

Viestinnän tehostaminen Eco-sup-Port -projektin EU-rahoitus työkalulle

Kim Öhman



Finanssi- ja talousasiantuntijan koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Kim Öhman</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi FINA12SVA</p>
<p>Raportin nimi Viestinnän tehostaminen Eco-sup-Port -projektin EU-rahoitus työkalulle</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 26 + 4</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Minna-Maari Harmaala</p>	
<p>Tässä työssä perehdytään viestintään satamissa toimivien pienten- ja keskisuurten yritysten sekä korkeakoulujen kesken. Työn tarkoituksena oli tehostaa viestintää yritysten ja korkeakoulujen välillä sekä luoda edellytyksiä tulevaisuuden yhteistyökykyä varten. Päämääränä oli luoda käytännön esimerkkejä nykyajan viestinnän eri välineistä Eco-sup-Port -projektin EU-rahoitus työkalulle.</p> <p>Työ on rajattu pelkästään EU-rahoitukseen tähtäville satamissa toimiville yrityksille. Viitekehys koostuu vaihtoehtoista yrityksen rahoituslähteille ja sähköisen viestinnän välineistä korkeakoulujen sekä yritysten välille. Lähteinä toimivat erilainen rahoituksen ja viestinnän ammattikirjallisuus, artikkelit sekä sähköiset lähteet.</p> <p>Työ toteutettiin tammi- ja lokakuun välisenä aikana vuonna 2014. Itse produkti toteutettiin tammi- ja toukokuun välisenä aikana vuonna 2014 ja se huipentui kahden viikon mittaiseen intensiivijaksoon Turkin Istanbulissa toukokuussa.</p> <p>Johtopäätöksissä esitetään jatkotutkimusehdotukset ja arvioidaan opinnäytteen tekijän omaa oppimista ja työn etenemistä. Itse viestinnän tehostamisen suunnitelma on opinnäytetyön liitteenä.</p> <p>Viestinnän tehostamisen suunnitelmaan liittyy erityisesti kommunikaatiotyötylien strategia, joka alkaa kohderyhmän tavoittamisella sähköpostin avulla. Tavoittamisen jälkeen luodaan interaktiivisuutta kestäväällä tavalla kuten videokonferensseilla tai webinaareilla. Näiden osien ylläpitämiseksi tarvitaan ylimääräistä kiinnostuksen herättämistä ulkopuolisissa tunnettujen sosiaalisen median palveluiden avulla. Koko paketin ylläpitää dynaamiset verkkosivut, joiden avulla saadaan pyöritettyä sähköistä viestintää operatiivisella tasolla.</p>	
<p>Asiasanat EU-tuet, rahoitus, sähköinen viestintä</p>	

Degree programme in Finance and Economics

<p>Authors Kim Öhman</p>	<p>Group or year of entry FINA12SVA</p>
<p>The title of thesis Intensification of communication for the Eco-sup-Port project's tool of EU-Funding</p>	<p>Number of report pages and attachment pages 26 + 4</p>
<p>Advisor(s) Minna-Maari Harmaala</p>	
<p>This thesis explores the communication between small and medium-sized businesses in ports and higher education institutions. Aims of the thesis were to intensify the communication between these parties and create conditions for collaboration in the future. Main idea is to create practical examples of today's tools of communication for the Eco-sup-Port –project.</p> <p>The thesis is outlined only for the businesses that aim for the EU grants. The context includes options for sources of finance and tools of the electronic communication between higher education institutions and businesses. Sources for the context are from professional literature of both finance and communication, articles and electronic sources.</p> <p>The thesis was carried out between January and October in 2014. The actual project was carried out between January and May in 2014 and it culminated to two weeks intensive period at Istanbul, Turkey in May.</p> <p>Conclusions include proposals for the follow-up research and self-evaluation of learning and work progress. The blueprint of the subject can be found from the appendices.</p> <p>The blueprint combines strategy of the different kind of communication styles which starts with reaching the target group by email. After reaching the target group, next step will be creating interactivity in sustainable way by video conferences or webinars. For maintenance of these parts it requires ulterior arousing interest in people with well-known social media services. With dynamic web pages the whole combination of tools is managed on operational level.</p>	
<p>Key words EU grants, finance, electronic communications</p>	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Eco-sup-Port –projekti toimeksiantajana	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet.....	2
1.3	Opinnäytetyön rakenne	3
2	Satamissa toimivien Pk-yritysten rahoituslähteet.....	4
2.1	Oman pääoman ehtoinen rahoitus	4
2.2	Vieraan pääoman ehtoinen rahoitus	5
2.3	Välirahoitus.....	6
2.4	Julkinen rahoitus	8
2.4.1	Julkiset rahoittajat Suomessa.....	8
2.4.2	EU-rahoitus	9
3	Sähköisen viestinnän välineet korkeakoulujen ja yritysten välille.....	11
3.1	Sähköpostilla tavoittaminen.....	11
3.2	Videokonferensseilla ja webinaareilla interaktiivisuutta.....	12
3.3	Verkkosivusto viestintävälineiden runkona.....	13
3.4	Kiinnostuksen herättäminen sosiaalisen median avulla.....	14
4	Teorian yhteenveto.....	16
5	Viestinnän tehostaminen Eco-sup-Port –projektin EU-rahoitus työkalulle	18
5.1	Produktisuunnitelma ja aikataulu	18
5.2	Aineisto ja sen keruumenetelmät	19
5.3	Hyödynnettävyys	19
5.4	Produktin toteutus.....	19
5.5	Viestinnän tehostamisen suunnitelma	21
6	Johtopäätökset	22
6.1	Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset	22
6.2	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	22
	Lähteet.....	24
	Liitteet	27
	Liite 1. Viestinnän tehostamisen suunnitelma EU-rahoitukseen tähtäävän työkalun kehittäjälle.	27

1 Johdanto

Yhteisöllisyys on nykyajan teesi, mutta se on erittäin hyvin kyseenalaistettavissa oleva kokonaisuus ja siihen liittyy monta pientä palasta. Tämän opinnäytetyön pääaiheet, viestintä ja EU-rahoitus, liittyvät kummatkin tiiviisti yhteisöllisyyteen. Viestinnän tehostamisen avulla turvataan satamissa toimivien pienten- ja keskisuurten yritysten yksi mahdollisuus saada rahoitusta toimintaansa. EU-rahoituksen mahdollisuus rahoituksen lähteenä on yritykselle varteenotettava vaihtoehto yleisten ehtojen kuten rahoitusominaisuuksien puolesta. Korkeampi saattaa olla mitätön verrattuna tavalliseen vähittäispankin myöntämään lainaan, osuutta yrityksestä ei tarvitse luovuttaa ulkopuolisille kuten pääomasijoittajille, jotka tulevaisuudessa pyrkivät irtautumaan sijoituksestaan. EU-rahoitusta voi mahdollisesti käyttää vapaammin verrattuna muiden julkisten rahoittajien myöntämiin tukien, avustuksiin tai lainoihin.

Näiden aiheiden osalta voidaan muodostaa ”pyhä kolminaisuus”, josta kaikki osapuolet hyötyvät. Oppilaitokset voivat tarjota työelämään kuuluviin projekteihin osallistumista opiskelijoilleen, jotka saavat arvokasta kokemusta toimiessaan oikeiden yritysten kanssa. Yritykset saisivat ilmaista tai edullista konsultointia EU-rahoituksen hakemiseen ja saamiseen sekä mahdollisia tuotettuja tutkimuksia opiskelijoilta liittyen aiheeseen. Euroopan komissio taas EU-rahoituksen järjestäjänä saisi enemmän ja parempia investointikohteita kun yritykset olisivat tietoisia ajankohtaisista rahoitusprojekteista. Lopullisena ideana siis voidaan tiivistää että oppilaitokset neuvoisivat opiskelijoiden avustuksella yrityksiä saamaan loppuen lopuksi EU-rahoitusta toimintansa kehittämiseen ja tulevaisuuden investointeihin.

1.1 Eco-sup-Port –projekti toimeksiantajana

Produktin toimeksiantaja on Erasmus Intensive Programme ECO-sup-Port Projekti, joka keskittyy satamiin ja ympäristöystävällisyyteen. Projekti kesti kolme vuotta ja se toteutettiin kolmessa eri vaiheessa. Jokainen projektin vaihe jaettiin kahteen osaan, josta ensimmäinen oli alustava paikallinen selvitys, joka kesti yhdestä kahteen kuukauteen. Toinen osa oli kansainvälinen yhteenveto, joka kesti kaksi viikkoa.

Projektissa osallisena olivat Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Suomesta, Bahcesehirin yliopisto Turkista, Riikan kansainvälinen ekonomian ja liiketalouden ammattikorkeakoulu Latviasta, Belgian Artesis Plantijn ammattikorkeakoulu sekä Rotterdamin liiketalouden koulu Hollannista.

Projektin tavoitteena oli tutkia satamissa toimivien pienten- ja keskisuurten yritysten ympäristöystävällisyyttä ja kestävyyttä sekä yhteistyön- ja viestinnän mahdollisuuksia korkeakoulujen ja näiden yllämainittujen yritysten välillä. Projekti keskittyi viiteen eri sektoriin, jotka ovat palveluala, jätehuolto, rahdin käsittely, varastointi sekä kuljetus. Näille kaikille eri sektoreille oli tarkoitus kehittää työkalu avuksi ympäristöystävällisyyden lisäämiseksi ja toiminnan tehostamiseksi.

1.2 Opinnäytetyön tavoitteet

Työn tavoitteena on tehostaa Eco-sup-Port –projektin EU-rahoitukseen tähtäävän työkalun viestintää satamissa operoiville yrityksille. EU-rahoitus on elintärkeä rahoituksen muoto kansainvälistyville Pk-yrityksille, joten työssä pyritään miettimään kuinka interaktiivisuutta yritysten, ammattikorkeakoulujen sekä itse työkalun välillä saataisiin lisättyä sähköisen viestinnän keinoin.

Viestinnän tehostamisen ja työkalun avulla yritykset saavat mahdollisesti EU-rahoitusta investointeihin parantaessaan ympäristöystävällisyyttä toiminnoissaan sekä ammattikorkeakoulujen opiskelijat käytännön ymmärrystä työelämässä tapahtuvista asioista projektiin osallistuessaan.

Toissijaisena tavoitteena on herättää lukijan mielenkiinto Pk-yritysten osalta ja kuinka voitaisiin uudistaa perinteisiä toimijoita näillä nykyajan markkinoilla. Jokainen itse voi antaa panoksensa korkeakoulujen ja yritysten välille, jolloin kommunikaatio olisi vaivatonta ja kummatkin hyötyisivät vastapuolen tuottamasta arvosta. Opinnäytetyössä vastataan kysymyksiin: Miten satamassa toimiva Pk-yritys saa rahoitusta sekä Mistä saan apua rahoituksen hakemiseen EU:lta?

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö alkaa satamissa toimivien Pk-yrityksien rahoitusmahdollisuuksien esittelyllä. Rahoituslähteet ovat jaettu oman pääoman ehtoihin, vieraan pääoman ehtoihin, välirahoitukseen sekä julkisiin rahoittajiin. Rahoituslähteissä ei käsitellä johdannaisia, koska ne liittyvät enemmän sijoittamiseen eivätkä ole niin yleisiä ensisijaisia rahoituslähteitä pienille ja keskisuurille yrityksille. Rahoituslähteistä on myös rajattu erillinen pääomasijoittaminen pois, koska sen esittely ei ole asiaan liittyvää sekä pääomasijoittaminen tapahtuu opinnäytetyössä esitettyjen rahoitusinstrumenttien avulla. Rahoituslähteet ovat jaettu niiden ominaisuuksien perusteella eikä tämän takia erottelua lyhytaikaisiin ja pitkäaikaisiin instrumentteihin ole tehty.

Rahoituslähteiden jälkeen perehdytään sähköisten viestinnän välineisiin korkeakoulujen ja yritysten välille. Tässä kappaleessa käydään läpi kuinka tavoitetaan sähköpostilla tehokkaimmin sekä miten videokonferensseilla ja webinaareilla luodaan interaktiivisuutta viestintään. Kappaleeseen kuuluu myös verkkosivuston rooli yritysten ja korkeakoulujen välillä sekä sosiaalisen median antamat edut kommunikoinnin osapuolille.

Teoriaosuuksien jälkeen nähdään yhteenveto teoriaosista, jolla saadaan yhdistettyä yksittäiset palaset opinnäytetyön aiheista yhteen. Yhteenvedon jälkeen päästään itse työkalun ja projektin esittelyyn, johon kuuluu produktisuunnitelma ja –aikataulu, aineisto ja sen keruumenetelmät, luotettavuus sekä toteutus. Itse viestintäsuunnitelma on lopussa työn liitteenä. Viimeisenä osana on kirjoittajan johtopäätökset, johon kuuluu myös oman oppimisen arviointi sekä jatkotutkimusehdotukset.

2 Satamissa toimivien Pk-yritysten rahoituslähteet

Tässä kappaleessa esitellään yrityksen eri vaihtoehdot rahoituksen muodoista. Vaihtoehtoina ovat neljä eri rahoituksen muotoa, jotka ovat oman pääoman ehtoinen-, vieraan pääoman ehtoinen-, väli- sekä julkinen rahoitus. EU-rahoitus kuuluu julkisen rahoituksen alapuolelle ja se on yksi monista vaihtoehdoista yritykselle joka hakee rahoitusta toimintaansa varten. EU-rahoitus on jatkuvasti yhä suositumpaa muun muassa lainaehtojes takia.

2.1 Oman pääoman ehtoinen rahoitus

Oman pääoman ehtoinen rahoitus tarkoittaa joko yrityksen tekemistä voitoista saatavaa tulorahoitusta tai vastakohtana yrityksen ulkopuolelta saatavaa panostusta. Eri yritysmuodot voivat kerätä erilailta yrityksen sisältä rahoitusta esimerkiksi poistoilla ja henkilöyhtiöissä sijoitetun pääoman muutoksilla. Lähtökohtaisesti oman pääoman ehtoiset rahoittajat saavat paremmat mahdollisuudet vaikuttaa yrityksen toimintaan ja tulevaisuuteen kuin vieraan pääoman ehtoiset rahoittajat. (Martikainen & Martikainen 2006, 39-41.)

Yrityksen osakkeilla sijoittaja saa lähtökohtaisesti osuuden osakeyhtiön omasta pääomasta. Osakeyhtiöläinen mukaan osakeanti tulee kyseeseen kun yritys luovuttaa sen omistuksessa olevia osakkeita tai laskee liikkeelle uusia osakkeita. Osakeyhtiön yhtiöjärjestyksellä voidaan määrätä minkälaisia oikeuksia osakkeet antavat. Näitä ovat osakkeen luovutus, äänivalta yhtiökokouksessa, oikeus osinkoon, etuoikeus osakeannissa sekä oikeus jako-osuuteen yhtiön purkautuessa. Osakkeiden arvo listataan julkisella markkinapaikalla, jos yritys on listautunut pörssiin. Yksityisen osakkeen arvo on yleensä sidottu yleiseen markkinatilanteeseen, yrityksen toimintaan ja yrityksen kehitykseen. Muun muassa osakeanneilla ja rahastokorotuksella voidaan nostaa yhtiön osakepääomaa. (Heiniö, Linnanvirta, Nykky, Tikka & Virtanen 2014, 40-41.)

Listautumisannista puhutaan silloin kun yrityksen osakkeita ei ole julkisesti noteerattu, mutta yritys aikoo osakeannin jälkeen listautua julkiselle markkinapaikalle. Tämä ei aina välttämättä tuo yritykselle varsinaista rahoitusta vaan hajauttaa yrityksen omistuspohjaa

jos osakkeita on myyty esimerkiksi vanhoilta omistajilta uusille. (Leppiniemi & Puttonen 2002, 34.; Niskanen & Niskanen 2007, 26.)

Osakeyhtiö muotona mahdollistaa omien osakkeiden ostamisen vapaan oman pääoman riittävyyden salliessa tämän. Osakeyhtiölain (624/2006) 15 luvun 1 § mukaan

Julkisessa osakeyhtiössä päätöstä omien osakkeiden hankkimisesta, lunastamisesta tai pantiksi ottamisesta ei saa tehdä siten, että yhtiöllä ja sen tytäryhteisöillä hallussaan tai panttina olevien omien osakkeiden yhteenlaskettu määrä olisi yli yksi kymmenesosa kaikista osakkeista. Yksityinen osakeyhtiö ei saa hankkia tai lunastaa kaikkia omia osakkeitaan.

Yleisesti ottaen pörssiin listatun yrityksen ostaessa omia osakkeitaan kertoo se yrityksen johdon olevan sitä mieltä että osakkeet olisivat alihinnoiteltuja markkinoilla. Omien osakkeiden ostamiselle voi olla monia syitä kuten palkitsemisjärjestelmässä olleen työntekijän poistuminen tai sukupolvenvaihdokseen liittyvät seikat, mutta tämän avulla voidaan myös muuttaa yrityksen rahoitusrakennetta edullisempaan suuntaan. (Leppiniemi 2005, 83-84.)

Yrityksen osakkeita voi myös lainata ja tästä hyötyvät ne, jotka ennustavat kurssimuutoksen markkinoilla olevan negatiivinen. Osakkeiden lainaus on täysin riskitöntä ja tuo riskitöntä tuottoa niiden omistajalle, sillä lainaksiottajalta vaaditaan vakuuksia sekä hän on velvoitettu palauttamaan osakkeet. Lainaksiottaja saa osakkeiden mukana äänivallan yhtiökokouksessa, mutta ei oikeutta osinkoihin. Osakkeen arvon laskiessa sillä aikaa kun osakkeet ovat lainassa, lainaksiottajan tuotoksi muodostuu takaisinostohinnan ja myyntihinnan erotus. (Martikainen & Martikainen 2006, 55-56.)

2.2 Vieraan pääoman ehtoinen rahoitus

Vieraan pääoman ehtoisia instrumentteja luokitellaan niiden ominaisuuksien perusteella, joita ovat esimerkiksi juoksuaika, korkotyyppi tai lyhennysohjelma. Oleellisia ovat myös oikeudet konkurssitilanteessa lainoihin ja sitoutuneeseen pääomaan. (Heiniö ym 2014, 47.)

Joukkovelkakirjalaina lukeutuu haltijapapereihin ja se on suuri useaan pienempään osaan jaettu laina. Näistä pienemmistä osista saa kukin haltija saamistodistuksen erikseen. Niin kuin osakkeilla, joukkovelkakirjoilla käydään kauppaa pörssissä sekä sen ulkopuolella. Joukkolainoja on erilaisia ja niihin voi myös liittyä oman pääoman piirteitä kuten sen liikkeelle laskijan kehityksen vaikutus joukkovelkakirjan arvoon.

Joukkovelkakirjaan liittyy erilaiset korot, jotka voivat vaihtua, olla kiinteitä tai nollakorkoisia. Vakuuksia ja etuoikeuksia voidaan myös ottaa mukaan joukkovelkoihin. (Leppiniemi & Puttonen 2002, 30.; Heiniö ym 2014, 50-51.)

Obligaatiolainat eivät erikoisemmin eroa muista joukkovelkalainoista kuin että aikaisemmin oli säännelty tietty vakuus obliigaatiolainalle. Nykyään obliigaatiolaina on siirrettävissä oleva juoksuaajallinen laina. Lainaa voi myös olla kertalyhenteinen tai tietyllä aikataululla lyhennettävissä oleva. Debentuurilainaksi kutsutaan sellaista lainaa, jolla on huonompi etuoikeus verrattuna lainan antajan muihin sitoumuksiin. (Heiniö ym 2014, 52.)

Lyhytaikaisiin saamistodistuksiin kuuluu sijoitustodistus sekä yritystodistus. Sijoittaja maksaa juoksuaikaan ja korkoon perustuvan arvon lainan antajalle tai todistuksen myyjälle jälkimarkkinoilla. Sijoittaja itse saa tietyn koron tästä paperista. Sijoitustodistus on yleensä pienempi pankin liikkeeseen laskema velkapaperi. Velkapaperi on jälkimarkkinoilla myytävissä sekä ostettavissa. Tälle arvo-osuusmuotoiselle todistukselle on yleensä alhainen miniminimellisarvo ja juoksuaika alle vuoden. Yritystodistuksella ei ole muuta eroa kuin että liikkeeseenlaskija on yritys eikä pankki. Se lasketaan liikkeelle vain pankin välityksellä. Yleensä yritystodistuksen lainan antaja on tunnettu suuryritys, jotta jälkimarkkinoilla olisi kiinnostusta. (Heiniö ym 2014, 52-53.)

2.3 Välirahoitus

Välirahoitus sijoittuu oman pääoman ja vieraan pääoman väliin, koska se sisältää piirteitä kummastakin rahoitustyyppistä. Välirahoitusta voidaan käyttää yhtä hyvin projektirahoitukseen tai kehitysrahoitukseen kuten omaa- ja vierastakin pääomaa. Yrityksen elinkaaren vaiheellakaan ei ole väliä, se soveltuu kaikkiin vaiheisiin.

(Martikainen & Martikainen 2006, 63.)

Yksi välirahoituksen mahdollisuuksista on optiolaina. Sitä voidaan myös kutsua nimellä osakesidonnainen laina. Optiolaina toimii suhteessa samanlailla kuin optiot eli siihen liittyy oikeus merkitä velkakirjalainaa tiettyyn ennalta sovittuun hintaan. Optio-oikeutta ei ole tosin pakko käyttää eli sen oikeuden voidaan antaa umpeutua, jolloin optiolaina ei eroa vaihtovelkakirjalainasta kuin että optiolaina on edelleen perittävässä, mutta vaihtovelkakirjalaina ei ole sen jälkeen kun se on vaihdettu osakkeiksi. Optiolainalla on myös mahdollisuus olla merkittynä julkisesti. (Martikainen & Martikainen 2006, 63.; Leppiniemi 2005, 106.)

Vaihtovelkakirja on vaihdettavissa lainaehtojen mukaan myöhemmin yrityksen osakkeiksi. Näin ollen se on alussa vierasta pääomaa, mutta jälkeen päin omaa pääomaa. Velkakirjassa täytyy siten määritellä montaako osaketta laina vastaa ja milloin osakkeisiin vaihto voidaan toteuttaa. Vaihto-oikeus ei ole erillinen osa velkakirjaa, joten se ei ole yksistään listattavissa jälkimarkkinoilla. (Niskanen & Niskanen 2007, 30.; Leppiniemi 2005, 105.)

Pääomalaina tuli mahdolliseksi rahoitusmuodoksi vasta vuonna 1997, jolloin osakeyhtiölaki uudistui. Sen pääpiirteisiin kuuluu huonoin etuoikeus yrityksen purkautuessa verrattuna muihin velkojiin, lainan saa palauttaa vain jos omalle pääomalle ja muille jakokelvottomille osille jää täysimääräinen kate, korkoa maksetaan vain jos se käytetään voiton maksuun sekä pääoma merkitään taseen omaan pääomaan erillisenä. Yritykset, jotka ovat joutuneet ongelmiin rahoituksensa kanssa, ovat erityisesti autettu uuteen nousuun pääomalainoilla. (Leppiniemi & Puttonen 2002, 186-187.; Martikainen & Martikainen 2006, 67.)

Jako-osaton etuosake on hyvä esimerkki välirahoituksen muodosta. Etuosake on myös yksi parhaimmista vaihtoehtoista, jolla voidaan suojata vanhojen osakkeenomistajien etua. Tuottoa maksetaan koron tavoin eikä etuosakkeella ole äänioikeutta yhtiökokouksessa. Tuotto kuitenkin luetaan osingoksi verotuksen osalta. Jako-osaton etuosake on taloudellinen vaihtoehto, jolla on oman pääoman ehdot. (Martikainen & Martikainen 2006, 67.)

2.4 Julkinen rahoitus

Yrityksen ollessa alkuvaiheessa eli elinkaarensa alussa, ovat julkiset rahoittajat elintärkeitä yritykselle. Julkiseen rahoitukseen liittyy usein verotuksellisia seikkoja ja löyempiä ehtoja kuin esimerkiksi oman pääoman- tai vieraan pääoman ehtoiseen rahoitukseen. Julkisia rahoittajia voivat olla yhteisöt, valtiot ja kunnat esimerkiksi. Julkisten rahoittajien rahoitusmuotoja ovat lainat, avustukset, sijoitukset, korkotuet sekä takaukset ja takuudet. Uusia julkisen rahoituksen mahdollisuuksia syntyy vuosittain useita sillä niistä voidaan säädellä talousarvioissa ja EU:n piirissä. (Leppiniemi 2005, 231.)

Vaikka nopeasti kasvavat sekä aloittavat yritykset ovat erittäin tärkeitä ympäri maailman niin niiden on joskus vaikea saada rahoitusta toimintaansa, johtuen suurilta osin liian korkeista odotuksista ja tuottovaatimuksista. Riskirahoitus ja takaukset ovat yleisiä myös kaikista kehittyneimmillä rahoitusmarkkinoilla, koska julkisen sektorin on helpompi tunnistaa investoinnit, joilla on jotain tarjottavaa yleiseen hyvinvointiin liittyen. Tähän liittyy myös tuottovaatimuksen ollessa alempi julkisen sektorin rahoittaessa yrityksiä eikä yksityisellä sektorilla välttämättä ole tarpeeksi tarjottavaa. (Martikainen & Martikainen 2006, 76-77.)

2.4.1 Julkiset rahoittajat Suomessa

Tekes on innovaatorahoituskeskus ja se rahoittaa pääasiassa yritysten projekteja. Tämän avulla yritykset voivat kasvaa ja uudistaa toimintaansa. Rahoitusta voi hakea sähköisesti ja sitä voi hakea milloin vain. Rahoitusmuotona on joko avustus tai laina, suurimmaksi osaksi Tekes rahoittaa lainaamalla pääomaa tutkimukseen ja kehitykseen. Yrityksellä on kuitenkin oltava oma osuutensa rahoituksessa eli Tekes rahoittaa vain osittaisessa asemassa. Vakuudeton ja matalakorkoinen laina tekee siitä yritykselle houkuttelevaa. Tekes rahoittaa vain Suomeen rekisteröityjä yrityksiä ja yhteisöjä, jotka harjoittavat taloudellista toimintaa. (Tekes 2013a.; Tekes 2013b.)

Finnvera on valtion omistama ulkoinen rahoittaja, joka pääosin keskittyy aikaisen vaiheen teknologiayrityksiin. Finnveran strategia on kehittää yrityksiä kansainvälisiksi ja kiinnostavammiksi jatkorahoituskohteiksi muille sijoittajille. Yrityksellä täytyy olla jokin

innovatiivinen palvelu tai uusi teknologia, jotta Finnvera olisi mahdollinen rahoittaja. Finnveran palveluihin kuuluu myös kilpailukykyisiä lainoja, takauksia sekä vientitakuita. (Finnvera.)

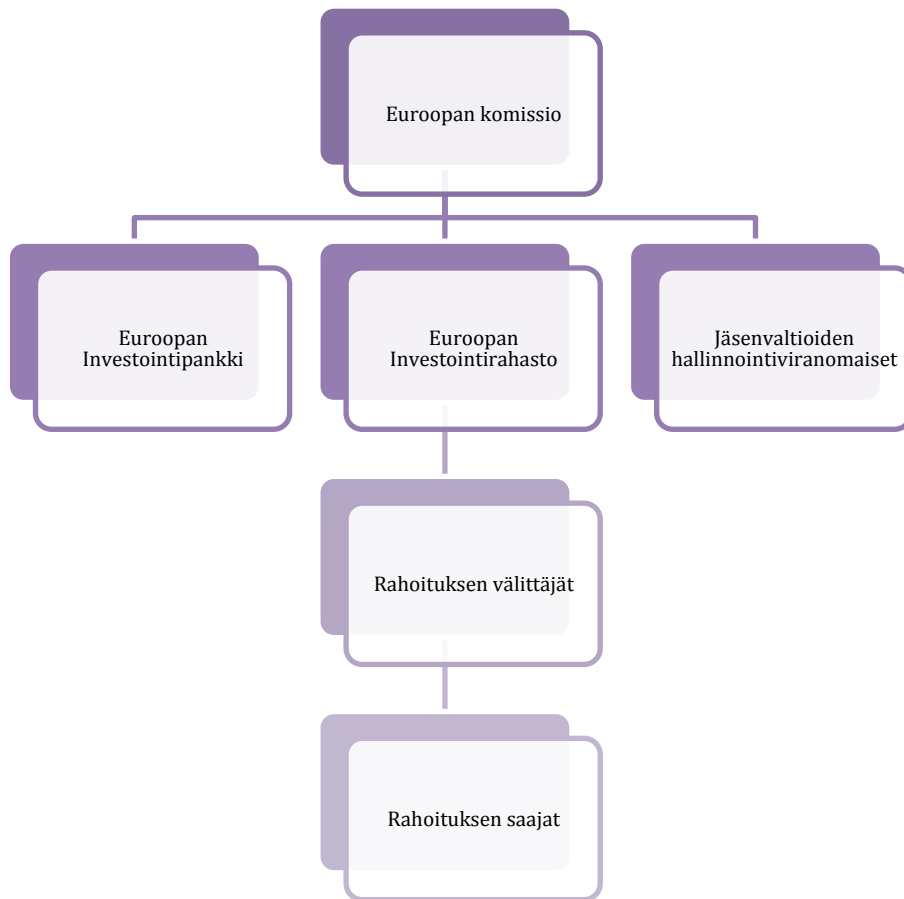
Sitra eli Suomen itsenäisyyden juhlarahasto rahoittaa kestäväää liiketoimintaa ja kestäväään yhteiskuntaan liittyviä palveluita. Sijoitustoiminta tapahtuu yksityisten pääomarahastojen kautta ja siinä korostuu vastuullisuus sekä aktiivinen omistajuus. Sitra tekee myös suoria sijoituksia, mutta vähäisessä määrin ja erittäin tarkan arvioinnin jälkeen. Sitra ei myönnä tukia tai avustuksia, rahoitus on ainoastaan siis markkinaehtoista. (Sitra 2011.)

Suomen teollisuussijoitus on valtion pääomasijoitusyhtiö ja se sijoittaa Suomessa toimiviin kasvuvaiheen yrityksiin. Teollisuussijoitus tekee pääomasijoituksia lupaaviin kasvu-yrityksiin, joilla on mahdollisuuksia kansainvälisillä markkinoilla. Pääomasijoitustoiminta tapahtuu täysin samoin perustein kuin yksityisen henkilön tai yrityksen tekemä pääomasijoitus. Tiettyä toimialaa ei ole rajattu mille ei sijoitettaisi, mutta sijoituksen merkitystä Suomen kansantaloudelle arvioidaan. Suomen teollisuussijoitus on valmis omistamaan enintään puolet siitä yrityksestä, johon sijoitus tehdään. Sijoituksen määrä on maksimissaan 10 miljoonaa euroa ja sijoituksesta on tarkoitus irtautua tietyn aikataulun mukaisesti. (Suomen teollisuussijoitus Oy 2011a.; Suomen teollisuussijoitus Oy 2011b.)

2.4.2 EU-rahoitus

Suomessa EU-rahoitusta välittää ja myöntää ELY-keskus. Se myös tarjoaa lisätietoa ja apua EU-rahoituksen osalta. EU-rahoituksella parannetaan alue- ja rakennepolitiikkaa Euroopan unionin sisällä. (ELY-keskus 2013.)

Euroopan komission alapuolella ovat Euroopan investointipankki, -investointirahasto sekä –jäsenvaltioiden hallinnointiviranomaiset. Näistä Euroopan komissio rahoittaa Euroopan investointipankkia ja hallinnoi suoraan Euroopan investointirahastoa. Näiltä kolmelta taholta rahoitus siirtyy paikallisille rahoituksen välittäjille kuten pankkilaitoksille ja pääomasijoitusrahastoille, jotka taas puolestaan saattavat rahoituksen loppukäyttäjälle eli yrityksille ja yrittäjille.



Kuvio 1. EU-rahoituksen kiertokulku (Euroopan unioni 2014.)

Euroopan unionin tarjoamalla riskipääoman ja muun pääomarahoituksen palveluilla voidaan tukea yrittäjiä ja yrityksiä. Kuitenkin paikallinen rahoituslaitos tekee aina viime kädessä päätökset rahoituksen ehdoista ja pääomarahoituksen myöntämisestä. Tietyistä toimintaohjelmista jäsenvaltiot voivat käyttää määrärahoja yritysten tukemiseen rahoituksen muodossa. (Euroopan unioni 2014.)

3 Sähköisen viestinnän välineet korkeakoulujen ja yritysten välille

Sähköinen viestintä kuuluu nykyaikaan ja sen avulla on voitu helpottaa niin yritysten ja oppilaitosten kuin yksilöidenkin kommunikointia. Yksi sähköisen viestinnän tavoitteista on kuitenkin luoda tietoisuutta ja herättää huomiota halutulla tavalla. Viestintä sähköisessä muodossa on myös kestävämpää ja ympäristöystävällisempää kuin perinteisten keinojen käyttäminen. Tässä kappaleessa esitellään korkeakoulujen näkökulmasta eri tapoja toteuttaa sähköistä viestintää.

Sähköiseen viestintään liittyy paljon perusasioita perinteisestä viestinnästä, mutta on syytä perehtyä muun muassa lakeihin, tietoturvaan ja laatuun verkossa esitettyyn tietoon liittyen. Jotta hallitsee viestinnän valmiudet verkko-aikaan on oltava osaamista, jolla luodaan laatua ja tästä saadaan sen kaltainen tulos mikä on haluttu. Keskeinen asia on informaatioteknologian hallitseminen ja käyttäminen oikealla tavalla. Viestinnän perusasioista luku- ja kirjoitustaito ovat tietenkin essentiaalisia. Vaikka nämä asiat olisivatkin kunnossa, vaaditaan myös tahtoa vuorovaikutukseen. (Alasilta 2000, 19-22.)

Verkossa voi tiedon vyöryn ansiosta olla vaikea keskittyä yksittäisiin asioihin ja tähän vaaditaan tottumista. Normaali kirjoittamisen ja lukemisen raja harmaantuu eri viestinnän välineissä. Tähän lisättynä vielä kuva, animaatio ja ääni, on tähän uuden aikakauden viestintään totuteltava ja opittava ymmärtää sen vahvuudet ja heikkoudet. (Alasilta 2000, 33.)

3.1 Sähköpostilla tavoittaminen

Alasillan (2000, 81.) mukaan Suomessa kolme neljäsosaa asukkaista, joilla oli vuosittain alussa mahdollisuus käyttää Internetiä, käyttivät sähköpostia. Näin ollen se onkin koko Internetin suosituimpia palveluja. Käytännössä sähköposti on kirjeen sähköinen versio, mutta se kuitenkin mahdollistaa reaaliaikaisen keskustelun ja viestinnän. Sähköpostin teho tavoitettavuuden osalta on kuitenkin laskenut sen jälkeen kun sitä ruvettiin käyttämään myös roskapostin lähettämiseen ja jakamiseen. (Juholin 2008, 77.)

Sähköposti on ehdottomasti vakiinnuttanut asemansa Suomessa eikä sen käytöltä voi välttyä niin arkielämässäkään kuin työelämässä. Tähänkin viestinnän välineeseen sisältyy haittoja ja ongelmia, jotka voivat johtaa ei-toivottuihin seurauksiin. Viesti voi lähteä väärään osoitteeseen myös silloin kun se sisältää arkaluontoista tietoa tai liikesalaisuuksia. Myös liitetiedostojen kanssa voi esiintyä ongelmia, avaamiseen vaaditaan uusia ohjelmia tai koko liitetiedosto ei avaudu. Yrityksissä ja yksityiselämässäkään on kiinnitettävä huomiota turvallisuuteen ja tutustuttava tarkemmin mahdollisiin ohjeisiin sähköpostin osalta. (Alasilta 2000, 81-86.)

Isojen ryhmien tai yhteisöjen kesken sähköpostin käyttöön kohdistetaan erittäin suuria odotuksia, jotka eivät yleensä ole niin realistisia. Vaihtoehtoisia tapoja toteuttaa suurten ryhmien keskustelua tai ongelman ratkomista löytyy monia, joten onkin suotavaa miettiä lopullista tehokkuutta viestinnän osalta. Loppuen lopuksi sähköposti on edullinen ja helppo tapa tavoittaa ja se on kaikkien saatavilla. Nopeasti tapahtuva tiedonvälitys kuuluu nykyaikaan vaikka sähköposti on suhteessa vanha keksintö. Yritysten, yhteisöjen ja oppilaitosten olisikin syytä miettiä strategiaa viestintään unohtamatta sähköpostin käyttöä oikeanlaisesti ja tehokkaasti. (Alasilta 2000, 90-106.; Juholin 2008, 77.)

3.2 Videokonferensseilla ja webinaareilla interaktiivisuutta

Videokonferenssit ja webinaarit ovat verkossa tapahtuvaa videon ja äänen ajantasaista välittämistä kahden tai useamman osapuolen kesken. Tarvittava ohjelmisto voi olla verkkosivustolla tai ladattuna omalle tietokoneelle. Videokonferenssi perustuu kommunikointiin osapuolien kesken, kuten ilman lisälaitteita tapahtuva palaveri yrityksessä. Webinaari taas tulee englannin kielen sanoista ”web-based seminar” ja on nimensä mukaisesti seminaari eli yksipuolinen esitys. (PC Magazine 2014a.; PC Magazine 2014b.)

Ohjelmia videon ja äänen ajantasaiseen jakamiseen löytyy monilta tarjoajilta. Skype on tarkoitettu pääasiallisesti yksityisille, mutta myös yritykset voivat hyödyntää sen videopuhelu ominaisuutta videokonferensseissa. Cisco WebEx on tarkoitettu lähinnä yritysten väliseen kommunikointiin eli yritysasiakkaille yleisesti. Youtubeen voi ladata videoi-

ta, jotka jaetaan asiakkaille tai kohderyhmälle webinaarin tavoin. (Epiphan Systems 2014.; Cisco WebEx 2014.)

Verkossa tapahtuva viestintä, palavereiden pitäminen ja tiedonjako on tehokkaampaa, ympäristöystävällisempää sekä hyväksi työntekijöille. Palavereiden järjestäminen verkon välityksellä vähentää matkustusta yrityksissä sekä työntekijöiden stressiä ajankäytön osalta. Aikaa kuluu vähemmän ja laitteet ovat sitä tasoa että interaktiivisuus ei katoa videon laadun tai äänen heikkouden johdosta. Kulut pitkällä aikavälillä vähenevät yrityksissä, jotka hyödyntävät videokonferensseja toiminnassaan tai edes tarjoavat laitteistoja työntekijöilleen ja kannustavat heitä käyttämään etäyhteydenottoa. Webinaareilla saadaan esitettyä esimerkiksi ison konsernin yhteisiä pelisääntöjä intranetissä eikä tarvitse monia järjestettyjä opetustilaisuuksia keskitason esimiehille, jotta jokaiseen yksikköön saataisiin sama ohjeistus. (Wainhouse Research 2005.)

Videokonferenssiin tarvittava laitteisto ja ohjelmisto on kehittynyt vuosien varrella ja nykyään jo videokonferenssien viive videossa ja äänessä voi olla niin pientä ettei sitä huomaa. Tämä johtuu siitä että laitteiden valmistajat päivittävät tuotantoansa jatkuvasti ja pyrkivät olemaan markkinajohtajia omilla aluevaltauksillaan. (The New York Times 2007.)

3.3 Verkkosivusto viestintävälineiden runkona

Verkkosivu luodaan HTML-kielellä, joka tulee englannin kielen sanoista ”Hypertext markup language”. Tällä yhdellä ohjelmointikielellä voidaan luoda erilaisia verkkosivuja, jotka taas käännetään normaalille kuluttajalle ymmärrettäväksi verkkosivujen selaimella. Verkkosivu voi olla joko staattinen tai dynaaminen. Staattisella sivulla tarkoitetaan sitä että mikään sivulla ei muutu kun sitä tarkastellaan. Dynaamisella sivulla taas mainokset tai eri komponentit voivat olla ajastettuja ja ne voivat muuttua tietyin väliajoin. (Tech-Terms 2014.)

Verkkosivusto on hyvä ja monipuolinen viestintäväline niin yksityisille kuin yrityksillekin. Hyvällä verkkosivustolla voidaan saavuttaa lukemattomia etuja yritykselle kilpailussa. Verkkosivusto koostuu kuitenkin monista eri osista, joihin joutuu paneutumaan

niitä suunnitellessa ja ne kannattaa toteuttaa parhaalla mahdollisella tavalla, jotta saavutetaan odotettu lopputulos. Tekstin pitäisi olla helposti luettavaa ja laadukasta, kuvien taas vetoavia ja hyvä laatuista. Otsikointiin, väreihin ja haluttuun kokonaistyyliin pitäisi saada tietty harmonia ja näiden kaikkien palasten pitäisi toimia saumattomasti yhdessä. Halutun viestin pitäisi mennä selvästi perille sivulla käyvälle vierailijalle, ja pitää muistaa että jokainen vierailija on erilainen. (Smashing Magazine 2009.)

Menestyvään viestintään verkkosivuston kautta liittyy niin aikaan kuin rakenteeseen liittyviä kysymyksiä. Tänään kirjoitettu teksti saattaa olla jo vanhaa tietoa huomenna, tämä pitäisi taas seuraavana päivänä päivittää sivuille. Toisaalta teksti on digitaalisessa muodossa niin se on yleensä helpommin ymmärrettävämpää. Verkkosivujen luojan pitäisikin siis miettiä minkälaista tekstiä julkaista sekä milloin. Rakenteen tulisi olla yksinkertainen eli pääsivu on vain avain koko sivustoon ja sen pitäisi herättää kiinnostus sivuilla vierailevissa ihmisissä. Pääsivusta päästään yleiseen tietoon linkkien kautta ja näistä taas enemmän yksityiskohtaisempaan tietoon. Muussa tapauksessa sivustosta voi tulla sekava. Myös multimedialla saadaan aikaan erilaisia efektejä sivustolla, jolla saadaan monimutkaisempi tieto esitettyä yksinkertaisemmassa ja näyttävämmässä muodossa. (European Commission 2014.)

3.4 Kiinnostuksen herättäminen sosiaalisen median avulla

Nykypäivän nopeasti kehittyvä teknologia, innovatiivisuus ihmisten kesken sekä yleinen tarve kehittää arkipäivän asioiden yksinkertaistavia ratkaisuja luovat mahdollisuuden kaikille verkostoitua erilaisissa yhteisöissä. Verkkoyhteisöille ominaista on että yksilöt tuottavat sisältöä itse ja yhteisö rakentuu tämän itsetuotetun tiedon ympärille. (Juholin 2008, 76.)

Sosiaaliseen mediaan kuuluu erilaisia yhteisöjä verkossa, joita on monia erilaisia ja ne jakautuvat erilaisiin teemoihin. Näiden yhteisöjen teemoja voivat olla tiettyihin ammatteihin perustuvia, tiettyjen kiinnostusten kohteiden ympärille rakennettuja tai minkä vain yhdistävän asian ympärille sijoitettuja yhteisöjä. Alaluokkina näille voivat olla esimerkiksi blogit ja erilaiset yhdessä tuotetut tietosivustot. Tunnistettavia merkkejä näille

toiminnoille ovat kommunikaatio ihmisten kesken ilman rajoja sekä julkinen keskustelu. (Juholin 2008, 76.)

Esimerkki tunnetusta sosiaalisesta mediasta on ensimmäisenä Facebook, joka on käytännössä suurin ja tunnetuin. Facebookissa ihmiset voivat vapaasti kommunikoida keskenään, tuoda asioita esille erilaisissa ryhmissä tai tutustua eri yritysten luomiin sivuihin. LinkedIn on ammatillinen yhteisö, jossa ihmiset kertovat työhistoriansa ja koulutuksensa ja tämän tarkoituksena on verkostoitua ja mahdollisesti vauhdittaa työuraa. Myspace taas on yhteisö, jossa ihmiset luovat profiilin itselleen ja voivat lisätä profiliin musiikkia, kuvia ja videoita. Toisten ihmisten profiileihin voi tutustua näin ollen vapaasti. Näissä yhteisöissä sadat miljoonat yksilöt viestivät keskenään. (Juholin 2008, 76.)

4 Teorian yhteenveto

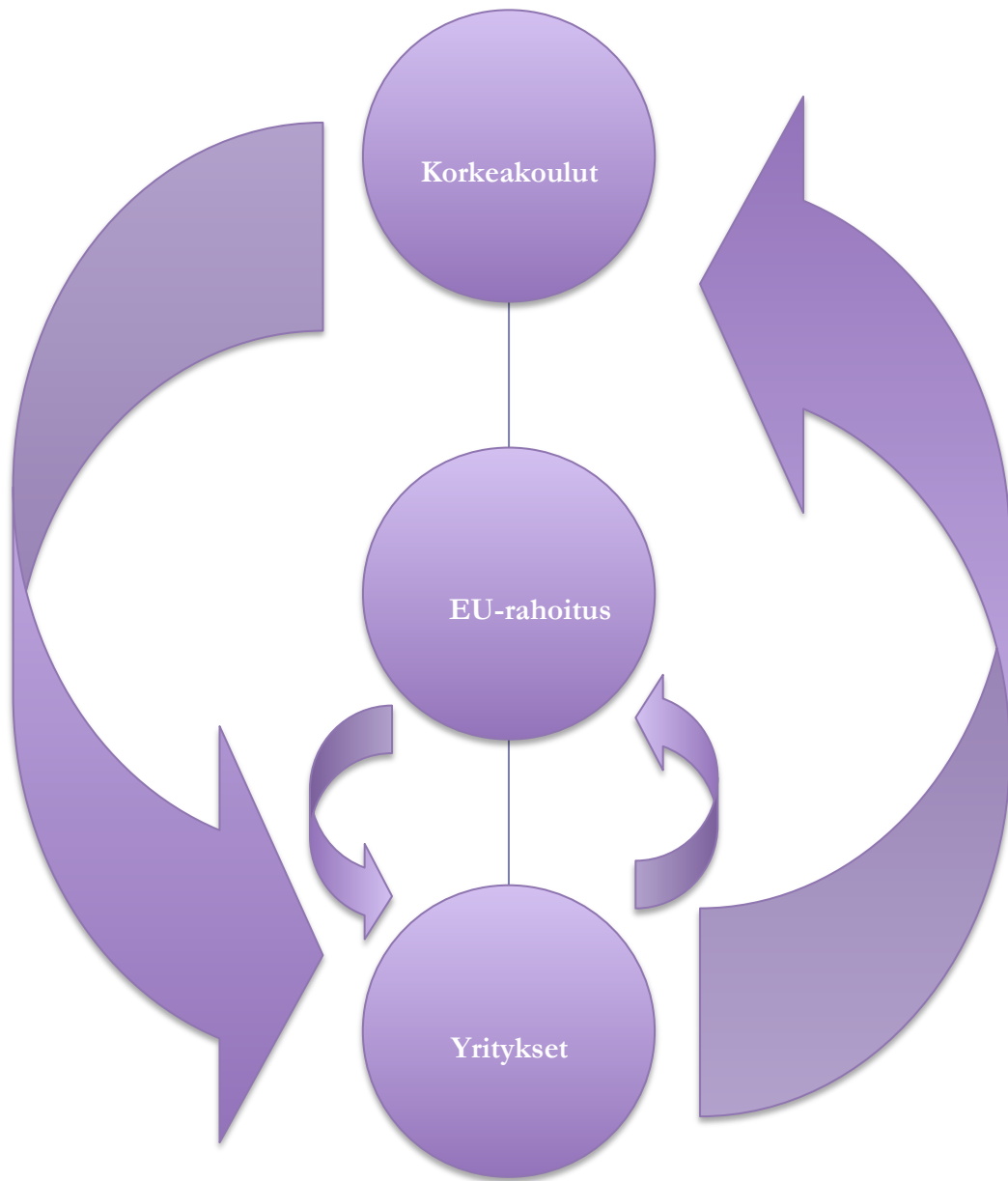
Ilman rahoitusta ei olisi yrityksiä, ilman korkeakouluja ei olisi kehittyviä yhteiskuntia eikä ilman kommunikaatiota olisi kumpakaan edellä mainituista asioista. Nämä aiheet hallitsemalla ja yhdistämällä saadaan luotua jo paljon.

Rahoituksen mahdollisuudet uudistuvat koko ajan, mutta edelleen vanhat oman- ja vieraan pääoman ehtoiset instrumentit toimivat yleisimpinä rahoitusmuotoina yrityksille. EU-rahoitus on mielenkiintoinen vaihtoehto juuri ehtojensa puolesta sekä sen ohella mahdollisesti saatavasta neuvonnasta tai konsultoinnista. Yritysten on oltava aktiivisia löytäessään EU-rahoitusta tarjoavat tahot kotimaastaan sekä selvittämällä kuinka näitä avustuksia, tukia tai lainoja haetaan. Tässä taas auttaisi kommunikaatio korkeakoulujen ja yritysten välillä sillä korkeakouluilla olisi mahdollisuus ohjeistaa yrityksiä tämän ongelman saralla.

Viestinnästä päästään nykyteknologiaan, joka tähtää tuottavampaan ja yksinkertaisempaan kommunikaatioon yritysten, ihmisten ja yhteisöjen välillä. Sähköisen viestinnän välineet nykyaikana ja todennäköisesti tulevaisuudessa mahdollistavat paljon uusia innovaatioita ja mahdollisuuksia. Uudet keksinnöt saattavat tulla korvaamaan edellistä samaan alueeseen kuuluvaa välinettä, mutta mahdollista on myös keksinnön pysyminen käytössä erittäinkin pitkän ajan kuten sähköpostin.

Yhdistämällä mahdollisuuden korkeakoulujen tarjoamalle konsultoinnille EU-rahoituksesta ja satamissa toimivien pienten- ja keskisuurten yritysten rahoitustarpeen, vaaditaan väliin kommunikaatiota, joka tapahtuu tehokkaasti sähköisen viestinnän välineillä. Näillä välineillä voidaan tuoda yhteen kaksi osapuolta, johon tämän opinnäytteen teoria pohjautuu.

Korkeakoulut voisivat panostaa yhteistyöhön enemmän yritysten kanssa, ei pelkästään vierailijaluennoinnin osalta vaan käytännöllisemmällä otteella. Opiskelijat voisivat tutustua yrityksiin opintojaksoilla ja luoda jotain hyödyllistä käytännössä esimerkiksi ryhmätyön voimin yritykselle.



Kuvio 2. Toiminta kaikkien osapuolien kesken

5 Viestinnän tehostaminen Eco-sup-Port –projektin EU-rahoitus työkalulle

Työn tarkoituksena on tehostaa viestintää Eco-sup-Port –projektin EU-rahoitukseen tähtäävän työkalun osalta ja tuoda lähemmäksi yhteen satamissa toimivia yrityksiä sekä ammattikorkeakouluja.

5.1 Produktisuunnitelma ja aikataulu

Produktin aikataulu oli suoraan määritelty toimeksiantajan puolesta.

Ajankohta	Tehtävä
Joulukuu 2013	Projektiin osallistuminen
Tammikuu 2014	Kickoff tapaaminen
Helmikuu 2014	Vuosaaren satamassa toimivien yritysten kontaktointi
Maaliskuu 2014	Maakohtaisen raportin työstäminen
Huhtikuu 2014	Yritysten vastauslomakkeiden analysointi ja raportin työstäminen
Huhtikuu 2014	Projektiin osallistuvien yritysten vastauslomakkeiden yhteenveto
Huhtikuu 2014	Maakohtaisen raportin työstäminen ja alustavan version palauttaminen
Toukokuu 2014	Kahden viikon intensiivijakso Istanbulissa
Toukokuu 2014	Viestinnän kehitysehdotuksien luominen
Toukokuu 2014	Lopullisen raportin palauttaminen viestintäehdotuksista

Taulukko 1. Produktisuunnitelma

5.2 Aineisto ja sen keruumenetelmät

Opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena työnä eli produktina toimeksiantajalle. Varsinainen tutkimus liittyy koko Eco-Sup-Port –projektiin ja näin ollen aineistoa on kerätty vain lähdekirjallisuuden osalta tähän produktiin. Lähdekirjallisuus on viestinnän ja rahoituksen osalta ammattikirjallisuutta, joka on mahdollisimman hyvin valittu luotettavista lähteistä. Opinnäytetyössä on käytetty myös sähköisiä lähteitä.

5.3 Hyödynnettävyys

Opinnäytetyön hyödynnettävyyttä mietittäessä otetaan huomioon työn yksilöllinen arvo ja kuinka hyvin se on toistettavissa samoista lähtökohdista. Arvokkuus objektiivisesti ajatellen riippuu siitä kuinka mielellään korkeakoulut olisivat valmiita organisoimaan erillistä toimintaa tai mahdollisesti opintojaksoa liittyen aiheeseen. Todennäköisesti pelkästään satamissa toimivia yrityksiä, jotka hakevat rahoitusta, on sen verran niukasti että joko kohderyhmää pitäisi hieman laajentaa tai lisätä EU-rahoituksen lisäksi muu kuin EU-alueelle suunnattu julkinen rahoitus aiheeseen. Tämä mahdollistaisi kohderyhmän laajentamisen maailmanlaajuisesti satamissa toimiviin yrityksiin.

Työn toistettavuus on teoriassa muuttumaton eli kuka vain voisi samoilla tiedoilla tehdä samasta aiheesta opinnäytetyön. Tähän liittyvä käytännön ongelma on kuitenkin projektissa, joka on päättynyt jo eli työn toistamiseksi tarvittaisiin saman alkuperäisen projektin organisoitavan uudestaan.

5.4 Produktin toteutus

Alkuperäinen idea projektiin osallistumisesta tuli Haaga-Helian MyNetin uutiskohdasta, jossa ilmoitetaan eri tapahtumista, projekteista ja työpaikoista. Huomasin alkutalvesta 2013, että seuraavana keväänä toteutetaan Eco-sup-Port –projektin viimeinen jakso, johon haetaan opiskelijoita. Projektiin kuului kahden viikon mittainen intensiivijakso Istanbulissa, joka tietenkin herätti kiinnostuksen. Aloittaessani opiskelun Haaga-Heliassa aloin myös kiinnostumaan yleisesti kestävästä kehityksestä, siihen liittyvistä innovaatioista ja ympäristöystävällisyyteen yleisesti liittyvistä asioista. Myös kansainvälinen kokemus ja kielitaidon harjaannuttaminen herätti kiinnostuksen projektissa. Yh-

teensä viidestä maasta osallistui opiskelijoita tämän viimeisen jakson toteuttamiseen projektin osalta.

Produkti toteutettiin tammi- ja toukokuun välissä vuonna 2014. Produktin toteutus alkoi kickoff tapaamisella Haaga-Heliasta osallistuneiden opiskelijoiden ja opettajien kesken. Tässä tapaamisessa sovittiin yhteisiä aikatauluja ja määräaikoja mihin mennessä tietyt projektiin liittyvät asiat on hoidettava. Saimme edellisen vuoden opiskelijoilta listan yrityksistä Vuosaaren satamassa ja näiden yritysten kontaktointi alkoi helmikuussa.

Jokainen opiskelija sai vastuulleen kontaktoida tietyn määrän yrityksiä ja yrittää saada heidät osallistumaan mukaan projektiin. Maaliskuussa työstimme jo maakohtaista raporttia, joka oli palautettava ennen toukokuun intensiivijaksoa. Huhtikuussa aloitimme yritysten vastauslomakkeiden analysointia ja työstimme raporttiamme lisää. Alustava versio raportista saatiin palautettua jo huhtikuun loppuun mennessä. Raporttiin sisältyi yhteenveto yritysten vastauslomakkeiden tuloksista ja tähän liittyvää asiatekstiä.

Toukokuussa kaikki oli valmista Suomen päässä ja koitti kahden viikon intensiivijakso Istanbulissa, Turkissa. Intensiivijakson aikana meidät jaettiin ryhmiin ja jokainen ryhmä työsti omaa aihealuetta. Jokainen ryhmä koostui aina eri maiden oppilaista. Siinä vaiheessa kun eri ryhmiin sai osallistua niin kiinnostuin viestinnän kommunikaatioryhmästä, missä perusteena oli keksiä välineitä sähköiseen viestintään ja perustella näiden hyödynnettävyys projektissa. Intensiivijakson lopussa viestinnän kommunikaatioryhmämme kokosi viestintään liittyen kehitysehdotuksia jokaisen maan omalle työkalulle.

Produkti päättyi intensiivijaksoon ja tämän jälkeen rupesin keskittymään tietyn maakohtaisen työkalun viestinnän tehostamiseen, josta sain opinnäytetyön aiheen. Valitsin Latvian maakohtaisen aiheen, joka oli EU-rahoitus. Tutkin Latvian opiskelijaryhmän tuottamaa aineistoa EU-rahoituksesta sekä sen hyödyntämisestä Pk-sektorilla ja kiinnostuin tästä, koska oma pääaineeni on kuitenkin finanssi ja talous.

Uskoin intensiivijakson jälkeen että saan sidottua yhteen viestintäryhmästä saamani kokemuksen ja muiden mielipiteet sekä ehdotukset tähän EU-rahoituksen hakemiseen tarkoitettuun työkaluun. Aiheet kohtasivat mielestäni hyvin ja halusin kehittää suunnit-

telman yrityksille ja korkeakouluille puhaltaa yhteen hiileen, jolloin kummatkin hyötyvät tahollaan.

5.5 Viestinnän tehostamisen suunnitelma

Suunnitelmaan sisältyy yrityksen toimet huomion herättämiseen, kohderyhmän tavoittamiseen sekä kommunikaation ylläpitämiseen sidosryhmien kesken. Yrityksen tai korkeakoulun on ensin kiinnitettävä vastapuolen huomio, joka tapahtuu sähköpostilla. Tämä sähköisen viestinnän perinteinen väline on helppo ja suora työkalu käytettäväksi huomion herättämiseen. Tavoittamisen jälkeen luodaan interaktiivisuutta viestintään suorilla videokonferensseilla tai verkkosivun kautta pidettävillä webinaareilla. Webinaareja voidaan tehdä ajankohtaisista aiheista tai lakimuutoksista säännöllisin väliajoin.

Sosiaalisen median avulla saadaan herätettyä yleisön huomio ja tietoisuus tämänlaisesta toiminnasta, joka taas parantaa imagoa ja näkyvyyttä yleisesti. Sosiaalisen median päivittäminen onnistuu myös hyvin verkkosivun kautta, josta se menee valittuihin yleisimpiin sosiaalisen median palveluihin kuten Facebook ja Twitter. Tätä koko prosessia voidaan siis pyörittää hyvin suunniteltujen ja huolitellun verkkosivuston kautta. Suunnitelman luomisessa on ajateltu läheisesti viestinnän koko prosessin eteenpäin viemistä. Tästä johtuen ensin panostetaan huoliteltujen verkkosivujen luomiseen, jolla voidaan lopuksi ohjata muita sähköisen viestinnän välineitä.

Opinnäytetyön liitteenä on itse viestinnän tehostamisen suunnitelma kuvattu yksinkertaisena prosessina sekä yksityiskohtaisena toimintasuunnitelmana kuvitteelliselle tapaukselle, johon sitoutuu koko produktin idea.

6 Johtopäätökset

Työn merkitys Eco-sup-Port –projektille eli työn toimeksiantajalle on selvä, koska projektin työkalun tarkoituksena on tuoda ammattikorkeakouluja ja satamissa toimivia yrityksiä yhteen ja tehostaa näiden viestintää. Työ tähtää juuri projektin tavoitteisiin ja pyrkii parantamaan jo olemassa olevaa sähköistä viestintää tällä osa-alueella.

6.1 Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotukset

Kehitysehdotuksena itse työkalun markkinoimiseen aluksi olisi panostettava niin rahallisesti kuin ajallisestikin, jotta kaikki satamissa toimivat yritykset olisivat oikeasti tietoisia EU-rahoituksen mahdollisuudesta ja voisivat tutustua etenemisohjeisiin rahoituksen hakuprosessin osalta. Viestinnän kannalta kaikkia sähköisiä kanavia olisi hyödynnettävä niin pitkälle kuin mahdollista, joka taas parantaisi näkyvyyttä ja lisäisi tulevaisuuden mahdollisuuksia yrityksille EU-rahoituksen avulla.

Jatkotutkimuksena voitaisiin tehdä uusi kysely EU-rahoituksesta päättävälle tahoille, minkälaisia yrityksiä EU-rahoitusta pääasiassa hakevat ja tuoda läpinäkyvämmäksi näin ollen hakijan kriteereitä ja hakuprosessin kulkua. Opinnäytetyö EU-rahoituksen hajoista, annetuista tuista yhteensä ja näiden pohtimisesta voisi olla mielenkiintoinen aihe seuraavina vuosina.

6.2 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyö prosessina oli minulle opettava kokemus ja harjoitusta ajanhallintaan sekä suunnittelemiseen. Sisältöön perehtyminen ja sisällön muokkaaminen vie aikaa, mutta palkitsee kuitenkin lopulta. Minulle työ oli järkevämpää tehdä jaksoissa, joissa jokaisessa keskityn aina opinnäytetyön eri osa-alueeseen.

Aloitin opinnäytetyön työstämisen kesäkuussa toisen lukuvuoteni jälkeen sillä halusin saada sen valmiiksi ennen opiskelijavaihtoaani. Työ eteni järjestelmällisesti ja hyvin ohjeiden mukaan kesällä vaikka viimeistelyyn syyskuussa kuluikin yllättävän paljon aikaa. Työhön kokosin mielestäni kaiken oleellisen aiheeseen liittyen ja teoria tukee produktia niin käytännössä että kirjallisesti.

Itse opinnäytetyön idea ja työstäminen projektina oli hieno kokemus, sillä projekti lop-
pui kahden viikon intensiivijaksoon Istanbulissa. Ammatillisesti uskon että tästä opin-
näytetyöstä ja projektista on myöhemmin hyötyä kun on paremmin tutustunut EU-
rahoituksen hankintaan ja sähköisen viestinnän keinoihin. Olen tyytyväinen että tein
opinnäytteeni juuri tästä aiheesta, sillä työn eteneminen sujui mallikkaasti kun aihe oli
alusta alkaen kiinnostava.

Lähteet

Alasilta, A. 2000. Verkkoajan viestintä. Tulkinta – Ilmaisu – Vuorovaikutus. Kauppa-kaari. Pieksämäki.

Cisco WebEx 2014. Products & Pricing. Web conferencing. Luettavissa: <http://www.webex.com/products/web-conferencing.html>. Luettu 10.9.2014.

ELY-keskus 2013. EU-rahoitus. Luettavissa: <http://www.ely-keskus.fi/web/ely/eu-rahoitus#.VAXLIksVduY>. Luettu 2.9.2014.

Epiphan Systems 2014. Solutions. Articles. Web conferences: Going beyond sharing presentations and desktops. Luettavissa: http://www.epiphan.com/solutions_new/articles/eng/web-conferences-going-beyond-sharing-presentations-and-desktops/. Luettu 10.9.2014.

Euroopan unioni 2014. Sinun Eurooppasi. Yritykset. Rahoitus. EU-rahoitus. Luettavissa: http://europa.eu/youreurope/business/funding-grants/access-to-finance/index_fi.htm. Luettu 3.9.2014.

European Commission 2014. Research. Science & Society. Guide to successful communications. Websites. Ten keys to good web communication. Luettavissa: http://ec.europa.eu/research/science-society/science-communication/website2_en.htm. Luettu 10.9.2014

Finnvera. Pääomasijoitukset. Sijoitukset. Luettavissa: <http://www.finnvera.fi/paaomasijoitukset/Sijoitukset>. Luettu 2.9.2014.

Heiniö, S., Linnanvirta, R., Nykky, U., Tikka, M., Virtanen, P. 2014. Rahoitusinstrumentit. Yrityksen kirjanpito, tilinpäätös ja verotus. Sanoma. Helsinki.

Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. WSOY. Helsinki.

Leppiniemi, J. 2005. Rahoitus. 4. uudistettu painos. WSOY. Helsinki.

Leppiniemi, J., Puttonen, V. 2002. Yrityksen rahoitus. 2. uudistettu painos. WSOY. Porvoo.

Martikainen, M., Martikainen, T. 2006. Rahoituksen perusteet. 6. uudistettu painos. WSOY. Helsinki.

Niskanen, J., Niskanen, M. 2007. Yritysrahoitus. 5. uudistettu painos. Edita. Helsinki.

Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624.

PC Magazine 2014a. Encyclopedia. Web conferencing. Luettavissa:
<http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/54287/web-conferencing>. Luettu 10.9.2014.

PC Magazine 2014b. Encyclopedia. Webinar. Luettavissa:
<http://www.pcmag.com/encyclopedia/term/54380/webinar>. Luettu 10.9.2014.

Sitra 2011. Yritysrahoitus. Kestävää hyvinvointia edistävää liiketoimintaa. Luettavissa:
<http://www.sitra.fi/sitra/yritysrahoitus>. Luettu 2.9.2014.

Smashing Magazine 2009. Clear And Effective Communication In Web Design. Luettavissa: <http://www.smashingmagazine.com/2009/02/03/clear-and-effective-communication-in-web-design/>. Luettu 10.9.2014.

Suomen teollisuussijoitus Oy 2011a. Yhtiö. Luettavissa:
<http://www.teollisuussijoitus.fi/yhtio>. Luettu 2.9.2014.

Suomen teollisuussijoitus Oy 2011b. Sijoitustoiminta. Sijoitukset yrityksiin. Pääomasijoituksia kasvuyrityksiin. Luettavissa:
<http://www.teollisuussijoitus.fi/sijoitustoiminta/sijoitukset-yrityksiin>. Luettu 2.9.2014

TechTerms 2014. Definition. Web Page. Luettavissa:

<http://www.techterms.com/definition/webpage>. Luettu 10.9.2014.

Tekes 2013a. Rahoitus. Yritykset. Rahoitusta yritysten kehitysprojekteihin. Luettavissa:

<http://www.tekes.fi/rahoitus/rahoitusta-yritysten-kehitysprojekteihin/>. Luettu 2.9.2014.

Tekes 2013b. Rahoitus. Tekes palvelee Suomalaisen elinkeinoelämän ja tutkimuksen uudistumista. Luettavissa: <http://www.tekes.fi/tekes/>. Luettu 2.9.2014.

The New York Times 2007. Technology. Videoconferencing's virtual leap forward.

Luettavissa: http://www.nytimes.com/2007/08/29/technology/29iht-ptend30.1.7299576.html?_r=0. Luettu 10.9.2014.

Wainhouse Research 2005. The Business Case for Videoconferencing. Achieving a

Competitive Edge. Luettavissa: <http://www.wainhouse.com/files/papers/wr-bizcase4vc-v2.pdf>. Luettu 10.9.2014.

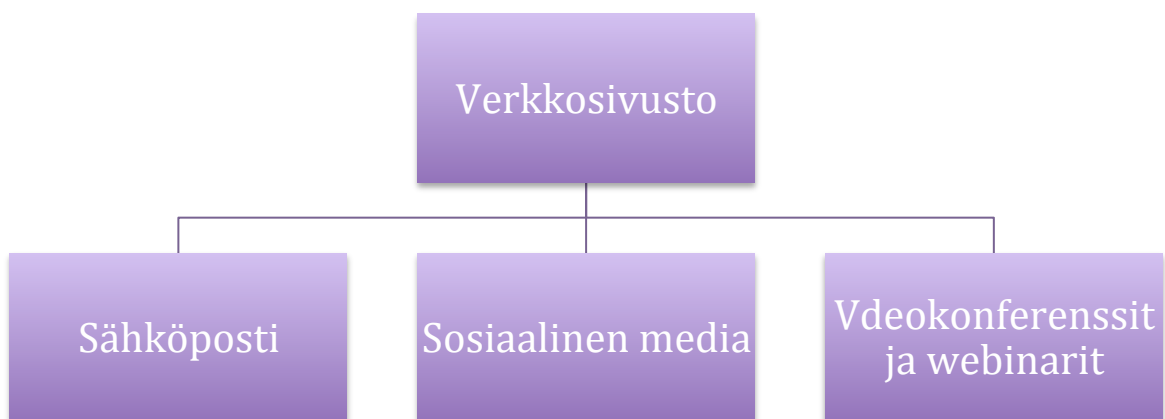
Liitteet

Liite 1. Viestinnän tehostamisen suunnitelma EU-rahoitukseen tähtäävän työkalun kehittäjälle.

Viestinnän tehostamisen suunnitelma

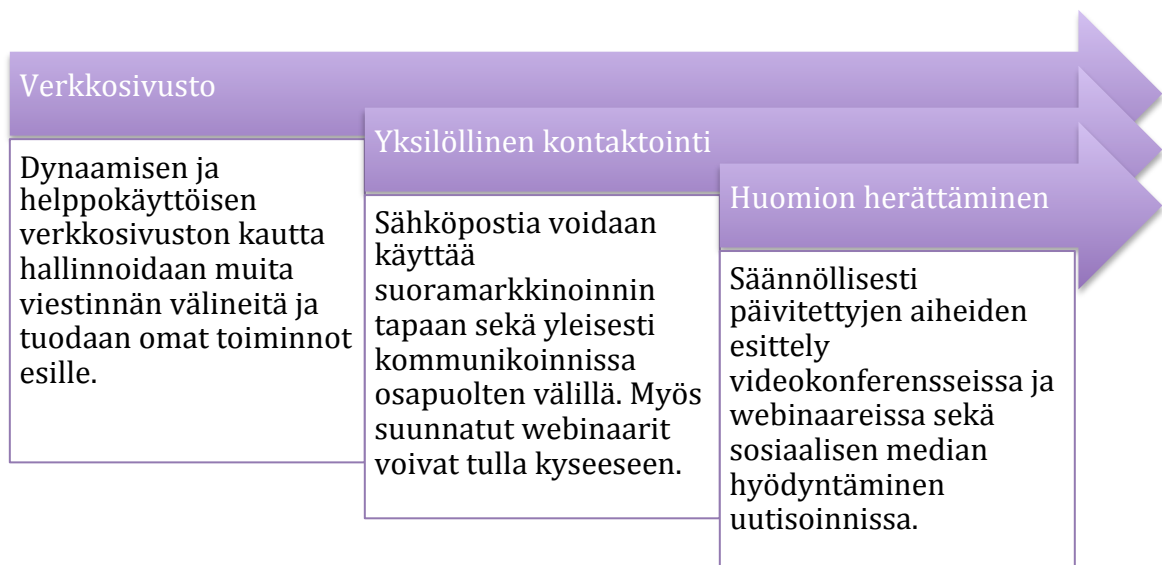
Alkutilanteena voidaan todeta että korkeakouluilla on rakenteellisesti hyvin suunniteltu verkkosivusto, jolla voidaan hallinnoida suurimpaa osaa muista sähköisen viestinnän välineistä. Kohderyhmä on selvä eli satamissa toimivat pienet- ja keskisuuret yritykset. Lopullisena tavoitteena on kohderyhmälle saatava EU-rahoitus, mutta toissijaisena tavoitteena on helpottaa lopullisen tavoitteen saavuttamista ja tuoda korkeakoulujen ja yritysten yhteistyötä käytännöllisemmäksi sekä yksityiskohtaisemmaksi.

Kanavat toteutettavaan sähköiseen viestintään nähdään allaolevasta kuvioista:

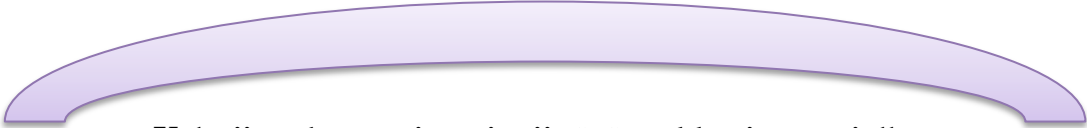


Verkkosivuston ydinviestinä on mainostaa kyseistä korkeakoulua ja tuoda yleistä tietoa siitä. Siellä myös voidaan tuoda ilmi erilaisia projekteja kuten yhteistyö yritysten kanssa. Sähköpostia käytetään yritysten kanssa normaaliin kommunikointiin, mutta myös kontaktoidaan suoramarkkinoinnin tapaan yrityksiä ja herätetään näin kiinnostus. Sosiaalisella medially mainostetaan aihetta yksityisille ja näin tuodaan tietoisuuteen korkeakoulujen tarjonta palveluista yrityksille. Suunnatut ja opettavat webinaarit voidaan myös kohdistaa suoraan kohderyhmään kuuluville yrityksille. Videokonferensseilla voidaan pitää yhteisiä seminaareja verkossa yritysten ja korkeakoulujen kesken. Niihin voi osallistua niin opettajat kuin oppilaatkin.

Seuraava kuvio esittää yksinkertaisesti kommunikaation tarkoituksen ja järjestyksen viestinnän välineen käyttöönotolle:



Seuraavaksi kuvataan yksityiskohtainen esimerkki aikajanan muodossa missä vaiheessa ja milläläilla kutakin kanavaa hyödynnetään korkeakoulun, yritysten ja EU-rahoituksen myöntäjän kesken.



Valmiina dynaaminen ja riittävä verkkosivusto, jolla hallitaan sähköpostia, sosiaalisen median päivityksiä sekä verkkosivuston kautta voidaan käydä videokonferensseja ja esittää webinaareja.

Valmistelu

1. Perustetaan Facebookiin, Twitteriin sekä LinkedIniin korkeakoulun oma tili.
2. Videokonferenssien ja webinaarien mahdollistava ohjelmisto verkkosivuille.
3. Tietokanta satamissa toimivista yrityksistä ja näiden yhteystiedot yhdistettynä sähköpostiin.

Kohdistettu viestintä

4. Sähköposti jokaiselle yritykselle, joiden yhteystiedot löytyvät tietokannasta. Sähköpostin sisältöön kuuluu:
 - Tiedot ajankohtaisista ja haettavista olevista EU-rahoituksen –projekteista
 - Tarjotut palvelut yrityksille kuten konsultointi ja apu hakemiseen sekä kriteereihin rahoituksen osalta
 - Esittely yrityksen saamista hyödyistä
 - Tarkat yhteystiedot ja alustava prosessikuvaus yritykselle kuinka edetä eteenpäin
5. Ensimmäinen webinaari verkkosivulle, jossa esitellään esimerkiksi opintojakso liittyen rahoitukseen, opintojakson osallistujat ja mahdollisuus projektiin opintojaksolla. Projektissa opiskelijat voivat opettajan ohjeistuksella luoda yritykselle rahoitussuunnitelman. Webinaariin vievä linkki jaetaan jokaisessa sosiaalisen median kanavassa.

Sosiaalisen median hyödyntäminen

6. Sosiaaliseen mediaan aktiivisesti päivitettävät asiat:
 - Uutiset EU-rahoitukseen liittyvistä ajankohtaisista asioista
 - Uusista projekteista korkeakoulun sisällä
 - Yhteistyömahdollisuudet yritysten kanssa
 - Mainokset mitä korkeakoulu tarjoaa yrityksille

Satamassa toimiva keskisuuri yritys kiinnostuu EU-rahoituksesta

7. Yrityksen kanssa kommunikoidaan sähköpostitse ja sovitaan videokonferenssista, johon osallistuu muutama asiantuntija korkeakoulusta sekä rahoituksen opintojaksolle osallistuvat opiskelijat.
8. Videokonferenssi toteutuu ja seminaarissa kerrotaan meneillään olevista EU-rahoituksen projekteista, valintakriteereistä sekä yleisesti ehdoista rahoituksen osalta.
9. Konferenssin lopuksi sovitaan että korkeakoulu luo opintojaksolla suunnitelman EU-rahoituksen hakemiseen ja toteuttaa sen yhteistyössä yrityksen edustajien kanssa.

Tavoitteen saavuttaminen

10. Suunnitelma hakuprosessista käydään läpi yhdessä korkeakoulun asiantuntijoiden, opiskelijoiden sekä yrityksen edustajien kanssa henkilökohtaisessa tapaamisessa.
11. Yritys aloittaa hakuprosessin tavoitteena EU-rahoitus –projekti yrityksen uuteen investointiin. Yritys saa tarvittaessa vielä neuvontaa hakuprosessin eri vaiheissa.