

Kanssamatka-hankkeen loppuraportti

Pohjois-Pohjanmaan elinkeino-,
liikenne- ja ympäristökeskus
Oulu

30. 12. 2014

Dnro POPELY



1. Hankkeen toteuttajan nimi

Demos ry

Big Plans Bakery osuuskunta

2. Hankkeen nimi ja hanketunnus

Kanssamatka - Maaseudun verkostoituminen ja sen arjen tuotteistaminen (Suomalaisen maaseudun osaamisen Kalevala)

Hankennumero 2031

3. Yhteenveto hankkeesta

Kanssamatka-hankkeessa:

- 1) konseptoitii Oulun seudulle uudenlainen matkailualan toimijoiden verkostomalli, jossa erityisesti hiljaisella, hajautuneella matkailuosaamisella on tärkeä rooli.
- 2) tuotteistettiin Oulun seudulla olevaa arjen osaamista hyödyntämään matkailijoita ja sitä kautta matkailualaa.

Kanssamatka-hanke eteni hankesuunnitelman mukaisesti lukuunottamatta seuraavia seikkoja:

- Hankkeen toteutukselle haettiin syyskuussa 2014 jatkoaikaa prototyypausvaiheen toteuttamiseksi. Tästä ohjausryhmä teki päätöksen ja rahoittaja hyväksyi muutoksen.
- Hankkeen budjettiin tehtiin muutos, jolla työpajaosiosta siirrettiin rahaa alueellisen viestinnän aineistojen tuottamiseksi. Tämän on rahoittaja hyväksynyt erillisellä päätöksellä.
- Lisäksi hankkeen prototyypausvaihe toteutettiin haastattelujen sijaan verkkotyöpajana ja koekäyttäjien Ouluun tekemällä testimatalla. Muutos hyväksyttiin ohjausryhmän kokouksessa.

4. Raportti

4.1 Hankkeen tavoitteet

a) Ylemmän tason tavoitteet, joiden osa hanke on

- Maaseutumatkailun kehittäminen elinkeinotoimintana ja tähän liittyvän toimintaympäristön parantaminen
- Maaseutumatkailuyrittäjien verkostoituminen ja maaseudun elinkeinorakenteen kehittäminen monipuolisemmaksi
- Alueellisten vahvuuksien ja kulttuurin hyödyntämisen rohkaiseminen
- Matkailukeskusten ulkopuolella sijaitsevien maaseudun mikroyritysten toimintaedellytysten ja yrittäjien osaamisen parantaminen kansainvälisyys huomioiden.
- Lähimatkaailun edistäminen.

b. Hankkeen tavoitteet

Hankeselvityksen tavoitteena on löytää keinoja hyödyntää olemassa olevien matkailuverkostojen ulkopuolinen potentiaali ja maaseudun kultakimpaleet - ihmiset. Tavoitteena on löytää reunaehdot työkalulle, joka yhdistää eri toimijat ja tekee yhteistoiminnan mahdolliseksi.

Lopullinen tavoite on elinvoimainen maaseutu. Tiedon ja taitojen jakaminen, yhteisöllisyyden kasvattaminen niin kansallisesti kuin paikallisellakin tasolla. Projektissa on tarkoitus 1) kartoittaa esimerkkejä maaseudun "hiljaisista" toimijoista, 2) aktivoida heidät mukaan maaseudun kehittämiseen matkailun kautta, 3) selvittää millaisin toimintamallein voidaan aktivoida tavalliset, maaseudulla asuvat ihmiset mukaan maaseudun kehittämiseen ja 4) luoda uusia tuotteita maaseudun matkailupalveluiden kysynnän parantamiseksi ja erilaistuneen kysyntään vastaamiseksi.

Tarkoituksena on synnyttää aiempaa maaseutumatkailuverkostoa laajempi, uudenlainen verkosto joka avaa mahdollisuuden sekä jo olemassa olevien palveluiden uudistamiseen että uusien toimijoiden mukaan tuloon.

Hankkeen määrällisiksi tavoitteiksi oli kirjattu 300 maaseutuväestöön kuuluvan henkilön palvelujen parantumisen ja yhden uuden palvelun kehittymiseen.

4.2. Hankkeen toteutus

c. Toimenpiteet

Hankkeen toimenpiteet jaettiin hankesuunnitelmassa ja myös tässä raportissa viiteen kategoriaan: Esiselvitys, palvelukonseptointi, prototyyppaus, vaikutus selvitys, alueellisen Kanssamatkatverkoston toimeenpanosuunnitelma ja hankkeen etenemisen ja tulosten tiedottaminen sekä raportointi.

Esiselvitys

Hankkeessa tehtiin esiselvitystyö, joka kartoitti pilottihankealueen, Oulun seudun, mahdollisuuksia ja haasteita pientuottajien matkailupalveluita yhteen liittävän palvelukonseptin toteutuspaikkana. Esiselvityksen osana tutkittiin muualla maailmassa tehtyjä matkailualan ja muita Kanssamatkan konseptiin liittyviä sosiaalisia innovaatioita. Niitä esiteltiin hankkeen loppupresentaatiossa 4.11. (ks. liite 1)

Kenttätutkimuksessa löydettiin alueellisia toimijoita, joiden potentiaalia pilotin toteuttamiseen arvioitiin.

Esiselvityksen aikana analysoitiin toimijoiden palveluita ja tutkittiin niiden soveltuvuutta pilottiin. Alueella tehtävässä kartoituksessa ja haastatteluissa selvitettiin alueen sosiaalisia verkostoja ja konseptin alustavaa vastaanottoa. Ensimmäisessä vaiheessa etsittiin

matkailualan yrittäjiä, heidän yhteistyökumppaneitaan ja sitä kautta luotiin karttaa alueen kiinnostavista toimijoista.

Esiselvityksen osana Oulun alueen erinäisiä toimijoita haastateltiin. Ensimmäisen kierroksen haastattelut oli laadittu kolmeen eri tarkoitukseen: 1. Alueellisille verkostoille, joilta kysyttiin alueellisen yleisen verkostoituneisuuden tilaa ja toimia. 2. Alueellisille matkailualan toimijoille, joilta tiedusteltiin Oulun matkailun tilaa ja mahdollisia tulevaisuuden suunnitelmia. 3. Alueellisille erinäisille toimijoille, mm. harraste-, liiketoiminta- ja opetuspiireistä joilta tiedusteltiin niin kiinnostusta Kanssamatkan ideaa kohtaan kuin kartoitettiin tarpeita uudentilaiselle liiketoiminnalle.

Ensimmäisellä haastattelukierroksen syötteitä käytettiin myös sekä palvelukonseptin että verkoston mallin muokkaamiseen. Paikallistietämys muokkasi ennen kaikkea verkoston muodostamisen ja toiminnan mallia ja osin myös palvelukonseptia, lähinnä verkoston sisäisen toiminnan kautta palvelun toimittamisessa.

Ensimmäiseen haastattelukierrokseen kontaktoitiin yli sataa paikallista tahoa. Ensimmäisellä kierroksella haastateltiin kasvokkain n. 30-60 minuutin haastatteluissa 25 toimijaa, puhelinhaastatteluun tavoitettiin 20 toimijaa ja verkkokyselyyn saatiin 30 vastausta.

Palvelukonseptointi

Hankkeen tarkoituksena oli luoda esiselvitysmäisesti kokonaispalvelukonsepti, joka tuo yhteen useiden matkailun pientuottajien palveluita. Siinä ei pyritty toteuttamaan yksittäistä kaupallista tuotetta, vaan ehdottamaan toimintamallia. Vaihtoehtoisia malleja testattiin Oulun seudun matkailutoimijoiden kanssa hankkeen ensimmäisessä työpajassa. Sinne osallistui 22 yrittäjää ja alueen matkailun kehittäjää. Ensimmäisen työpajan tuloksena syntyi visualisoitu konsepti, jossa esitellään Kanssamatka-verkoston toimintatapa sekä verkostossa toimijoiden yrittäjien että Kanssamatka-palvelun käyttäjien näkökulmasta. Aineisto on sellaisenaan yrittäjien hyödynnettävissä omien palveluidensa markkinoinnin ja konseptien kehittämisessä.

Ensimmäisessä työpajassa keskityttiin niin keräämään palautetta Kanssamatkan alkuperäiseen ydin-ideaan kuin kuulemaan paikallisia eri tahon toimijoita heidän näkemyksestään siitä kuinka Kanssamatkan kaltainen verkosto saataisiin alueelle synnytettyä ja siellä myös hyvinvoivana toimimaan. Työpajassa kerättiin erilaisin työpajatehtävin pienryhmiltä niin henkilökohtaisia kuin ryhmän mietteitä.

Hankkeen loppuvaiheessa palvelukonseptia tarkennettiin matkan varrella saadun palautteen perusteella. Tässä yhteydessä tilattiin alihankintana Odeal oy:ltä palvelumuotoilutyöpaja.

Prototyypaus

Prototyypauksessa toteutettiin palvelukonseptin testaus pienessä skaalassa mutta oikeassa kontekstissa ja oikeilla "välineillä". Prototyypauksen tarkoituksen oli sekä testata tuotteen

toimintaa että kartoittaa tuotteen kysyntää. Lisäksi sillä pyrittiin herättämään sidosryhmien kiinnostus ja saamaan heidät osallisiksi ja jopa omistajiksi projektiin.

Elo-syyskuussa toteutettiin kolmivaiheinen verkkotyöpajojen sarja. Siihen kutsuttiin ja osallistui Suomen matkailualan asiantuntijoita tutkijoista edunvalvojiin. Osallistuvat hahmottivat matkailun trendejä Suomessa ja yhteiskehittivät ratkaisuja Oulun alueen matkailun vahvistamiseksi. Tuloksista koottiin sekä kvantitatiiviset että kvalitatiiviset tulokset yhteenvedoksi, jonka tiivistelmä on myös osana koko hankkeen yhteenvetokalvoja. Syyskuun lopussa toteutettiin live-prototyyppi, jossa kaksi matkailijaa kokeili viikonlopun ajan Kanssamatka-hankkeen työpajoihin osallistuneiden palveluntarjoajien palveluita. Osallistujat kirjoittivat kokemuksistaan päiväkirjan. Lisäksi sekä matkailijoille että palvelujen tuottajille tehtiin kysely, jolla selvitettiin odotuksia, palvelujen laatua, valmiutta tehdä palveluista pysyviä ja tarpeita tukipalveluille.

Vaikutusselvitys

Vaikutusselvitys kokosi yhteen vaihtoehtoisia skenaarioita siitä, miten Kanssamatka-verkoston kehitys voisi tapahtua tulevina vuosina. Lisäksi vaikutusselvitykseen koottiin kuvaus niistä muutostekijöistä, joiden takia Kanssamatka-toimintamallille syntyy kysyntää lähivuosina.

Vaikutusselvityksen sanoma ja skenaariot luotiin Kanssamatka-verkoston ja sen tuottaman palvelun kerronnallisen kasvun pohjalta. Alueella tehtyjen haastattelujen, alueelle laadittujen matkailu- ja elinkeinostrategioiden ja maailmalta Suomeenkin pyyhkälvien trendien pohjalta ymmärrettiin ensinnäkin että matkailua kehitetään alueella taloudelliseen tarpeeseen ja että yhden suuren vetonaulan sijaan hajautettu vertaistoimintaverkosto toteuttaisi niin strategioiden kuin trendienkin agendaa. Palvelutalous ja mikroyrittäjyys tuottaisi varisinkin matkailun alalle suunnattaessa Ouluun kipeästi tarvittavaa elinvoimaisuutta, niin taloudellisesti, ekologisesti kuin kulttuurisesti kestävästi.

Alueellisen Kanssamatkaverkoston toimeenpanosuunnitelma

Toimeenpanosuunnitelmaa varten Oulun seudun matkailutoimijoita koottiin kahteen työpajaan. Molempiin työpajoihin saatiin yli 20 osallistujaa. Osallistujat tavoitettiin esiselvityshankkeen aikana niin alueellisten verkostojen edustajia, alueen yrittäjiä ja hiljaisia osaajia. Varsinkin Oulun Yritystakomon ympärillä aktiivisesti toimiva yhteisö oli molemmissa työpajoissa hyvin osallisena. Työpajoissa esiteltiin hankkeessa tuotettuja aineistoja (esiselvitys ja palvelukonsepti) samalla koottiin osallistujilta näkemystä toimeenpanoon vaikuttavista tekijöistä, jotka joko mahdollistavat tai estävät toimintamallin onnistumista. Näiden pohjalta koottiin joukko oppeja siitä, miten Kanssamatkan alueellista verkostoa kannattaa lähteä toimeenpanemaan.

Jälkimmäisessä työpajassa koottiin myös verkosto hankkeen jälkeisen toimeenpanon tueksi.

Hankkeen etenemisen ja tulosten tiedottaminen sekä raportointi

Hankkeen esiselvityksen haastatteluvaiheen käynnistyessä helmikuussa avattiin verkkokysely, jolla etsittiin haastateltavia selvitykseen. Kyselyn kutsua levitettiin laajasti sosiaalisessa mediassa. Samassa yhteydessä lähetettiin tiedote Oulun seudun medioille, josta olikin mm. pieni uutinen Kalevassa.

Myös hankkeen ensimmäisestä työpajasta ja sen yhteydessä pidetystä esiselvityksen tulosten esittelystä lähetettiin tiedote medioille sekä kutsu laajalle joukolle Oulun seudun matkailutoimijoita. Työpajassa käytiin läpi esiselvityksen tulokset sekä alustava versio palvelukonseptista.

Hankkeen toinen työpaja järjestettiin syyskuun lopulla ja sinne kutsuttiin osallistujia hieman edellistä laajemmalla jakelulla. Tässä työpajassa esiteltiin kehitettyä palvelukonseptia, sekä alustavaa versiota Kanssamatkaveroston toimeenpanosuunnitelmasta.

Hankkeen tulokset koottiin toimitetuksi ja taitetuksi kalvosarjaksi, josta teetettiin väripainos hankkeen sidosryhmien käyttöön. Lisäksi tehtiin Kanssamatka-ajatusta esittelevät markkinointiaineistot (flyer, banneri ja roll-up), joiden avulla hankkeen sidosryhmät voivat jatkossa halutessaan esitellä tuloksia.

Hankkeen ydinajatukset ja kehityskaari kuvattiin lyhyellä, kuvitetulla artikkelilla, joka julkaistiin Demos Helsingin www-sivuilla. Lisäksi artikkelista otettiin pieni väripainos. Hankkeen live-proton tulokset taas on julkaistu Big Plans Bakery'n www-sivuilla.

Hankkeen ohjausryhmälle raportointiin hankkeen etenemisestä neljässä kokouksessa, joista ensimmäinen pidettiin helmikuussa, toinen huhtikuussa, kolmas syyskuussa ja viimeinen marraskuun alussa.

Hankkeen etenemisestä raportoitiin Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskukselle ensimmäisen kerran toukokuussa. Syyskuun lopussa ELY-keskukselle lähetettiin pyyntö hankekauden jatkamisesta 15.11.2014, mihin oli tätä ennen pyydetty puolto perusteluineen hankkeen ohjausryhmältä.

Lisäksi Pohjois-Pohjanmaan ELY:n yhteyshenkilöihin oltiin yhteydessä hankkeen toteutuskauden aikana toistakymmentä kertaa, missä yhteydessä kerrottiin hankkeen etenemisestä ja tuloksista sekä kysyttiin toteutukseen ja raportointiin liittyviä neuvoja.

d. aikataulu

Hanke kesti noin vuoden. Se käynnistyi loppuvuodesta 2013 myönteisen rahoituspäätöksen saatua. Hankeaikaan haettiin erillisanomuksella jatkoa syyskuussa 2014, koska protyyppausosion toteutustapaa muutettiin. Jatkoaika hankkeen toteutukseen saatiin Ely-keskukselta.

e. resurssit

Hankkeessa työskenteli Demos ry:ssä projektijohtaja ja kaksi projektikoordinaattoria, joista toinen jäi äitiyslomalle huhtikuun 2014 lopussa. Big Plans Bakery:n osuuskunnassa hanketta oli toteuttamassa kaksi planneria.

f. Toteutuksen organisaatio

Hankkeen hallinnoinnista ja johtamisesta on vastannut Demos ry. Työn toteuttajina toimivat Demos ry ja Big Plans Bakery Osk., jolle siirrettiin osa hanketuesta ja sen myötä vastuuta hankkeen osittaisesta toteutuksesta. Demos ry:n ja Big Plans Bakery:n toiminnalliset vastuut jaoteltiin työn alkuvaiheessa ja tehdyn työnjaon mukaan edettiin hankkeen ajan.

Lisäksi hankkeessa alihankkijoina käytettiin seuraavia tahoja:

- Henna Isohätälä / Lapin yliopisto, teki esiselvitykseen Oulun seudun potentiaalisten matkailutoimijoiden identifiointia ja kontaktointia.
- Kaskas media teki hankkeen loppuvaiheessa viestinnän materiaaleja.
- Tmi Kirmo Kivelä teki graafista suunnittelua viestinnän aineistoihin.
- Odela oy toteutti palvelukonseptointiin liittyvän palvelumuotoilumuotoilutyöpajan
- TarVar oy tukipalveluita palvelukonseptointiin
- Biitsi pojat oy toteutti live-proton matkailupalveluita
- Osuuskunta Multiprofessio toteutti hankkeen taloushallintoa

g. Kustannukset ja rahoitus

Kustannukset:

Palkat, Demos ry	18.226,25 €
Palkkojen sivukulut, Demos ry	4004,96 €
Palkat, Big Plans Bakery osk	20.576,30 €
Palkkojen sivukulut, Big Plans Bakery osk	4.685,84 €
Kotimaan matkakulut, Demos ry	1.226,24 €
Kotimaan matkakulut, Big Plans Bakery osk	1.904,36 €
Muut kulut (painotyöt, tarjoilut), Demos ry	1.697,57 €
Muut kulut (painotyöt, tarjoilut), Big Plans Bakery osk	0 €
Ostopalvelut	8983,30 €

Yhteensä	61.664,87 €
----------	-------------

Hankkeelle oli myönnetty rahoitusta yhteensä 65725,75€, josta EU+valtio-osuus oli 100%

h. Raportointi ja seuranta, ohjausryhmän työskentely

Hankkeen väliraportti ja kustannustilitys toimitettiin rahoittajalle kesäkuussa 2014.

Sisällöllisesti hankkeen seuranta toteutti ohjausryhmä. Sen kokouksissa esiteltiin hankkeen välituloksia ja kerrottiin toteutuksen tulevista vaiheista. Ohjausryhmän kommenttien perusteella toteutusta jalostettiin eteenpäin. Erityisen merkittävä ohjausryhmän näkemys oli hankkeen kytkemisessä Oulun seudun muuhun matkailuelinkeinon ja maaseudun kehittämiseen. Ohjausryhmä oli erityisen aktiivinen tulosten jalkauttamisen ja mahdollisten jatkohankkeiden suunnittelussa.

Ohjausryhmä tapasi hankkeen aikana neljä kertaa.

27.2. Haukiputaalla Hotelli Samantassa

- Agendalla esiselvityksen kommentointi ja esimerkki-caset maailmalta

29.4. Oulun Yritystakomolla

- Agendalla esiselvityksen haastatteluvaihe ja keskustelu toimeenpanosuunnitelmasta

22.9. Oulun Yritystakomolla

- Agendalla palvelukuvaus, prototyypaus ja vaikutusselvitys erityisesti maaseututoimijoiden näkökulmasta

4.11. Oulun Yritystakomolla

- Agendalla prototyypauksen tulokset, tulosten jalkautus ja viestintä

Hankkeen ohjausryhmään kutsuttiin jäseniksi:

Rita Porkka - Kantri-Oulu

Pirjo Onkalo ja Kukka Kukkonen - ELY-keskus

Jarkko Saarinen - Oulun yliopisto

Tarja Isohätälä - yrittäjä

Antti Pönkkö - Oulun Seudun Oppaat

Business Oulun Jyrki Kemppainen oli mukana asiantuntijajäsenenä

i. toteutusoletukset ja riskit

Esiselvityshankkeen suunnitelmassa ei nähty oletettuja suuria riskejä. Esiselvityshankkeen puitteissa uskottiin paikallisen yhteisön aktiiviseen mukanaoloon joka toteutui hyvin suunnitelmien mukaisesti.

Myös hankkeen pyrkimys synnyttää toimiva verkosto toteutui hankkeen myötä, myös johtuen muutoksesta toteuttaa pilottimatka pelkkien työpajasarjojen lisäksi.

4.3 Yhteistyökumppanit

Ely-keskus

Oulun kaupunki/Business Oulu

Lisäksi työssä hyödynnetään mm. Kantri-Oulu ja Yhteisöhautomo –hankkeissa aloitettua lähimatkailukampanjan tuloksia.

4.4. Hankkeen tulokset ja vaikutukset

Hankkeen avulla aktivoitiin lähes 100 pienimuotoisia matkailupalveluita tarjoavaa yrittäjää tai potentiaalista yrittäjää pohtimaan rooliaan. Hankkeen avulla matkailutoimijoita tuotiin yhteen uudella tavalla. Kaikki mukana olleet toimijat tunnistivat tämän tarpeen. Hankkeessa luodun mallin ja sen ympärille syntyneen verkoston avulla yrittäjien uskoa alueen matkailuelinkeinoon vahvistettiin. Tämä voi parhaimmillaan tuoda matkailuelinkeinojen piiriin uusia yrittäjiä ja siten vahvistaa koko alueen matkailun palvelutarjontaa. Vastaavasti Oulun seudun matkailu- ja elinkeinokehittämisen vakiintuneiden toimijoiden osamista tuotiin pienyrittäjien saataville.

Hankkeen tuloksena toteutettiin konkreettinen prototyyppi, jossa testimatkaillijat kokeilivat konseptia, johon Oulun seudun pientuottajien matkailupalvelut oli koottu yhteen. Hankkeen työpajojen pohjalta syntyi verkosto toimijoita, joiden yhteistyö jatkuu Oulun Yritystakomon yhteydessä myös hankkeen päättymisen jälkeen.

5. Esitykset jatkotoimenpiteiksi

Kanssamatka-hanke tuotti havainnollistetun konseptin uudesta palvelusta ja sen taustalle tarvittavasta järjestelmästä. Samalla onnistuttiin herättämään kiinnostus uutta palvelua kohtaan Oulun alueella toimivien matkailu- ja elinkeinotoimijoiden parissa.

Tuotettujen aineistojen ansiosta ollaan tilanteessa, jossa seuraavana askeleena olisi Kanssamatka-palvelujen tuottajien verkoston kokoaminen yhdistykseksi tai osuuskunnaksi. Tämän jälkeen olisi mahdollista testata palvelua käytännössä.

Kanssamatkan liiketoimintamalli vaatii vielä testaamista ja jatkokehittämistä. On luultavaa, että käynnistämisyvaiheessa mahdollinen yhdistys hakee julkisilta tahoilta tukea toimintansa käynnistämiseen. Muutoin verkostomaisen palvelun tukirakenteita voi olla vaikea saada kuntoon.

Esitämme, että Kanssamatka-verkoston käynnistämisen tueksi perustetaan yhdistys. Esitämme myös, että testaus- ja käynnistysvaihetta varten yhdistys hakee tarvittaessa julkista tukea.