yhteistyö yritysten, oppilaitosten, muiden yhdistysten ja alueellisten hankkeiden kanssa voi moninkertaistaa resursseja ja avata uusia kumppanuuksia. Tämän painopisteen tehtävänä on vahvistaa verkostoja, lisätä osaamista ja kumppanuuksia sekä kartuttaa innovatiivisuutta ja mahdollistaa laajempia kokonaisuuksia.

5. Rahoitus- ja talousosaamisen lisääminen tukee yhteisöjä taloustilanteeseen liittyvissä ongelmissa. Uusien omien ansaintakeinojen tunnistaminen ja hyödyntäminen vähentää riippuvuutta ulkopuolisista rahoituslähteistä ja vahvistaa yhdistyksen tulevaisuudenuskoa.

Nämä peruspilarit muodostavat yhteisen arvopohjan, jonka varassa voidaan luoda yhteisesti jaettu ja innostava tulevaisuuskuva yhdistystoiminnalle.

Vision määrittely

Yhdistysten toiveista nousee esiin seuraava yhteinen visio:



”Elinvoimainen, osallistava ja näkyvä kyläyhteisö, jossa kulttuuri, luonto ja yhteisöllisyys kohtaavat – ja jossa jokaisella on mahdollisuus vaikuttaa ja osallistua.”

Keskeisiä toiveita, joista visio rakentui:

Alkuhaastattelujen perusteella visio rakentui keskeisistä toiveista, jotka ohjaavat yhdistystoiminnan tulevaisuutta. Tärkeimpänä tavoitteena on turvata toiminnan elinvoimaisuus ja jatkuvuus, mikä edellyttää nuorien ja uusien vapaaehtoisten mukaan saamista. Uudet toimijat tuovat kaivattua energiaa ja varmistavat osaamisen siirtymisen sukupolvelta toiselle.

Lisäksi on tunnistettu vahva tarve parantaa kylien näkyvyyttä ja markkinointia. Tarinat on tuotava esiin tehokkaammin, jotta alueen vetovoima kasvaa. Tähän liittyy läheisesti halu säilyttää ja kehittää kulttuuri- ja luontokohteita, sillä ne ovat alueen identiteetin ja matkailullisen potentiaalin ydin.

Kaiken kehitystyön onnistuminen perustuu yhteistyön ja verkostoitumisen vahvistamiseen. Yhdistysten, yritysten ja muiden sidosryhmien välinen tiivis kumppanuus on välttämätöntä resurssien tehokkaan käytön kannalta. Viimeiseksi: Kaikkien tavoitteiden toteutuminen edellyttää toiminnan jatkuvuuden turvaamista rahoituksen ja resurssien avulla. Näiden toiveiden kokonaisuus tähtää elinvoimaiseen, osallistavaan ja näkyvään kyläyhteisöön.

Strategisten tavoitteiden asettaminen: tavoitteet nousevat tarpeista ja mahdollisuuksista



Osallistujamäärän kasvattaminen ja osaamisen siirtymisen varmistaminen

Nuorten, kesäasukkaiden ja uusien toimijoiden mukaan saaminen on kriittistä toiminnan jatkuvuuden kannalta.

- Järjestetään aktiivisia tapahtumia nuorille ja lapsiperheille esim. ilmaistapaturmat.
- Kehitetään vapaaehtoistoiminnan muotoja ja houkuttelevuutta.
- Luodaan matalan kynnyksen osallistumismahdollisuuksia, tärkeitä, motivoivia, pieniä ja helppoja tehtäviä.



Kulttuuri- ja matkailukohteiden kehittäminen

Museoalueet, tapahtumat ja luontoreitit vetovoimatekijöinä. Paikallisen identiteetin korostaminen ja sen näkyväksi tekeminen.

- Inventoidaan ja dokumentoidaan kulttuurikohteet.
- Luodaan palvelupaketteja matkailijoille.
- Kehitetään tapahtumien sisältöä ja saavutettavuutta.
- Pyritään tunnistamaan ja saavuttamaan kohderyhmä.



Digitaitojen sekä viestintä- ja markkinointiosaamisen vahvistaminen

Tarvitaan parempaa näkyvyyttä: kotisivut, some, visuaalinen ilme, QR-koodit ja tienvarsikyltit.

- Halutun kohderyhmän määrittely.
- Opetellaan tekemään ja ylläpitämään itse kotisivut ja somekanavat.
- Tehdään visuaalinen ilme, markkinointisuunnitelma ja tunnisteitaan kohderyhmä.
- Hyödynnetään QR-koodeja, tienvarsikylttejä, paikallismediaa, yhteismarkkinoinnin mahdollisuuksia esim. tapahtumakalenteri.
- Hyödynnetään opiskelijoiden tai ammattilaisten osaamista palvelumuotoilussa ja tuotteistamisessa.



Yhteistyön ja verkostojen vahvistaminen

Yhdistysten välinen yhteistyö, oppilaitosyhteydet ja yritys yhteistyö tuovat osaamista ja resursseja.

- Järjestetään yhteisiä työpajoja, tapahtumia ja verkostoitumistilaisuuksia.
- Luodaan yhteistyömalleja oppilaitosten ja yritysten kanssa.
- Jaetaan hyviä käytäntöjä yhdistysten kesken.
- Tutustumisretket kumppaniorganisaatioihin – vertaisoppiminen.



Rahoituspohjan monipuolistaminen

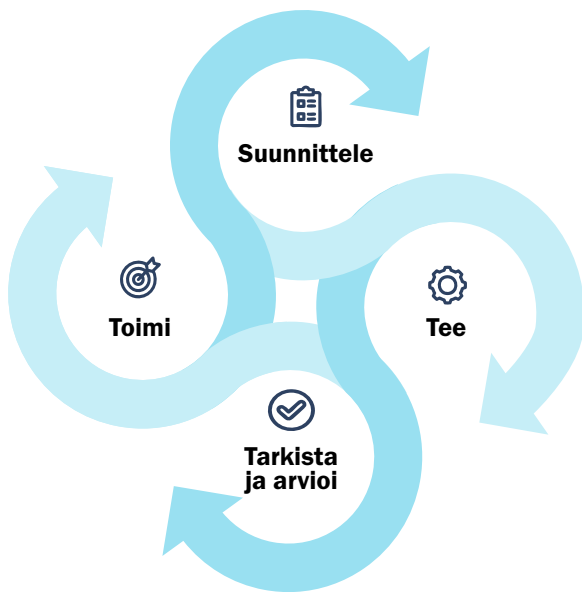
Varainhankinta, hankerahoitus ja sponsorit sekä muut tulonlähteet paremmin haltuun

- Selvitetään uusia varainhankintakeinoja ja kokeillaan erilaisia menetelmiä.
- Tutustutaan rahoitusvaihtoehtoihin.
- Haetaan hankerahoitusta ja sponsoreita.
- Kehitetään tuotteistettuja palveluita ja myytäviä oheistuotteita.

3.

Toimeenpanon suunnittelu, toteutus ja seuranta PDCA-mallin mukaisesti

3.1 Toimeenpanon vaiheet, vastuut ja aikataulus 2024–2028



Suunnittele

Älykkäät kylät -aktivointihankkeen suunnitteluvaiheessa määriteltiin selkeästi ongelmat ja parannusmahdollisuudet sekä ase-

tettiin tavoitteet. Tässä vaiheessa kerättiin tietoa, analysoitiin nykytilaa ja suunniteltiin toimenpiteitä, jotka voivat johtaa haluttuihin parannuksiin. Tämä kaikki kirjoitettiin strategian muotoon.

Tee

Toisessa vaiheessa toteutetaan strategiaa Älykkäät kylät -alahankkeiden avulla, esimerkiksi pilotoinnin tai kokeilujen muodossa. Tämä mahdollistaa suunniteltujen toimenpiteiden kokeilemisen käytännössä, vähentää taloudellisia riskejä ja tukee oppimista. Strategiaa toteuttaville Älykkäät kylät -alahankkeille avataan haku ja myönnetään rahoitusta Pohjois-Karjalan alueen Leader-ryhmien rahoituskiintiöstä vuosina 2026 ja 2027. Myönnettävä tukiprosentti on 10 % korkeampi kuin normaaleilla Leader-hankkeilla. Aktivointia ja hakijaneuvontaa tehdään systemaattisesti ja hankesuunnitelman mukaisesti. Hankepäättöksiä tehdään jatkuvasti, jotta hankkeita päästään sujuvasti toteuttamaan sekä seuraamaan niiden onnistumista ja tuloksia.

Tarkista ja arvioi

Kolmannessa vaiheessa tehdään toteutuksen jälkeistä arviointia. Koska tuen myöntöä alahankkeisiin tehdään vain kahtena vuonna, on järkevää tehdä arviointia koko ajan. Tässä vaiheessa kerätään ja analysoidaan tietoa toteutuksen tuloksista, verrataan niitä alun perin asetettuihin tavoitteisiin ja arvioidaan, onnistuttiinko halutun muutoksen aikaansaamisessa Tarkastusvaihe on kriittinen, sillä se tarjoaa oppimismahdollisuuksia ja mahdollisuuden muuttaa strategiaa. Seurannan keskeisinä mittareina toimivat toteutettujen hankkeiden sisältö sekä niiden konkreettiset tulokset. Seurannan mittarit asetetaan strategian tavoitteiden mukaisesti mittaamaan tavoitteiden saavuttamista.

Toimi

Neljännessä vaiheessa toteutetaan tarvittavat korjaavat toimenpiteet, jotka perustuvat arviointivaiheessa saatuun palautteeseen ja tuloksiin. Jos tulokset ovat positiivisia, voidaan jatkaa entisellä tavalla sekä jakaa hyviä käytäntöjä muillekin. Jos tulokset eivät vastaa odotuksia, PDCA-sykli alkaa alusta suunnitteluvaiheesta, jossa ongelmaa tai prosessia tarkastellaan uudelleen ja kehitetään parannettu suunnitelma

Tavoitteiden saavuttamista mittaavat seurannan mittarit

 Mittari	 Mitä mittaa	 Miksi tärkeä
1. Uusien toimijoiden määrän kasvaminen	Uudet vapaaehtoiset, nuoret, kesäasukkaat, maahanmuuttajat	Ratkaisee aktiivipulan, kertoo yhteisön elinvoimasta
2. Digitaalisen näkyvyyden vahvistuminen	Some- ja kotisivujen käyttö, tavoitavuus, tuotettu sisältö	Tukee markkinointia, matkailua, näkyvyyttä ja nuorten tavoittamista
3. Kehitettyjen palveluiden, tapahtumien ja yhteistyömallien määrän lisääntyminen	Uudet tuotteet, tapahtumat, verkostot ja pysyvät toimintamallit	Kuvaa konkreettista vaikuttavuutta ja alueen vetovoiman kasvua
4. Varainhankinnan monipuolisuusindeksi	Kuinka monta erilaista varainhankinnan lähdettä organisaatio hyödyntää	Arvioi kestävyyttä, ei vain rahamäärää

