

Varikon kehittämishanke

1.10.2008 – 30.9.2010



Lapin liitto



Tervolan kunta

Loppuraportti



Hannele Karjalainen

29.9.2010



Tervolan kunta



Lapin liitto

Varikon kehittämishanke

Nro 3123 / 115383

1.10.2008 - 30.9.2010

LOPPURAPORTTI

SISÄLLYS

Varikon lakkaaminen lähtökohtana	4
Tavoitteet seutukunnan kehittämisen näkökulmasta	5
Maakunnan kehittämisraha tukena	5
Projektiorganisaatio ja hallinto	6
Toiminta markkinointipainotteista	6
Tervolan palveluopas	7
Asukasmarkkinointiin liittyvät kyselyt	7
Heavy High Tech from Lapland	8
Yritysvierailut	8
Varikkovierailut	9
Lapin maakuntaportaalin hyödyntäminen	9
Ideoita verkostoitumiseen -matka	10
Tervetuloa Tervolaan -tilaisuus	11
Tervolan yritysrekisteristä alueelliseen yritysrekisteriin	12
Tervolan yritysten sähköinen viestintä ja kaupankäynti	13
Haastattelututkimukset Pohjois-Suomen ja Etelä-Suomen kohderyhmille	14
Julkisuus ja tiedottaminen	16
Hankkeen talous	17

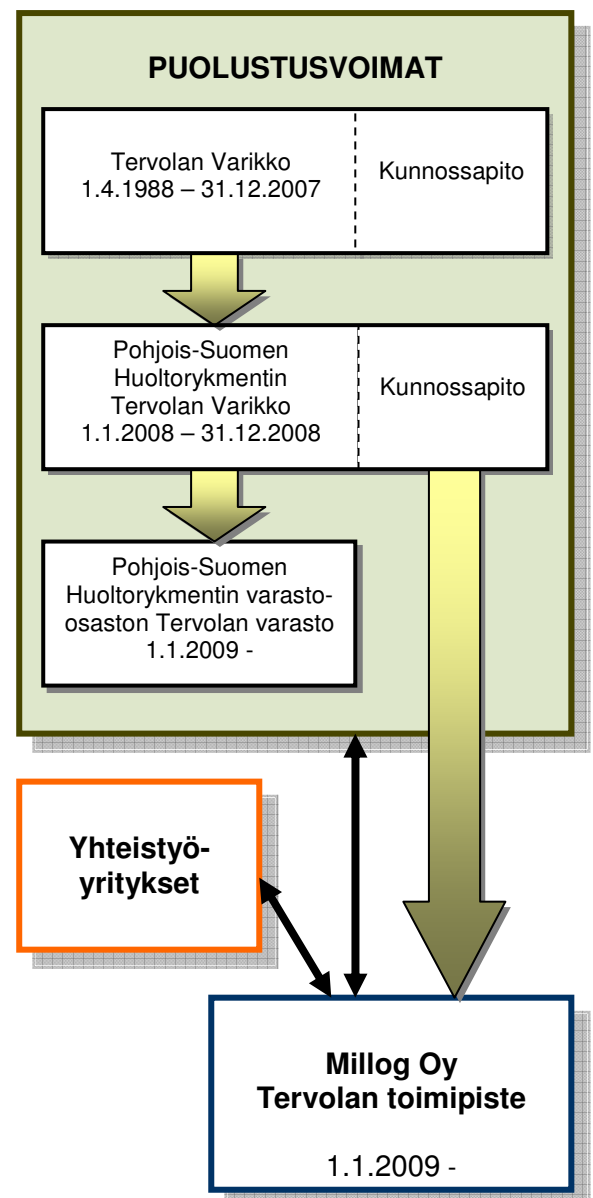
	3
Tulokset, tulosten arviointi ja jatkohyödyntäminen	18
Asukasmarkkinointi	19
Yritysmarkkinointi	20
Määrällisten tavoitteiden toteutuminen	22
Ohjausryhmän arvio	23
Loppusanat	23
Paikan markkinointi vielä ”nuorta”	24
Verkostoituminen on pitkä prosessi	24
Verkostoitua vai ei?	25
LIITELUETTELO	27
1 Tervolan palveluopas	27
2 Muuttajakyselyn yhteenveto	27
3 Mitä odotat asuinpaikalta? -kyselylomake	27
4 Mitä odotat asuinpaikalta? -kyselyn tuloskooste	27
5 Tervolan yritysten sähköinen viestintä ja kaupankäynti -tuloskooste	27
6 Haastattelututkimuksen yhteenvetoraportti - Pohjoinen	27
7 Haastattelututkimuksen yhteenvetoraportti - Etelä	27
8 Tilastollista analyysiä em. tutkimusten vastaajayrityksistä	27
9 Varikon kehittämishankkeen esite	27

Varikon lakkaaminen lähtökohtana

Puolustusvoimien organisaatiomuutoksen yhteydessä Tervolan kunnassa lähes 20 vuotta mm. merkittävänä työllistäjänä toimineen Tervolan Varikon olemassa olo itsenäisenä puolustusvoimien yksikkönä päättyi 31.12.2007. Osa puolustusvoimien kunnossapitotoiminnoista siirtyi 1.1.2009 strategiseen kumppanuuteen perustuen Millog Oy:lle ja sen myötä Tervolan Varikon entisestä kunnossapitoyksiköstä tuli Millog Oy:n Tervolan toimipiste.

Entisen Tervolan Varikon alueella, paikallisten asukkaiden tuntemalla Anttilankankaalla, toimii Millog Oy:n lisäksi edelleenkin puolustusvoimien yksikkö, Pohjois-Suomen Huoltorykmentin varasto-osaston Tervolan varasto. Puolustusvoimat on Millog Oy:n pääasiakas ja kumppanukset tekevät tiivistä yhteistyötä, mutta Millog Oy:n intresseissä on luoda yhteyksiä myös muiden tahojen kanssa. Viereisessä kaaviokuvassa on esitetty Tervolan Varikon ”kehitysvaiheet” itsenäisestä puolustusvoimien yksiköstä tähänhetkeen, verkostomaiseen yhteistyöhön tähtäävään toimintamuotoon.

Hanketta käynnistettäessä Millog Oy:n Tervolan toimipisteellä oli mahdollisuuksia tarjota palveluitaan puolustusvoimien lisäksi myös ulkopuolisille. Niin ikään sillä oli vapaita toimitiloja, joita oli tarkoitus vuokrata edelleen liikekäyttöön. Pidettiin myös mahdollisena, että juuri toimintansa aloittaneella Millog Oy:n Tervolan toimipisteellä olisi tarpeita, joihin vastaavasti alueen yritykset voisivat vastata ja päästä sillä tavalla alkuun yhteistyössä. Millog Oy:n Tervolan toimipisteen edullisen sijainnin hyvine kulkuyhteyksineen katsottiin luovan edellytyksiä toiminnan laajentamiselle vaikka koko Pohjois-Suomen alueelle. Tätä taustaa vasten katsottiin tärkeäksi pyrkiä myötävaikuttamaan alueen kehittämiseen siten, että siitä voivat hyötyä niin seutukunnan elinkeinoelämä, Tervolan kunta kuin varikkoalueella toimijatkin.



Tavoitteet seutukunnan kehittämisen näkökulmasta

Hankkeen tavoitteena oli hyödyntää entisen Tervolan Varikon, nykyisen Pohjois-Suomen Huoltorykmentin Tervolan varaston ja alueelle perustetun, Millog Oy:n Tervolan toimipisteen, alueellisia ja paikallisia vaikutuksia seutukunnan kehittämiseksi. Varikkoalueella toimijoita ja varikkoalueen ulkopuolisia yrityksiä oli tarkoitus lähentää toisiinsa yhteistyömahdollisuuksia etsimällä. Tarkoituksena oli myötävaikuttaa ja luoda edellytyksiä alueellisista ja paikallisista yrityksistä kaikille jäsenille etuja tuottavan palvelu- ja yhteistyöverkoston syntymiselle.

Tavoitteena oli lisätä Varikkoalueen, seutukunnan ja Tervolan kunnan tunnettuutta. Keskinäisen vuorovaikutuksen ja yhteistyömahdollisuuksien etsinnän otaksuttiin luovan edellytyksiä yritystoiminnan ja työpaikkojen lisääntymiselle. Tämän puolestaan saattoi odottaa tuovan lisää asukkaita Tervolaan ja sen ympäristökuntiin. Yhtenä tavoitteena oli, että Tervolan kunta mielletäisiin moderniksi, houkuttelevaksi paikaksi asua ja yrittää. Konkreettiseksi asukasmarkkinoinnin tavoitteeksi oli asetettu vastaanottopaketin eli kunnan palveluista kertovan tietopaketin kokoaminen. Määrällisiksi tavoitteiksi hankesuunnitelmaan oli kirjattu 3 yhteistyösopimusta Millog Oy:n Tervolan toimipisteen ja ulkopuolisten yritysten kanssa ja 3 yrityksen sijoittumista Millog Oy:n Tervolan toimipisteen tiloihin Anttilankankaalle.

Maakunnan kehittämisen rahoitus

Varikon kehittämishankkeen toteuttaja oli Tervolan kunta ja sen rahoittivat kunta ja Lapin liitto puoliksi. Tervolan kunta haki 30.4.2008 projektisuunnitelman perusteella Lapin liitolta Maakunnan kehittämisen rahoitusohjelmasta rahoitusta. Rahoitushakemusta täydennettiin 1.8.2008 ja Lapin liitto myönsi 9.9.2008 rahoituksen Varikon kehittämishankkeen toteuttamista varten ajalle 1.10.2008 – 30.9.2009. Varsinainen toiminta käynnistyi huhtikuussa 2009, jolloin projektikoordinaattori aloitti työn.

Hankkeen toteutusaikaa jatkettiin Lapin liiton 24.4.2009 tekemällä päätöksellä 31.3.2010 saakka ja 4.3.2010 tekemällä päätöksellä 30.9.2010 saakka. Lopullinen hanke-aika oli siis 1.10.2008 – 30.9.2010. Hankkeen aikana toimintaa on esitelty rahoittajalle kahdella väliraportilla, ensimmäinen ajalta 1.10.2008 – 30.9.2009 ja toinen ajalta 1.10.2009 – 31.3.2010.

Projektiorganisaatio ja hallinto

Lapin liitto oli hyväksynyt rahoituspäätöksessä hankkeen ohjausryhmään edustajat seuraavista organisaatioista: Millog Oy, Puolustusvoimat, Tervolan kunta, Yrittäjäyhdistys. Hankkeen käynnistettyä henkilöedustukset varmistuivat ja ohjausryhmän kokoonpano oli seuraava:

Organisaatio	Edustaja	Varajäsen
Millog Oy	Raimo Tumelius	Tuukka Törrö
Puolustusvoimat	Jari Piira	Hannu Multasuo
Tervolan Yrittäjät ry	Jorma Vaara	Sari Eilittä
Tervolan kunta	Mika Simoska	
Millog Oy	Tuukka Törrö, asiantuntijajäsen	

Ohjausryhmän ensimmäisessä kokouksessa ohjausryhmän puheenjohtajaksi valittiin koko projektin ajaksi Mika Simoska ja varapuheenjohtajaksi Jari Piira. Millog Oy:n asiakkuuspäällikkö Tuukka Törrö päätettiin kutsua asiantuntijajäsenen roolissa jokaiseen kokoukseen. Ohjausryhmän sihteerinä toimi Hannele Karjalainen, joka työskenteli hankkeen kokopäiväisenä projektikoordinaattorina ajalla 6.4.2009 – 30.9.2010. Ohjausryhmä kokoontui kaikkiaan 7 kertaa, 5 kertaa Tervolan kunnanvirastolla, 2 kertaa entisen Varikon tiloissa ja yhden kerran Veljekset Vaara Oy:n toimitiloissa.

Tervolan kunta vastasi siis hankkeen hallinnoinnista, vastuullisena johtajana toimi Mika Simoska ja kirjanpidosta vastasi pääkirjanpitäjä Matti Tapio. Lapin liitossa rahoittajan yhteyshenkilöinä olivat aluekehitysasiantuntija Samu Rötönen ja maakunta-asiantuntija Ritva Kauhanen sekä käytännön talousasioiden osalta maksatustarkastaja Anu Moilanen.

Toiminta markkinointipainotteista

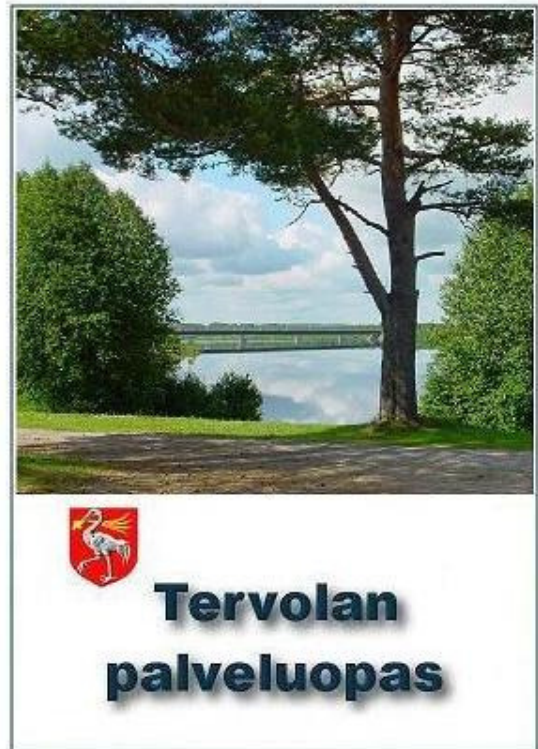
Hankkeen tavoitteiden perusteella saattoi nähdä, että toimenpiteiden tulisi olla markkinointipainotteisia ja kohdistua toisaalta elinkeinoelämään eli tehdä yritysmarkkinointia ja toisaalta yksityisiin henkilöihin eli tehdä asukasmarkkinointia. Vaikka hankesuunnitelmaan oli kirjattu lähinnä potentiaalisten, uusien asukkaiden ja yrittäjien houkuttelu, niin myös jo vakiintuneiden asukkaiden ja yritysten huomiointi katsottiin tärkeiksi ja kunnan imagon rakennukseen vaikuttaviksi tekijöiksi.

Tervolan palveluopas

Tervolan kunnan myönteisen asuinpaikka-imagon vahvistamiseksi ja hyvän ulkoisen viestinnän tukemiseksi suunniteltiin ja toteutettiin kunnan asukkaille tarkoitettu 64-sivuinen tietopaketti eli palveluopas. Palveluoppaan tietosisältö koottiin kevään, kesän ja syksyn 2009 aikana. Oppaan paperipainos valmistui joulukuussa 2009 (Liite 1). Paperipainoksen lisäksi opas julkaistiin sähköisessä muodossa kunnan kotisivuilla.

Oppaassa kerrotaan lyhyesti kunnan palveluista. Oppaan palvelutason parantamiseksi oppaaseen kerättiin tietoja myös muista julkisista palveluista sekä sellaisista yksityissektorin tarjoamista tavallisimmista palveluista, joita asukas yleensä tarvitsee jokapäiväisessä elämässään. Opasta oli alun perin tarkoitus jakaa kuntaan muuttaville tai juuri muuttaneille asukkaille, mutta koska sillä näyttää olevan laajempaakin kysyntää, sitä jaetaan kaikille kiinnostuneille. Myös yrityksillä on mahdollisuus saada opasta käyttöönsä esimerkiksi oman asiakaspalvelunsa parantamiseksi.

Ulkoasun viimeistelyssä konsultoitiin graafisen alan asiantuntijaa. Hänen antamansa palautteen mukaan opas oli selkeä ja viimeistellyn oloinen jo ennen lopullista viimeistelyä. Graafikon antamia ohjeita mm. kuvituksen suhteen pyritään ottamaan huomioon oppaan tulevissa versioissa. Myös graafikon mielestä palveluopas välittää ja rakentaa mielikuvaa Tervolan kunnasta ja sen palveluista ja hänen sanojaan lainaten: ”Tätä myönteistä mahdollisuutta kannattaa käyttää hyväksi”.

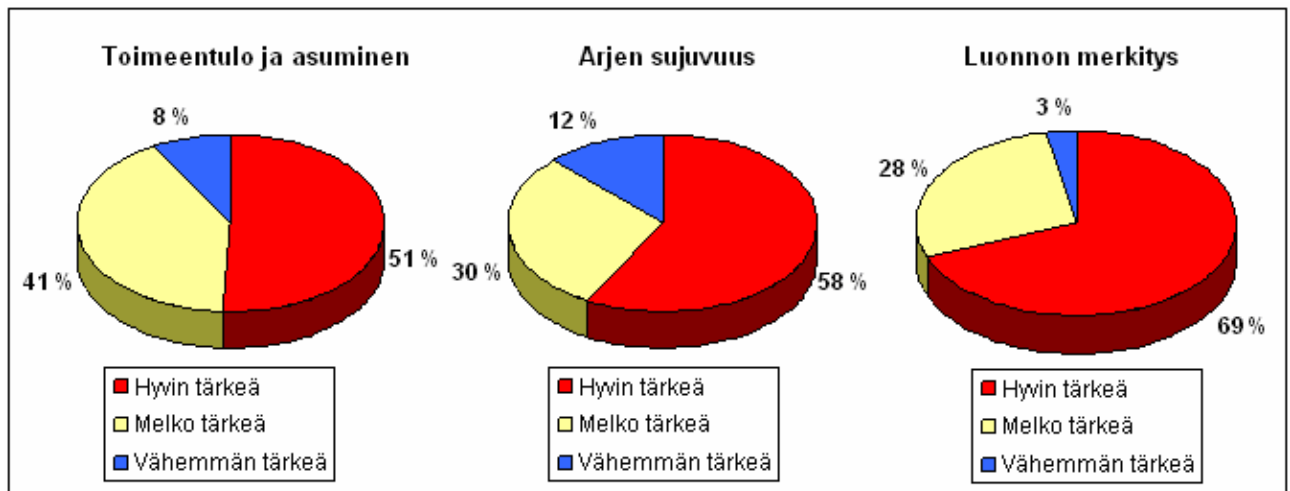


Palveluoppaan kansi

Asukasmarkkinointiin liittyvät kyselyt

Hankkeen yhtenä tavoitteena oli siis saada uusia asukkaita Tervolan kuntaan ja luoda mielikuvaa hyvästä asuinpaikasta. Hiljakkoin kuntaan muuttaneiden henkilöiden haastattelun arveltiin antavan viitteitä siitä, mitä tietoa muuttajat tarvitsevat ja mitä palveluita he haluavat. Heinäkuussa 2009 seitsemän tulomuuttajaa haastateltiin ja heidän vastauksistaan koottiin yhteenveto (Liite 2).

Maaseudulta Käsin -messuilla (29. – 30.8.2009) messuvieraille kohdistettiin *Mitä odotat asuinpaikalta?* –kysely (Liite 3), jonka tuloksia voidaan hyödyntää hyvän asuinpaikan mielikuvan luomisessa. Vastajilta kerättiin taustatietoja (kotipaikka, ikä, sukupuoli, kotitalouden henkilömäärä) ja heitä pyydettiin arvioimaan asuinpaikkaan ja sen viihtyisyyteen liittyviä tekijöitä. Vastajia oli kaikkiaan 207, joista Tervolan kunnan asukkaita oli 56 %. Vastaukset tukivat aiempia kokemuksia siitä, mitä pidetään yleisesti tärkeinä asuinympäristössä. Tämän kyselyn tulosten perusteella seuraavat, asuinpaikan arviointiin ja asumisviihtyisyyteen vaikuttavat osatekijöiden muodostamat kokonaisuudet, olivat vastajille hyvin tärkeitä: toimeentulo ja asuminen, arjen sujuvuus, luonnon merkitys Alla oleva kaavio havainnollistaa vastausten jakauman em. tekijöiden suhteen. Kyselyn kaikista vastauksista tehtiin erillinen kooste (Liite 4).



Heavy High Tech from Lapland

Kemin Digipolis Oy:ssä oli hankkeen aikana menossa Heavy High Tech -aluekeskuskehitysohjelma, jonka tavoitteena on mm. vahvistaa Kemi - Tornio seutukunnan teollisen palveluliiketoiminnan kilpailukykyä ja kehittämisedellytyksiä. Ohjelman aikana järjestetään seminaareja alueen teollisuustoimijoille ja elinkeinoelämän vaikuttajille. Millog Oy:n Tervolan toimipiste ilmoitettiin keväällä 2009 osoitelistalle, jotta sopivan tapahtuman tullessa kohdalle Millog Oy:n Tervolan toimipistekin saisi kutsun tilaisuuteen ja mahdollisuuden tutustua seutukunnan yritys-edustajiin, päästä esittäytymään ja solmimaan hyödyllisiä kontakteja sekä edistämään siten mahdollista tulevaa yhteistyötä.

Yritysvierailut

Molempinpuolisessa esittäytymis- ja yhteistyömahdollisuuksien selvittämistarkoituksessa vierailtiin lokakuussa 2009 neljässä tervolalaisessa yrityksessä. Vierailuihin osallistuivat Millog Oy:n Tervolan toimipisteen päällikkö Raimo Tumelius, projektikoordinaattori Hannele Karjalainen ja Tervolan kunnan elinkeinokoordinaattori Matti Alatalo. Vierailujen aikana esiteltiin hanketta ja yritykset esittelivät toimintaansa.

Varikkovierailut

Varikkoalueen toimijoiden ja alueella olevien liiketoimintamahdollisuuksien esille tuomiseksi sekä eri osapuolten toisiinsa tutustuttamiseksi hankkeen aikana järjestettiin myös yritysmaailman edustajille vierailuja Varikkoalueelle. Tapaamisten ohjelmaan kuului yleensä hankkeen, Varikkoalueen ja sillä olevien toimijoiden esittely, usein Millog Oy:n toiminnan ja Tervolan toimitilojen esittely sekä esittelykierron korjaamohallissa. Vieraille tarjottiin myös mahdollisuutta esitellä omaa yritystään ja muutamat vieraat tarttuivat tilaisuuteen kertoa omasta toiminnastaan. Vierailujen aikana saatettiin myös pohtia, löytyisikö isäntä- ja vierailijayritysten välille yhteistyömahdollisuuksia.

Seuraavana on yhteenveto hankkeen aikana tapahtuneista Varikkoalueen vierailuista.

Kk / vuosi	Yritystyyppi	Kotipaikka	Toimiala / muu tarkennus	Vieraat hlöä
04 / 2009	Käsityöyrittäjä	Rovaniemi	Puusepän ala	1
09 / 2009	Kehitysprojekti	Kemi	Logistiikka-alan hanke	1
09 / 2009	Kehitysyhtiö	Kemi-Tornio	Kemi-Tornio alueen kehityskeskus ry	1
09 / 2009	Kehitysyhtiö	Kemi	Kemin Digipolis Oy	1
11 / 2009	Teollinen yritys	Tervola	Metalli	1
11 / 2009	Teollinen yritys	Keminmaa	Metalli	1
03 / 2010	Teollinen yritys	Tornio	Metalli	2
03 / 2010	Teollinen yritys	Tornio	Metalli	1
03 / 2010	Teollinen yritys	Tornio	Metalli	1
04 / 2010	Teollinen yritys	Tervola	Metalli	1
04 / 2010	Teollinen yritys	Tornio	Metalli	1
05 / 2010	Suunnittelutoimisto	Tornio	Kone- ja laitesuunnittelu	1
06 / 2010	Teollinen yritys	Keminmaa	Metalli	3
08 / 2010	Teollinen yritys	Keminmaa	Metalli	2

Lapin maakuntaportaalin hyödyntäminen

Varikon kehittämishankkeen tavoitteena on sekä asukas- että elinkeinomarkkinointi. Lapin liitto toteutti marras-joulukuussa 2009 Lappi.fi -palvelun, joka on yhteinen viestintä- ja markkinointikanava Lapin toimijoille. Se tarjoaa kunnalle näkyvyyttä niin asukkaiden, matkailijoiden, opiskelijoiden, yrittäjien kuin muuttajienkin suuntaan. Lapin liitto pyysi kunnilta sisältöä sivuston toteuttamista varten. Hankkeen aikana toteutetun, Tervolan palveluoppaan kokoamisen yhteydessä oli kerätty materiaalia, jota hyödynnettiin myös tähän tarkoitukseen. Materiaalista muokattiin soveltuvaa aineistoa muun aineiston lisäksi ja aineistot toimitettiin Lappi.fi -sivuston käyttöön.

Ideoita verkostoitumiseen -matka

Hankkeen tavoitteeksi oli asetettu yritysverkoston rakentaminen. Verkostoituminen on pitkän aikavälin prosessi ja se vaatii potentiaalisten jäsenten yhteistyön muodoista riippuen eri as-teista sitoutumista. Ensimmäinen askel verkostoitumiseen on se, että mahdolliset kumppanit kohtaavat ja tutustuvat toisiinsa.

Tässä tarkoituksessa järjestettiin 4. - 5.2.2010 Ideoita verkostoitumiseen -matka Valtra Oy Ab:n tehtaalle Suolahteen ja LH Lift Oy:n tehtaalle Laukaalle. Valtra Oy Ab on suomalainen traktorinvalmistaja, jonka toiminta perustuu laajaan yhteistyöverkostoon. LH Lift Oy on yksi Valtra Oy Ab:n yhteistyökumppaneista. LH Lift Oy toimittaa siis osia Valtralle ja sillä on omakin alihankintaverkosto. Kumpikin yritys toimii kansainvälisillä markkinoilla. Matkalla oli mahdollisuus tutustua sekä päähankkijan rooliin että saada alihankkijan näkökulmaa. Toiveena oli, että matka antaisi seutukunnan yrityksille uusia, esimerkiksi verkostoitumiseen perustuvia liiketoimintatideoita. Matkalle kutsuttiin Kemi-Tornio seutukunnan, lähinnä metallitoimialaa edustavia yrityksiä sekä muita elinkeinoelämän toimijoita. Matkalle osallistui 17 henkilöä, joista varsinaisia yritys-edustajia oli 12 henkilöä. Seuraavassa kuvassa tutustumiskierros on alkamassa Oy Valtra Ab:n tehtaalla.



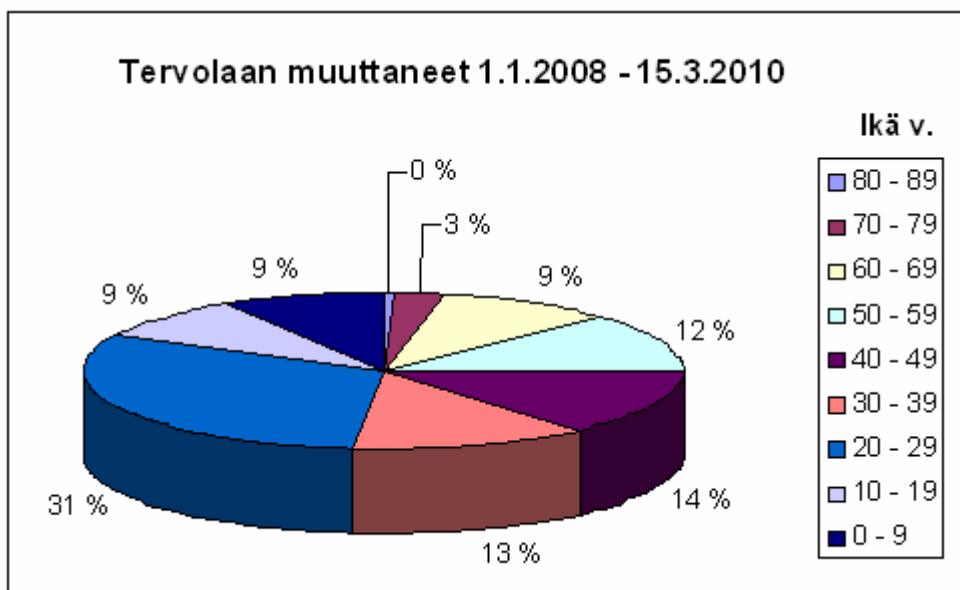
Matka järjestettiin "hankkeen hengen" mukaisesti eli se suunniteltiin ja toteutettiin useamman tahon yhteistyönä. Matkan pääorganisaattorina oli Varikon kehittämishanke, joka vastasi käy-

tännön järjestelyiden lisäksi majoituskuluista. Kemi-Tornio alueen kehittämiskeskuksen Alueyrityspalvelut ja Heavy High Tech From Lapland (HHT) – Lapin teollisuuden palveluliiketoiminnan kehittämisohjelma seutukunnan yrityksiä hyvin tuntevina tahoina tarjosivat asiantuntemustaan mm. kutsuttavien yritysten listan laadintaan. Alueyrityspalvelut osallistui lisäksi kustannuksiin maksamalla bussikuljetuksen.

Matkan tarkoituksena oli, paitsi tutustua kohdeyritysten toimintaan, myös tutustuttaa matkaan osallistuvia yrityksiä toisiinsa sekä lisätä Varikkoalueen ja sen toiminnan tunnettuutta. Matkan voi katsoa myös vahvistaneen Tervolan kunnan imagoa, koska se toi kuntaa esille myönteisellä tavalla. Saadun palautteen mukaisesti matka oli onnistunut ja hyvin järjestetty.

Tervetuloa Tervolaan -tilaisuus

Kunnan uusien asukkaiden huomioiminen on tärkeää asukasmarkkinointia, jonka tarkoituksena on saada uusi asukas tuntemaan itsensä tervetulleeksi ja motivoida häntä pitkäaikaiseen asumiseen. Näitä tavoitteita silmällä pitäen järjestettiin 26.5.2010 kunnan ja hankkeen yhteistyönä Tervolaan 1.1.2008 – 15.3.2010 välisenä aikana muuttaneille asukkaille Tervetuloa Tervolaan -tilaisuus Lapinniemen koulun ruokasalissa. Kyseisenä aikana Tervolan kuntaan oli muuttanut kaikkiaan 205 henkilöä. Tästä määrästä oli nuoria huomattava joukko. Alle 30-vuotiaita oli lähes puolet (49 %). Nuorten suuri määrä selittynee osittain sillä, että joukossa on paljon opiskelijoita mm. koulutuskuntayhtymä Lappian Louen yksiköstä. Näistä henkilöistä suuri osa muuttanee kuitenkin opiskelun jälkeen pois paikkakunnalta. Alla olevassa kaaviossa kuvataan muuttaneiden ikäryhmäjakaumaa.



Kutsu tilaisuuteen lähetettiin kullekin, kyseisenä aika muuttaneelle kotitaloudelle eli kaikkiaan 136:lle perheelle. Tilaisuuteen osallistui vieraat ja kunnan edustajat mukaan lukien 36 henkilöä.

Ohjelmana oli tarjoilun lisäksi kunnan palveluiden esittelyä ja musiikkiesityksiä. Tilaisuuden päätteeksi uusille kuntalaisille jaettiin kunnan tervetuliaislahja sekä Tervolan palveluopas.

Tilaisuuden jälkeen todettiin, että tämän kaltainen tilaisuus on hyvä tapa huomioida uutta kuntalaista ja että se kannattaa järjestää vuosittain, vaikka mahdollisesti vaihtuvalla ohjelmalla. Kuntaan muuttaneiden suurehko määrä yllätti positiivisesti. Pohdittiinkin, että jos muuttavien määrä pysyy jatkossa näin suurena, kuinka tätä voitaisiin hyödyntää kuntamarkkinoinnissa.

Tervolan yritysrekisteristä alueelliseen yritysrekisteriin

Hankkeen alussa suunniteltiin kunnan yritysmarkkinointia helpottavaksi ja ulkoista viestintää parantavaksi toimenpiteeksi osittain vanhentuneen Tervolan yritysrekisterin saattamista ajan tasalle. Koska Kemi-Tornio alueen kehittämiskeskus ry oli toteuttamassa kesän ja syksyn 2009 aikana alueellista yritysrekisteriä, päätettiin liittyä siihen ja antaa myös tietojen päivitys kehittämiskeskukselle. Todettiin, on mielekkäämpää olla mukana useamman kunnan kattavassa kokonaisuudessa kuin ylläpitää omaa kunnallista rekisteriä.

Myöhemmin todettiin, että rekisterin julkaisemisen jälkeen yritysten tiedot olivat kuitenkin puutteellisia ja vanhentuneita, vaikka tietolähteenä oli käytetty Kauppa- ja rekisterihallituksen ylläpitämää Yritystietojärjestelmää. Tervolan kunnan sivuilta on linkki kyseiseen alueelliseen yritysrekisteriin. Koska virheellisten tietojen esiintyminen haittaa yritysmarkkinointia eikä ole eduksi kunnan imagolle, tervolalaisten yritysten tiedot korjattiin. Tervolalaiset yritykset käytiin keväällä 2010 systemaattisesti läpi siten, että jokseenkin kaikilta rekisterissä olevilta yrityksiltä kysyttiin puhelimitse ajantasaiset tiedot ja syötettiin tarpeelliset korjaukset ja lisäykset rekisteriin. Rekisterin päivittäminen ajan tasalle ja sen yhteydessä tapahtuva yhteydenpito yrityksiin oli siinänsä yritysmarkkinointia, minkä seurauksena mielikuvan kunnan elinkeinomyönteisyydestä voi katsoa vahvistuneen. Myönteistä merkitystä on myös sillä, että yritykset itse saavat rekisterissä ilmaista näkyvyyttä. Yrityksillä oli esimerkiksi mahdollisuus tuoda esiin tuotteitaan. Rekisterin hyödyllisyys konkretisoi, kun eräs majoitusyrittäjä arveli (04/2010), että muutamat yhteydenotot asiakkailta olivat tulleet juuri yritysrekisterin kautta.

Rekisterin lähes 190 yrityksestä noin 92 %:n tiedot saatiin päivitettyä. Yrityksistä 15 oli sellaisia, joihin ei saatu yhteyttä useidenkaan yritysten jälkeen. Todennäköisesti ainakin osa näistä yrityksistä ei enää käytännössä toimi, mutta virallista lopetusilmoitusta kaupparekisteriin ei ole tehty. Päivittämisen yhteydessä kerättyjen tietojen mukaan noin viidesosalla tervolaisista yrityksistä on kotisivut ja noin puolella on yritysikäytössä oleva sähköposti.

Tervolan yritysten sähköinen viestintä ja kaupankäynti

Lapland Online 2013™ –toimijat, joihin kuuluu edustajia esimerkiksi Kemi-Tornion ja Rovaniemen ammattikorkeakouluista sekä Lapin ELY-keskuksesta kokoontuivat Riverbank Oy:n kutsumina Tervolan kunnanvirastolla 9.6.2010. Lapland Online -hankekokonaisuuden slogan kuuluu: "ICT yritysten menestystekijäksi". Riverbank Oy:n taholta oli pyydetty projektikoordinaattoria esittelemään tilaisuudessa Varikon kehittämishanketta sekä valottamaan tervolaisten yritysten sähköisen viestinnän ja kaupankäynnin tilaa, jota oli jo osittain kartoitettu yritysrekisterin tietojen päivittämisen yhteydessä.

Hankkeen yritysmarkkinointi-toimenpiteenä päätettiin selvittää tarkemmin, missä määrin tervolalaiset yritykset hyödyntävät sähköisiä mahdollisuuksia liiketoiminnassaan ja viestinnässään. ICT tarjoaa yrityksille mm. aivan uusia markkinointikanavia ja kaupankäyntimuotoja sekä mahdollistaa tehokkaan verkostoitumisen. Kohderyhmäksi valittiin yritykset, joilla on omat kotisivut, koska arveltiin, että juuri ne todennäköisimmin käyttävät muitakin sähköisiä mahdollisuuksia. Tieto kerättiin touko-kesäkuussa 2010 haastattelemalla puhelimitse 37 yritys edustajaa. Tulosten mukaan esimerkiksi sosiaalisen median hyödyntäminen on vielä vähäistä tervolalaisissa yrityksissä, vain neljä vastaajista ilmoitti, että yritys on Facebookissa tai muussa sosiaalisessa mediassa. Seuraavaan taulukkoon on koottu vastaukset sosiaalisen median, verkkokaupan ja sähköisen laskutuksen osalta. Selvityksen tulokset on liitteenä 5.

Sosiaalinen media			Verkkokauppa			Sähköinen laskutus		
	Kpl	%		Kpl	%		Kpl	%
Kyllä	4	11	Kyllä	7	19	Kyllä	8	22
Ei	33	89	Ei	30	81	Ei	29	78
Yht.	37	100	Yht.	37	100	Yht.	37	100

Vaikka yrittäjät käyttävät tällä hetkellä uusia, sähköisiä välineitä vain vähän, he ovat kyllä kiinnostuneita niistä. Kaksitoista (12) vastaajaa (32 %) ilmoitti, että lisätiedon saanti sähköisten mahdollisuuksien hyödyntämisestä liiketoiminnassa ja viestinnässä olisi tarpeellista, mikä on hyvä lähtökohta perehdyttää yrittäjiä uusien medioitten käyttöön ja edistää siten mm. verkostoitumista. Selvityksen tuloksia esiteltiin em. Lapland Online –tilaisuudessa. Tilaisuuteen osallistuneet antoivat positiivista palautetta sen johdosta, että ICT-asioita oli tarkasteltu konkreettisesti ja käytännön läheisesti. Tämän myönteisen palautteen voi odottaa parantavan mielikuvaa Tervolan kunnasta.

Haastattelututkimukset Pohjois-Suomen ja Etelä-Suomen kohderyhmille

Varikon kehittämishankkeen tavoitteina oli siis myötävaikuttaa ja luoda edellytyksiä verkostojen syntymiselle sekä asukas- ja yritysmarkkinointi. Hankesuunnitelmaan oli kirjattu yhtenä toimenpiteenä etablointikartoituksen tekeminen. Kyseiset kartoitukset toteutetaan usein kyselytutkimuksina. Koska katsottiin, että tutkimuksen avulla olisi mahdollista lähestyä suurehkoa joukkoa yrityksiä, päätettiin, että tilaisuutta hyödynnetään laajemminkin. Sen sijaan, että selvitettäisiin vain Tervolaan tai Varikkoalueelle mahdollisesti sijoituvia yrityksiä, voitaisiin selvittää yhteistyömahdollisuuksia, -halukkuutta ja -edellytyksiä yleisemmälläkin tasolla. Kunnan näkökulmasta nimenomaan kunnan alueelle tulevat yritykset ja sen mukana mahdolliset uudet työpaikat ja asukkaat olivat kiinnostavia, näin ollen katsottiin, että selvitystä voitaisiin hyödyntää myös kuntamarkkinoinnin tukemiseen.

Kyselytutkimuksen toteuttamisessa päädyttiin kahden haastattelututkimuksen järjestämiseen ostopalveluina. Tutkimusten järjestämisprosessi valmistelutyöstä hankinnan kilpailuttamiseen, edelleen tutkimusten toteuttamiseen ja lopulta tutkimustulosten vastaanottamiseen, sijoittui ajanjaksolle 03 / 2010 – 08 / 2010. Tutkimuksilla selvitettiin verkostoitumisedellytyksiä ja yritysten kiinnostusta yhteistyöhön sekä mahdollisia yritystoiminnan laajentamis- tai siirtosuunnitelmia. Tarkoituksena oli lisäksi tuoda Tervolan kuntaa esille myönteisesti ja saada tietoa kuntamarkkinoinnin tarpeisiin. Toinen kysely kohdistettiin Lapin, Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun maakuntien, tietyissä seutukunnissa sijaitseville yrityksille ja toinen Pirkanmaan (Tampereen ympäristö) ja Varsinais-Suomen (Turun ympäristö) yrityksille. Pohjois-Suomen yrityksille kohdistetun haastattelun kysymykset painottuivat verkostoitumisteemoihin ja Etelä-Suomen haastatteluissa tiedusteltiin erityisesti yritysten liiketoiminnan laajentamis- tai siirtosuunnitelmista. Kyselyiden tarkemmat kohderyhmärajaukset tehtiin yrityksen sijainnin lisäksi yhtiömuodon, päätoimialan ja henkilöstökoon perusteella. Pohjois-Suomen yritykset valikoitiin seuraavilta, Tilastokeskuksen toimialaluokituksen (TOL 2008) mukaisilta päätoimialoilta: Kaivostoiminta ja louhinta, teollisuus, kuljetus ja varastointi. Etelä-Suomen yritykset olivat seuraavilta päätoimialoilta: Kaivostoiminta ja louhinta, teollisuus, ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta.

Kyselytutkimusten hankkimista koskevat tarjouspyynnöt toimitettiin 21.4.2010 sähköpostitse viidelle tutkimuspalveluita tarjoavalle yritykselle, joista neljä antoi tarjouksen määräaikaan (5.5.2010) mennessä. Tarjouksista valittiin kokonaistaloudellisen edullisuuden perusteella Eccu Finland Oy:n tarjous.

Tiedonkeruutapana oli päätetty käyttää puhelinhaastattelua. Eccu Finland Oy:n kanssa tutkimukset toteutettiin siten, että kohderyhmiin valikoituneille yrityksille lähetettiin sähköpostitse ennen haastattelua ennakkoinfo, jossa mainittiin hankkeesta, Tervolan kunnasta ja tutkimuksesta. Tämän jälkeen Eccu Finland Oy:n puhelinhaastattelija otti puhelimitse yhteyttä yrityk-

seen ja suoritti haastattelun. Haastattelut käytiin aikavälillä 23.6.2010 – 12.8.2010. Potentiaalisia haastateltavia yrityksiä Pohjois-Suomessa valikoitui kohderyhmään 363 kpl, joista saatiin haastateltua 159 kpl. Etelä-Suomessa kohderyhmä oli 376 yritystä, haastatteluja kertyi 176 kpl.

Haastatteluun vastanneista pohjoissuomalaisista yrityksistä 37,6 % eli 59 kpl on kiinnostunut toimimaan Tervolassa. Näistä yrityksistä yli puolet (32 kpl) sijaitsee Pohjois-Pohjanmaan maakunnassa. Lapin maakunnassa Tervolasta kiinnostuneita yrityksiä on 24 kpl ja Kainuussa 3 kpl. Seutukunnittain tarkasteltuna Tervolasta kiinnostuneet yritykset Lapissa löytyvät pääasiassa Kemi-Tornion ja Rovaniemen seutukunnista, kummankin tulos yhteensä oli 20 yritystä. Pohjois-Pohjanmaan maakunnassa Tervolasta kiinnostuneet yritykset sijaitsevat lähinnä Oulun seutukunnassa (20 kpl). Jatkokeskustelujen käynnistämiseksi 58 yritystä (37,4 % kaikista vastanneista) antoi luvan yhteydenottoon.

Hieman yli neljännes (27 %) kiinnostuneista, pohjoissuomalaisista yrityksistä toimii metallitoimialalla, mikä on ehkä odotettava tulos, kun ottaa huomioon kohderyhmävalinnat. Tervolasta ovat kiinnostuneita lähinnä pk-yritykset, noin 88 % kuuluu enintään 50 henkilöä työllistävien yritysten luokkaan.

Verkostoitumista koskevien väittämien arviointien perusteella Pohjoisen yritykset ovat valmiita kehittämään tuotteitaan asiakkaiden toivomusten mukaan, solmimaan kumppaneiden kanssa pitkäaikaisia sopimuksia. Yrityksillä on erityisosaamista, joka voisi olla hyödyllistä verkostoyhteistyössä. Varsin monet (65,4 %) käyttävät laatujärjestelmiä. Yrityksillä näyttäisi olevan kiinnostusta ja valmiutta verkostomaiseen yhteistyöhön, kuten yhteisiin tapaamisiin, toiminnan suunnitteluun ja yhteisiin arvoihin sitoutumiseen. Sen sijaan kärkiyrityksenä toimimista tai yhteistyötä tervolalaisten yritysten kanssa ei koeta erityisen kiinnostavina. Tervolan kunta nähdään viihtyisänä ja turvallisena maaseutukuntana, mutta ei niinkään monipuolisia palveluja tarjoavana kuntana.

Etelä-Suomen vastaajayritykset (176 kpl) jakautuivat maakunnittain seuraavasti: Pirkanmaa 94 kpl (53 %), Varsinais-Suomi 79 kpl (45 %) ja muut maakunnat 3 kpl (2 %). Yrityksistä 26:lla on liiketoiminnan kehittämissuunnitelmia muualle kuin nykyisille toimipaikkakunnille. Neljä (4) yritystä ilmoitti, että on kiinnostunut siirtämään tai laajentamaan toimintaansa Tervolan kuntaan. Haastatteluun vastanneista yrityksistä 19 on kiinnostunut yhteistyöstä tai verkostoitumisesta Tervolan kunnassa tai Kemi-Tornio seutukunnassa sijaitsevien yritysten kanssa. Jatkokeskusteluista kiinnostuneita on 22 yritystä (13,3 % kaikista vastanneista).

Haastattelututkimusten tuloksia esittelevät, Eccu Finland Oy:n laatimat yhteenvetoraportit ovat liitteinä 6 ja 7. Projektikoordinaattori Hannele Karjalaisen laatimat, lähinnä vastaajayrityksiä koskevat, tilastolliset analyysit ovat liitteenä 8.

Seuraavana esitetään eri toimenpiteiden sijoittuminen hankeajalle.

AJANKOHTA	TOIMENPIDE
05 / 2009 - 12 / 2009	Tervolan palveluoppaan aineiston suunnittelu, kokoaminen ja painaminen
07 / 2009	Muuttajakyselyn haastattelut ja yhteenveto
07 / 2009 - 09 / 2009	Mitä odotat asuinpaikalta? -kyselyn suunnittelu, haastattelut ja aineiston analyysi
05 / 2009	Heavy High Tech From Lapland
10 / 2009	Yritysvierailut
04 / 2009 - 08 / 2010	Varikkovierailut
11 / 2009 - 12 / 2009	Lapin maakuntaportaalin aineiston kerääminen ja toimittaminen
11 / 2009 - 02 / 2010	Ideoita verkostoitumiseen -matkan suunnittelu ja järjestäminen
03 / 2010 - 05 / 2010	Tervetuloa Tervolaan -tilaisuuden suunnittelu ja toteuttaminen
02 / 2010 - 05 / 2010	Alueellisen yritysrekisterin päivittäminen
05 / 2010 - 06 / 2010	Selvitys Tervolan yritysten sähköisestä kaupankäynnistä ja viestinnästä
03 / 2010 - 09 / 2010	Varikosta verkostoon- ja Toimijaksi Tervolaan haastattelututkimusten valmistelu, tarjouskilpailun järjestäminen, tutkimusten toteuttaminen yhteistyössä palveluntarjoajan kanssa ja aineiston osittainen analysointi.

Julkisuus ja tiedottaminen

Hanke oli julkisuudessa seuraavasti:

- YLE Uutiset / Meri-Lappi julkaisi 21.3.2009 verkkosivuillaan uutisen **Tervolan varikon kehittämishanke käynnistyy**.
- Tervolan seutulehti Jokiposti julkaisi 7.5.2009 jutun **Varikon kultajyvät ovat löydettävissä**.
- Hankkeen verkkosivut julkaistiin 15.6.2009 Tervolan kunnan kotisivujen yhteydessä.
- Lehdistötiedote toimitettiin 6.7.2009 seuraaville tiedotusvälineille: Pohjolan Sanomat, Lapin Kansa, Lounais-Lappi, Radio Perämeri, Lapin Radio, Jokiposti, Meri-Lapin Helmi, Pohjolan Työ ja Kansan Tahto. Tiedotteen pohjalta hankkeesta uutisoitiin seuraavissa lehdissä: Pohjolan Sanomat 8.7.2009 (**Tervolassa kehitetään yritys yhteistyötä**), Lapin Kansa 8.7.2009 (**Tervolan hakee kehitystä Varikon avulla**), Jokiposti 16.7.2009 (**Varikko kannattaa ottaa vakavasti**) ja Lounais-Lappi (**Tervolaan vetovoimaa verkostoista**). Edellä mainitut uutiset julkaistiin myös hankkeen verkkosivuilla.
- Hanke oli esillä Maaseudulta Käsin -messuilla 29. - 30.8.2009 Tervolan kunnan osastolla.
- Hankkeelle laadittiin esite (Liite 9) ja se oli jaossa messuilla sekä kunnan että Millog Oy:n osastoilla. Esitettä jaettiin myös muissa sopivissa yhteyksissä, esimerkiksi yritys-edustajien tapaamisissa.

- Radio Perämeri (YLE) teki tammikuun 2010 alussa jutun Varikkoalueen sen hetkisestä tilanteesta ja kyseisessä jutussa myös hanke oli esillä. Juttu julkaistiin 8.1.2010 radiossa ja TV:ssä Pohjois-Suomen uutisissa. Uutinen julkaistiin myös Radio Perämeren verkkosivuilla otsikolla **Tervolan varikon elämää halutaan elvyttää**.
- Maaseudulta Käsin 2009 -messuilla toteutetun kyselyn (Mitä odotat asuinpaikalta?) tuloksista uutisoitiin Seutulehti Jokipostissa 7.1.2010 otsikolla **Messukysely toi nipun kehittämiskäsitteitä**.
- Tervolan kunta ja elinkeinoyhtiö Riverbank Oy järjestivät Yrittäjyyden ja kehittämishankkeiden iltamat 14.1.2010, jonka yleisönä oli pääasiassa tervolalaisia yrittäjiä. Hanketta esiteltiin tilaisuudessa ja osallistujille jaettiin juuri valmistunutta Tervolan palveluopasta. Tilaisuudessa markkinoitiin läsnäolijoille myös tulevaa Ideoita verkostoitumiseen -matkaa.
- Ideoita verkostoitumiseen -matkan esite lähetettiin joulukuussa 2009 lähes 40:lle Kemi-Tornio seutukunnan yritykselle ja muille elinkeinotoimijoille. Matkaesitteessä kerrottiin paitsi itse matkasta, myös hankkeesta ja sen tarkoituksesta.
- Hanketta esiteltiin Lapland Online 2013™ –toimijoiden kokouksessa Tervolan kunnanvirastolla 9.6.2010.
- Haastattelututkimusten yhteydessä hanketta ja kuntaa esittelevä sekä tulevasta haastatteluyhteydenotosta kertova ennakkoinfo lähetettiin sähköpostitse lähes 740 yritykseen eri puolille Suomea.

Hankkeen talous

Hankkeen rahoitus muodostui valtion rahoitusosuudesta eli Lapin liiton myöntämästä Maakunnan kehittämisrahasta ja Tervolan kunnan rahoitusosuudesta. Rahoitussuunnitelma ja rahoittajien prosentti- ja rahamääräiset osuudet olivat seuraavat:

	% -osuus	€
Lapin liitto	50	44 000
Tervolan kunta	50	44 000
Rahoitus yhteensä	100	88 000

Kustannuserien toteutumista seurattiin hankkeen aikana. Tarkistusten perusteella kustannuserät arvioitiin uudelleen ja laadittiin kustannusarvion muutoshakemukset, jotka Lapin liitto hyväksyi 26.10.2009, 4.3.2010 hankkeen toteutusajan jatkamista koskevan päätöksen yhteydessä sekä 3.8.2010.

Toteutuneiden kustannusten rahoittamista koskevat maksatushakemukset toimitettiin Lapin liittoon rahoitusehtojen mukaan kuuden kuukauden välein. Hankkeen aikana maksatushakemuksia tehtiin seuraavasti:

Raportointikausi	Hakemuspäivä	Kustannukset €	Tuki €	Maksatuspäätös
1.10.2008 - 30.9.2009	22.10.2009	22.306,32	11.153,16	23.11.2009
1.10.2009 - 31.3.2010	4.5.2010	22.917,35	11.458,68	17.8.2010
	Yhteensä	45.223,67	22.611,84	

Laskelma hankkeen toteutuneista kustannuksista esitetään kustannuserittäin seuraavassa taulukossa. Tuottoja ei kertynyt.

KUSTANNUSERÄ	Kustannusarvio €	Toteutuneet kustannukset €
Palkat ja sivukulut	64 500	64 221
Ostopalvelut	18 500	9 499
Matkakulut	800	337
Koneet ja laitteet	1 400	1 370
Toimisto- ja vuokratkulut	2 600	2 150
Muut menot	200	0
Yhteensä	88 000	77 577

Tulokset, tulosten arviointi ja jatkohyödyntäminen

Hankkeen toiminta oli suurelta osin markkinoinnillista. Markkinointia voidaan pitää investointina, jonka vaikutuksista ainakin osa on nähtävissä vasta vuosien kuluttua. Tulokset voidaan jakaa siten välittömiin ja odotettavissa oleviin, mahdollisesti tulevaisuudessa toteutuviin tuloksiin.

Edellä kuvattujen toimenpiteiden yhteydessä on tuotu esiin myös kyseisen toimenpiteen vaikutuksia tai tuloksia joko pidemmällä tai lyhyemmällä aikavälillä. Tuloksista voivat hyötyä projektivaiheen jälkeen seuraavat tahot:

Tervolan kunta (tietoa kuntamarkkinointia varten, myönteisiä mielikuvia, mahdollisesti uusia yrityksiä ja asukkaita)

Kehitysyhtiö Riverbank Oy ja Tervolan Yrittäjät ry (tietoa tervolalaisista yrityksistä kehittämissideiden pohjaksi, ajantasainen yritysrekisteri elinkeinomarkkinoinnin tueksi)

Tervolalaiset yritykset (uusia kontakteja, uusia liiketoimintamahdollisuuksia)

Millog Oy:n Tervolan toimipiste (uusia kontakteja, tietoa yhteistyömahdollisuuksista, lisää tunnettuutta)

Varikkoalue (lisää tunnettuutta, uusia toimijoita)

Kemi-Tornio seutukunta (mahdollisten yhteistyökuvioiden toteutuessa uutta yritystoimintaa).

Sen perusteella, mille kohderyhmälle markkinointiviestintä tai -toimenpide kulloinkin osoitettiin, voidaan Varikon kehittämishankkeen tuloksia tarkastella asukas- ja yritysmarkkinoinnin näkökulmista. Seuraavaksi esitetään tiivistetty yhteenveto tuloksista jaoteltuina kohderyhmittäin asukasmarkkinointiin ja yritysmarkkinointiin. Tuloksia arvioidaan ja pohditaan niiden mahdollista jatkohyödyntämistä toimenpide-esityksineen.

Asukasmarkkinointi

Yhteenveto muuttajakyselyn vastauksista

Messukyselyn 2009 (Mitä odotat asuinpaikalta?) tuloksista laadittu raportti

Kyselyiden tulokset antavat tietoa kuntamarkkinoinnin ja kunnan palveluiden kehittämisen tarpeisiin. Messukyselyllä saatiin näkemyksiä sekä Tervolan kunnan asukkailta että ulkopaikkakuntalaisilta. Messukyselyn tuloksia on käsitelty kunnanhallituksen (30.11.2009) ja kunnanvaltuuston (10.12.2009) kokouksissa. Kunnanhallituksen päätöksen mukaan kyselyn vastauksia tulee hyödyntää kuntastrategiaa päivitettäessä ja ottaa yleensäkin huomioon kaikessa kunnan toiminnassa. Mikäli näkemysten ja mielipiteiden mahdollista muuttumista halutaan seurata, kysely on helppo järjestää uudelleen messujen yhteydessä.

Tervolan palveluopas

Tervolan palveluopasta on saatavilla painettuna versiona kunnan Info-pisteestä sekä sähköisenä versiona kunnan kotisivuilla. Palveluopas tarjoaa kuntalaisille hyödyllistä tietoa tiiviinä ja helposti luettavana pakettina. Opasta voivat hyödyntää myös yritykset asiakaspalvelussaan. Oppaaseen koottujen, asukkaiden päivittäin tarvitsemien palveluiden tarjoajat saavat oppaassa näkyvyyttä. Käyttäjäystävällinen palveluopas vahvistaa myönteistä mielikuvaa Tervolan kunnasta, mutta mielikuvan säilyttämiseksi oppaan sisältöä tulee päivittää säännöllisesti. Perusteellinen pohjatyö on kuitenkin jo tehty, mikä helpottaa päivittämistä jatkossa. Tulevissa opasversioissa on syytä paneutua erityisesti kuvitukseen.

Tervetuloa Tervolaan -tilaisuus

Tilaisuuden järjestämisellä haluttiin viestiä uusille asukkaille, että he ovat tervetulleita ja että kunta on kiinnostunut heistä ja toivoo heidän kotiutuvan ja viihtyvän hyvin. Tarkoitus on, että uudet asukkaat kokevat Tervolan hyväksi asuinpaikaksi, minkä puolestaan toivotaan motivoivan heitä pitkäaikaiseen asumiseen. Tilaisuus koettiin lämminhenkiseksi, mutta kuinka pitkäaikaisia asukkaita tilaisuuteen osallistuneista kuntalaisista tulee, jää nähtäväksi. Tällainen tilaisuus on hyvä tapa huomioida uusia kuntalaisia ja sen ottaminen vuosittaiseksi perinteeksi on suositeltavaa.

Yritysmarkkinointi

Yritysvierailut

Varikkovierailut

Hankkeen aikana järjestettiin neljä (4) vierailua tervolalaisiin yrityksiin ja vastaavasti 14 vierailua Varikkoalueelle. Yritysvierailujen kohdeyritykset olivat metalli- ja puutoimialalta. Varikkovierailuihin osallistui eri organisaatioiden edustajia Kemi-Tornio seutukunnasta, pääasiassa vieraat olivat metallitoimialan yrittäjiä. Vierailuilla mm. tuotiin esiin Varikkoalueen toimintaa ja nykyisiä toimijoita ja esiteltiin erityisesti Millog Oy:tä. Vierailujen aikana tutustuttiin, luotiin kontakteja ja pohdittiin yritysten välisiä yhteistyömahdollisuuksia. Kumppaniin tutustuminen on lähtökohta liikesuhteen luomisessa. Vierailujen voi katsoa olleen tällainen suhteen avaus, mikä helpottaa myöhempää kommunikointia ja edesauttaa mahdollista yhteistyötä. Mikäli yhteistyö syvenee ja johtaa verkoston syntyymiseen, hankkeen yksi tulevaisuuden tulos toteutuu.

Ideoita verkostoitumiseen -matka

Matkan toivottiin antavan Kemi-Tornio seutukunnan yrityksille verkostoitumisideoita ja uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Oy Valtra Ab, jolla on maailmanlaajuinen alihankintaverkosto, halusi kuulla vierailevien yritysten toiminnasta ja yhteystietoja vaihdettiin puolin ja toisin. Tietävästi yhtään alihankinta- tai muuta sopimusta ei ainakaan toistaiseksi ole syntynyt tämän matkan seurauksena. On kuitenkin suunniteltu alustavasti, että Oy Valtra Ab:n osto-osaston edustaja tulisi vastavierailulle Kemi-Tornio seutukuntaan tapaamaan yrittäjiä. Oy Valtra Ab:n edustajan kiireiden vuoksi tapaamista ei ehditty järjestää hankkeen aikana, mutta keskusteluja voitaisiin jatkaa siten, että kunnan kehitysyritys Riverbank Oy järjestäisi tapaamistilaisuuden. Organisointia helpottaa se, että yhteystiedot ovat jo koottuina ja ensimmäiset kontaktit on matkan aikana luotu.

Matkaan osallistuneet yritys edustajat pääsivät tutustumaan toisiinsa henkilöinä ja jakamaan tietoa omasta organisaatiosta. Tämä auttaa yritysten välistä vuorovaikutusta jatkossa ja luo edellytyksiä verkostoitumiselle. Tervolan kunta sai matkan järjestelyistä myönteistä palautetta, mikä vahvistaa kunnan imagoa.

Päivitetty yritysrekisteri

Alueellisessa yritysrekisterissä tervolalaisten yritysten tiedot ovat päivityksen tuloksena ajan tasalla, mikä helpottaa esimerkiksi kunnan elinkeinotoimen yhteydenpitoa yrityksiin. Tietojen päivityksen hoitaa sopimuksen mukaan Kemi-Tornio Alueyrityspalvelut. Säännöllinen tietojen tarkistaminen ja rekisterin läpikäynti esimerkiksi kunnan kehitysyrityksen toimesta on kuitenkin suositeltavaa, koska se pitää tiedot ajan tasalla tehokkaammin kuin satunnaisten muutosilmoitusten perusteella tehtävä päivittäminen. Päivittämisen yhteydessä tapahtuva yhteydenpito antaa samalla viestiä kunnan elinkeinomyönteisyydestä.

Tervolan yritysten sähköinen viestintä ja kaupankäynti -selvityksen tulokset

Selvityksen mukaan uusien sähköisten medioitten käyttäminen viestinnässä ja liiketoiminnassa on vielä vähäistä tervolalaisissa yrityksissä. Yrittäjät ovat kuitenkin kiinnostuneita niistä ja haluavat lisätietoa. Koska suotuisat edellytykset ovat olemassa, yrittäjille olisi hyvä järjestää koulutusta ja perehdyttämistä uusien välineiden käyttöön. Yrityksille saattaisi löytyä sitä kautta myös uusia markkinointikanavia ja verkostoitumismahdollisuuksia.

Varikosta verkostoon ja Toimijaksi Tervolaan -haastattelututkimusten tulokset

Markkinatutkimusten tarkoituksena oli löytää verkostoitumisesta ja/tai yhteistyöstä kiinnostuneita yrityksiä, selvittää verkostoitumisen edellytyksiä sekä tuoda Tervolan kuntaa esille myönteisesti ja saada tietoa kuntamarkkinoinnin tarpeisiin. Tutkimusten kohderyhmiin Pohjois- ja Etelä-Suomessa valikoitui yhteensä 739 yritystä, joista tutkimusten toteuttaja Eccu Finland Oy sai haastateltua yhteensä 335 kpl.

Eccu Finland Oy on toimittanut kummankin tutkimuksen tuloksista yhteenvetoraportit, avointen vastausten listat, yhteistyöstä, verkostoitumisesta tai yhteydenotosta kiinnostuneiden yritysten listat yhteystietoineen sekä kaiken alkuperäisen vastausaineiston.

Kyselyyn vastanneilta yrityksiltä kysyttiin mm., olivatko ne kiinnostuneita toimimaan Tervolassa ja millaista yhteistyötä ne toivovat kunnan elinkeinotoimen kanssa. Etelä-Suomen kohderyhmästä 4 yritystä kertoi, että liiketoiminnan kehittämissuunnitelmat voisivat kohdistua Tervolaan. Pohjoissuomalaisista yrityksistä 59 oli kiinnostunut Tervolasta toimintaympäristönä. Vastaajien suorat, Tervolan kunnalle ja elinkeinotoimelle tarkoitetut viestit on toimitettu elinkeinokoordinaattorille.

Pohjois-Suomen yrityksistä 61 on jäsenenä yhteistyöverkostossa. Näiden yritysten edustajilta kysyttiin, millaisia kokemuksia heillä oli verkostoyhteistyöstä. Haastateltavien vastauksista voi päätellä, että suurimmalla osalla (69 %) kokemukset olivat myönteisiä. Seuraavassa taulukossa esitetään vastausten jakauma.

Kokemukset verkostoyhteistyöstä	kpl	%
Myönteiset	42	69
Kielteiset	6	10
Myönteiset ja kielteiset	7	11
Ei kantaa	6	10
Yhteensä	61	100

Pohjois-Suomen yrittäjiltä tiedusteltiin myös, mikä heidän mielestään kannustaa parhaiten liittymään yhteistyöverkoston jäseneksi ja mikä on suurin este yhteistyöverkoston jäseneksi liitty-

miselle. Vastausten perusteella kannustavimmaksi tekijäksi koettiin taloudellisten hyötyjen saaminen. Myös yrityksen kehittämiseen (uudet innovaatiot, tiedonvaihto, toimintamallit) ja erilaisten volyymien kasvattamiseen (lisää töitä, lisää tilauksia, oman toimintareviirin laajentaminen) liittyvät tekijät nousivat esiin. Suurimpina esteinä puolestaan mainittiin asenteet, ajan puute, kateus ja luottamuspuute. Noin 14 % yrityksistä koki, että sopivaa verkostoa tai sopivia yhteistyökumppaneita ei omalla toimialalla ole.

Hankkeen jälkeen tutkimustulosten vieminen käytäntöön jää kunnan elinkeinotoimen ja tutkimustuloksista mahdollisesti hyötyvien yritysten tehtäväksi. Tutkimuksessa haastateltaville esitettiin useita avoimia kysymyksiä. Ne edellyttävät laadullista tulkintaa, jotta löydetään tekijät, joilla on merkitystä jatkotoimenpiteiden kannalta. Tulosten perusteella pitäisi vastaajien joukosta seuloa ne yritykset, jotka voisivat olla kaikkein kiinnostuneimpia ja potentiaalisimpia kumppaniehdokkaita. Kannattaisi miettiä kehitysaihoita ja sopivia lähestymiskeinoja keskustelujen jatkamiseksi. Mikäli jatkokehittelyyn osallistuu useampi toimija, tulisi sopia toimenpiteistä ja niiden toteutumisen seurannasta. Parhaassa tapauksessa lopputuloksena voi olla, että toisistaan kiinnostuneet yritykset löytävät yhteisen, mielekkään tavoitteen liiketoiminnalleen ja verkostoituvat keskenään.

Määrällisten tavoitteiden toteutuminen

Määrällisinä tavoitteina oli, että Millog Oy:n Tervolan toimipisteen ja ulkopuolisten yritysten kesken syntyisi 3 yhteistyösopimusta. Tavoitteena oli lisäksi, että 3 yritystä sijoittaisi toimintaansa Millog Oy:n Tervolan toimipisteen tiloihin Anttilankankaalle. Näistä tavoitteista kumpikaan ei toteutunut.

Hankkeen alussa pohdittiin, minkälaiseen yritystoimintaan Varikkoalue voisi olla luonteva ja kiinnostava paikka. Keskusteluissa tuli esiin mm. safaryrittäjien moottorikelkkakaluston huolto ja säilytys, julkisen sektorin (esim. kunta, poliisi, palo- ja pelastusviranomaiset) kaluston huolto, ajoneuvohuolto yleensäkin, ajoneuvojen katsastustoiminta. Millog Oy:n toimitiloissa oli myös koneistettu puuntyöstötila, joka oli vajaakäytöllä. Tiloihin toivottiin löytyvän puualan yrittäjä, joka muun toiminnan ohella olisi voinut tarjota Millog Oy:lle sen tarvitsemat puutyöt. Alueen hallintorakennuksessa oli niin ikään runsaasti vapaata toimistotilaa.

Anttilankangas sijaitsee melko kaukana kuntakeskuksesta ja sen palveluista. Se on pääosin puolustusvoimien hallinnoima, suljettu alue, mikä tuo omat rajoitteensa ja haasteensa yritystoiminnalle. Asiakkaiden vapaa kulkeminen ja siinä yhteydessä tapahtuva tuotteiden esittely ei ole mahdollista, mikä olisi monille yrityksille ongelma myynnin ja markkinoinnin kannalta. Tosin puolustusvoimat ja Millog Oy olisivat valmiita keskustelemaan tietyistä, kulkua koskevista erityisjärjestelyistä, mikäli joku yritys olisi tulossa toimimaan alueelle ja kokisi nykyisen kulkemiskäytännön hankalaksi.

Millog Oy on tehnyt puolustusvoimien kanssa strategisen kumppanuussopimuksen, jonka perusteella yhteistyö alkoi 1.1.2009. Yhteistyö haki vielä oikeastaan muotoaan, kun Varikon kehittämishanke käynnistyi huhtikuussa 2009. Tämä oli ehkä liian varhain hankkeen tavoitteiden saavuttamista ajatellen, koska Millog Oy:n yhteistyömuodot eivät olleet vielä kunnolla vakiintuneet pääasiakkaan eli puolustusvoimienkaan kanssa, kun sen olisi pitänyt samanaikaisesti ideoida ja suunnitella liiketoimintaa muiden mahdollisten kumppaneiden kanssa.

Ohjausryhmän arvio

Varikon kehittämishankkeen ohjausryhmä on arvioinut edellä kuvattuja tuloksia. Ohjausryhmä toteaa, että hankkeen toiminta on ollut tavoitteiden mukaista ja että saadut tulokset ovat hyödyllisiä sekä verkostoitumisen että markkinoinnin näkökulmasta. Ohjausryhmä tuo tulosten osalta esiin edellä kerrotun lisäksi vielä seuraavaa:

- Hankkeen myötä varikkoalueen ja Millog Oy:n tunnettavuus on lisääntynyt. Millog Oy jatkaa markkinointiaan oman strategiansa mukaan.
- Taloudessa vallinnut taantuma oli suurelta osin vaikuttamassa siihen, ettei yritystoimintaa alueelle saatu.
- Tervolan kunta sai lisää tunnettuutta Kemi-Tornio seutukunnassa.
- Yritysmatka Oy Valtra Ab:n tehtaalle ja toteutetut markkinatutkimukset lisäsivät Tervolan kunnan tunnettuutta myös laajemmin ja vahvistivat mielikuvaa Tervolan kunnan elinkeinomyönteisyydestä.
- Hankkeen järjestämällä vierailuilla ja markkinatutkimuksilla luotiin pohjaa verkostoyhteistyölle. Uusien kontaktien ja markkinatutkimusten myötä saatiin ”eväitä” jatkotoimenpiteitä varten.
- Markkinatutkimusten tulosten käytännön hyödyntäminen tulee kunnan elinkeinotoimen ottaa jatkoselvitykseen.
- Asukaskyselyt antoivat Tervolan kunnalle tietoa asukasmarkkinoinnin ja palveluiden kehittämiseen.
- Tervolan kunta sai palveluoppaasta hyödyllisen asiakaspalvelun välineen, joka tukee kunnan asukasmarkkinointia.
- Tervetuloa Tervolaan -tilaisuus oli tehnyt uusiin kuntalaisiin erittäin positiivisen vaikutuksen, mikä on vahvistanut mielikuvaa Tervolasta hyvänä asuinpaikkana.

Loppusanat

Varikon kehittämishanketta läpäisi kaksi merkittävää teemaa: verkostoituminen ja markkinointi. Kumpaakin teemaa voi pitää hyvin ajankohtaisena, myös kuntasektorilla. Toimivien yhteistyö-

verkostojen aikaan saaminen luo menestymisedellytyksiä paitsi yritysten toimintaan myös kuntamarkkinointiin. Kuntaliitto suosittaa markkinointiyhteistyötä kunnan ja seudun yritysten sekä kulttuurivaikuttajien ja järjestöjen kanssa.

Paikan markkinointi vielä ”nuorta”

Paikan markkinointi, josta Varikon kehittämishankkeessa oli kyse, voidaan jakaa asukas-, matkailu- ja elinkeinomarkkinointiin kohderyhmästä riippuen. Varikon kehittämishankkeen markkinoinnin kohderyhminä olivat toisaalta asukkaat ja toisaalta yritykset. Markkinoitavia paikkoja oli useita: Varikkoalue, Tervolan kunta ja jossain määrin koko seutukunta. Suunnitelmallisessa markkinoinnissa jokaiselle osa-markkinalle pitäisi laatia oma strategiansa ja tehdä erilliset markkinointisuunnitelmat, joiden pitäisi lisäksi olla sopusoinnussa sekä keskenään että kunnan kattostrategian kanssa. Koska Tervolan kunnalla ei ole vielä markkinointistrategiaa tai -suunnitelmaa, joka olisi pitänyt ottaa huomioon toimenpiteiden linjauksessa, hankkeen markkinointitoimenpiteet suunniteltiin ja toteutettiin vain hankkeen tavoitteita silmällä pitäen.

Markkinointisuunnitelmien tekeminen ei ole vielä kovin yleistä kunnissa, mutta kiinnostus markkinointiin on lisääntynyt. Aihetta laajasti tutkineen Seppo Rainiston mukaan (2009) ”paikan markkinoinnin parhaita ratkaisuja ei ole vielä nähty”. Kuntien markkinoinnin haasteita ja kehittämiskohteita ovat Kuntaliiton tekemän selvityksen mukaan resurssit (raha, henkilöresurssit, aika), suunnitelmallisuus, organisointi ja yhteistyö, erityisesti yritys yhteistyö.

Kunnan ja paikan markkinoinnissakin on olennaista erottautua edukseen. Kunnalle tärkeitä asukasryhmiä ovat vakinaisten asukkaiden lisäksi myös vapaa-ajan asukkaat. Muuttajien kanssa asioivan henkilön tulisi olla markkinointi- ja palveluhenkinen. Tontti- ja asuntotarjonnalle saa valtakunnallista näkyvyyttä esimerkiksi Maallemuutto.info:n talo- ja tonttipörssissä. Julkisen ja yksityisen sektorin markkinointiyhteistyö on suositeltavaa, se tuo julkisen kuvan rakentamiseen uskottavuutta ja tehokkuutta. Seudun yritysten brandi-imagot kohottavat seudun imagoa ja päinvastoin: yritykset hyötyvät seutuun kohdistuvista myönteisistä mielikuvista.

Verkostoituminen on pitkä prosessi

Hankkeen tavoitteeksi oli kirjattu palvelu- ja yhteistyöverkoston rakentaminen. Verkostoituminen on pitkäjänteistä toimintaa. Yritysverkoston syntymisessä on ratkaisevaa se, että jäsenet itse kokevat verkoston hyödylliseksi ja tarpeelliseksi. Verkoston lähtökohtana on yhteinen, hyödylliseksi koettu tavoite, johon pyrkiminen onnistuu parhaiten verkostoyhteistyössä. Hankkeen kuluessa todettiin, että hankkeen tehtävänä oli myötävaikuttaa ja luoda edellytyksiä verkoston syntymiselle. Toisin sanoen: tehtävänä oli pyrkiä saattamaan osapuolia tietoisiksi toisistaan ja aikaansaamaan siten kontakteja, jotta yhteistyön mahdollisuuksia voidaan selvittää. Mikäli osa-

puolet löytävät mielekkään ja houkuttelevan, selvän päämäärän, jonka tavoittelemiseksi kannattaa tehdä yhteistyötä, verkosto voi syntyä luontevasti.

Hankkeen käynnistyessä keväällä 2009 maailmanlaajuinen laskusuhdanne loi synkkiä varjoja laajalti koko elinkeinoelämään. Se aiheutti epävarmuutta, mikä näkyi mm. yritysten varovaisuutena tulevaisuuden suunnittelussa ja loi haasteita verkostoitumisidean eteenpäin viemiselle. Sellaisissa tilanteissa yrityksillä ei ehkä ole uskallusta tai kiinnostusta lähteä miettimään uusia toimintamalleja. Verkostoituminen jakaa yrittäjien mielipiteitä, kun on kyse sen hyödyllisyydestä. Monet eivät usko verkostoitumisen tuovan kaikille etuja, vaan varsinkin pienten yritysten pelkona on, että ne joutuvat alisteiseen asemaan päähankkijan käskyvallan alle eivätkä saa ääntään kuuluville.

Ajankohtaa voi kuitenkin pitää otollisena siinä mielessä, että verkostoituminen on tämän päivän trendi ja monelta taholta kannustetaan verkostoitumaan. Verkostoitumisessa nähdään paljon etuja, kuten se, että verkostossa pienet yritykset pystyvät kilpailemaan suurten yritysten kanssa jopa maailmanlaajuisilla markkinoilla. Kemi-Tornio seutukunnassa markkinoita voi ajatella avautuvan mm. suunnitteilla olevien hankkeiden myötä. Suuret odotukset kohdistuvat ydinenergia-, tuulivoima- ja bioenergiaan. Lapin maakunnassa on meneillään kansainvälisten toimijoiden operoimaa kaivostoimintaa.

Verkostoitua vai ei?

Vaikka yrittäjillä on epäilyksiä verkostomaisen toiminnan eduista, hankkeessa toteutetun markkinatutkimuksen mukaan niillä yrityksillä, joilla itsellään on kokemusta verkostoyhteistyöstä, kokemukset ovat valtaosaltaan myönteisiä. Joidenkin vastaajien mielestä verkostoituminen on lähes välttämätöntä. Jos tarkastellaan verkostoitumisen edellytyksiä taloudellisen kehityksen suhteen Kemi-Tornio seutukunnan yritysten näkökulmasta, niin tällä hetkellä, syyskuussa 2010, vaikuttaa lupaavalta. Taantuma alkaa olla ohi ja Lapin talouden ja työllisyyden näkymät ovat positiivisia. Kasvua vauhdittavat kaivos-, metalli- ja energiateollisuus. Työttömyys on kääntynyt laskuun. Kemi-Tornio seutukunnassa positiivista kehitystä alueen elinkeinoelämään ja työllisyyteen tuovat erityisesti metalliteollisuuden suuret investoinnit.

Hankkeessa toteutetun markkinatutkimuksen perusteella on olemassa myös muita, yrityksiin itseensä liittyviä edellytyksiä verkostoitumiselle. Pohjoissuomalaiset yritykset ovat valmiita ottamaan huomioon asiakkaiden toivomuksia tuotekehittelyssä ja solmimaan pitkäaikaisia yhteistyösopimuksia. Yrityksillä on verkostoyhteistyössä hyödyllistä erityisosaamista ja laatujärjestelmiä on käytössä. Myös verkostoihin kuuluvat toimintamuodot, kuten yhteiset tapaamiset, toiminnan suunnittelu yhdessä, sitoutuminen yhteisiin arvoihin, kiinnostavat yrittäjiä ja he ovat valmiita niihin. Työtä verkostoitumisen edistämiseksi kannattaa siis jatkaa.

Viimeisessä luvussa käytetyt lähteet:

Kuntaliitto (www.kunnat.net), markkinointiselvitykset 2005 ja 2010

Rainisto, Seppo, useita artikkeleita

Äikäs, Topiantti, useita artikkeleita

Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä (www.maallemuutto.fi), Onni muuttaa maalle -ohjeet kunnille

Lapin ELY-keskus (www.ely-keskus.fi), Alueen talousnäkömät 2/2010

TEM- toimialapalvelu (<http://www.temtoimialapalvelu.fi>), Alueelliset talousnäkömät syksyllä 2010

LIITELUETTELO

- 1 Tervolan palveluopas
- 2 Muuttajakyselyn yhteenveto
- 3 Mitä odotat asuinpaikalta? -kyselylomake
- 4 Mitä odotat asuinpaikalta? -kyselyn tuloskooste
- 5 Tervolan yritysten sähköinen viestintä ja kaupankäynti -tuloskooste
- 6 Haastattelututkimuksen yhteenvetoraportti - Pohjoinen
- 7 Haastattelututkimuksen yhteenvetoraportti - Etelä
- 8 Tilastollista analyysiä em. tutkimusten vastaajayrityksistä
- 9 Varikon kehittämishankkeen esite