

1. Hankkeen kohderyhmä, tarve ja tavoitteet

1.1. Mitkä ovat hankkeen varsinaiset kohderyhmät?

Hankkeen varsinaiseen kohderyhmään kuuluvat Kainuun matkailuelinkeinon edustajat (mikro- ja pk-yritykset, jotka joko jo harjoittavat matkailun vientitoimintaa kansainvälisille markkinoille, tai suunnittelevat sen aloittamista sekä kulttuurialan (matkailua tukevia palveluita tarjoavat) yritykset Kainuussa. Kohderyhmään kuuluvat myös Kainuun matkailun alueorganisaatiot, kunnat sekä alueelliset matkailuyhdistykset. Pyritään nostamaan mukaan myös niitä yrityksiä, jotka tällä hetkellä toimivat vasta puhtaasti kotimaisessa myynnissä.

1.2. Mitkä ovat hankkeen välilliset kohderyhmät?

Välillisinä kohderyhminä ovat kansainväliset matkailijat ja matkanjärjestäjät, joihin matkailuyritysten, -alueiden ja koko Kainuun kansainvälinen markkinointi kaikkine toimineen kohdistuvat. Tärkeimpinä kohdemarkkinoina DACH, Benelux, UK, Italia ja Ranska, toimenpiteistä, alueesta ja yrityksistä riippuen. Välillisinä kohderyhminä ovat myös kotimaiset matkailijat sekä paikalliset asukkaat sekä yhteisöt.

1.3. Minkä tarpeen tai ongelman hanke ratkaisee?

Suomen matkailustrategiassa on neljä painopistettä: kestävän kehityksen mukaisen toiminnan kehittäminen, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden sekä kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen. Nämä ovat linjassa Kainuun maakunnan näkemyksen kanssa matkailun tilanteen tulevaisuudesta kehittämistarpeet sekä tahtotilan huomioiden. Syksyllä 2023 aloitetun Kainuun matkailustrategiatyön tavoitteena on tukea alan uudistumista kohti uusia kohdemarkkinoita, alan liiketoiminnan vahvistaminen sekä uusien avauksien kehittäminen matkailuun. Lisäksi haetaan uusia avauksia Kainuun matkailupalveluiden näkyvyyteen.

Venäjän aloitettua Ukrainan sodan EU:n pakotteiden seurauksena Venäjän markkinat sulkeutuivat ja Kainuun matkailu on joutunut linjaamaan uudestaan markkina-alueitaan ja -toimenpiteitä, jotka nyt kohdistuvat pitkälti Keski-Eurooppaan sekä Iso-Britanniaan, sekä osin Etelä-Eurooppaan. Näille kohdemarkkinoille suunnattaessa tulee myös matkailutoimialan ja -toimijoiden pystyä muuntautumaan sekä muokkaamaan osaamistaan sekä tuotetarjontaansa, koska aiemmin monet kainuulaiset matkailuyritykset toimivat pelkästään Venäjän markkinoilla. Vastuullisesti tuotettujen ja monipuolisesti kansainvälisten asiakkaiden tarpeita vastaavien tuotteiden ja palvelujen kysyntä kasvaa jatkuvasti ja Kainuun matkailun on pystyttävä niihin vastaamaan nyt ja tulevaisuudessa.

Talouden yleinen hiipuminen ja sen myötä inflaation kasvu sekä kotitalouksien käytettävissä olevien varojen huomattava vähentyminen, sekä edelleen Covid-19-pandemian aiheuttamien taloudellisten haasteiden pitkäaikaisuus ja laajuus ovat lisänneet

suhdanneherkällä matkailualalla toimivien yritysten tarvetta kehittyä sekä saada tukea kehittämistyöhön.

Vastuullisen matkailun Arctic Lakeland – Kainuu - hankkeen syksyllä 2023 teettämässä yrityskyselyssä nousi esiin yritysten toive ja tarve saada yritys kohtaista apua ja sparrausta myynnin edellytysten, mm. vastuullisuustoimien ja markkinoinnin, kehittämiseksi. Kyselyn tulos vastaa tilannekuvaa, joka em. hankkeen toimenpiteiden aikana nousi esiin. Käytännön työ yritysten kanssa, esimerkiksi yritys kohtaaisen sparrauksen merkeissä on aidosti vaikuttava menetelmä edistää kehittymistä.

Visit Finland on päättänyt, että jatkossa vain STF-merkin omaavat yritykset pääsevät mukaan kv-markkinointitoimenpiteisiin 2025 alkaen. Yritysten vastuullisuusosaaminen tulee taata, jotta voimme AL alueen pysyä Visit Finlandin toimenpiteissä mukana, kv-markkinoilla pysymiseksi ja kansainvälisen kasvun mahdollistamiseksi.

Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaanin -hankkeessa hankehenkilökunta havaitsi kehittämistarpeita matkailuyritysten kansainvälisen matkailun, erityisesti markkinoinnin ja tuotteistamisen, osaamisessa.

Myös Visit Finland on osoittanut kiinnostusta siihen, missä vaiheessa kainuulaisten matkailuyritysten kansainvälistymispolut ovat. Kysymyksiin on jouduttu vastaamaan, että muutamat yritykset tekevät suoraa ulkomaankauppaa menestyksekkäästi, mutta useimmissa aktiivista kansainvälisille markkinoille tähtäävää kehittämistoimintaa on joko hyvin vähän tai ei ollenkaan. Yritysten järjestämällistä osaamisen kasvattamista tällä osaamisalueella ei ole aiemmin toteutettu, mutta nykyisessä tilanteessa, jossa on tehty pitkäjänteistä ja järjestelmällistä kansainvälistä markkinointia ja mm. haettu aktiivisesti suoria lentoyhteyksiä Kainuuseen, on tarve kansainväliselle matkailupalveluosaamiselle korkeampi kuin koskaan.

1.4. Miten hanke on valmisteltu? Miten hankkeen kohteena olevia sisältöjä on aiemmin pyritty kehittämään?

Hanketta on valmisteltu Kajaanin ammattikorkeakoulun matkailun TKI-koordinaattorin ja muiden hanketoimijoiden toimesta perustuen aiemmissa hankkeissa esiin nousseisiin tarpeisiin ja yritysten kysyntään.

1.5. Mitkä ovat hankkeen tavoitteet?

Hankkeen tavoitteet kytkeytyvät tiiviisti pk-yritysten resurssiviisaaseen kasvuun sekä koti- että ulkomaanmarkkinoilla ja niiden toiminnan uudistuminen erityisesti kansainvälistymisosaamisen ja -valmiuksien tukemisen kautta. Hankkeessa tuetaan yritysten välistä verkostoitumista ja yhteistyön lisäämistä silmällä pitäen uusien matkailutuotteiden luomista.

Hankkeen tavoitteina ja niiden mittareina on:

1. **Kasvattaa kainuulaisten matkailualan yritysten kansainvälistymis- ja vastuullisuusosaamista ja parantaa siten yritysten toimintaedellytyksiä sekä resilienssiä.**
 - Mittarina:
 - Yrityskyselyn/kartoituksen tulosten vertailu hankkeen alussa ja lopussa
 - STF-merkkien / Vastuullisuussertifikaattien määrä
 - KV-kelpoisten / aktiivisten yritysten määrä alueella kasvanut

2. **Toteutetaan opintomatka DACH-alueelle**
 - Mittarina:
 - Osallistujamäärä
 - Osallistujilta saatu palaute

3. **Parannetaan yritysten toimintaedellytyksiä saatavan tuen lisääntyessä.**
 - Mittarina:
 - KV-polku -toimintamalli on jalkautettu XX yritykseen koko Arctic Lakelandin alueella
 - Yrityskyselyn/kartoituksen tulosten vertailu hankkeen alussa ja lopussa
 - Uusien matkailuyritysten perustaminen on toimintaedellytysten parantuessa helpottunut.

4. **Lisätään kansainvälisen verkostoitumisen kautta osaamisen lisäämistä aluetasolla.**
 - Mittarina:
 - X yritystä on osallistunut verkostotapahtumiin ja opintomatkaan
 - Pyydetään yrityksiltä omaa arviota osaamisen lisääntymisestä

5. **Mahdollistetaan uusien kv-markkinoille suunnattujen, kv-asiakkaita kiinnostavien tuotteiden syntyminen alueellisessa yhteistyössä**
 - Mittarina:
 - Tuotettujen KV-tuotteiden määrä
 - Tuotteistamiseen osallistuneiden yritysten määrä

6. **Lisätään kainuulaisten yritysten uskallusta työllistää kansainvälinen opiskelija tai työntekijä. Yritysten kv-viestintäosaaminen lisääntyy hankkeen toimenpiteiden avulla ja niiden uskallus työllistää myös kansainvälisiä opiskelijoita ja osajia kasvaa. Kansainvälisten opiskelijoiden työllistyminen ja siten sitoutuminen alueeseen helpottuu.**
 - Mittarina:
 - KV-opiskelijan palkanneita yrityksiä X määrä
 - Seurataan sisäisesti hankkeen kautta opiskelijoiden ja työnantajien välille syntyneiden kontaktien määrää.

7. **Matkailualan maineen ja vetovoimaisuuden lisääminen matkailun opiskelijoiden ja potentiaalisten opiskelijoiden keskuudessa. Tuetaan opiskelijoiden harjoittelupaikkojen, opinnäytetöiden ja muiden opiskelijatöiden yhdistymistä**

kainuulaisiin matkailualan yrityksiin, ja luodaan siten vahvempaa ja parempaa työnantajamielikuvaa opiskelijoiden keskuudessa.

- Mittarina:
 - Seurataan sisäisesti hankkeen kautta välitettyjen kontaktien määrää.

8. Tuetaan kainuulaisen korkeakoulutason matkailuosaamisen näkyvyyttä alueen yrityksissä sekä alueella yleisesti.

- Mittarina:
 - Toteutetaan infopaketti, jonka avulla viestitään sidosryhmille sekä yleisesti KAMKin matkailun koulutuksista.
 - Pidetään yllä ja/tai päivitetään yhteystietopankkia kiinnostuneista yrityksistä. Hyödynnetään esimerkiksi KAMKin matkailun uutiskirjettä sekä sähköpostien allekirjoituskenttiä ("Oletko kiinnostunut harjoittelupaikan tarjoamisesta/opinnäytetyöaiheiden tarjoamisesta, jne, ota yhteyttä".)

1.6. Mitä muutosta nykytilaan hanke tuo? Mikä on hankkeen uutuus/lisäarvo?

Yrityskohtaista kansainvälistymisosaamiseen liittyvää sparrausta ei ole tehty aiemmin matkailualalla Kainuussa, ja vastuullisuusosaamisen lisäämiseen liittyen vain harvoin.

Tarve kyseiselle toiminnalle ja erityisesti toimintatavalle on noussut esiin Vastuullisen matkailun Arctic Lakeland -Kainuu -hankkeessa.

Yritysten tukeminen kansainvälistymis- ja vastuullisuuspolulla tuo lisäarvoa ja helpottaa kaikkien Arctic Lakeland -aluetta joko jo myyvien tai sitä suunnittelevien toimijoiden markkinointi-, tuotteistamis- ja myynninedistämistoimia. Se luo uusia mahdollisuuksia laajentaa Kainuun alueen matkailutuotetarjontaa kv- myynnissä.

Matkailun toimialan sekä yrityssectän muutos viime vuosina muuttuneen maailmantilanteen vuoksi on aiheuttanut osaamisen valumista yrityksistä matkailualan ulkopuolelle.

Hankkeessa tuodaan osaamista uudistavan matkailun osaamista alueelle ja esitellään uudistavan matkailun mahdollisuuksia.

Kansainvälisten opiskelijoiden kautta pystytään tuomaan osaamista yrityksiin ja siten yrityksille helpotusta kansainvälisen opiskelijan työllistämiseen.

1.7. Arvioi tuen ensisijainen vaikutus hankkeen toteuttamiseen

Hanketta ei toteuteta ilman tukea.

1.8. Perustelut tuen vaikutukselle

Alueella ei ole mahdollisuuksia toteuttaa hanketta ilman ulkopuolista tukea.

2. Toteutus ja tulokset

2.1. Millä konkreettisilla toimenpiteillä hanke saavuttaa kuvatut tavoitteet?

Hankkeessa jalkautetaan eri työpakettien avulla Yritysten kansainvälistymispolku -malli kainuulaisten matkailuyritysten käyttöön toimintaympäristön sekä toimintaedellytysten parantamiseksi kansainvälisillä markkinoilla.

Sekä kartoituksissa, työpajoissa että sparraustapaamisissa huomioidaan myös yritysten digitaalisten valmiuksien parantaminen ja sen mahdollistaminen kansainvälisten kohderyhmien ostopolkua ajatellen. Työpajoissa ja sparrauksissa huomioidaan, että kansainvälistymisen ja vastuullisen toiminnan välillä on vahva tarveyhteys, ja erityisesti työpajoja voidaan järjestää niin, että niissä yhdistyy molemmat aihealueet. Nykytilanteessa kansainvälistyminen ei ole mahdollista ilman vastuullisuuden huomioimista.

Toimenpiteiden avulla alueen yritysten kansainvälistymisosaaminen on kasvanut ja sen myötä kasvun ja tuottavuuden nousu on mahdollistunut. Arvoverkostoihin liittyminen tuo lisäarvoa yritysten toimintaan ja vaikuttaa positiivisesti alueen maineeseen. Vastuullisuusosaamisen lisääminen johtaa pidemmällä aikavälillä siihen, että alueelle pystytään tuomaan uudistavan matkailun osaamista ja sen mukanaan tuomien mahdollisuuksien ymmärrys yrityksissä on lisääntynyt.

Kansainvälisten opiskelijoiden ja yritysten yhteisien polkujen löytämisessä hyödynnetään myös tiivistä yhteistyötä alueella jo toimivien rekrytointeihin liittyvien toimijoiden ja hankkeiden kanssa.

Työpaketti 1 Yritysten kv-polkujen tukeminen

Yrityskohtaiset kartoitus- ja sparraustapaamiset

Kartoitetaan yritystapaamisissa yritysten palveluiden soveltuvuus kansainvälisille markkinoille ottaen huomioon Visit Finlandin määrittämät reunaehdot. Kartoitustapaamiset toteuttaa hankehenkilökunta kullekin yritykselle parhaiten soveltuvalla tavalla.

Yrityskohtaisten sparraustapaamisten avulla helpotetaan yritysten kansainvälistymispolkujen luomista ja käyttöönottoa. Sparrausta toteutetaan sekä asiantuntijatyönä (2 kertaa per yritys) sekä hankehenkilökunnan toimesta.

Kartoitustapaamisten tavoitteena on selvittää yritysten kansainvälistymisen ja vastuullisuustyön lähtötilanne ja tavoitteet.

Ideointi- ja kehittämistyöpajojen järjestäminen yrityksille

Järjestetään ja tarjotaan yhteisiä ideointi- ja kehittämistyöpajoja matkailuyrityksille. Työpajojen tarkoituksena on lisätä yritysten osaamista kansainvälistymisen osalta sekä luoda mahdollisuuksia verkostoitua muiden yritysten kanssa. Samalla toteutuu mahdollisuus vertaisoppimiseen. Työpajoissa on läsnä asiantuntijan lisäksi hankehenkilöstö. Työpajoja

pyritään järjestämään kaikilla Kainuun matkailualueilla, jotta yritysten on mahdollisimman helppo osallistua niihin.

KV-viestinnän työpaja yrityksille

Järjestetään erityisesti matkailuyrityksille räätälöity kansainväliseen viestintään keskittyvä työpaja, jonka tarkoituksena on lisätä yritysten osaamista ja ymmärrystä kv-viestinnän vaatimuksista ja erityispiirteistä kotimaiseen markkinointiviestintään verrattuna.

Yrityksiä ohjataan ottamaan huomioon Visit Finlandin, Lakeland -suuralue sekä Arctic Lakeland huomioon kaikessa viestinnässä ja toiminnassa. Tavoitteena on yhtenäisen viestinnällisen polun selventäminen yrityksille ja ymmärtäminen kv-viestinnän näkökulmasta sekä kansainvälisen asiakkaan ostopolun ymmärtäminen.

Yritysten ”kotikansainvälistyminen”

Tuetaan ja rohkaistaan yrityksiä rekrytoimaan kansainvälisiä matkailualan opiskelijoita harjoittelijoiksi ja työntekijöiksi. Autetaan yrityksiä ja opiskelijoita löytämään kontakti toisiinsa. Tarvittaessa järjestetään tilaisuus, jossa yritykset ja opiskelijat voivat verkostoitua ja luoda kontaktit toisiinsa. Tavoitteena on, että ainakin 5 matkailualan yritystä Kainuun alueella työllistää kv-taustaisen opiskelijan harjoitteluun tai työsuhteeseen hankkeen aikana.

Työpaketti 2 Yritysten vastuullisuuden kehittäminen

Työpaketin tavoitteena on edistää vastuullista toimintatapaa kainuulaisissa matkailuyrityksissä ja Arctic Lakeland -destinaatiotasolla. Aiemmin toteutuneessa Vastuullisen matkailun Arctic Lakeland- Kainuu – hankkeessa alueen yrityksiä valmisteltiin siirtymään vastuullisen matkailun polulle ja toteutettiin sitä tukevia työpajoja. Yrityskohtaiset tapaamiset mahdollistavat konkreettisemmän tukemisen ja vastuullisuuden edistämisen yrityksissä. Tavoitteena on auttaa mahdollisimman moni yritys saavuttamaan Sustainable Travel Finland -merkki. Työpaketti ottaa myös huomioon paikalliset asukkaat ja vastuullisuuden sosio-kulttuurisen näkökulman.

Työpajoissa ja sparrauksissa huomioidaan, että kansainvälistymisen ja vastuullisen toiminnan välillä on vahva tarveyhteys, ja erityisesti työpajoja voidaan järjestää niin, että niissä yhdistyy molemmat aihealueet. Työpajat mahdollistavat myös matkailu-destinaatioiden osaamisen kehittämisen, vaikuttaen osaltaan koko Arctic Lakeland - alueen destinaatiotason STF-merkin saavuttamiseen kytkettyyn tavoitteeseen.

Yrityskohtaiset sparraustapaamiset

Yrityskohtaisten sparraustapaamisten avulla helpotetaan yritysten kansainvälistymispolkujen luomista ja käyttöönottoa. Sparrausta toteutetaan sekä asiantuntijatyönä (2 kertaa per

yritys) sekä hankehenkilökunnan toimesta. Ennen sparrauksia kartoitetaan yrityksiltä, mitkä ovat heidän oman arvionsa mukaan kehittämiskohteet ja keskitytään tapaamisissa niihin.

Asukastilaisuuksien järjestäminen

Järjestetään matkailualueittain tilaisuuksia (1 per matkailualue), joihin kutsutaan matkailutoimijoiden lisäksi paikallisia asukkaita sekä ulkopaikkakuntalaisia vapaa-ajan asukkaita käymään vuoropuhelua matkailun vaikutuksista paikallisten ihmisten elämään ja arkeen sekä ideoimaan uusia keinoja löytää ja toteuttaa osallisuutta aiempaa laajemmin. Tilaisuuksissa tuodaan esiin vahvasti matkailupalveluiden hyöty yhteisöille, eli vastuullisuuden sosio-kulttuurinen näkökulma.

Työpaketti 3 Verkostoituminen

Yhteistyön tiivistäminen

Tiivistetään yritysten ja muiden matkailutoimijoiden välistä yhteistyötä entisestään erityisesti osaamisen kehittymisen näkökulman osalta luomalla sparrausrinki yrityksistä, jotka luovat omia kansainvälistymis- ja/tai vastuullisuuspolkujaan. Tarkoituksena on edesauttaa vertaisoppimista ja toimijoiden välistä kannustamista, luoden toimivaa ja laajempaa yhteistyötä. Työpaketin yhtenä tavoitteena on yritysryhmähankkeen aihion syntyminen jatkokehittämisen tueksi.

Tuetaan yritysten välisen yhteistyön tekemistä, esim. uusien matkailutuotteiden kehittämisessä, myös yli kuntarajojen.

Liitytään kansainvälisiin vastuullisen matkailun verkostoihin

Kartoitetaan erilaisia kansainvälisiä vastuullisen matkailun verkostoja ja liitytään Arctic Lakeland -alueena niihin (Esimerkiksi ATTA - Adventure Travel Trade Association, Sustainable Travel International, European Ecotourism Network). Selvitetään Arctic Lakeland -alueen mahdollisuus hakeutua muun muassa Green Destinationsa -listalle ja mahdollisuuksien mukaan hakeudutaan siihen. Lisäksi kartoitetaan erilaisia yhteisöjä, joiden tavoitteena on edistää vastuullista matkailua erilaisin viestintäkeinoin ja mahdollisuuksien mukaan liitytään niihin Arctic Lakeland Finland -destinaationa.

Pyritään tuomaan Arctic Lakeland esiin erilaisilla online- myyntialustoilla näkyvyyden ja ostopolkujen helpottamisen vuoksi.

Kansainväliseen vastuullisen matkailun tapahtumaan osallistuminen

Osallistutaan esimerkiksi Adventure Travel Trade Association (ATTA) tai European Ecotourism Network:in kansainväliseen tapahtumaan. Tapahtumaan osallistuu hankehenkilökunnan lisäksi yritysedustajia ja/tai matkailualueiden edustajia (yht. 2 + 5 hlö?)

Työpaketti 4 Opintomatka

Toteutetaan opintomatka yhteen Arctic Lakeland -alueen kohdemarkkinoista (DACH- alue tai UK). Opintomatkan kohde valikoidaan luotujen verkostojen avulla. Tarkoituksena alueen toimintojen kehittämisen benchmarkkaaminen ja parhaiden käytäntöjen löytäminen Kainuun alueen matkailukentän käyttöön.

Työpaketti 5 Viestintä

- Viestintävalmennusten (etä?) järjestäminen yrityksille
- www.arcticlakeland.com:in vastuullisuusosion päivitys ja ylläpito
- Matkailualueen sisäinen viestintä
- Hankeviestintä yleisesti

2.2. Mikä tai mitkä ovat hankkeen konkreettiset tulokset? Mitä hankkeella saadaan aikaan? Miten tulokset voidaan laadullisesti todentaa ja määrällisesti mitata?

Hankkeen tuloksina

- Yritysten kansainvälistymisvalmiudet ovat kasvaneet ja kynnys lähteä kansainvälisille markkinoille madaltunut
- Uusia vastuullisia ja uudistavan matkailun kansainvälisille markkinoille sopivia tuotteita on kehitetty yrityksissä ja yhteistyössä
- On tuotettu kansainvälisille markkinoille suunnattuja loppuasiakasta kiinnostavia viestejä ja markkinointia.
- ProLakeland -hankkeessa luotu KV-polkumalli on räätälöity Kainuun alueen yrityksiin sopivaksi ja se on testattu Kainuun alueen yrityksissä.
- Kv-mallin ja AL- verkoston tiivistymisen myötä uusien matkailualan yritysten perustaminen Kainuuseen helpottuu.
- Toimintaedellytysten parantuminen on lisännyt matkailualan yritysinvestointien määrää Kainuussa.
- Yritysten resilienssi on vahvistunut (yritysten on helpompaa selviytyä muuttuvissa maailmantilanteissa).
- KV-opiskelijoiden työllistyminen helpottunut, kun kynnys ottaa vastaan kansainvälisiä opiskelijoita harjoittelijoiksi on madaltunut.
- Matkailualan yritysten työnantajamielikuva opiskelijoiden keskuudessa on vahvistunut.

- Matkailualan korkeakoulutuksen näkyvyys ja uskottavuus Kainuussa kasvaa, kun yritykset ovat paremmin tietoisia koulutuksesta. Tämä luo mahdollisuuden vastata koulutuksella entistä paremmin yritysten ja alan haasteisiin.

Tuotos

Hankkeessa luodaan kansainvälistymis- ja vastuullisuuspolkujen toteuttamisesta infograafi yritysten ja alueen matkailutoimijoiden käyttöön. Infograafi on kansainvälistymisen sekä vastuullisen toiminnan polkujen visualisointia ja se jää alueen käyttöön hankkeen jälkeen.

2.3. Mitä pitkän aikavälin vaikutuksia hankkeella saadaan aikaan? Miten vaikutukset voidaan laadullisesti todentaa ja määrällisesti mitata?

Hanke edesauttaa yritysten ja niiden palveluiden kehittymistä kokonaisvaltaisesti kestävämpään suuntaan ottamalla huomioon vastuullisuusosaamisen välttämättömänä osana kansainvälistymistä. Määrällisesti vaikutuksia voidaan todentaa saavutettujen Sustainable Travel Finland -merkkien sekä erilaisten vastuullisuussertifikaattien määrän avulla sekä uusien kansainvälisille markkinoille sopivien tuotteiden määrällä. Lisäksi erilaiset hankkeen avulla syntyneet yritysten yhteistyöverkostot voidaan laskea määrällisiksi vaikutuksiksi. Hankkeen kautta tuettujen ja välitettyjen kontaktien määrä kansainvälisten opiskelijoiden ja matkailualan yritysten kesken edesauttaa opiskelijoiden sitoutumista alueeseen. Sen vaikutuksesta alueen yritykset pystyvät työllistämään nuoria kansainvälisiä osaajia helpommin.

Laadullisiin vaikutuksiin kuuluu esimerkiksi yritysten osaamistason nousu. Yritykset pääsevät mukaan kansainvälisille markkinoille alueellisten myyjien kautta. Yritysverkostoyhteistyön tiivistyminen ja sen myötä uusien kansainvälisten tuotteiden ja tuotekokonaisuuksien luomisen helpottuminen.

2.4. Miten tuloksia ja kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?

Hankkeen tuloksia ja kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen kainuulaisten matkailuyritysten omissa toiminnoissa yhtä lailla kuin koko Arctic Lakeland Finland -alueen markkinoinnissa ja myynnissä. Alueen yritysten korkea osaamistaso näkyy positiivisesti alueen imagossa ja edesauttaa alueen myynninedistämistä ja markkinointia.

2.5. Valitse vaihtoehto suunnitelmaksi toiminnan jatkumisesta hankkeen päättymisen jälkeen

Kainuulainen malli kansainvälistymispolusta jää alueen käyttöön. Osaamisen kasvamisen myötä yritykset pystyvät viemään vastuullisuuspolkujaan eteenpäin.

- 2.6. Kuvaa hankkeen yleisesti hyödynnettävät tulokset ja missä ne tulevat olemaan julkisesti saatavilla. Hankkeella tulee olla aluekehitysvaikutuksia, jotka ovat yleisesti hyödynnettäviä ja julkisia.

Hankkeessa luodaan kansainvälistymis- ja vastuullisuuspolkujen toteuttamisesta infograafi yritysten ja alueen matkailutoimijoiden käyttöön. Infograafi on kansainvälistymisen sekä vastuullisen toiminnan polkujen visualisointia ja se jää alueen käyttöön hankkeen jälkeen. Alueet pystyvät käyttämään mallia yritysten kansainvälistymisessä laajalti.

3. Ympäristövaikutukset ja ilmastokestävyys

- 3.1. Sisältääkö hankesuunnitelma sellaisia toimenpiteitä, joilla todennäköisesti on merkittäviä ympäristövaikutuksia?

Hanke tukee matkailuyritysten vastuullisuusosaamista ja -toimintaa. Osaamisen lisääminen vaikuttaa suoraan yritysten toimiin positiivisesti kestävä kehityksen näkökulmasta. Samalla lisätään alueen matkailijoiden ja paikallisten tietämystä vastuullisuuden osalta.

Vastuullisuussertifikaatteja suoritettaessa yritykset keskittyvät huomioimaan muun muassa ympäristövaikutuksia kuten esimerkiksi sähkön- ja vedenkulutusta.

Hanke vastaa myös CAP-suunnitelman kohtaan 12, jonka ”tavoitteena on, että vuoteen 2027 mennessä ydinmaaseudun, kaupunkien läheisen maaseudun ja harvaan asutun maaseudun väestön keskimääräinen koettu elämänlaatu on parantunut rahoituskauden alkuun verrattuna.”

- 3.2. Sisältääkö hankesuunnitelma sellaisen infrastruktuuri-investoinnin toteuttamisen, jonka odotettu elinkaari on vähintään viisi vuotta?

Ei sisällä.

(Horisontaalisiin periaatteisiin on tulossa lisää tekstiä)

Hankeaika 1.3.2024 – 29.2.2027 (3 v.)

RAHOITUS		
EAKR	370 883,92 €	80,00 %
Kuntarahoitus yhteensä	55 632,59 €	12,00 %
Kajaanin kaupunki	10 013,87 €	2,16 %
Sotkamon kunta	19 471,41 €	4,20 %
Suomussalmen kunta	10 013,87 €	2,16 %
Kuhmon kaupunki	8 344,89 €	1,80 %
Paltamon kunta	1 947,14 €	0,42 %
Hyrnsalmen kunta	2 781,63 €	0,60 %
Ristijärven kunta	278,16 €	0,06 %
Puolangan kunta	2 781,63 €	0,60 %
Kajaanin ammattikorkeakoulu	37 088,39 €	8,00 %
Rahoitus yhteensä	463 604,92 €	100,00 %