

Arviointikertomuksen vastine

Tarkastuslautakunta on tarkastanut Polvijärven kunnan taloutta ja hallintoa vuodelta 2021. Tarkastuslautakunta esittänyt arviointikertomuksessaan valtuustolle, että se pyytää kunnanhallitusta antamaan vastineensa arviointikertomuksessa alla esitettyihin kysymyksiin ja selvityksensä niiden johdosta tehtäviin toimenpiteisiin 30.10.2022 mennessä.

1. Mitä toimenpiteitä tehdään toiminnan tavoitteiden mitattavuuden kehittämiseksi?
2. Miten varmistetaan siitä, että valtuuston asettamien tavoitteiden toteutumatiiedot esitetään tilinpäätöksessä konkreettisesti?
3. Miten varmistetaan siitä, että vuonna 2022 työhyvinvointikysely laaditaan ja kehityskeskustelut pidetään koko henkilöstölle?
4. Miten kuntamarkkinointitulokset analysoidaan tehtyjen toimenpiteiden vaikuttavuuden arvioimiseksi?
5. Kuinka oppilaiden hyvinvointia edistetään?

1. Tavoitteiden mitattavuuden kehittäminen

Sisäisen valvonnan ja riskienhallinnan tavoitteena on varmistaa, että asetetut tavoitteet saavutetaan ja toiminta on taloudellista sekä tuloksellista. Valvonnan tarkoituksena on edistää organisaation tehokasta johtamista, riskienhallintaa, toiminnan kehittämistä ja tuloksellisuuden arviointia.

Taloussuunnittelukaudella tullaan kehittämään koko konsernin sisäistä valvontaa. Sisäistä valvontaa on toteutettu, mutta konsernissa on tarpeen kehittää yhtenäisempi toimintatapa, jossa kiinnitetään huomiota tehdyn valvonnan dokumentointiin.

Päivityksessä olevan kuntastrategian valmistuttua asetetaan sen pohjalta uusia konkreettisia, mitattavia tavoitteita ensi vuodelle.

2. Tavoitteiden toteumatietojen esittämisestä varmistuminen

Toimialoja ja viranhaltijoita sitovat valtuuston hyväksymät toiminnan ja talouden tavoitteet. Valtuuston asettamat tavoitteet esitetään jatkossa tilinpäätöksessä samanmuotoisina jokaisen toimialan osalta. Tavoitteet ja niiden toteumatiedot kootaan tilinpäätökseen taulukkomuotoon helppolukuisuuden vuoksi. Taulukkopohjat lisätään tilinpäätökseen ennen kuin se jaetaan toimialoille täydentämistä varten. Siten varmistetaan, että tavoitteet ovat näkyvillä ja jokaiseen tavoitteeseen vastataan.

3. Työhyvinvointikysely ja kehityskeskustelut 2022

Työhyvinvointikyselyn kartoituksen pohjalta päädyttiin toteuttamaan vuonna 2022 Työterveyslaitoksen kehittämä Parempi Työyhteisö (ParTy)[®] -kysely. Kyselyn aihealueet kartoittivat kunnan henkilöstön hyvinvointia ja organisaation toimivuutta. Kyselyn toteuttamisesta vastasi Sensor Tutkimus Oy, joka on Työterveyslaitoksen kouluttama Parempi Työyhteisö (ParTy) -kyselyn virallinen lisenssinhaltija ja kyselyiden toteuttajataho. Yhtiö noudattaa kyselyn toteuttamisessa Työterveyslaitoksen eettisiä ohjeita sekä heidän laatimaansa Parempi Työyhteisö (ParTy) -kyselyn menetelmää. Työhyvinvointikysely oli avoinna Polvijärven kunnan työntekijöille ajalla 3.-28.10.2022. Kyselyyn vastattiin anonyymisti. Kyselyn tuloksia ei ole vielä saatavissa vastineen kirjoittamishetkellä.

Työterveyslaitoksen ParTy-kyselyyn on saatavilla verrokkiaineistona muiden kuntien vastauksia, mikä antaa hyvää vertailupohjaa saataviin tuloksiin.

Henkilöstön kehityskeskustelut on sovittu pidettäväksi huhtikuun loppuun mennessä lukuun ottamatta opettajia, joiden osalta kehityskeskustelut on voitu pitää kevätlukukauden loppuun mennessä. Kehityskeskustelupohja, ohjeet ja aikataulu lähetettiin sähköpostitse esihenkilöille 1.3.2022. Kehityskeskusteluita on voitu järjestää kahdenkeskisesti tai pienissä ryhmissä, mikäli se soveltuu toimialan toimintaan. Kehityskeskusteluista on muistutettu vielä syksyllä esihenkilöitä sähköpostitse.

4. Kuntamarkkinoinnin analysointi ja vaikuttavuuden arviointi

Henkilövaihdoksesta johtuen vuoden 2021 osalta ei ole saatavilla/tiedossa, millaisia toimenpiteitä Polvijärven kunnassa on tehty kuntamarkkinoinnin vaikuttavuuden arvioimiseksi. Varsinaiset kuntamarkkinoinnin toimenpiteet on esitetty tilinpäätöksessä 2021.

Kuntamarkkinointia tehdään Polvijärven kunnassa monikanavaisesti: sanomalehdissä, Google-kampanjoiden avulla, kunnan sosiaalisen median kanavissa sekä erilaisissa tapahtumissa.

Kuluvan vuoden aikana Polvijärven kuntaa on markkinoitu paikallislehti Outokummun Seudussa, maakuntalehti Karjalaisessa sekä Joensuun kaupunkilehti Karjalan Heilissä. Näissä lehdissä on julkaistu brändi- ja tapahtumamainontaa – toisin sanoen markkinoitu Polvijärveä asuinpaikkana sekä paikkakunnalla järjestettäviä tapahtumia. Markkinoinnissa käytettyjen julkaisujen osalta tiedossa on niiden kokonaistavoitavuus (KMT-luku), mutta yksittäisen mainoksen tavoitavuutta saati vaikuttavuutta on mahdoton sanoa. Huomioitavaa on, että kulvana vuonna tonttimarkkinointiin on vaikuttanut yleinen kustannustason nousu sekä Ukrainan sodan aikaansaama epävarmuuden ilmapiiri. Markkinoinnin tehoa arvioidaan jatkuvasti ja tarvittaessa käytänteitä muutetaan.

Kuluvan vuoden aikana kuntamarkkinoinnin painopiste on vaihtunut asumismahdollisuuksien markkinoinnista kunnan elinvoimaisuuden markkinointiin. Yksi esimerkki tästä on marraskuussa ilmestyvä, Talouselämä-lehdessä julkaistava Elinvoimainen Suomi -liite, josta Polvijärven kunta on ostanut yhden sivun. Tämän mainoksen avulla tuodaan esille Polvijärven kunnan tarjoamia mahdollisuuksia yrittäjyyteen.

Google-kampanjan avulla Polvijärven kunnan tonttitarjontaa on kuluvan vuoden aikana markkinoitu kuuden kuukauden ajan siten, että kampanja päättyi syyskuun alussa. Kampanja on tavoittanut noin 130 000 ihmistä ja kerännyt noin 6200 klikkausta kunnan verkkosivustolle. Parhaiten kampanja on tavoittanut miehistä 25-34-vuotiaat ja naisista 35-44-vuotiaat. Kampanja maksoi 1140 euroa.

Sosiaalisen median kanavissa (Facebook ja Instagram) on hyödynnetty Mitä odotat? - kuntamarkkinointikampanjan materiaaleja. Näissä kunnan vahvuuksiksi on nimetty maaseudun rauha, luonnonläheisyys ja ruuhkattomuus – toisin sanoen se, että Polvijärvellä asuvilla on runsaasti tilaa ympärillään. Some-kanavilla viestitään lisäksi aktiivisesti kunnan tuottamista palveluista sekä sellaisista tapahtumista, joissa kunta on joko järjestäjänä tai mukana yhteistyökumppanina. Näiden päivitysten tarkoituksena on tuoda esille kunnan elinvoimaa. Some-postausten keräämien tykkäysten ja jakojen määrää seurataan jatkuvasti. Päivityksiä ajastettaessa huomioidaan niiden tavoitavuus: esimerkiksi se, että ihmiset käyttävät sosiaalista mediaa enemmän aamuisin ja iltaisin kuin keskellä päivää, niin sanottuna virka-aikana.

Polvijärven kunnan järjestämissä tapahtumissa, kuten Polvijärvi-päivillä, kunta on ollut näkyvästi läsnä. Polvijärvi-päivillä tapahtumakävijöiltä kerättiin palautetta kunnasta sekä pyydettiin nimeämään, millaisia asioita tulisi ottaa huomioon kuntastrategiaa päivitettäessä. Tapahtumiin osallistumalla kunta viestii avoimesti toiminnastaan ja palveluistaan, mitä voidaan pitää brändimarkkinointina. Näkyvyyden arvoa ja vaikuttavuutta on vaikea mitata. Tavoitettujen ihmisten määrä on sitä vastoin mahdollista arvioida: kunnan pisteellä ollutta onnenpyörää pyöritettiin noin 2500 kertaa – luku perustuu siihen, että jokaisesta pyöryksestä sai pienen palkinnon.

Kunnan verkkosivujen viestinnän painopiste on kunnan tuottamista palveluista kertominen. Näin siksi, että kattava ja monipuolinen viestintä kunnan palveluista on omiaan lisäämään kunnan vetovoimaa.

Esitykset vuodelle 2023 vuoden 2022 kuntamarkkinointitulosten analysoimiseksi sekä työkalut, joilla saadaan tarvittavat tiedot markkinoinnin vaikuttavuudesta sekä sen luomasta näkyvyydestä:

- Analytiikkatyökalu, jolla voimme seurata kunnan verkkosivuilla tapahtuvia vierailuja
- Tuloksellinen seuranta kunnan käyttämissä sosiaalisen median kanavissa (reaktio kertoo, onko kunnan viesti saavuttanut vastaanottajan, ja kuinka siihen on reagoitu)
- Viestinnällisten tavoitteiden ja näkyvyyden mittareiden asettaminen vuodelle 2023.

5. Oppilaiden hyvinvoinnin edistäminen

Erillisessä liitteessä.