



Uudenmaan liitto
Nylands förbund



3/31/2021

SUN-3AMK Sparraa Uuteen Nousuun -hanke

Loppuraportti

Marjaana Mäkelä (toim.)

Sisällys

1	Kuvaus hankkeen etenemisestä (Mäkelä)	2
1.1.	Tavoitteet, toiminta ja tulokset	2
1.2.	Organisaatio ja yhteistyötahot	4
1.3.	Talous	4
1.4.	Osallistujien palaute ja hankkeen vaikuttavuus	4
1.4.1	Palauteprosessi	4
1.4.2	Vaikuttavuus: tavoitteiden saavuttaminen ja huomiot jatkoon	5
2	Yrittäjien valmennus	7
2.1	Yrityскоaching (Vesterinen)	7
2.2	Ryhmäcoaching (Rahmel)	8
3	Tutkimus (Unkari-Virtanen, Aarnio, Mäkelä, Ohtonen)	8
3.1	Toimintaympäristökatsaukset	9
3.2	Sosiaalisen median käyttötutkimus	10
3.3	Laadullinen tutkimus yrittäjien kokemuksista, tuesta ja kriisistä selviämisestä	11
4	Osallistuminen koulutukseen (Mäkelä)	13
4.1	Opiskelu toteuttajien avoimessa koulutuksessa	13
4.2	Hankkeen omat webinaarit	14
4.3	Metropolian toteutus SUN-osallistujille	15
5	Viestintä (Mesiniemi, Tihilä, Mäkelä)	16
5.1.	Viestintäsuunnitelma	16
5.2	Suunnitelman tavoitteet ja sen toteutuminen eri kanavissa	17
6	Yhteenveto: tulokset ja niiden hyödyntäminen jatkossa (Mäkelä)	18
	Liitteet	19

Tämä raportti kuvaa Uudenmaan liiton UKRI-rahoittaman hankkeen "SUN – 3AMK Sparraa Uuteen Nousuun" tavoitteita, etenemistä ja tuloksia. Raportin on toimittanut ja pääosan tekstistä kirjoittanut projektipäällikkö Marjaana Mäkelä Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta. Muut kirjoittajat ovat hankkeen eri osioiden vastuuhenkilöitä: Leena Unkari-Virtanen, Hanna-Maija Aarnio ja Päivi Rahmel (Metropolia amk), Oskari Vesterinen (Laurea amk) sekä Katri Tihilä, Petteri Ohtonen ja Maarit Mesiniemi (Haaga-Helia amk).

Raportti sisältää osittain yhtenevää tekstiä erillisenä julkaistavan tutkimusraportin kanssa (palautteet, tutkimusosio).

1. Kuvaus hankkeen etenemisestä (Marjaana Mäkelä)

SUN - 3AMK Sparraa Uuteen Nousuun -hankkeen suunnittelu alkoi huhtikuussa 2020 Haaga-Heliassa, kun tieto UKRI-rahoituksesta oli julkaistu. Haagan restonomikampuksella motivoituttiin auttamaan konkreettisesti koronakriisistä kärsineitä yrittäjiä matkailu-, ravintola- ja talousalalla (jatkossa käytetään lyhennettä marata), johon on kiinteät yhteydet oppilaitoksen yhdellä keskeisellä koulutusalueella. Mukaan saatiin nopeasti toimijat muista 3AMK-konsortion korkeakouluista Laureasta ja Metropoliasta, mikä osoitti hankeidean merkityksellisyyden kaikille osapuolille keskellä ankaraa yhteiskunnallista kriisitilannetta. Haaga-Heliassa käynnistetty rahoitushakemus laadittiin 3AMK-yhteistyönä ja myönteinen rahoituspäätös (UKRI022) saatiin 14.5.2020.

Toukokuussa aloitettiin tiedottaminen ja avattiin haku osallistujaksi. Kriteereiksi asetettiin yrityksen toimiminen marata-alalla ja sijainti Uudenmaan alueella. Hausta viestittiin järjestäjien ja tukijorganisaatioiden verkkosivuilla ja uutiskirjeissä, sosiaalisessa mediassa ja Matkailu- ja Ravintolapalvelut ry:n (MaRa) Vitriini-verkkolehdestä. Mukaan haki vapaamuotoisilla perusteluilla kolmetoista yritystä, jotka täyttivät kriteerit ja voitiin valita mukaan (osallistujien lista, Liite 1: *jää pois raportin julkisesta versiosta*). Hakemuksista kävi ilmi toimialaa kohdanneiden kriisivaikutusten syvyys ja vakavuus, joten hankkeella vastattiin todelliseen kriisiavun tarpeeseen. Päätökset teki koordinaattoritimi heinäkuussa 2020. Mukana oli sekä MaRa ry:n että Suomen matkailualan liitto ry:n (SMAL ry) jäsenyrityksiä, ja osallistujat edustivat laajasti majoitus-, ravintola- ja matkailualaa. Yrityksistä oli mukana toimitusjohtaja, päällikkötason henkilö tai yrittäjä itse.

Elokuussa 2020 valittiin lopullisesti hanketta toteuttavat asiantuntijat: valmentajat, opinto-ohjaajat ja tutkimuksen toimijat sekä projektihallinnosta ja viestintätehtävistä vastaavat (Liite 2). Koordinaattoriryhmä linjasi keskinäisen työnjakonsa: Leena Unkari-Virtanen vastasi tutkimusosuudesta, Oskari Vesterinen valmennuksesta (yritysoaching) ja Marjaana Mäkelä opinto-ohjauksesta projektipäällikön tehtäviensä ohella. Jokainen sai tuekseen tiimin asiantuntijoita 3AMK-konsortioista.

Hankekausi määriteltiin hakemuksessa lyhyeksi (kesäkuusta 2020 helmikuun loppuun 2021), koska tavoitteena oli tarjota kriisiapua koronapandemian välittömien vaikutusten lieventämiseksi yrityksissä. Koronakriisi yllätti kuitenkin myös hanketoimijat, joten kaikki kokoukset, opinto-ohjaus sekä osa valmennustapaamisista oli syksyn alkaessa siirrettävä verkon välityksellä tapahtuviksi. Myöskään lähiopetusta ei voitu järjestää, joten koulutukseen osallistuminen amk-kursseilla oli mahdollista ainoastaan verkkototeutuksilla. Tämä vaikutti motivaatioon osallistua koulutukseen. Muun muassa näistä syistä koordinaattoriryhmä päätti hakea kuukauden jatkoaikaa. Ohjausryhmä puolsi jatkoaikaa toisessa kokouksessaan ja Uudenmaan liitolta saatiin siihen myönteinen päätös nopeassa aikataulussa. Jatkoaika maaliskuun 2021 loppuun mahdollisesti valmennuksen jatkamisen, opintoja koskeviin kysymyksiin vastaamisen sekä tutkimusosuuden syventämisen ja lisäksi julkaisujen määrää. Tämä lisäsi hankkeen vaikuttavuutta ja tuotosten hyödyntämistä laajemmin.

1.1 Tavoitteet, toiminta ja tulokset

Tavoitteet kiinnittyvät maakunnallisen kehittämisen painopisteisiin (Uusimaa 2.0-ohjelma) sekä 3AMK-toimijoiden strategiaan yrittäjyyttä edistävinä ja koulutusaloillaan laajasti yhteistyötä tekevinä organisaatioina. Tärkein tavoite oli vastata toimialaa kohdanneeseen, ennakoimattomaan ja ankaraan kriisiin marata-alalla. Yrittäjille kohdistetun suoran tuen ja toimintatutkimuksen yhdistelmällä pyrittiin helpottamaan koronakriisin aiheuttamaa välitöntä painetta ja dokumentoimaan sen vaikutuksia.

Työpaketteja oli kolme: ensimmäiseen kuului suora koronavirustuki yrityksille eli valmentavan yritysmentoroinnin (coaching) ja opiskelun yhdistelmä, jolla pyrittiin lisäämään uusmaalaisten marata-alan yrittäjien resilienssiä ja selviytymistä kriisitilanteessa. Elinkeinoelämän ja koulutuksen välisen yhteistyön lisääminen ja aluekehitys ovat ammattikorkeakoulujen perustehtäviä, joihin hanke osaltaan kohdentui. Ensimmäinen työpaketti jakaantui luontevasti opiskelun mahdollistamiseen ja valmennukseen, jotka etenivät omilla aikatauluillaan eri asiantuntijoiden vetäminä. Raportissa käytetään rinnakkain käsitteitä "valmennus" ja "coaching".

Toinen työpaketti oli tutkimuksellinen: siinä yhdistyivät hankkeen oma toimintatutkimus yrittäjien kokemuksista, tilanteista ja heidän löytämistään ratkaisuista sekä toimialakohtaisen, kontekstuaalisen tiedon kokoaminen. Tietoa jaettiin osallistuvien yritysten käyttöön ja se taustoitti toimintatutkimuksen osuutta. Kolmas työpaketti sisälsi hankkeen viestinnän.

Kaikissa hanketoimissa oli lähtökohtana osallistujan alkutilanne: hanke mahdollisti tukitoimia ja osaamisen kehittämistä laajasti, mutta ainoastaan valmennusosuus oli edellytys hankkeeseen osallistumiselle. Intensiteetti vaihtelikin hanketoimiin osallistumisessa varsin paljon ja yritysten yksilöllinen kokonaistilanne oli siinä merkityksellinen tekijä. Tässä raportissa hanketoimet esitellään omilla luvuillaan ja tutkimusosuuden koko raportti julkaistaan myös erillisenä.

Hankehakuvaiheessa oli oletuksena, että syksyllä 2020 kriisi olisi jo takanapäin ja voitaisiin keskittyä sen seurauksiin. Toimintaympäristöön vaikutti kuitenkin suuresti koronaviruksen jatkuminen ja jopa synkeneminen koko hankekauden ajan, mikä esti kasvokkaiset tapaamiset, vei kaiken koulutuksen verkkoon ja kiristi osallistuvien yritysten taloudellista tilannetta ja sen myötä mahdollisuuksia osallistua hanketoimiin.

Tuloksia on syytä tarkastella suhteessa siihen, että hanke oli lyhytkestoinen ja verrattain pienelle osallistujajoukolle toteutettu. Merkittävä tekijä oli, että hanketoimet suunniteltiin huhti-toukokuussa 2020, jolloin ei ollut vielä tietoa osallistuvista yrityksistä tai niiden koosta, lukumäärästä tai sektoreista (majoitus, ravintola tai matkailu). Toimet täsmennettiin siis sen mukaan, millaisia yrityksiä hakeutui osallistujiksi, millaisin odotuksin ja valmiuksin. Tämän suunnittelemiseksi osallistujille toteutettiin elokuussa alkukysely sekä yleisten odotusten että opiskelutoiveiden osalta.

Tärkeimpänä tavoitteena oli tarjota nopeaa kriisiapua ja siinä onnistuttiin palautteen perusteella useiden kohdalla kohtuullisesti tai hyvin ja joidenkin osalta jopa erinomaisesti (palautteiden analyysi esitelty kohdassa 1.4 ja tarkemmin liitteessä 3). Muutamien mukana olo jäi passiiviseksi, jolloin odotuksetkaan eivät täyttyneet. Järjestäjien näkökulmasta kaikkinaiset kokemukset lisäsivät kuitenkin merkittävästi tietoa siitä, millaisilla toimilla yrittäjille on tärkeää tarjota erilaisia tukitoimia ja mitkä mahdollisuudet amk-koulutuksella on vastata heidän osaamistarpeisiinsa.

Pitkäkestoisempi tavoite oli lisätä alueellisesti merkittävää yhteistyötä koulutuksen järjestäjien ja elinkeinoelämän välillä ja tässä onnistuttiin hyvin. Hanke osoitti, miten monipuolista työtä ammattikorkeakoulu toimijat tekevät sidosryhmiensä kanssa, mistä saatiin kiitosta, ja erityisen voimaannuttavaa aktiivisille osallistujille oli vertaistuki ja keskinäinen verkostoituminen. Julkaisutoiminta oli laajaa ja sillä saavutettiin näkyvyyttä tukiorganisaatioiden (MaRa ry ja SMAL ry) jäsenistölle, 3AMK-konsortion henkilöstölle ja opiskelijoille sekä mm. sosiaalisen median kautta laajemmalle yleisölle. Hanketta esiteltiin niin painetussa kuin verkko- ja sosiaalisessa mediassa.

Koronaviruksen toimialakohtaisten vaikutusten dokumentointi on toteutunut monipuolisesti. Hankkeen projektipäällikkö ja koordinaattorit ovat osallistuneet Uudenmaan liiton skenaariotyöhön webinaareissa ja workshoppeissa syksystä 2020 lähtien, joten kokemukset SUN-hankkeesta

hyödyttävät maakunnan tulevaisuustyötä ja mm. tutkimushankkeiden suunnittelua. Ammattikorkeakoulujen alueellinen kehitystehtävä toteutuu jatkumoissa toteutuneista hankkeista uusien suunnitteluun.

1.2 Organisaatio ja yhteistyötahot

Hankkeen koordinoi Haaga-Helia ammattikorkeakoulu ja osatoteuttajina olivat mukana Laurea ja Metropolia ammattikorkeakoulut. Projektipäälliköksi valittiin hankeidea alusta asti muotoillut yliopettaja Marjaana Mäkelä ja ydintiimiksi työskentelemään hänen kanssaan nimettiin amk-kohtaiset projektikoordinaattorit, lehtori Leena Unkari-Virtanen (Metropolia) ja lehtori Oskari Vesterinen (Laurea).

Yhteyshenkilönä Uudenmaan liitossa toimi Rosa Tuomi, joka edusti rahoittajaa myös ohjausryhmässä. Ryhmän muina jäseninä toimivat Markku Anttonen (Laurea), Minna Halmetoja (MaRa ry), Johanna Rajakangas-Tolsa (Haaga-Helia, pj), Mona Roman (Metropolia), Leena Unkari-Virtanen ja Oskari Vesterinen sekä Marjaana Mäkelä (sihteeri ja koollekutsuja). Ohjausryhmä kokoontui kolme kertaa: 4.11.2020, 27.1.2021 ja 29.3.2021. MaRa ry toimi hankevalmistelusta asti hankkeen tukijana, ja rahoituspäätöksen jälkeen saatiin toiseksi toimialaa edustavaksi tukitahoksi SMAL ry. Järjestöt ovat tarjonneet viestinnällistä tukea esimerkiksi levittäen omille viiteryhmilleen tietoa SUN-hankkeesta.

Toiminnan ja viestinnän keskittyessä verkkoon koordinaattoriryhmä valitsi yhteistyön alustaksi Microsoft Teams -sovelluksen, jonne koottiin aineistot ja jonka välityksellä pidettiin kokoukset. Lista hankkeessa työskennelleistä asiantuntijoista on liitteenä (Liite 2).

1.3 Talous

Flat rate -hankkeen budjetti oli yhteensä 135 888 euroa, josta Uudenmaan liiton UKRI-rahoitusosuus kattoi 80 % (rahoituspäätös UKRI022). Taloushallinnosta vastasi Haaga-Heliassa Tero Anttila, Laureassa Hannu Nyqvist ja Metropoliaissa Kaija Nuutila. Asiantuntijavetoisessa ja verkkoympäristössä toteutetussa hankkeessa valtaosa kuluista kohdentui asiantuntijoiden työhön. Muita kustannuksia kertyi suunnitellusti alkuvaiheen somemarkkinoinnista, webinaarien ulkopuolisten asiantuntijoiden palkkioista, coaching-osuuden FirstBeat -mittauksista sekä julkaisuista.

Budjetissa pysyttiin ja ohjausryhmää informoitiin sen toteutumisesta. Hankkeen talouteen liittyvät, lopulliset dokumentit sekä työaikakirjanpidon listat toimitetaan huhtikuussa 2021 maksatushakemuksen mukana rahoittajalle. Työaikakirjanpidossa ja projektihallinnassa käytettiin kunkin toteuttajaorganisaation järjestelmää (esimerkiksi Reportronic). Taloudelliset dokumentit eivät sisälly tähän raporttiin. Hankkeen tilintarkastus toimitetaan huhtikuussa.

1.4 Osallistujien palaute ja hankkeen vaikuttavuus

1.4.1 Palauteprosessi

Palautetta kerättiin strukturoidusti kaksi kertaa ja lisäksi osallistujia kannustettiin antamaan välitöntä palautetta tarpeen mukaan. Vapaamuotoinen palaute oli melko vähäistä.

Strukturoitu palaute kerättiin välipalautteena (marras-joulukuu 2020) ja loppupalautteena (helmikuu 2021). Molemmilla kerroilla käytettiin Webropol-kyselylomaketta, jonka kysymykset koordinaattoriryhmä laati yhteistyössä; toteutuksesta vastasi tutkimusassistentti Katri Tihilä. Lomakkeessa oli välipalautteen osalta seitsemän ja loppupalautteen osalta 17 kohtaa, joissa kysymystyyppinä oli neljä:

- viisiportainen Likertin asteikko myönteisimmän vastauksen saadessa arvon 5
- Kyllä/Ei -vaihtoehdot
- valmiit vastausvaihtoehdot, joista valittiin yksi tai useampia
- avoin kenttä lisäkommenteille.

Välipalaute oli tarkoitettu antamaan nopeasti tietoa toimintojen onnistumisesta jatkoon suunnittelua helpottamaan. Koska sitä antoi muistutusviesteistä huolimatta vain viisi osallistujaa kolmestatoista, tulokset olivat suuntaa-antavia ja koordinaattori tiimi totesikin, että loppupalautteen kerääminen kannattaa järjestää henkilökohtaisena haastatteluna samojen kysymysten pohjalta. Vaihtoehtona loppuhaastattelulle oli Webropol-kyselyyn vastaaminen anonyymisti. Tarvittiin jälleen muistutusviestejä, ja loppupalautte saatiin yhteensä kymmeneltä SUN-yrittäjältä. Aktiivisuus koko hankkeen aikana vaikutti myönteiseen asenteeseen palautteen antamisen suhteen ja myös palautteen positiivisuuteen. Vastaamatta jättäneistä kahden osallistuminen oli muutoinkin passiivista.

Haastattelijat Marjaana Mäkelä ja Katri Tihilä täyttivät kysymyslomaketta ja kirjasivat vapaita kommentteja jakaen samalla tietokoneensa näytön, jotta haastateltava pystyi seuraamaan sekä monivalintakysymysten että muun palautteen kirjaamista. Palautehaastattelut olivat positiivinen kokemus haastateltaville ja palaute oli pääosin myönteistä, joskin yksittäisiin osioihin oli kriittisiäkin kommentteja. Mahdollisuus keskustella hanketoimijoiden kanssa koettiin mukavana lisänä. Samalla käytiin myös keskustelua esimerkiksi opiskelusuunnitelmista kevään ajalle ja mahdollisuudesta jatkaa valmennusta. Hankkeen saama kuukauden jatkoaika oli tässäkin suhteessa myönteinen asia. Yksi haastateltava oli kokenut osallistumisensa niin voimaannuttavana, että toivoi vielä erillistä keskustelutilaisuutta projektipäällikön kanssa, mihin järjestettiin tilaisuus.

Eri toimintojen kesken näkemyksissä esiintyi hajontaa. Yksityiskohtaiset tulokset väli- ja loppupalautteesta keskiarvoineen ovat liitteessä 3.

1.4.2 Vaikuttavuus: tavoitteiden saavuttaminen ja huomiot jatkoon

Vaikuttavuuden osatekijöitä ovat toteutetut toimet, tutkimusosuuden tulokset ja luotettavuus, julkaisut ja niiden levittäminen, hankkeen aikana tapahtunut verkostoituminen sekä osallistujien kokemukset hankkeen onnistumisesta. Tässä alaluvussa keskitytään viimeksi mainittuun, minkä lisäksi vaikuttavuuden arviointia on tehty raportissa kunkin osion kuvauksen kohdalla.

Yhteenvetona sekä väli- että loppupalautteesta voi todeta, että SUN-hanke onnistui valtaosin hyvin ja marata-alan yrittäjille pystyttiin tarjoamaan monipuolista tukea koronakriisisissä. Hanke valmisteltiin ja toimeenpantiin nopeasti, toiminta oli ketterää ja yrittäjiä osallistettiin monin tavoin. Siitä tuli kiitosta ja tärkein eli jaksamisen tuki toteutui joskin osallistumisintensiteetin mukaan vaihdellen. Myös viestinnässä onnistuttiin. Hankkeen kokemuksia hyödynnetään esimerkiksi edellä kuvatussa maakunnallisessa skenaariotyössä ja 3AMK-konsortion toiminnassa jatkossakin.

Samaan aikaan on tärkeää tunnistaa, että kaikkia hankkeen tavoitteita ei pystytty toteuttamaan siten kuin yrittäjät olisivat odottaneet. Koulutukseen osallistumisesta järjestäjillä oli optimistisempi käsitys kuin mitä lopulta toteutui ja siihen vaikuttaneista syistä on tärkeää ottaa opiksi: avoimen ammattikorkeakoulujen koulutuksen tarjonta tutkintokoulutuksen osia kokonaisuudesta irrottamalla ei palautteen perusteella vastaa kiireisten yrittäjien tarpeisiin. Se on paitsi fragmentaarista, myös aikaa vievää ja monesti hankalasti löydettävissä; lisäksi erilaiset verkko-oppimisympäristöt edellyttävät perehtymistä ja sinnikkyyttä, kun niitä yrittää omaksua nopealla aikataululla. Hankkeen alku osui kohtaan, jossa osa syksyn opintojaksoista oli jo täynnä, joten muutamia pettymyksiä tuli aikataulunkin vuoksi.

Kohdennettu, lyhykestoinen tarjonta kuten SUN-hankkeen oma, monipuolinen webinaarisarja (alaluku 4.2) on ketterä ja tehokkaaksi osoittautunut keino etenkin lyhykestoisessa yhteistyössä, ja tällaista tarjontaa onkin syytä jatkossa lisätä. Pop-up –tyyppinen, räätälöity koulutus on myös potentiaali, jota on tärkeää kehittää. Metropolian toteuttama onnistunut opintokokonaisuus on tästä hyvä esimerkki. – Tarjottua tukea opinto-ohjauksessa ei läheskään hyödynnetty täysin, mutta sen puuttumisesta annettiin silti kritiikkiä. Palautevaiheessa kävi ilmi, että ohjausta olisi kaivattu iltaisin tai viikonloppuisin ja kynnys lähettää sähköpostia omalle ohjaajalle ja pyytää esimerkiksi verkkotapaamista koettiin liian suureksi, joten asia oli jäänyt. Yhden opinto-ohjaajan poissaolo aiheutti osaltaan turhautumista.

Ammattikorkeakoulujen oppimisympäristöt näyttäytyvät sekavilta, kun niitä tarkastelee tutkintokoulutuksen ja oppilaitoskontekstin ulkopuolelta yrittäjä, joka on kiireinen ja jonka kiinnostuksen kohteet ovat vahvasti sidoksissa omaan yritystoimintaan ja toisaalta aiemmin hankittuun koulutukseen. Ennakkokäsitys yrittäjistä varsin itseohjautuvina ja tietoa aktiivisesti hakevina toimijoina ei myöskään välttämättä päde uudessa toimintaympäristössä, jossa tarvetta onkin ”kädestä pitämiselle”, kuten muutama haastateltava totesi. Yksi olisi kaivannut jopa ”potkimista”. Nyt koettuun hajanaisuuteen vaikutti varmasti myös se, että kurseja oli tarjolla kolmessa eri ammattikorkeakoulussa, joista jokaisella oli omat menettelytapansa. Toimintaympäristöjen heterogeenisyys ja esimerkiksi verkkosivuilta löytyvien ohjeiden koettu hajanaisuus antavat aihetta perusteelliseen tarkasteluun ammattikorkeakouluissa. Jatkuvan oppimisen tarpeisiin on syytä vastata esimerkiksi learning design –lähestymistavalla palvelumuotoilun mallin mukaan.

Viestinnässä vastavuoroisuus on erittäin tärkeää. Pienimuotoisessa hankkeessa korostuu yksittäisten toimijoiden osuus sekä positiivisessa että negatiivisessa mielessä, ja hanketyön koordinoinnin kannalta onkin tärkeää tehdä riskianalyysiä jokaisesta toiminnosta.

Coachingin osalta palaute kertoo, että odotuksiin on joidenkin kohdalla pystytty vastaamaan hyvin tai jopa odotukset ylittäen, mutta osa on kokenut sen liian yleisluontoisena. Vastauksissa on silti tiedostettu, että oma aktiivisuus lisäsi tai olisi lisännyt tyytyväisyyttä, mikä näkyy erityisesti ryhmäcoachingiin osallistuneiden ja FirstBeat-mittaukset tehneiden kohdalla. Mitä enemmän hankkeen toimiin oli panostettu, sitä positiivisempaa oli palaute niin coachingista kuin yleisestikin. Jatkossa onkin syytä pohtia perusteellisesti erilaisten yrittäjille suunnattujen hankkeiden osalta motivointia:

- Mitä hyötyä hankkeesta voi olla yritystoiminnalleni ja jaksamiselleni?
- Miksi minun kannattaa osallistua ja mihin se voi johtaa?
- Vastaavatko odotukseni hankkeessa kuvattuja tavoitteita?
- Millainen ajallinen panostus on realistinen?

Ammattikorkeakouluissa on vahvaa osaamista perustoiminnoissaan koulutuksen järjestämisessä ja ohjauksessa sekä valmennuksessa. Hankkeissa niiden muotoilua on syytä pohtia erityisen tarkasti

kohderyhmät ja tavoitteet huomioiden. SUN-hanke on ensimmäinen, jossa näitä toimintoja on innovoivasti yhdistetty kriisitilanteeseen vastaamiseksi ja senkin vuoksi oppiminen niin prosessista kuin palautteesta on erityisen tärkeää. Pilottihanke tuottaa aina paljon uutta tietoa, ja SUN-hankkeen osalta tämä tieto hyödyttää koko 3AMK-konsortion hanketoimijoita.

Tuloksissa on varsin paljon myönteistä niin osallistujien kuin järjestäjienkin kannalta, mikä näkyy myös palautteessa. Järjestäjille oli palkitsevaa saada viestejä resilienssin lisääntymisestä, uuden oppimisesta, antoisasta verkostoitumisesta sekä valmennuksessa löytyneistä uusista liiketoimintaideoista.

Hanketoimijoiden tärkeät oppimiskokemukset liittyvät prosessien muotoiluun, koulutustarjonnan selkeään tarjontaan, vastavuoroiseen viestintään ja osallistujien valmiuksien tunnistamiseen. Koulutusorganisaatioiden on erityisen tärkeää huomioida jatkuvan oppimisen näkökulma, jossa osaamisvajeeseen vastataan myös muulla kuin tutkintotavoitteisella tarjonnalla. Se palvelee yrittäjien rinnalla muitakin osallistujaryhmiä ja on mahdollista sovittaa työssä käyvän oppijan monimuotoiseen arkeen.

2 Yrittäjien valmennus (Oskari Vesterinen)

Valmennusosuus koostui yrityksille tarjottavasta valmennuksesta, yrittäjien jaksamisen tueksi tarjotusta Firstbeat Hyvinvointianalyysistä ja siihen liittyvästä palautumisvalmennuksesta sekä yhteisesti tarjotusta ryhmävalmennuksesta eli ”ryhmäcoachingista”. Hankkeen aikana valmennuksen eri osa-alueista käytettiin termiä coaching.

2.1 Yrityiscoaching

Yrityiscoachingissa tarjottiin osallistujille henkilökohtaista tukea ja mentorointia yrityksen nykyisen liiketoiminnan kehittämiseen sekä luovien uusien liiketoimintamallien ja -ideoiden kehittämiseen. Coachit Tomas Illman (Laurea) ja Juuso Kokko (Haaga-Helia) tapasivat osallistujia pääosin 2–3 kertaa osallistujayrityksen toiveiden ja tilanteen mukaisesti. Ensimmäisten tapaamisten merkitys nähtiin erityisen suurena; yrittäjät kaipasivat kuuntelijaa ja fokuksen kääntämistä tulevaan. Karkeasti yritykset jaettiin kolmeen kategoriaan: osalla oli kapasiteettia uuteen ja joillekin kriisivaihe oli tuonut kasvua liiketoimintaan. Osalla liiketoiminnan jatkuvuus oli vaarantunut sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä.

Kehitystä osallistujien liiketoiminnassa havaittiin hankkeen aikana. Vaikka vanhasta irtautuminen koettiin haastavana, uusia käytänteitä ja kokeilukulttuuria hyödynnettiin. Joidenkin yritysten osalta laadittiin hankkeen aikana uusia liiketoimintasuunnitelmia. Lisäksi arvioitiin yrityksen asemaa arvoketjussa ja ideoitii mm. verkostoitumisen ja palvelujen ketjuttamisen sekä tuotteistamisen tuomia mahdollisuuksia. Myös tietoisuus rahoitusmahdollisuuksista lisääntyi hankkeen aikana. Tuloksena voidaan todeta, että yksikään yritys ei aio luovuttaa vaan haluaa jatkaa yritystoimintaansa. Hanke on pystynyt luomaan ympäristön, jossa liiketoiminnan kehittämistä on uskaltanut tehdä.

Oman jaksamisen tueksi osallistujille tarjottiin mahdollisuus suorittaa Firstbeat Hyvinvointianalyysit ja niihin liittyen palautumisvalmennukset (Satu Kettunen, Psykologipalvelu Soihtu Oy). Mittaukset kohdistuivat unen laatuun sekä työn ja vapaa-ajan rasittavuuteen ja palautumiseen. Osallistujayrityksille tarjottiin kaksi analyysiä (marraskuu ja helmi-maaliskuu). Analyysin pohjalta

osallistuja sai henkilökohtaisen palautteen ja valmennuksen, joiden avulla on mahdollista arjen valinnoilla vaikuttaa omaan vireystilaan ja palautumisen määrään sekä todentaa uusien rutiinien tehokkuus helmi-maaliskuun seurantamittauksella. Luovuuden säilyttäminen nähtiin olennaisena tekijänä kriisistä selviytymisen mahdollistajana. Kognitiivisista toiminnoista nimenomaan luovuus kärsii ensimmäisenä, mikäli rasitus on liian suurta. Analyyseja suoritettiin hankkeen aikana 21 kappaletta.

Analyysien perusteella 46 % osallistujista koki olevansa stressaantuneita ja 38 %:lla osallistujista palautuminen ja stressi olivat heikossa tasapainossa. Verrattuna Firstbeatin tietokantaan (2016), joka koostuu noin 300 000 suomalaisen työssäkävijän mittauksen pohjalta, stressitaso ylittää ja vastaavasti palautumisen laatu alittaa hieman keskimääräisen tason. Olennaisina kehityskohteina nähtiin liikuntavalintojen sopeuttaminen stressitasoon, unen optimointi sekä uusien rutiinien luominen kognitiivisten kykyjen ylläpitämiseksi.

2.2 Ryhmäcoaching (Päivi Rahmel)

Metropolian toteuttama ja lehtori Päivi Rahmelin fasilitoima ryhmämuotoinen coaching tarjosi luottamuksellisen, yhteisöllisen foorumin työskentelyyn, jossa yksilöt saivat pohdintoihinsa ryhmän tuen. Yhteinen jakaminen koettiin helpottavaksi ja voimauttavaksi. Ulkopuolinen tuki koettiin myös merkityksellisenä keskustelun syventäjänä ja rajaajana. Tavoitteena oli saada yleiskuvaa koko kentän tilanteesta ja löytää peilauspintaa omiin kysymyksiin. Osallistujat kokivat työskentelyt erittäin antoisina kuulluksi tulemisen mahdollisuuksina, joissa pystyi puhumaan asioista, joista ei muissa yhteyksissä uskaltanut avautua. Esimerkiksi: miten uskaltaa puhua siitä, mitä kaikkea hyvää korona oli mahdollistanut, kun niin moni oli vaikeassa tilanteessa? Omien toimintamuotojen kehittämiseen innostuivat ne ryhmäläiset, joille uusi tilanne oli tarjonnut mahdollisuuksia tai jotka eivät olleet menettäneet uskoaan selviytymiseen.

Tässä coachingissa työskenneltiin narratiivisen valmennuksen viitekehyksessä, jossa vahvan läsnäolon ja kuuntelun maisemassa asioita käsiteltiin nelivaiheisen prosessin kautta: orientaatio, tutkiminen, muutos ja vakiinnuttaminen. Narratiivisuuden ydintä oli tapahtumien tutkiminen erilaisista näkökulmista.

Ryhmään kuului neljä henkilöä, joista kaksi sitoutui koko ajaksi ja muut piipahtivat satunnaisesti. Osallistujille lähetettiin henkilökohtaiset kutsut jokaiseen kertaan, mikä koettiin hyväksi. Muille hankkeeseen kuuluville tämä mahdollisuus jäi ehkä etäiseksi ja sen löytämiseen olisi tarvittu lisää ohjausta "kädestä pitäen", joskin tiedotusta oli uutiskirjeissä runsaasti ja osallistuminen tähänkin osioon oli vapaaehtoista.

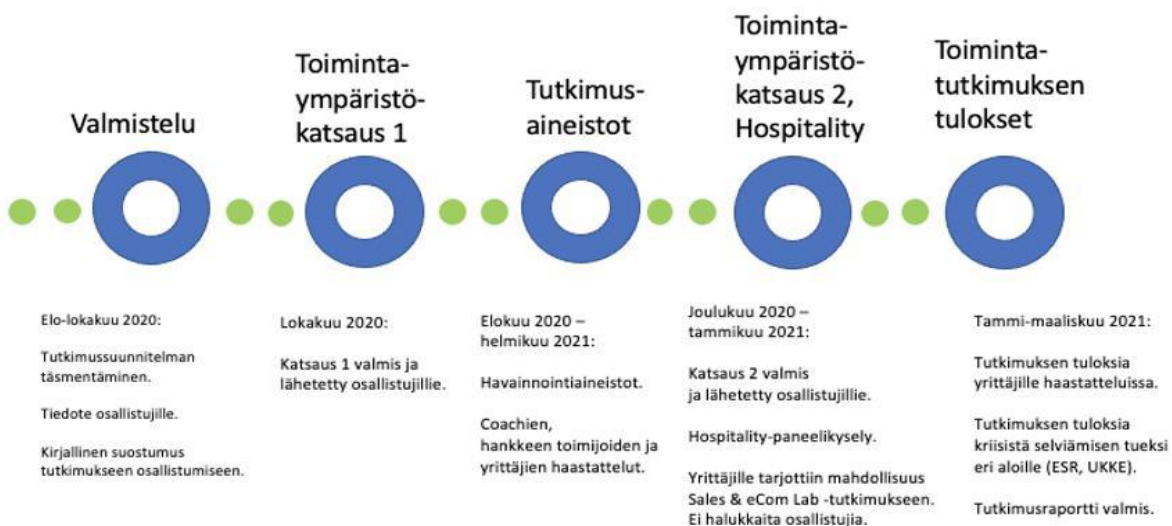
3 Tutkimus (Leena Unkari-Virtanen, Hanna-Maija Aarnio)

SUN-hanke suunniteltiin huhtikuussa 2020, kun marata-ala koki kovia rajoituksia elinkeinon harjoittamiseen COVID-19 -taudin hillitsemiseksi. Uudessa tilanteessa ei kenelläkään toimijalla ollut toimintamalleja tai tiekarttaa rajoituksista selviämiseen. Hankkeen tutkimusosio perustui kahteen tunnistamaamme tarpeeseen yrittäjien ja marata-alan tukemiseksi. Halusimme saada tilannekuvan yrittäjien tarpeista osaamispuhjan lisäämiseen sekä tuottaa uusia ajattelu- ja toimintastrategioita yrittäjien tueksi. Lisäksi tutkimuksen tehtävänä oli tuottaa tietoa koronakriisin vaikutuksista marata-alaan sekä toimialatasolla että yrittäjien kokemuksen ja toiminnan tasolla.

Toisin kuin keväällä 2020 arveltiin, kriisi ei suinkaan mennyt ohi SUN-hankkeen aikana, vaan yrittäjät joutuivat kohtaamaan yhä uusia iskuja. Siksi oli tarpeen täsmentää tutkimuksen tavoitetta kriisistä selviämistä tukevien hyvin käytänteiden tunnistamisesta kriisin keskellä selviytymisen ja resilienssin, muutoskyvykkyyden, keinoihin. Tutkimuskysymyksiksi konkretisoitiin syksyllä 2020 seuraavat:

1. Mitkä toimenpiteet hankkeen aikana lisäsivät tuntumaa kriisistä selviytymisen mahdollisuuksista?
2. Mitä hyviä käytänteitä hankkeen aikana tunnistettiin?
3. Minkälaisia havaintoja kriisistä selviämisen tueksi voitiin tehdä alan media- ja tunnuslukujen seurannasta?

SUN-hankkeen tutkimus toteutettiin kahtena itsenäisesti etenevänä tutkimuslinjana: (1) media- ja tunnuslukujen seurantaan perustuvina toimintaympäristökatsauksina ja sosiaalisen median käyttöä selvittävänä tutkimuksena, sekä (2) yrittäjien kokemuksia ja toimintaa kartoittavana laadullisena toimintatutkimuksena. Tutkimusosioissa yhdistettiin laadullisia ja määrällisiä menetelmiä, hyödynnettiin hankkeen interventioita yrittäjien toimintaan sekä mahdollistettiin hankkeen osallistujien ja hanketoimijoiden mukana oleminen tutkimusprosessin eri vaiheissa. Lisäksi hankkeessa kerättiin palautetta osallistujilta. Palaute esitellään osana tutkimusraporttia ennen johtopäätöksiä.



Kuvio 1. SUN-hankkeen tutkimuksen eteneminen

Toimintaympäristö- ja someosuudesta vastasi Haaga-Helian tutkimuspäällikkö Petteri Ohtonen. Yrittäjien kokemuksia ja toimintaa selvittävästä toimintatutkimuksesta vastasi Metropolian lehtori Leena Unkari-Virtanen, ja tutkijatiimiin liittyi tammikuussa 2021 Metropolista Hanna-Maija Aarnio. Tutkimuksen raportointiin osallistui myös projektipäällikkö Marjaana Mäkelä.

3.1. Toimintaympäristökatsaukset

Toimintaympäristökatsauksia tehtiin hankkeen aikana kaksi kertaa, syyskuussa 2020 ja tammikuussa 2021. Tulokset antoivat yrityksille ja hankkeen valmentajilla tärkeää taustatietoa marata-alan nyky- ja tilannekuvasta: miten markkinat, kysyntä ja alan toimijat muuttuivat maaliskuun 2020 alkaneen koronaepidemian seurauksena? Toimintaympäristökatsauksien aineistot

haettiin internet-verkossa julkistetuista aineistoista ja ne olivat kaikkien halukkaiden saatavilla veloitusetta.

Syyskuussa 2020 valmistui koosteraportti matkailualan tuoreimmista marata-alan tilastoista ja koronaepidemiaan liittyvistä vaikutustutkimuksista. Aineisto rajattiin koskemaan, jos mahdollista, Uttamaata. Tavoitteena oli hakea uusinta tietoa SUN-hankkeeseen osallistuville yrityksille ja muille asiasta kiinnostuneille koskien toimialan nykytilaa, tulevaisuuden näkymiä ja sen eri osa-alueita, joihin koronapandemia on vaikuttanut. Koosteen tekemisessä käytettiin *desktop research*-menetelmää, jossa kerätään ja analysoidaan jo olemassa olevia, avoimia tietolähteitä. Tietolähteinä oli siis aiheesta julkaistuja yrityskyselyjä ja tutkimuksia, uutiskirjeitä, uutisia ja saatavilla olevia selvityksiä.

Erilaisia matkailualan tilastoja ja koronaepidemiaan liittyviä tiedontuottajia oli useita. Hakukriteerinä käytettiin tiedontuottajan ja tietojen luotettavuutta, tiedon ajankohtaisuutta ja kytkeytymistä marata-alaan. Hyväksytyjä tiedontuottajia olivat mm. MaRa ry, Visit Finland, Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM), Tilastokeskus, Visitory –tilastopalvelu (tuottajana Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy), Helsingin seudun kauppakamari, Suomen yrittäjät, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Bisnode Finland, TableOnline ja Duunitori.

Molemmissa toimintaympäristökatsauksissa käytettiin soveltuvin osin samoja tilastoja ja seurantakyselyitä.

3.2 Sosiaalisen median käyttötutkimus (Petteri Ohtonen, Marjaana Mäkelä)

SUN-hankkeen tutkimuskokonaisuuteen kuului laadullisen toimintatutkimuksen rinnalla määrällinen tutkimus sosiaalisen median käytöstä, sillä korona-aika lisäsi kaiken verkkovälitteisen tiedon tarvetta ja käyttöä. Tutkimuksen avulla tuotiin näkyväksi sosiaalisen median suuri merkitys tiedonhaku- ja markkinointikanavana hankkeen osallistujille (yritykset ja valmentajat). Sometutkimus noudatti rakenteeltaan vuonna 2018 samasta aiheesta tehtyä tutkimusta, jolloin tuloksiin saatiin hyvää seurantatietoa. Tutkimus koski sellaista sosiaalisen median käyttöä, joka liittyy hotelleihin, kahviloihin ja ravintoloihin. Sosiaalisen median eri kanavia ovat mm. Facebook, erilaiset keskustelufoorumit, Twitter, blogit, Instagram, YouTube ja TikTok. Sometutkimus nivoi yhteen hanketyön ja Hospitality-paneelin toiminnan.

Tutkimuksen vastaajamäärä oli 92. Vastaajaryhmiä oli kaksi: SUN-hankkeeseen osallistuvat yritykset (Uudenmaan alueella toimivia marata-alan yrityksiä tai yksinyrittäjiä) sekä Hospitality-kehityspaneeelin jäsenet (Haaga-Helia ammattikorkeakoulun hotelli-, ravintola- ja matkailualan restonomiopiskelijoita ja asiantuntijoita). Tutkimus tehtiin 2.–8.12.2020 välisenä aikana internet-kyselynä. Tutkimusraportista tehtiin tiedote ja tuloksista kerrottiin hankkeen osallistujille tammikuussa 2021.

Eniten sosiaalista mediaa käytetään erilaisen faktatietojen etsimiseen: yli 90 % tutkimuksen vastaajista ilmoitti käyttävänsä erilaisia somekanavia mm. hotellin, kahvilan tai ravintolan aukioloaikojen, yhteystietojen ja ruokalistojen selvittämiseen. Noin kaksi kolmasosaa seuraa monen tyyppistä tietoa kuten kuvia, videoita ja arviointeja. Sosiaalista mediaa käytetään paljon myös muiden asiakkaiden jakaman tiedon, valokuvien ja kokemusten seuraamiseen, ja hiukan alle puolet vastaajista jakaa siellä myös omia palvelukokemuksiaan. Verkon yhteisöllisyys näkyy tässä selkeästi, ja korona-aika on lisännyt somepalveluiden merkitystä kaikille kuluttajaryhmille.

3.3. Laadullinen tutkimus yrittäjien kokemuksista, tuesta ja kriisistä selviämisestä

Vuoden 2020 kuluessa karttui kokemuksia yrittäjien toimintamahdollisuuksista heidän kohtaamissaan täysin uudenlaisissa tilanteissa. Laadullinen osio haki vastausta tutkimuskysymyksiin aineistolla, joka valotti näitä yrittäjien kokemuksia ja näkökulmia. Laadullisen tutkimusosion strategiaksi valittiin toimintatutkimus. Aineisto kerättiin ja sitä tulkittiin osallistavalla otteella siten, että haastateltaville lähetettiin etukäteen tutkimuksen viitekehuksesta laadittu haastattelurunko.

Hankkeen osallistujilta, coacheilta ja kouluttajilta kerättiin haastatteluaineistot. Coachit ja kouluttajat toivat haastatteluihin omat havaintonsa yrittäjien toiminnasta ja tilanteista vaihtoehtoisuutensa puitteissa. Toimijoiden havainnointia ei tutkimuksessa dokumentoitu omaksi aineistokseen.

Aineisto	Osallistujat	Aika	Dokumentaatio
Yrittäjien syvähaastattelut	N=3	27.1.-3.2.2021	Tallenne, muistiinpanot
Coachien haastattelut (kaksi haastattelukierrosta)	N=3	12.11.2020-25.1.2021	Tallenteet, muistiinpanot
Fokusryhmähaastattelu	N=4	4.2.2021	Tallenne, muistiinpanot

Taulukko 1. Tutkimusaineistot SUN-hankkeessa.

Tutkimuksessa hahmoteltiin *sensemaking*-viitekehityksessä (Thurlow & Helms Mills 2009; Lunkka 2018) marata-alan yrittäjien tilannekuvaa, joka rakentui haastatteluissa ja keskusteluissa, kertoen ja kuvaten, merkityksiä tunnustellen. Tilannekuva luotiin hankkeessa yhdessä haastateltavien yrittäjien, valmentajien ja hankkeen toimijoiden kanssa kahdessa systeemissä viitekehityksessä, jotka olivat: (1) nykyhetken, lähitulevaisuuden ja kaukaisen tulevaisuuden toimintahorisontteja valottava "*3 horizon thinking*" (Sharpe 2018) ja (2) toiminnan piileviä, näkymättömiä tasoja avaava jäävuorimetafora (Schein 1985). Nämä viitekehitykset olivat väljästi ohjaamassa tutkimuskysymysten muotoilua, haastattelujen teemojen ja keskustelurunkojen laatimista sekä aineiston analyysia.

Yrittäjien coaching-tapaamisissa syksyllä 2020 hahmottui selvästi kolme yrittäjäryhmää, jotka ottivat iskun eri tavoin vastaan:

1. Yritykset / yrittäjät, joilla kyky ottaa isku vastaan oli heikko ja puskuri puuttui.
2. Yritykset / yrittäjät, joilla oli potentiaalia toiminnan sopeuttamiseen tai muutokseen.
3. Yritykset / yrittäjät, joiden liiketoimintakonsepti sopi muuttuneeseen tilanteeseen.

Yrittäjän tilanne saattoi myös vaihdella selviytymisen rajapinnalla, ja yllättävä isku saattoi johtaa väliaikaiseen katoamiseen hankkeen tarjoaman avun ja tuen piiristä. Kaikki kolme tutkimuksessa haastateltua yrittäjää kuuluivat ryhmään kaksi. Tutkimuksessa tämä ryhmä tunnistettiin tärkeäksi sanoitettaessa sitä, miten tilanteesta voi selvitä yrittäjän omilla valmiuksilla ja asenteilla.

Tutkimuksen tuloksena koottiin yrittäjien ja coachien kuvauksista kriisistä selviytymistä edistäviä ja jarruttavia tekijöitä.

Selviytymisen edistäjiä	Selviytymisen jarruja
"Virtaavat mahdollisuudet."	Esteet uusiin mahdollisuuksiin tarttumisessa.
Nopea reagointi.	Ennakoinnin puuttuminen - ei katsota tulevaisuuteen, tunnisteta trendejä.
Digitalisaatio, toiminta etänä.	"Kannibaaliverkostot."
"Kaikki munat eivät ole samassa korissa."	Alihankintaketjujen / verkostojen katoaminen.
Kristallisoituminen - turha pois ja jäljelle jää ydin.	Työvoimapula (tulevaisuuden uhkana).
Vertaistuki, kollegiaalinen tuki.	Negatiivinen medianäkyvyys, pelottelu.
Työntekijöiden kannustus, yhteisön sisäinen kannattelu. Yhteistyöverkostot.	Keskitetty päätöksenteko ja ongelmien ratkaisujen väärä paikantaminen.
Sopeutumis- ja muutosjoustavuus.	Motivaatiotekijät: Mistä löytää innostuksen uudelleen?

Taulukko 2. Tutkimuksessa löydettyjä kriisistä selviytymistä edistäviä ja jarruttavia tekijöitä.

Aineiston analyysi kolmen aikahorisontin näkökulmasta tuotti kuvan yrittäjien kokemuksista ja asenteista nykyhetken, lähitulevaisuuden ja kaukaisen tulevaisuuden mahdollisuuksistaan.

	Selviytymistä edistävät kokemukset aikahorisonteissa	Selviytymistä jarruttavat kokemukset aikahorisonteissa
Nykyhetki (käytänteet, rakenteet, arvot ja asenteet)	Yrittäjyyden / yhteisön kannattelevuus, mahdollisuuksien näkeminen, uudistuminen.	Lamaannus, torjunta, väheksyminen.
Lähitulevaisuus (kasvun mahdollisuuksien arviointi)	Suunta kohti tavoitteita, "toiminnan hetki", inspiraation löytäminen muutoksesta.	Esteisiin tai vääryyden kokemuksiin takertuminen.
Kaukainen tulevaisuus (kehkeytyvien mahdollisuuksien löytäminen)	Yhteistyön mahdollisuudet, reagointi- ja ennakoitaitaidot, tulevaisuususkko.	Innostuksen ja/tai resurssien kadottaminen. Mahdollisuuksien mitätöinti.

Taulukko 3. Selviytymistä tukevat ja jarruttavat kokemukset kolmessa aikahorisontissa.

Yrittäjien näkyvä, konkreettinen toiminta muuttui koronasulkujen seurauksena. Yrittäjän toiminnan puitteet, kuten yrityksen sijainti, saattoivat muuttua joko rajoitteiksi tai uusiksi mahdollisuuksiksi. Erityisesti niillä, joilla kassavirta tyrehtyi ja arjen toiminta katosi, näyttäytyi toiminnan taustalla oleva vahva ja kannatteleva yrittäjän eetos. Vaikka korona-aikaa oli eletty jo vuosi, osa yrittäjistä pystyi edelleen kuvaamaan "elävänsä omaa unelmaansa". Korona toi monille myös hyviä asioita, kuten mahdollisuuden uudistua ja jopa kasvattaa liiketoimintaa, vähättelettä kokonaiskuvaa, rajua iskua ja halvaannuttavaa vaikutusta alan toimintaedellytyksiin.

Yhteiskunnalliset ratkaisut säätelivät koko toimialaa ja edelleen yksittäisen yrittäjän toimintaa. Koronan myötä syntyi uusia jännitteitä yrittäjän oman kokemuksen ja yrittäjän arjen (mikrosysteemin), toimialan kontekstin ja tunnuslukujen (mesosysteemin) sekä yhteiskunnan ohjauksen ja viestinnän (makrosysteemin) välille. Tutkimuksen tuloksena näyttäytyy uudenlainen ennakoinnin ja varautumisen, kolmen aikahorisontin mahdollisuuksien eli "tulevaisuustasku-ajattelun" ja toimintaympäristötiedon soveltamisosaamisen tarve.

Jatkotutkimuksen ja -kehittelyn aiheena voisi nostaa esimerkiksi kysymyksen, mitä olisi ennakoiva systeeminen valmius ja osaaminen, joka auttaisi yrittäjää ja toimialaa suojautumaan koronan kaltaisilta iskuilta, ja miten esimerkiksi ammattikorkeakoulut voisivat jatkuvan oppimisen palveluissaan tällaista osaamista kehittää ja tarjota.

Tutkimusosiossa käytetyt lähteet täydennetään SUN-tutkimusraporttiin (julkaisu ilmestyy Metropolian mikrokirjasarjassa).

4 Osallistuminen koulutukseen (Marjaana Mäkelä)

4.1 Opiskelu toteuttajien avoimessa koulutuksessa

SUN-hankeessa tarjottiin mahdollisuutta ammattikorkeakoulujen järjestämiin avoimen amk:n opintoihin osallistujan aiempien opintojen, kiinnostuksen ja ajankäytön mukaan. Kiinnostuksen kohteet kartoitettiin alkukyselyllä, jonka perusteella jokaiselle yrittäjälle nimettiin henkilökohtainen opinto-ohjaaja siten, että kaikista järjestävistä ammattikorkeakouluista oli mukana yksi opinto-ohjaaja. Kokonaisuutta koordinoi projektipäällikön tehtävien ohella Marjaana Mäkelä, joka toimi myös Haaga-Helian opinnoista vastaavana ohjaajana. Laureassa ohjaajana toimi Arto Saloranta ja Metropoliasa syyslukukauden alussa Laura Mähönen.

Osallistujien aiempi koulutus ohjasi vahvasti valintoja, joten jo ammattikorkeakoulu (amk)- tai ylempään ammattikorkeakoulu (yamk) -tutkinnon suorittaneet eivät juuri motivoituneet opiskelemaan enää samantasoisia kursseja. Toimialan yrittäjistä useilla on jo alan koulutus. Ammattikorkeakouluissa suuri osa seuraavan lukukauden kursseista täyttyy jo edellisenä lukukautena ilmoittautumisjärjestelyjen vuoksi, joten muutamat osallistujia kiinnostaneet toteutukset olivat hankkeen käynnistyessä täyttyneet. Lisämahdollisuuksia kuitenkin järjestyi myöhemmin syksyllä ja edelleen keväällä 2021, jolloin maksuton opiskelu oli edelleen mahdollista.

Syksyn 2020 aikana kurssimuotoisiin opintoihin ilmoittautui kuusi osallistujaa ja keväällä 2021 kaksi. Näiden lisäksi oli mahdollisuus osallistua workshop-tyyppisiin teemakokonaisuuksiin esimerkiksi Haaga-Helian Start Up Schoolissa ja seurata yksittäisiä luentoja ja eri kursseihin kuuluvia webinaareja. Kaikki opetus hankkeen aikana tapahtui verkon välityksellä.

Se, että jokaiselle osallistujalle oli nimetty oma opinto-ohjaaja ja he edustivat kukin yhtä järjestäjätahoa, oli palautteen valossa lopulta vähemmän tehokas vaihtoehto kuin että yksi henkilö olisi vastannut kaikesta opinto-ohjauksesta ja hänen tukena olisi ollut asiantuntija-apua muista ammattikorkeakouluista. Näin olisi turvattu ohjauksen tasalaatuisuus ja osallistujien yhdenvertaisuus. Yksi ohjaaja jäi pois kesken hankkeen, mistä tieto ei tavoittanut tarpeeksi ajoissa koordinaattoreita, ja muutama osallistuja jäi ajoissa vaille vastauksia kysymyksiinsä. Tässä kohden hanketoimijoiden näkökulmasta olisi ollut toivottavaa, että ongelmista olisi viestitty aikaisemmin

eikä vasta palautteen antamisen vaiheessa. Tukea oli tarjolla koko hankkeen ajan, mistä esimerkiksi uutiskirjeissä muistutettiin.

Haaga-Heliassa yksittäisiä kurssivalintoja tehtiin amk- ja yamk-koulutuksessa sekä mainituissa suppeammassa kokonaisuuksissa. Laureassa opiskeltiin syksyn aikana digitaalista liiketoimintaa. Metropoliassa tarjolla oli syksyllä tarinallisen viestinnän ja keväällä kulttuurimatkailun opintoja. Tarinalliseen viestintään osallistui kolme opiskelijaa yhdessä tutkinto-opiskelijoiden kanssa ja osallistujat täydensivät hankkeeseen osallistumistaan myös ryhmäcoaching-tapaamisilla. Kurssilaiset tutustuivat opinnoissa tarinallisen ajattelun luonteeseen, käyttömahdollisuuksiin ja sovelsivat niitä yrittäjäidentiteetin muovaamiseen, yrityksensä ja tuotteidensa tarinallistamiseen. Osallistuneet innostuivat ajattelutavasta ja osoittivat voivansa hyödyntää sitä tarvittaessa myös tulevaisuutta luodessaan. Konkreettisesti työelämän tuntemuksellaan osallistujat toivat uusia näkökulmia myös tutkinto-opiskelijoiden työelämäymmärrykseen ja yrittäjien haasteisiin sekä mahdollisuuksiin.

4.2 Hankkeen omat webinaarit

Alkukysely, opinto-ohjauksen keskustelut ja ensimmäiset coaching-tapaamiset vahvistivat varsin pian käsitystä siitä, että SUN-yrittäjillä on vain rajalliset mahdollisuudet osallistua ammattikorkeakoulujen perustarjontaan eli amk- ja yamk-kursseille. Maksuttomuuskaan ei osoittautunut erityisen suureksi vetovoimatekijäksi, vaan olennaista oli yrittäjän käytettävissä oleva aika ja oma kiinnostus. Opintojaksot ovat pääsääntöisesti pitkäkestoisia, joten sitoutuminen niihin ei useimmilla ollut mahdollista. Muita osallistumisen esteitä on kuvattu edellä hankkeen tulosten arvioinnin kohdalla.

Ratkaisuksi osaamisen kasvattamiseen koordinaattorit päättivät toteuttaa hankkeen oman webinaarisarjan, johon valittiin teemat osallistujia kiinnostaneista aiheista kuten yrittäjän jaksaminen, digitaalinen liiketoiminta ja palvelumuotoilu.

Webinaarisarja toteutettiin seuraavasti (kuvaukset otteita hankkeen uutiskirjeistä):

ti 20.10. klo 18-19.30 Yrittäjän (ja henkilöstön) Googlea palveleva sisällöntuotanto lähes nollabudjetilla (Johannes Hesso)

”Yrittäjän ja henkilöstön oma sisällöntuotanto on strateginen valinta, jolla on mahdollista saada pienellä panostuksella erinomaisia tuloksia. Webinaarissa käydään läpi käytännönläheisesti miten orientoidutaan tuottamaan sisältöä ja miten Google-yhteensopivaa sisältöä tehdään lähes nollabudjetilla. Lisäksi esitellään työkaluja ja pyritään löytämään jokaiselle oma luonteva tapa tuottaa sisältöä.”

ti 27.10 klo 18.00-20.00 Kassavirtaklinikka (Mikko Järvinen, Haaga-Helia StartUp School)

”Kassavirtaennuste on jokaisen start up -yrityksen tärkein taloudellinen dokumentti: rahoittajasi tarvitsevat sitä, jotta voivat arvioida yritysideaasi tai yritystäsi, ja itse tarvitset sitä voidaksesi arvioida suunnitelmiesi ja liikeideaasi taloudellista kannattavuutta.

Tässä työpajassa opit arvioimaan liiketoimintasi kassavirtoja. Saadaksesi työpajasta parhaan hyödyn on tehokkainta osallistua oman yrityksesi tai parhaillaan työstämäsi liikeidean kanssa.”

ti 17.11. klo 18-19.30 Yrittäjän luovuus ja toimintakyky koronakriisin keskellä - parhaat palautumiskeinot (Palautumisen ja stressinhallinnan asiantuntija, psykologi Satu Kettunen)

”Miksi muutokset ja sopeutuminen eivät aina onnistu omassa arjessa?

Tässä webinaarissa käydään läpi aivojen toimintalogiikan näkökulmasta optimaalisen vireystilan rakennuspalikat. Jotta voimme johtaa itseämme ja tehdä luovia sekä järkeviä päätöksiä, täytyy vireystilan olla kunnossa.

Perehdymme käytännönläheisesti palautumisen edellytyksiin ja optimaaliseen työpäivän rakenteeseen. Lisäksi perehdymme mielen malleihin eli mm. ajattelun ja asenteen psykologiaan. Samalla selviää, miten ihminen laumaeläimenä pärjää etätoissa ja mikä on aivojen autopilotti.”

ti 26.1. klo 18.00-19.30 Palvelumuotoilu pähkinäkuoressa (Teemu Moilanen)

”KTT Teemu Moilanen, Haaga-Helian palvelukokemuslaboratorio Lab8:n vetäjä ja yksi maailman 26:sta Service Design Master -akkreditoinnin saaneista palvelumuotoilun kehittäjistä kertoo, mitä palvelumuotoilu on ja mitä sen avulla voi tehdä.”

ti 2.2. klo 18.00-19.30 Case-esimerkkejä palvelumuotoilun projekteista (Riina Iloranta)

”Lab8:n asiantuntija Riina Iloranta esittelee toteutettuja Service Design –projekteja”.

Webinaarit tallennettiin materiaaleineen hankkeen ajaksi Metropolian Howspace-alustalle ja niistä valittiin lopuksi keskeisten teemojen osalta otteita, joista on julkaistu tekstitetyt videot Haaga-Helian YouTube-kanavalla. Videoista on editoitu pois osallistujien kommentit, kuvat ja tunnistetiedot.

Webinaareissa oli vaihteleva määrä osallistujia ja osaan oli osallistumismahdollisuus myös 3AMK-opiskelijoilla ja henkilöstöllä. Webinaareista tuli varsin myönteistä palautetta hankkeen aikana ja loppuhaastatteluissa. 29.3. järjestettiin avoin päätöswebinaari psykologi Satu Kettusen vetämänä.

4.3 Metropolian toteutus SUN-osallistujille

Edellä kuvattujen webinaarien lisäksi Metropolia suunnitteli ja toteutti erityisesti matkailuyrittäjille suunnatun koulutuskokonaisuuden, joka sisältyi webinaarisarjaan ollen kaikille osallistujille avoin. Kokonaisuus koottiin kohderyhmää ajatellen ja hanketoimijoiden parasta ymmärrystä ja osaamista hyödyntäen.

Webinaarisarjaan liittyi myös vuorovaikutuksellisia ja osallistujien tarpeiden mukaan kohdennettuja osioita. Kokonaisuuteen valittiin neljä kohderyhmään kiinteästi ja ajankohtaisesti liittyvää teemaa:

ti 3.11. klo 18-19.30 Kokonaisvaltainen asiakaskokemus (Maija Sydänmaanlakka)

”Kokonaisvaltainen asiakaskokemus -teemassa tarkastellaan asiakasta, asiakaspalvelua ja palvelupolkua kokonaisvaltaisen kokemuksellisuuden näkökulmasta. Teemakokonaisuus rakentuu webinaarista ja Howspace-alustalta löytyvistä oheismateriaaleista ja vapaaehtoisista oppimistehtävistä. Perustasoinen sisältö soveltuu sekä suoraan asiakasrajapinnassa toimiville henkilöille että palvelupolkua suunnitteleville toimijoille.”

ti 10.11. klo 18-19.30 Itsensä johtaminen (Maija Sydänmaanlakka, Päivi Rahmel)

”Itsensä johtamisen kokonaisuudessa pureudutaan ajankohtaisiin teemoihin: resilienssiin, itsemyötätuntoon ja itseohjautuvuuden merkitykseen etätyön aikakaudella. Millainen itsesi johtaja sinä olet? Miten omaa resilienssiä voi kehittää? Miten tukea työyhteisön ja työntekijöiden itseohjautuvuutta ja lisätä näin (työ)hyvinvointia etätyön aikakaudella?”

ti 24.11. klo 18-19.30 Tarinallisuus viestinnässä (Päivi Rahmel)

”Tarinallisuuden osuudessa tutustutaan tarinalliseen ajatteluun ja tarinoiden voimaan viestinnän, markkinoinnin ja oman identiteetin tukena. Mihin perustuu tarinoiden valta? Mistä ne saavat voimansa? Kuinka voit hyödyntää niitä oman yrityskuvan vahvistamisessa ja miten oman narratiivin löytäminen voi vahvistaa omaa yksilöllistä ja ammatillista identiteettiä.”

ti 1.12. klo 18-19.30 Luovat toimijaverkostot ja kulttuurimatkailu (Maija Sydänmaanlakka)

”Luovat toimijaverkostot & kulttuurimatkailu -teemassa orientoidutaan suomalaiseen kulttuurimatkailuun, tutustutaan kulttuurimatkailun ja luovan elämystalouden toimintaympäristöön ja inspiroidutaan kulttuurisisältöjen mahdollisuuksista matkailun vetovoimatekijöinä.

Kulttuurimatkailupalvelujen luomiseen tarvitaan vetovoimaista ja omaleimaista kulttuurisisältöä, monialaisia verkostoja sekä vahvaa osaamista matkailupalvelujen tuotteistamisessa ja myymisessä. Kulttuurituotannon kannalta matkailu muodostaa käytännössä valmiin jakelu-, myynti- ja näkyvyyskanavan, jolla voidaan houkutella uusia kohderyhmiä taide- ja kulttuurisisältöjen pariin tai monipuolistaa ja kehittää kulttuuripalvelujen kannattavuutta ja liiketoiminnallisuutta.”

Oppimiskokonaisuus koottiin virtuaaliselle alustalle, jotta osallistujat voisivat valita, osallistuvatko he livetoteutuksiin vai katsovatko he niihin liittyvät tallenteet jälkikäteen. Kyseinen alusta tarjosi visuaalisen ja helposti hahmotettavan oppimisalustan, jonka tarkoituksena oli tarjota osallistujille helppo käyttöliittymä kiinnostavien aiheiden pariin. Kuhunkin teemaan tarjottiin virikemateriaaleja, webinaari ja mahdollisuus tehdä aiheisiin liittyviä tehtäviä ja mahdollisuus saada halutessaan niistä henkilökohtaista palautetta. Sivustolle tallennettiin myös webinaareihin liittyvät PowerPointit.

Toteutus tavoitti pienen määrän osallistujia ja siten sen potentiaali ei tullut täysimääräisesti käytettyä. Vaikka tehtäviin ei motivoiduttu, webinaarit koettiin antoisiksi. Toteutus toimi samalla kunnianhimoisena kokeiluna rakenteelle, jota voi muokata seuraaviin hankkeisiin.

5 Viestintä (Katri Tihilä, Maarit Mesiniemi)

5.1 Viestintäsuunnitelma

Kesäkuussa 2020 laadittiin hankkeen viestintäsuunnitelma Haaga-Helia amk:n viestintätiimissä. Viestintäsuunnitelmassa kirjattiin hankkeen viestintätavoitteet, kohderyhmät ja kanavat (Liite 5). Lisäksi tehtiin operatiivinen suunnitelma, jossa oli aikataulutettu viestintäsuunnitelma eri kanaviin ja kirjattu julkaisuideoita eri kanaviin. Operatiivista suunnitelmaa myös muokattiin matkan varrella

uusien havaintojen ja ideoiden myötä, ja se toimi projektitiimiläisten työkaluna eikä ollut pysyvä dokumentti. Liitteenä 5 on alkuperäinen viestintäsuunnitelma.

5.2 Suunnitelman tavoitteet ja sen toteutuminen eri kanavissa

Hankkeen viestinnän ensimmäisenä tavoitteena oli tavoittaa mara-alan yrittäjät, jotka ovat kärsineet koronakriisin aiheuttamien vaikutuksien vuoksi, ja hyötyisivät hankkeen tarjoamista palveluista. Ensimmäinen tavoite täyttyi ja hankkeeseen saatiin tarpeeksi osallistujia sen toteuttamiseksi. Hakeneet osallistujat olivat juuri niitä yrityksiä, jotka ovat kärsineet kriisiaikana. Tavoitteen täyttymistä hankaloitti se, että osallistujia rekrytoitiin kesäkuusta elokuuhun vuonna 2020, jolloin Suomen ravintolat olivat juuri avautuneet poikkeusolojen jälkeen, ja yrittäjät olivat kiireisiä liiketoiminnan aloittamisessa. Lisäksi kesälomakausi aiheutti lisähaasteita hankkeesta tiedottamiselle.

Toisena tavoitteena oli vahvistaa toteuttajien merkitystä alan asiantuntijoina ja yhteiskunnallisina toimijoina sekä näkyvyyttä merkittävänä toimialan koulutuksen tarjoajina. Alkuperäisessä suunnitelmassa korostuu Haaga-Helion rooli, jonka rinnalle toteuttamisvaiheessa tuotiin osatoteuttajien ja 3AMK-yhteistyön merkitys. Kolmantena päätavoitteena oli kertoa hankkeen tutkimuksen tuloksista ja tuoda julki yrittäjien näkökulmaa kriisiaikana, mikä on yhteiskunnallisesti merkittävää matkailu- ja ravintolatoimialalle. Hanke on vahvistanut kaikkien 3AMK-partnereiden yhteiskunnallista toimijuutta. Hankkeessa on julkaistu kattavasti monipuolista sisältöä ja pyritty tavoittamaan myös yhteiskunnallista keskustelua. Julkaisut olivat artikkelimuotoisia, blogitekstejä, viestintävideoita sekä webinaaritallenteita, joista myös tehtiin lyhyitä teaser-videoita sosiaaliseen mediaan. Lisäksi julkaistiin yksi podcast. Valmistumassa on Haaga-Helion LAB8-asiantuntijoiden voimin yrittäjille suunnattava palvelumuotoilun opas, joka jaetaan osallistujille, 3AMK-toimijoille ja hankkeen tukiorganisaatioille.

Käytössä olivat 3AMK-korkeakoulujen viestintäkanavat ja hankkeen tietosivu oli Haaga-Helion verkkosivuilla. Hankkeen julkiset uutiset (esim. tutkimustulokset ja toimialakatsaukset) jaettiin Haaga-Helion verkkosivujen uutisissa. Hankkeen oma hashtag #SunSparraa3AMK auttoi yhtenäistämään hankkeen viestintää. Hankkeen tuloksia ja havaintoja jaettiin myös toimialan medioissa (Vitriini ja Aromi) sekä viestintäkanavissa (esim. Smal ry, MaRa ry, Rural Finland ja Haaga-Helion LAB8-utiskirjeet).

Viestinnän kohderyhmät jaettiin kahteen pääryhmään: sisäisiin ja ulkoisiin. Sisäisessä kohderyhmässä tärkeimpänä olivat hankkeeseen osallistuvat yritykset ja ulkoisessa kohderyhmässä alan muut toimijat ja etujärjestöt (Liite 5, SUN-hankkeen viestintäsuunnitelma). Sisäinen viestintä sai hyvät arvosanat osallistujien palautteen mukaan ja se oli riittävää. Projektipäällikkö lähetti osallistujille ja hanketoimijoille noin kerran kuukaudessa sähköpostitse uutiskirjeen hankkeen ajankohtaisista asioista.

Tiivistettynä hankkeen viestintä toteutui pääasiassa hyvin ja viestintäsuunnitelmaa noudatettiin. Suunnitelman tavoitteissa olisi ollut tärkeää täsmentää myös 3AMK-konsortion yhteistä näkyvyyttä viestinnässä. Yhteiskunnallista vaikuttavuutta olisi lisännyt vielä vahvempi näkyvyys mediassa. Operatiivisessa suunnitelmassa oli muutoksia ja aivan kaikki suunnitellut julkaisut eivät toteutuneet. Tämä oli kuitenkin perusteltua, sillä hankkeen viestintä liittyi aihepiiriin, jossa tapahtuu jatkuvasti muutoksia ja viestinnän piti elää tilanteen mukana. Koronakriisi vaikutti viestintään kuten kaikkien muuhunkin hanketoimintaan.

Liite 4 sisältää tiedot hankkeen julkaisuista ja viestinnästä. Julkaisujen lopullinen säilytyspaikka liitetään tiedoksi rahoittajalle palautettavaan loppuraporttiin.

6 Yhteenveto: tulokset ja niiden hyödyntäminen jatkossa (Marjaana Mäkelä)

SUN-hanke suunniteltiin ja toteutettiin poikkeusaikana niin järjestäjien, osallistujien kuin koko yhteiskunnan näkökulmasta. Tärkein tavoite eli nopean kriisiavun tarjoaminen Uudenmaan alueen marata-yrityksille ja yrittäjille toteutui, ja koronakriisin vaikutuksista ja selviytymiskeinoista toteutettiin systemaattinen, monimenetelmäinen tutkimuskokonaisuus. Tässä raportissa on kuvattu ja analysoitu sitä tietoa ja ymmärrystä yhteistyön kehittämiseksi yrittäjärajapinnassa, jota hankkeen toteuttajille kertyi ja mikä on merkityksellistä etenkin jatkuvan oppimisen kannalta. Kokemuksia hyödynnetään koulutuksen järjestämisessä ja TKI-hanketyössä niin 3AMK- kuin muissakin hankkeissa.

Opiskeluosion toteutuminen ennakoitua suppeampana antoi arvokasta tietoa siitä, miten erityisesti yrittäjille kannattaa tarjota jatkuvan oppimisen mahdollisuuksia tavanomaisen tutkintotavoitteisen koulutuksen rinnalla. Työelämässä aktiivisesti toimiville ei ole välttämättä tärkeää suorittaa koko opintokokonaisuutta ja saada arvosanaa tai suoritusmerkintää, koska tavoitteena on usein pikemminkin täsmätieto oman ammattitaidon päivittämiseksi. Tämä saattaa edellyttää käytäntöjen tarkistamista ja niistä sopimista. Ketteryyttä tarvitaan ja tavanomaisesta poikkeavat oppijaprofiilit on tärkeää tunnistaa.

Yrittäjien coachingin sekä tutkimusosion kokemuksia ja tuloksia analysoidaan perusteellisesti Metropolian mikrokirjasarjassa ilmestyvässä julkaisussa "Kristallisoitumisia, kannibaaliverkostoja ja marata-alan tunnuslukuja. SUN -3AMK Sparraa Uuteen Nousuun -hankkeen tutkimusraportti" (huhtikuu 2021).

SUN – 3AMK Sparraa Uuteen Nousuun päättyy maaliskuussa 2021, jolloin koronakriisin kolmas aalto on iskenyt laajasti ja kotimaiset tartuntaluvut ovat hälyttäviä erityisesti Uudellamaalla. Tulevaisuus näyttäytyy epävarmana ja aiheuttaa erilaisia pelkoja. Ainoa tapa selviytyä niin koronasta kuin muista kriisitilanteista on lisääntyvä yhteistyö ja vuoropuhelu eri toimijaryhmien välillä, jota hankkeemme on osaltaan toteuttanut. Järjestäjät kiittävät lämpimästi kaikkia osallistujia, asiantuntijoita, tukioorganisaatioita ja Uudenmaan liittoa rahoittajana. On ollut etuoikeus olla mukana!

Liite 1 (EI SISÄLLY VERKOSSA JULKAISTAVAAAN VERSIOON RAPORTISTA)

Liite 2 Hanketoimijoiden lista

Uudenmaan liiton nimeämät yhteyshenkilöt

- Rosa Tuomi (ohjausryhmä)
- Joanna Kallio (talous)
- Markus Toivola (tarkastaja)

Projektitiimi

- Projektipäällikkö Marjaana Mäkelä, Haaga-Helia amk
- Projektikoordinaattori Leena Unkari-Virtanen, Metropolia amk
- Projektikoordinaattori Oskari Vesterinen, Laurea amk

Talous

- Rahoituskoordinaattori Tero Anttila, Haaga-Helian TKI-yksikkö
- Taloussuunnittelija Hannu Nyqvist, Laurea
- Taloussuunnittelija Kaija Nuutila, Metropolia

Ohjausryhmä

- Johanna Rajakangas-Tolsa, Haaga-Helia, pj
- Markku Anttonen, Laurea
- Mona Roman, Metropolia
- Minna Halmetoja, MaRa ry
- Rosa Tuomi, Uudenmaan liitto
- Marjaana Mäkelä, esittelijä ja sihteeri
- Leena Unkari-Virtanen
- Oskari Vesterinen

Muut asiantuntijat

1. Haaga-Helia

- Projektikoordinaattori Katri Tihilä
- Viestintäasiantuntija Maarit Mesiniemi
- Coach Juuso Kokko
- Tutkimusasiantuntija Petteri Ohtonen
- Tutkimus- ja viestintäassistentti Peppi Borgenström
- Webinaarien vetäjät Mikko Järvinen, Teemu Moilanen ja Riina Iloranta
- Palvelumuotoiluoppaan laatijat Riina Iloranta ja Marika Alhonen

2. Laurea

- Projektikoordinaattori Oskari Vesterinen
- Coach Tomas Illman
- Opinto-ohjaaja Arto Saloranta

3. Metropolia

- Projektikoordinaattori, tutkimusvastaava Leena Unkari-Virtanen
- Ryhmäcoachingin vastaava Päivi Rahmel
- Tutkimuskoordinaattori Hanna-Maija Aarnio
- Julkaisukoordinaattori Terhi Eskelinen

- Koulutusasiantuntija Maija Sydänmaanlakka (osan aikaa)
- Opinto-ohjaaja Laura Mähönen (osan aikaa)

Liite 3

Väli- ja loppupalautteen kysymyskohtaiset tulokset

Välipalaute

Tulosten arvioinnissa on huomioitava vastausten alhainen määrä (N=5), mutta alla esitetään kuitenkin keskiarvot.

Kysymys 1 (Odotuksiin vastaaminen, ka 3,4, N=5)

Kaksi viidestä oli hankkeen puolivälissä erittäin tyytyväinen, yksi keskimäärin ja kaksi melko vähän tyytyväinen siihen, miten hanke oli vastannut omiin odotuksiin. Niitä ei kuitenkaan eritelty esim. vapaissa kommentteissa.

Kysymys 2 (Valmennuksen tuki jaksamiselle, ka 2,6, N=5)

Valmennus oli käynnistynyt vaihtelevasti saaden vastausarvoja välillä 2-4.

Välipalautteen vaiheessa käynnissä oli yritysvalmennus. Ryhmäcoaching alkoi vasta loppuvuodesta.

Kysymys 3 (Opintoihin osallistuminen, ka 3, n=3)

Myös amk- ja yamk-kursseille osallistuminen sai vastauksia välillä 2-4, mutta sen tuomaa hyötyä pidettiin hiukan suurempana kuin yritysvalmennuksen. Opintoihin osallistui po. vaiheessa kuitenkin vain kolme yrittäjää.

Kysymys 4 (Viestinnän onnistuminen, ka 4,6, N=5)

Osallistujat pitivät hankeviestintää ja toiminnasta tiedottamista hyvänä (2 vastaajaa) tai erinomaisena (3) ja sen vuoksi sitä jatkettiin samantyyppisenä (uutiskirjeet, erilliset sähköpostit).

Kysymys 5 (Aikomus osallistua opintoihin kevään aikana, N=5)

Kaikki vastasivat tähän kysymykseen Kyllä (Kyllä/Ei-muotoinen kysymys). Ohjausryhmä oli aiemmin linjannut mahdollisuudesta jatkaa ilmaisia opintoja kevään aikana.

Kysymys 6 (Toiveet jatkosta, n=1)

Ainoassa vastauksessa ei ilmaistu toiveita, vaan aiheena oli tyytymättömyys opinto-ohjaukseen, mikä liittyi Metropolian opinto-ohjaajan pitkään poissaoloon.

Kysymys 7 (Avoin palaute, n=1)

Avointa palautetta antoi vain yksi vastaaja ja se oli erittäin myönteinen, kiittävä kommentti erinomaisesti toteutetusta hankkeesta ja mm. hyödyllisistä webinaareista.

Yhteenvetona välipalautteesta voi todeta, että niistäkään aiheista, jotka olivat aiheuttaneet tyytymättömyyttä tai joista vallitsi epätietoisuutta, ei kuitenkaan oltu yhteydessä hankkeen toimijoihin (pois lukien opinto-ohjaajan tapaus). Kaikissa ongelmatilanteissa kannustettiin ottamaan viipymättä yhteyttä projektipäällikköön, mutta näin ei tapahtunut kertaakaan hankkeen aikana, vaikka muutamia kysymysmuotoisia yhteydenottoja tuli. Ainoat kielteiset palautteet saatiin silloin, kun palautetta erikseen kysyttiin. Aloitteellisuus kommunikoinnissa ja verkkoympäristössä

toimiminen ovat selkeästi merkittävä kynnys kiireisille yrittäjille, mikä on huomionarvoinen tieto jatkohankkeiden ja muun yritysysteistyön kannalta.

Loppupalaute

Koska loppupalaute kerättiin pääosin haastattelemalla ja haastattelija kirjasi lisäkommentit numeroarvioiden lisäksi, saatiin huomattavasti enemmän avointa palautetta kuin pelkällä Webropol-kyselyllä. Vastaaajien määrä: 10.

Kysymys 1 (nimi, jos vastaaja halusi sen antaa)

Kysymys 2 (Odotuksiin vastaaminen, ka 3,4, N=10)

Lisäkommentteja saatiin numeroarvioinnin lisäksi kahdeksalta vastaajalta ja ne ovat keskimäärin hiukan kielteisempiä kuin mihin keskiarvo viittaa, joten ne on todennäköisesti kirjattu pääosin haastatteluissa, joissa oli mahdollisuus käydä asioita läpi perusteellisemmin kuin lomaketta täyttämällä. Asiat, joissa odotuksiin ei ole vastattu, liittyvät henkilökohtaistamiseen; olisi kaivattu räätälöidympää otetta esimerkiksi valmennukseen. Mainittiin odotukset verkostoitumisesta kollegiaalisesti, mutta tämä ei ole toteutunut kaikkien kohdalla. Myös aikataulut ovat aiheuttaneet pettymyksiä: kursseille ja webinaareihin olisi haluttu osallistua, mutta ajallisesti se ei ole sopinut. Webinaarit tallennettiin, joten niihin oli mahdollista palata, vaikka varsinainen tilaisuus olisi mennyt sivuun, mutta tähän eivät kaikki ole tarttuneet. Ajanpuute mainittiin myös muissa yhteyksissä haastatteluissa.

Koulutustarjooma kolmessa amk:ssa on näyttäytynyt sekavana ja erilaisia järjestelmiä, hakuja jne. on käytössä useita. Myöskään opinto-ohjaus ei ole vastannut kaikkia odotuksia ja osin se jäi jopa pois (mainittu pitkä poissaolo).

Myönteisiä kommentteja saatiin koetusta, arvokkaasta tuesta, asiantuntemuksesta ja empatiasta. Valmentajien sparraava ote ja osallistujien tilanteiden tunnistaminen on koettu myönteisenä. Webinaarien antia kiitettiin ja he, jotka osallistuivat muuhun koulutukseen (amk- ja yamk-kurssit), pitivät sitä korkeatasoisena ja hyödyllisenä. Se seikka oli huomioitu myös, että positiiviseen kokemukseen on johtanut oma aktiivisuus hankkeessa ja osallistuminen eri toimintamuotoihin, joita on tarjottu.

Kysymys 4 (Valmennuksen tuki jaksamiselle, ka 2,8, N=10)

Puolet vastaajista ilmoitti valmennuksen tuoneen tukea vain heikosti, toisaalta kahden mielestä coaching oli erinomaista tai hyvää. Kolme oli kokenut sen melko hyväksi.

Yhdeksässä vapaassa vastauksessa on sekä myönteisiä että kielteisiä kommentteja, mutta viimeainituissa näkyy myös tietoisuus siitä, että oman osallistumisen intensiteetti ja käytettävissä ollut aika ovat vaikuttaneet valmennuksen hyödyntämiseen. Myönteisissä vastauksissa toistuvat vahvistavat sanat "erittäin", "tosi", ts. näiden vastaajien kokemukset ovat varsin positiivisia. Kielteiset vastaukset ovat neutraalimmin muotoiltuja. Niissä ilmaistiin samansuuntaisia kokemuksia kuin kysymyksessä 2 eli olisi kaivattu enemmän toiminnan räätälöintiä.

Ryhmäcoaching ja yritysvalmennus on hahmotettu samaksi kokonaisuudeksi, vaikka ne toimijoiden osalta olivatkin erillisiä. Ryhmäcoaching ja sen vetäjä saivat kiitoksia empaattisesta ja ymmärtävästä otteesta sekä siitä, että se tarjosi mahdollisuuden kaivattuun vertaistukeen. FirstBeat-mittaukset mainittiin kahdesti: toinen vastaaja koki sen hyödylliseksi, mutta toiselle se ei tuonut lisäarvoa.

Myönteisimmin valmennuksesta antoivat palautetta he, joilla se oli johtanut uudenlaisiin liiketoimintaideoihin ja vahvistanut käsityksiä nykyisen toiminnan oikeasta suunnasta. Näissä tapauksissa osallistuja itse on ollut aktiivinen toimija valmennusprosessissa.

Kysymys 6 (Osallistuminen opintoihin, Kyllä=3, Ei=7, N=10)

Kysymyksellä tarkoitettiin amk- ja yamk-kursseja, ei pelkkiä webinaareja.

Kysymys 7 (Opintojen tuoma hyöty, ka 4, n=3) ja Kysymys 8 (Opinnot, joihin osallistuttu, n=3)

Vastauksissa mainittiin jo suoritettuina Haaga-Helian ja Metropolian kursseja (Strateginen henkilöstöjohtaminen, Tarinallinen viestintä), mutta Laurean osalta ainoa maininta oli vielä tulossa oleva toteutus. Esimerkiksi Haaga-Heliassa aloitettiin myös muita opintoja, mutta jos niille ei ole riittänyt aikaa, on saatettu jättää vastaamatta.

Kysymys 9 (Kommentit opinnoista yleensä, n=3)

Tarinallinen viestintä sai kiitosta molemmilta sille osallistuneista ja Strateginen henkilöstöjohtaminen todettiin myös erinomaiseksi. Muissa kommentteissa kävi ilmi, että ilmoittautumiseen ja sopivien kurssien hakemiseen olisi kaivattu lisäapua jo annetun ohjauksen lisäksi.

Kysymys 10 (Opintojärjestelyjen sopivuus; ka 3, n=3)

Vastaukset saivat arvot 4, 3 ja 2. Lisäkommentteja ei ollut.

Kysymys 11 (Syyt, joiden vuoksi ei osallistunut opintoihin, mainintoja 13, n=7)

Annetut vaihtoehdot saivat mainintoja seuraavasti:

	n	Prosentti
Minulla on jo riittävästi koulutusta	2	28,57%
Opiskeluun ei ollut aikaa	4	57,14%
En saanut tarpeeksi tietoa opiskelumahdollisuuksista	2	28,57%
Tarjolla ei ollut sopivia kursseja	3	42,86%
Järjestelyt kuten aikataulu jne. eivät soveltuneet minulle	1	14,29%
Muu syy, mikä? (vapaan vastauksen kenttä)	1	14,29%

Syyt olla osallistumatta tarjottuun koulutukseen liittyivät siis eniten jo edellä mainittuun ajanpuutteeseen ja siihen, että kurssitarjonnasta ei saatu riittävästi tietoa ja valintoihin ohjausta tai tarjonnan ei koettu vastaavan omia tarpeita.

Kysymys 12 (Lisäkommentit edelliseen, n=7)

Kolmen amk:n tarjonnan mainittiin olevan liian laajaa, jotta siitä löytyisi itselle sopivia kursseja. Myös amk- ja yamk-kurssien lähtötason määrittely mainittiin vaikeana. Käytännön asiat kuten ilmoittautuminen jne. koettiin hankalina ja henkilökohtaista ohjausta olisi tarvittu enemmän. Coacheilta olisi kaivattu neuvoja myös opintoihin.

Kysymys 13 (Toimialakohtaisten raporttien tuoma hyöty, mainintoja 12, n=6)

Vaihtoehtoja valittiin seuraavasti:

	n	Prosentti
hyödyttänyt minua liiketoiminnassani	2	33,33%
auttanut ymmärtämään kokonaiskuvaa	5	83,33%
lisännyt optimismiani	3	50%
osoittanut selviytymisen mahdollisuuksia	2	33,33%
jotain muuta, mitä?	0	0%

Kysymys 14 (Lisäkommentit edelliseen, n=8)

Vapaita kommentteja oli edellisten lisäksi kahdeksalta vastaajalta ja niissä joko todettiin, että niihin oli tutustuttu ja niistä oli saatu merkittäväkin hyötyä; toinen ääripää olivat toteamukset, että raportit eivät olleet tuoneet hyötyä tai niitä ei pidetty kiinnostavina. Osa vastasi, että raportteja ei oltu luettu tai avattu lainkaan. Mainittiin se, että trendiraporteissa näkyy pääosin suurten toimijoiden tunnuslukuja. Oman optimismin merkitys toimintaympäristön haasteissakin mainittiin merkittävänä tekijänä, johon raporteilla ei juuri ole vaikutusta.

Kysymys 15 (Viestinnän riittävyys, ka 4,1, N=10) ja Kysymys 16 (Lisäkommentit edelliseen, n=8)

Hankkeen toiminnoista viestiminen yleisesti sai kiitosta selkeydestä ja sisällöstä (uutiskirjeet, muut sähköpostit), mutta opiskeluun ja coachingiin liittyen olisi kaivattu enemmän kohdennettua viestintää. Oman aktiivisuuden merkitys mainittiin tässäkin kohtaa.

Kysymys 17 (Vapaa palaute järjestäjille, n=9)

Yhdeksän vastaajaa antoi vapaata palautetta ja kommentteja oli useampia vastaajaa kohden. Palaute oli pääosin myönteistä ja sekä hankkeen tavoitetta että toteutusta kiitettiin.

Muutamia suoria lainauksia myönteisestä ja vähemmän myönteisestä palautteesta:

- "Ilo olla mukana"
- "On ollut mielenkiintoista ja kannustavaa. Hyvä kaikinpuolin. Kaikkinainen opiskelu on hyväksi ja aivojen aktivoiminen."
- "Mielettömän ammattitaitoista porukkaa hankkeessa, kiitos kaikille!"

- " pääsi kuuntelemaan muitakin yrittäjiä jotka olivat samassa tilanteessa, pysty heittää ideoita ja vaihtaa ajatuksia"
- "First Beat- analyysi oli mukava lisä, josta konkreettisesti huomasi, kuinka poikki sitä onkaan."
- "Service design -osuus oli hyvä lisä."
- "pitäisi olla useamminkin, ei pelkästään superkriisitilanteessa"
- "Ei ole kivaa, jos joutuu monta kertaa jättää väliin, niin putoaa ehkä kelkasta."
- "Olisin kaivannut selkeämpää ja yksinkertaisempaa otetta. Esim. hankkeen oma verkkosivu ja -alusta, johon olisi koottu kaikki viestintä, aineistot ja tehtävät, olisi ollut helpompi käyttää".
- " Pohti, että ne yrittäjät jotka ovat olleet mukana, niiden kannattaisi olla vahvemmin mukana. Tää on tukevaa koulutusta, mitä yrittäjät pelkää?"

Liite 4

SUN-hankkeen viestintä ja julkaisut (tilanne 31.3.2021)

A) Hankkeen toimijoiden puolesta tehty viestintä ja julkaisut

Lista täydentyy kevään 2021 aikana mm. blogikirjoituksilla ja videolla (Kokko, Ohtonen). Lisäksi on tulossa palvelumuotoilun opas, joka jaetaan osallistujille ja tukiorganisaatioille.

Ajankohta	Viestintä	Kohderyhmät ja kanavat	Tunnusluvut	Mahdollinen linkki julkaisuun
	Tutkimusraportti: Kristallisoitumisia, kannibaaliverkosto ja ja marata-alan tunnuslukuja: SUN – 3AMK Sparraa Uuteen Nousuun -hankkeen tutkimusraportti. Toim. Leena Unkari-Virtanen ja Marjaana Mäkelä	Ulkoiset ja sisäiset		
26.3.2021	Blogi OPH:n ylläpitämällä EPAL-foorumilla, Marjaana Mäkelä: Korona-arjessa yrittäjien rinnalla: hanketyöstä eväitä jatkuvan oppimisen muotoiluun	Ulkoiset: Aikuiskoulutuksen toimijat		Korona-arjessa yrittäjien rinnalla: hanketyöstä eväitä jatkuvan oppimisen muotoiluun EPAL (europa.eu)
22.3. 2021	Artikkeli, Marjaana Mäkelä “Tukea toivottiin muulloinkin kuin kriisiaikana”	Ulkoiset kohderyhmät, MaRa ry:n jäsenet / Vitriini (painettu versio 2/2021)		

22.3.2021	Webinaarit asiantuntijaluennoista	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät/ YouTube		Satu Kettunen: https://youtu.be/WiLa_mhhQkXQ Johannes Hesso: https://youtu.be/7cYVU_PYPPI0 Riina Iloranta: https://youtu.be/rwZkv_861JI0 Teemu Moilanen: https://youtu.be/Sxrvwr_bCvTQ
18.3.2021	Blogiteksti E-Signals: Katri Tihilä: Rohkeutta on pyytää ja vastaanottaa apua	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät / E-Signals		https://esignals.fi/teemat/rohkeus/rohkeutta-on-pyytaa-ja-vastaanottaa-apua/#4ef6579e
18.3.2021	Blogiteksti E-Signals: Marjaana Mäkelä ja Petteri Ohtonen: Matkailu- ja ravitsemisala luottaa sosiaaliseen mediaan	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät / E-Signals		https://esignals.fi/kategoria/tutkimus-ja-kehittaminen/matkailu-ja-ravitsemusala-luottaa-sosiaalisen-mediaan/#47d0aec3
17.3.2021	Uutiskirje 6	Sisäiset kohderyhmä (osallistujat)		
26.3.2021	Blogiteksti Marjaana Mäkelä: EPALE-foorumi	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät		Korona-arjessa yrittäjien rinnalla: hanketyöstä eväitä jatkuvan oppimisen muotoiluun EPALE (europa.eu)
18.2.2021	Blogiteksti Päivi Rahmel: Ota oppia yrittäjistä	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät		https://blogit.metropoli.fi/tikissa/2021/02/18/ota-oppia-yrittajasta/
4.2.2021	Video osallistuvasta yrittäjistä 3: SUN 3AMK: Yrittäjien puheenvuoroja - Matkatoimisto Matkahaukka Some-jaot: Yrittäjä jakanut FB:n alueellisessa puskaradio - ryhmässä	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät.	Katsojamäärä: 372	https://www.youtube.com/watch?v=w09HzrMLeHw&t=33s

28.1.2021	Video osallistuvasta yrittäjistä 2: SUN 3AMK: Yrittäjien puheenvuoroja - T:mi Sirpukka Kielipalvelut	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät.	Katsojamäärä: 149	https://www.youtube.com/watch?v=VJ2UR7FwrGQ
20.1.2021	Tutkimustuloksia: Uutisartikkeli sometutkimuksesta Jaot: 3AMK-verkkosivu, HH LinkedIn ja Facebook, STT-tiedote	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät.		https://www.haaga-helia.fi/fi/ajankohtaista/uutiset/haaga-helia-selvitti-mara-alan-ammattilaiset-ja-opiskelijat-kayttavat-somea
18.1.2021	Uutiskirje 5	Sisäinen		
17.12.2020	Video osallistuvasta yrittäjistä 1: SUN 3AMK: Yrittäjien puheenvuoroja – Vino Amore	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät.	Katsojamäärä: 83	https://www.youtube.com/watch?v=jBPS-mm2F3k&t=174s
15.12.2020	Uutiskirje 4	Sisäinen		
14.12.2020	Podcast hankkeesta: Tutkimusmatka: Matkailu- ja ravintola-alan jatkuvan oppimisen tarve on suurempi kuin koskaan	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät. E-Signals	Kuunteluita Spotifyssa: (Maarit lisää)	https://esignals.fi/kategoria/matkailu/tutkimusmatka-matkailu-ja-ravintola-alan-jatkuvan-oppimisen-tarve-on-suurempi-kuin-koskaan/#4ef6579e
4.11.2020	Uutiskirje 3	Sisäinen		
28.10.2020	Artikkeli vastuullisuudesta ja SUN-hankkeesta	Ulkoiset ja sisäiset kohderyhmät. E-Signals		https://esignals.fi/teemat/vastuullisuus-teemat/vastuullisuus-ei-katoa-kriisiaikana/?fbclid=IwAR3VfjR3hzPNcuRxJIT31Jh9EA6NzF1dd4vQ8Mp0ATltluf2GMMyHEr7xtY#80a2e225
26.10.2020	Tiedote HH:n Intrassa webinaareista	Sisäinen		
8.10.2020	Tiedote webinaareista (sähköposti ja uutiskirje)	Sisäinen		

9.10.2020	Tiedote tutkimuksesta ja tutkimussuostumus	Sisäinen		
21.9.2020	Uutiskirje 2	Sisäinen		
7.9.2020	Tiedote hankkeesta Haaga-Helian LAB8 uutiskirjeessä	Ulkoinen	360 tavoitettu	
7.9.2020	Uutinen verkkosivuilla (jaettu myös sosiaalisessa mediassa)	Ulkoinen	LinkedIn: 1946 näyttökerta ja 10 klikkausta	https://www.haaga-helia.fi/fi/ajankohtaista/uutiset/3amkn-sun-hankkeessa-mukana-olevat-yrittajat-edustavat-laajasti-kokomatkailu
13.8.2020	Uutiskirje 1	Sisäinen		-
15.7.2020	LinkedIn-postaus	Ulkoinen	3497 näyttökerta ja 15 klikkausta	-
25.6.2020	Uutismarkkinointikirje hakuajasta marata-alan toimijoille sekä yrityksille	Ulkoinen	697 henkilöä tavoitettu	-
16.6.2020	Haaga-Helian opiskelijoiden MyNet-uutinen kohdennettuna marata-tutkintoihin	Sisäinen		-
15.6.2020	Artikkeli: "Aurinkoa yrittäjille kriisin keskellä". Skootteri-verkkolehdestä (Suomen kauppa- ja kulttuuriopettajat ry)	Ulkoinen	Ei tietoa	https://sko.oaj.fi/uploads/2020/06/42cf5529-skootteri_2_2020_uusi.pdf
15.6.2020	"Maksutonta apua kriisistä nousuun" Artikkelit Vitriinissä.	Ulkoinen	Ei tietoa	https://www.vitriini.fi/ajankohtaista/maksutonta-apua-kriisista-nousuun.html
11.6.2020	SMAL ry: jäsentiedote	Ulkoinen		
8.6.-3.7.2020	Sosiaalisen median kampanjointia SUN-	Ulkoinen		

	<p>hakuajasta usealla kanavalla:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Markkinointikampanja maksettuna LinkedInissä 8.6.-20.6. - LAB8-sometileillä postauksia (16.6. ja 10.6.) - H4F-tilille postaus (20.6.) - Haagan restonomikampus some (10.6.) - HH Alumnit suljettu LinkedIn-ryhmä (16.6.) - eSignals-blogiteksti jaettu LinkedInissä, Twitterissä, Facebookissa (16.6.) - LinkedInissä postaus uudesta deadlinesta (3.7.) 		<p>LinkedIn-postaus 26.6.: 1233 näyttökerta ja 11 klikkausta</p> <p>3.7.: 1723 näyttökerta ja 15 klikkausta</p> <p>ESignals-blogiteksti LinkedIn: 2678 näyttökerta ja 35 klikkausta</p>	
9.6.2020	”Yrittäjä, apua on tarjolla – ammattikorkeakoulujen vahvuuksilla koronahaasteita vastaan” Artikkelin Haaga-Helian E-Signalsissa.	Ulkoinen	ESignalsissa luettu: 138 krt (23.3.2021)	https://esignals.fi/kategoria/yrittajiyys/yrittaja-apua-on-tarjolla-ammattikorkeakoulujen-vahvuuksilla-koronahaasteita-vastaan/#80a2e225
5.6.2020	MaRa ry:n jäsentiedote	Ulkoinen		
2.6.2020	Laurean tiedote hankkeesta	Ulkoinen, verkkosivut		https://www.laurea.fi/ajankohtaista/uutiset/paakaupunkiseudun-ammattikorkeakoulut-tarjoavat-kiisiapua-matkailu-ja-ravintola-alalle/
2.6.2020	Uutinen Haaga-Helian sivuilla (jaettu myös sosiaalisessa mediassa)	Ulkoinen, verkkosivut	LinkedIn: 2084 näyttökerta	https://www.haaga-helia.fi/fi/uutiset/paakaupunkiseudun-ammattikorkeakoulut-

				tarjoavat-kriisiapua-matkailu-ja-ravintola-alalle?userLang=fi#.X5GYIUBuJPb
1.6.2020	Mediatiedote (Ari Nevalainen, lehdistötiedote, hakuohjeet, logot, kuvituskuva)	Ulkoinen		
20.5.2020	Tiedote 3AMK-sivulla	Ulkoinen		https://www.3amk.fi/2020/05/20/3amk-yhteishanke-sun-3amk-sparraa-uuteen-nousuun-sai-rahoituksen/

B) SUN-HANKE MEDIASSA

Ajankohta	Viestintä	Mahdollinen linkki julkaisuun
10.2.2021	Artikkeli hankkeesta ja Matkahaukka-yrittäjästä Länsi-Uusimaassa (vinkattu toimittajalle)	https://www.lansi-uusimaa.fi/paikalliset/3633944
2/2021	Aromi-lehti: Juttu SUN-hankkeen sometutkimuksesta	Ei verkkojulkaisua
2.6.2020	AlfaTV: Koronastudio-ohjelman haastattelu projektipäälliköstä	https://www.permanto.fi/fi/web/alfatv/player/vod?assetId=57585611

Liite 5 SUN-hankkeen viestintäsuunnitelma

3AMK



Uudenmaan liitto
Nylands förbund

Hankkeen nimi: SUN – 3AMK Sparraa Uuteen Nousuun

Rahoitus: Uudenmaan liiton UKRI

Hankkeen kesto: 1.6.2020-28.2.2021

Kumppanit: 3AMK-liittouma: Haaga-Helia AMK, Laurea AMK ja Metropolia AMK

Mukana myös: Matkailu- ja ravitsemusalan MaRa ry ja Haaga-Helian StartUp School

1. Yleistä hankkeesta

SUN - 3AMK Sparraa Uuteen Nousuun -hankkeella vastataan majoitus- ja ravintola-alan yritysten ahdinkoon koronakriisissä niillä keinoilla, joilla ammattikorkeakoulutoimijat voivat parhaiten vaikuttaa:

- (1) yrittäjien jaksamisen tuki coaching-prosessilla,
- (2) joustava koulutustarjonta osallistujien tarpeiden mukaan sekä
- (3) osallistava toimintatutkimus, jolla kootaan niin kriisin vaikutukset kuin selviytymistä tukevat käytännöt toimialan yritysten ja koulutusorganisaatioiden käyttöön.

Alan etujärjestön, MaRa ry:n, vahva taustatuki tuo näkyvyyttä ja auttaa yritysten tavoittamisessa nopealla aikataululla. Myös SMAL ry. tukee hanketta ja tiedottaa toimista jäsenistölleen.

3AMK-toimijat tuntevat Uudenmaan alueen yrityskentän hyvin ja mm. kouluttavat valtaosan alan keskeisestä henkilöstöstä, restonomeista. Mukana ovat myös ammattikorkeakoulujen yrityshautomot, joissa on vahvaa coaching-osaamista. Liiketoiminnan yleinen ja kulttuurialan koulutustarjonta ja valmentava osaamisen kehittäminen valjastetaan hankkeessa uusmaalaista yritystoimintaa tukemaan.

2. Viestinnän tavoitteet

- 1) Tavoittaa matkailu- ja ravitsemusalan yrittäjät, jotka koronakriisin vuoksi ovat joutuneet ahdinkoon ja jotka hyötyvät hankkeen tarjoamista palveluista.
- 2) Hankeviestintä vahvistaa Haaga-Helian mainetta alan suurimpana koulutuksen tarjoajana ja alan asiantuntijana sekä tutkimuksen tekijänä. Tavoitteena on korostaa Haaga-Helian roolia yhteiskunnallisena toimijana ja aktiivisena Uudenmaan liike-elämän kumppanina. Haaga-Helia on yrittäjämäinen korkeakoulu, jossa haetaan innovatiivisesti uusia tapoja toimia yrittäjyyden eri osa-alueilla ja hanke tukee myös tätä ajatusta.
- 3) Kertoa hankkeen tutkimuksen tuloksista ja kertoa yrittäjien näkökulmaa kriisiaikana, mikä on yhteiskunnallisesti merkittävää matkailu- ja ravintolatoimialalle.

3. Kenelle viestitään?

Ulkoisesti: Matkailu-, ravintola- ja hotellialan yrittäjät ja työntekijät, MaRa ry:n jäsenet, yrityskumppanit, alumnit, korkeakoulut ja toimialan muut toimijat

- Mahdollisuus kouluttautua ja saada sparrausta maksutta
- Haaga-Helia tarjoaa laajasti alan koulutusta, tukee jatkuvaa oppimista ja meillä on vahvaa asiantuntemusta
- Haluamme osoittaa tukemme ja auttaa yrityksiä, joihin koronakriisi on rankimmin iskenyt
- Jaamme hankkeesta saamiamme parhaita käytänteitä eteenpäin matkailu- ja ravintola-alan tukemiseksi. Hankkeesta hyötyy myös muut kuin siihen osallistuneet yrittäjät.

Sisäisesti: Hankkeeseen osallistujat, projektin toteuttajien henkilöstö ja opiskelijat

- Haluamme kertoa hyvästä saavutuksesta: Nopeallakin aikataululla hankkeeseen saatiin motivoitunut työryhmä mukaan ja Uudenmaan liiton rahoitus
- Hanke toimii hyvänä esimerkkinä Haaga-Helian yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta
- Myös korkeakoulujen henkilöstölle ja opiskelijoille viestitään, sillä heillä on vahvat verkostot toimialalle.

4. Viestinnän kanavat

Ulkoiset kanavat:

- Verkkosivut: 3AMK-verkkosivut (päivittäjä Nella Peltonen) ja Haaga-Helian verkkosivut ovat ensisijaiset verkkosivualustat (<https://www.haaga-helia.fi/fi/SUN>). Sivuille kootaan myös kaikki artikkelit, videot ja podcastit. Myös Metropolian ja Laurean verkkosivuilla voidaan päivittää tietoa tai tehdä linkitys 3AMK:n sivuilta.
- Sosiaalinen media: Haaga-Helian Facebook, Instagram ja LinkedIn, joita voidaan jakaa. Lisäksi Metropolian ja Laurean tileillä voidaan jakaa ja postata.
- Tiedotteiden ja julkaisujen jako alan uutiskirjeisiin (esim. Rural Finland ja LAB8 by Haaga-Helia)
- Artikkelit ja julkaisut alan lehdissä (Esim. Vitriini, Aromi, Haaga-Helian E-Signals)
- SMAL ry:n ja Mara Ry:n sähköpostilistoilla tiedottaminen jäsenyrityksille

Sisäiset:

- Korkeakoulujen Intra
- Uutiskirjeet noin kuukausittain hankkeeseen osallistuville, joissa jaetaan hankkeen ajankohtaista tietoa ja tutkimustietoa alalta.

5. Viestintävastuu, kieli ja graafinen ilme

Hankkeen projektipäälliköllä Marjaana Mäkelällä on kokonaisvastuu yhteydenpidosta HH:n viestinnän suuntaan.

Haaga-Heliassa viestinnän yhteyshenkilönä Maarit Mesiniemi ja hankkeessa mukana oleva TKI-koordinaattori Katri Tihilä vastaa myös viestinnästä.

3AMKin viestinnästä vastaa syksyyn 2020 saakka Sari Eestilä. Syksystä 2020 mukana Nelli Peltonen.

Viestinnän kieli on suomi.

Sosiaalisen median tunnus: #SunSparraa3AMK

Hankkeesta viestiessä on muistettava käyttää Uudenmaan liiton ja 3AMKin logoja. Muuten viestinnän graafinen ilme noudattaa HH:n graafista ohjeistusta.

Hankkeen projektipäällikkö:

Yliopettaja Marjaana Mäkelä, marjaana.makela@haaga-helia.fi

Puh. +358 40 488 7168

Yhteyshenkilöt 3AMK-kouluissa:

Oskari Vesterinen, oskari.vesterinen@laurea.fi

Leena Unkari-Virtanen, leena.unkari-virtanen@metropolia.fi

Sähköpostiosoite hankkeelle: sun@haaga-helia.fi