



Pro **JÄRVI-SUOMI** ry

Itä-Suomen kattava
kestävien palvelujen
tuottajaverkosto

Muistio ja alustava toimintasuunnitelma
6.8.2019

Laatija:
Mikko Keinonen
045 7871 3451
soisalomedia@gmail.com

Toimintaidea

Pro Järvi-Suomi ry on järjestöjen, kansalaisliikkeiden, yritysten, julkishallinnon ja aktiivisten yksityishenkilöiden yhteenliittymä ja yhteistyöverkosto.

Järjestön tavoitteena on edistää Järvi-Suomen elinvoimaa, alueen sisäistä yhteistyötä ja kestävästä kehitystä ja tukea ja kehittää elinkeinoja ja muuta toimintaa, jotka hyödyntävät kestävästi itäisen Suomen ainutlaatuista järviluontoa. Järjestö auttaa myös viemään käytäntöön Järvi-Suomen peruskirjan ja Saimaa Geopark -hankkeen tavoitteita.

Ensisijaiset käytännön tavoitteet

Pro Järvi-Suomen ensisijainen toiminnallinen tavoite on luoda sekä matkailijoita että alueella asuvia auttava verkkopalvelu, joka jakaa mahdollisimman kattavaa kohdennettua tietoa käyttäjille.

Toinen yhtä kiireellinen tehtävä on luoda palvelutuottajien verkosto, jolla turvataan, että toivottuja palveluita on saatavissa ja vaihtoehtoja on riittävästi tarjolla.

Kolmas toimi on alueen yleinen kehittämistoiminta, yhteinen ideointi ja eri sidosryhmien osallistaminen yhteisen hyvän edistämiseen.

Verkkopalvelu

Verkkopalvelun tavoitteena on olla tietolähde ja palvelusivusto, jossa matkailija halutessaan voi suunnitella koko matkansa, tehdä tarvittavat varaukset ja myös maksaa. Tarjottavat palvelut voivat olla yhtä lailla yritysten, yhdistysten kuin kuntienkin tuottamia, koska käyttäjän kannalta on olennaista vain, että palvelu toimii luvutulla tavalla. Tarjolla on luonnollisesti tietoa myös nähtävyyksistä, luontokohteista ja tapahtumista.

Verkkopalvelussa käyttäjä voi tehdä kohdennettuja hakuja eri palveluista, mutta sivusto myös ohjaa käyttäjää tämän antamien tietojen ja käyttäytymisen mukaan. Palvelu myös toimittaa automaattisesti olennaista tietoa matkasuunnitelmaan liittyen, kuten korkearesoluutiokarttoja matkakohteista. Asiakas voi myös määrittää, mikä ei kiinnosta, jotta sivusto ei suotta tarjoa väärää palveluita.

Esimerkki 1



Asiakas on lähdössä henkilöautolla Helsingistä Iisalmeen perheineen. Hänellä on viikon loma, josta hän haluaa viettää suurin piirtein puolet perillä, mutta matkalla hän haluaa tutustua Järvi-Suomeen. Verkkopalvelussa hän määrittää lähtö- ja päätepisteen, matkan (summittaisen) ajankohdan ja perustiedot, kuten matkustavien henkilöiden määrän ja kiinnostuksen kohteet sekä toivotun matka-ajan. Näiden tietojen pohjalta sivusto ehdottaa matkaetappeja, reittejä ja matkalle sattuvia palveluita, nähtävyyksiä ja tapahtumia.

Kun käyttäjä löytää mieleisensä palvelut, hän vie ne ostoskoriinsa ja kuten missä tahansa verkkokaupassa, hän voi halutessaan maksaa kaiken kerralla yhdellä maksutapahtumalla. Tietysti valittavana on myös pelkkä varauksen tekeminen ja maksu esim. suoraan palvelutuottajalle.



Esimerkki 2

Matkailija tai alueen asukas etsii tiettyä tuotetta kotinsa läheltä tai matkansa varrelta. Hän tekee tuotteesta haun palvelussa, sivusto etsii sitä olemassa olevista tietokannoista ja tarjoaa mahdolliset ostopaikat ja hinnat. Jos tietokannoista ei löydy kyseistä tuotetta, palvelu tarjoaa mahdollisuutta lähettää aiheesta kysely, joka lähtee esim. WhatsApp-viestinä palveluverkoston kuuluville yrittäjille, jotka ovat ilmoittaneet myyvänsä etsityn alan tuotteita.

Toimijaverkosto

Jotta matkailijalla on aidosti valinnanvaraa matkasuunnitelmaa tehdessään, tarvitaan tietysti riittävä määrä palvelutuottajia. Toisaalta Järvi-Suomen alueella on paljon pieniä toimijoita, joiden resurssit ovat rajalliset ja palvelujen toimitusvarmuus vaihteleva. Siksi alueelle tarvitaan tiiviimpää yhteistyötä ja valmiutta turvautua naapuriyritykseen tai muuhun palvelutuottajaan, jos omat rahkeet eivät yllättävässä tilaneessa riitä.

Monen (varsinkin pienen) matkailu- ja palveluyrittäjän ongelma on, että suurimman osan aikaa myynti on liian pientä pitääkseen toimintaa kannattavana. Toisaalta, jos tulee äkillinen asiakasryntäys paikallisen tapahtuman tai vaikka äkillisen helleaallon vuoksi, myynti jää kysyntään verraten vaillinaiseksi, koska tilanteeseen ei ole varauduttu ja myyjä joutuu myymään eioota. Tästä on seurauksena lyhytaikainen potentiaalisen tulon menetys, mutta myös riski, että pettynyt asiakas ei enää koskaan palaa ainakaan kyseiseen yritykseen tai kenties koko alueelle.

Yksi tuore esimerkki on Savonlinnasta: Milanon maailmankuulu La Scala -ooppera vieraili Savonlinnan oopperajuhlilla. Vierailu meni hyvin, mutta esityksen jälkeen ilmeni yllättävä ongelma: Oopperan solistit pääsivät vapaalle huomattavasti yleisöä myöhemmin, koska heidän piti vaihtaa pois esiintymisasun, pestä maskit ym. Kun he lopulta olivat vapaana, kävi ilmi, että Savonlinnasta ei saanut enää ruokaa klo 23:n jälkeen. Ongelma ratkesi soittokierroksen jälkeen, mutta hetken näytti siltä, että maailmankuulun oopperan tähdet pääsevät täyttämään mahansa grillillä.

Ruokatarjoilu konserttien ja muiden tapahtumien jälkeen on varsin tyypillinen ongelma. Potentiaalinen ravintola-asiakaskunta ei välttämättä ole kovin iso, mutta ruuatta jääville kokemus on karvas ja paha kello kuuluu kauas. Varsinkin Savonlinnan tapauksessa italialaistähtien syöttäminen grillillä olisi ollut kulttuuriskandaali, joka olisi tuottanut melkoisen imago tappion kaupungille.

Jotta tällaisilta tilanteilta vältytään, tarvitaan yhteistyötä, jossa unohdetaan ainakin osittain kilpailuasetelmat ja joskus myös kuntarajat. Yksi olennainen asia on tietysti yhteinen suunnittelu tapahtumatuottajien ja yrittäjien kesken. Toisaalta yllätyksiä tulee aina, ja niitä

varten pitäisi olla parempia järjestelmiä, koska kaikilla paikkakunnilla on varmasti sekä yli- että alityöllistettyjä yrittäjiä. Ruokahuolto-ongelmiin yksi apu voisi olla eräänlainen ravintoloiden yleinen hätänumero tai yksinkertaisesti WhatsApp- tai tekstiviestiryhmä, johon voisi lähettää palvelupyynnön, jos on esim. ryhmä ruokittavana eikä lähistöllä ole ravintolaa auki. Yrittäjien tilanteet vaihtelevat, mutta varsin moni on valmis joustamaan paljonkin saadakseen asiakkaita ja palvelukseensa näitä.

Kehittämistoiminta

Kehittämistoimintaa pitää monella tasolla. Yksittäiset yritykset ja yhdistykset kaipaavat usein apua, neuvontaa ja sparrausta pystyäkseen toimimaan uskottavasti vapailla markkinoilla. Tarvitaan myös kunnittaisia kehittämistoimia, työssäkäyntialueen laajuista toimintaa ja laajimmillaan maakunnallista tai maakuntarajat ylittävää Järvi-Suomen yhteistyötä.

Kehittämistoimintaan on tarjolla paljon hankerahaa, ja sitä kannattaa hyödyntää. Hankkeiden alueellinen laajuus voi vaihdella, mutta olennaista on, että Pro Järvi-Suomi -toimintaan liittyvät hankkeet keskustelevat keskenään ja valmiit tulokset ja tieto saadaan laajaan jakeluun niin, että kukin hanke voi viedä tehtyä kehitystyötä eteenpäin.

Hankerahaa on tarjolla sekä yrityksille että yhdistyksille, ja yksittäisten hankkeiden sijaan pitää pyrkiä jatkuviin prosesseihin.

Hyvä esimerkki toimivasta hankkeesta on syyskuussa päättyvä Heinäveden Yrittäjät ry:n Suomen suurin ajatushautomo -projekti. Se on ideointi ja paikalliskehittämishanke, jossa on kerätty ajatuksia ja parannusehdotuksia laajasti kunnan erilaisilta sidosryhmiltä, kuten koululaisilta, eläkeläisiltä, yrittäjiltä ja kylätoimikunnilta. Hankkeen toisena tavoitteena on ollut hyödyntää Heinäveden sijaintia Itä-Suomen keskellä ja virittää Heinävedeltä käsin Itä-Suomen kattavaa maakuntarajat ylittävää yhteistyötä.

Heinäveden hanke on tuottanut ison määrän ideoita ja ratkaisumalleja, ja monia ideoita on myös jo toteutettu. Yhdistyshankkeen jatkoksi on myös tulossa yritysryhmähanke, jossa toteutetaan yritysten voimin joitakin hankkeen tuottamista toiminta-ajatuksista.

Heinäveden hanke on myös hyvä pohja laajemmalle yhteistyölle, sillä sen toimintamalleja ja valmiita ideoita on helppo viedä soveltuvin osin muille paikka- ja seutukunnille ja kehitellä pidemmälle. Testattuja työkaluja käyttäen voidaan myös hakea kunkin paikka- ja seutukunnan omia erityisvahvuuksia, ilman, että joka paikassa pitää lähteä nollasta.

100 IDEAA
- ja vähintään yksi hyvä

Heinäveden Yrittäjät ry kutsuu teidät 100 ideaa ja vähintään yksi hyvä -seminariin 29.-30.3. Seminaari on Suomen suurin ajatushautomo -hanketta, joka on kerännyt ideoita Heinäveden alueen kehittämiseksi viime keväänä lähtien. Hankkeeseen on kuulunut viime huhtikuussa ensimmäistä kertaa järjestetty Ajatusvalamo-seminari sekä 100 ideaa ja vähintään yksi hyvä -työpajat, joita on järjestetty eri puolilla Heinävedettä.

Hankkeen aikana on kertynyt jo pitkä lista kehittämisskohteita ja konkreettisia ideoita, joista tähän mennessä näkyvyn ylikouluun 100 ideaa -työpajasta liikkeelle lähtenyt skeittiparkki. Työpajojen kautta on tullut myös konkreettisia kehittämistoiveita kunnan suuntaan, ja yrityspuolella on jo tekeillä jatkohankkeita, joilla ideoita viedään käytäntöön.

Hanke jatkuu ensi syksyyn, ja tekeillä on myös toinen Ajatusvalamo-seminari, joka järjestetään ennen Heinäveden Kanavasoutusta 17.-18. heinäkuuta Valamossa. Siinä teemana luonto- ja kulttuurimatkailla. Nyt on kuitenkin välitilapäätöksen ja yhteisen miettimisen aika. Siksi Heinäveden Yrittäjät ry kutsuu kaikki päätäjät - ja toki myös kaikki muut kiinnostuneet - 100 ideaa ja vähintään yksi hyvä -seminariin Varjentiinisiin saliin 29.-30. maaliskuuta (pe klo 14-18 ja la klo 10-14).

Seminaarissa esitellään hankkeesta tähän mennessä syntyneet ideat ja jatkosuunnitelmat. Lisäksi keksitään yhdessä uusia ja mieltään, miten hyviä ideoita saisi yhdessä toteutettua. Seminaarissa on vierailijoina kolme kokenutta yhteishankkeiden tekijää eli joukkorahoituslupia Mesenaattimien toinen perustaja Pauliina Seppälä (<http://paulinaseppala.com/>), joukkorahoitusasiantuntija Kimmo Hokkanen (Osauntunta Ehta Rahaa) sekä moniyrittäjä ja mm. Rautalamppi, Suonenjoki- ja Uusi Savo -lehtien perustaja Marita Leskinen.

Seminaari koostuu kahdesta puolikkaasta päivästä, joista ensimmäinen puolisko on varattu alustuksille ja yleiskeskustelulle ja toinen päivä asiantuntijoiden vetämillä työpajatyöskentelyille, jossa haetaan ennen kaikkea käytännön ratkaisuja.

Aikataulu:
Pe 29.3. Klo 14-18
- Hankkeen välitilapäätös, tärkeimmät ideat ja jatkosuunnitelmat, Mikko Keinonen, Heinäveden Yrittäjät ry
- Kokemuksia ja esimerkkejä yhteishankkeista ja joukkorahoituksesta, Pauliina Seppälä ja Kimmo Hokkanen
- Villejä esimerkkejä verrokkikunnasta, Marita Leskinen
La 30.3. Klo 10-13
Klo 10-13 Työryhätöskentelyä Pauliina Seppälän, Kimmo Hokkanen ja Marita Leskinen johdolla: miten hyvisiä ideoita syntyy konkreettisia tekoja?
Klo 13-14 Loppukeskustelu ja yhteenveto
Lisätietoja:
Mikko Keinonen
045 7871 3451

Järjestäjä Heinäveden Yrittäjät ry
www.facebook.com/heinavedenyrittajat

European Commission
Euroopan unionin
rahoitus
European Regional Development Fund
Euroopan aluekehitysrahasto

Yrittäjät

2018
UUDEN
LUODUN 2018
Kulttuuripääministeriön
tuella

HEINÄVEDELTÄ
SAA
KAIKKEA

Tarvittavat toimintaresurssit

Jotta yllä kuvattuihin tavoitteisiin päästään, tarvitaan:

Tietoa palveluista, kohteista ja toimijoista

Tätä on paljon olemassa hajallaan erilaisilla sivustoilla ja listoilla, mutta tieto pitää koota ja päivittää. Jokaiseen toimijaan pitää olla yhteydessä henkilökohtaisesti, koska on turha markkinoida ja myydä palvelutuottajaa, joka ei ole sitoutunut antamaan luvattuja palveluita. Palveluverkoston kannalta olennaista on koota yhteen yrittäjiä, jotka tarjoavat: majoitusta, ruokaa, kuljetusta, välinevuokrausta, sisältöjä (tapahtumat, opasretket, kulttuuri) ja hyvinvointipalveluita.

Muista hankkia:

Tietoa
Tuotteita
Teknisiä alustoja
Sisältöjä
Myyjiä
Koulutusta

Tuotteita

Tämä on selvä ongelma ja myös avainkysymys. Ei riitä, että Heinävedellä, Rautalammilla tai Ilomantsissa on hieno luontokohde, jos siihen ei liity selkeää tuotetta tai palvelua. Toisaalta keskivertomatkailejalta loppuu kärsivällisyys, jos yhden päivän ohjelman rakentaminen vaatii kymmenen puhelinsoittoa ja tuntien surffaamista nettisivuilla, joissa tieto on hajallaan ja vain satunnaisesti ajankohtaista eikä hintoja tahdo löytyä mistään. Tarvitaan siis selkeitä palvelupaketteja ja muita selvästi hinnoiteltuja tuotteita.



Teknisiä alustoja

Hakukoneet, tietokannat ja muut palvelualustat ovat jo olemassa, ja on aivan liian yleinen virhe lähteä tekemään pienillä resursseilla vaihtoehtoja ohjelmistoille, joilla on ollut kenties miljoonia testikäyttäjiä. Tekniset ratkaisut pitää vain löytää ja integroida.

Sisältöjä

Kun asiakkaan kiinnostus on herätetty, pitää kiinnostukseen vastata tarjoamalla tietoa. Markkinointimateriaalin pitää olla kunnossa, koska markkinoinnin ja mainonnan laatu kertoo myös itse tuotteen laadusta. Tyytyväinen asiakas on hyvä myyjä ja tieto leviää paljon somessa, mutta kaikki tiedonkulku ei voi olla sen varassa.

Uskottava viestintä vaatii ammattilaisen panosta ja valokuvilla ja videoilla ja ratkaiseva rooli.

Myyjiä

Vaikka lähes kaikki on nykyään netissä ja some on erinomainen markkinointikanava, pelkkä näkyvyys ei riitä, vaan asiakkaat pitää sitouttaa ja saada ostamaan. Jotta verkkopalvelu ja palveluverkosto alkaa tuottaa riittävästi ollakseen kannattava, varsinkin alkuvaiheessa tarvitaan osaavia tekijöitä, jotka tekevät käytännön myyntityötä ja huolehtivat siitä, että kiinnostuneet yleensä löytävät palvelujen äärelle.

Varsinkin järjestöissä ja kunnissa on yleinen virhe unohtaa, että myynti on oma taitolajinsa, jonka hoitaa parhaiten asiaan erikoistunut ammattilainen. Usein esim. 10-20 prosentin myyntiprovisio koetaan jo liian isoksi menoeräksi ja siitä säästetään ymmärtämättä, että hyvä myyjä on hyvin helposti monin verroin palkkansa arvoinen, jos vain tuote on kunnossa.

Koulutusta

Kun luodaan laajaa toimijaverkostoa, tarvitaan monenkokoisia toimijoita osa-aikaisista yrittäjistä ja harrastajajärjestöistä isoihin yrityksiin ja julkisorganisaatioihin. Osalle omien palvelujen tuotteistaminen on arkipäivää, mutta moni tarvitsee ulkopuolista silmää ja ammattilaisen neuvoa tunnistaakseen omat vahvuutensa ja tehdäkseen niistä valmiita tuotteita.

Järvi-Suomen vahvuuksia

Alueen vahvuuksia ovat puhtaus, hiljaisuus, kiireettömyys, vieraanvaraisuus, tarinat ja palveluosaaminen.

Puhtaus

Puhdas vesi ja ilma ja laajat koskemattomat luontoalueet ovat meille niin ilmeisiä, että on helppo tulla sokeaksi niiden ainutlaatuisuudelle. Toisaalta puhtaus on haavoittuva arvo, koska mitä puhtaampi vesialue tai luontokohde on, sitä arempi se on pienillekin muutoksille. Tämä on haaste myös matkailun kehittämisen kannalta, sillä varsinkin massaturismiin liittyy yleensä myös jäteongelmia ja iso hiilijalanjälki. Siksi onkin tärkeää kehittää alusta lähtien kestävä matkailua, jonka hiilijalanjälki on mahdollisimman lähellä nollaa ja vaikutus ympäristöön yleensäkin lievä.



Kun puhtauden kaupallinen arvo tunnustetaan ja tunnustetaan ja sitä hyödynnetään oikealla tavalla, on myös helpompi puolustaa olemassa olevaa puhtautta mm. kaivoshankkeilta ja muilta saastuttavilta teollisuuden haaroilta.



Hiljaisuus

Hiljaisuus on toinen vallitseva piirre, jota emme paikallisina useinkaan huomaa. Se on kuitenkin iso vahvuus, sillä jatkuva melu aiheuttaa stressiä ja hiljaisuudella on palauttava vaikutus. Hiljaisuudessa on huomattava potentiaali juuri Suomessa, sillä desibeliarvoilla mitaten Suomi on Euroopan hiljaisin maa.

Hiljaisuuteen liittyy tietysti myös sama paradoksi kuin puhtauteen: hiljaisuus ja massaturismi ovat käytännössä toisensa poissulkevia tekijöitä. Toisaalta on toki mahdollista järjestää ohjelmaa isoillekin ryhmille ilman meluhaittaa. Tästä hyvä esimerkki on vaikkapa Heinäveden Kanavasoutu, jossa yli 100 ihmistä kulkee halki vesistön tuottamatta juuri lainkaan ääntä.

Lähirooka

Puhtaus näkyy tietysti myös suomalaisessa ruuassa. Hyviä perinneruokia riittää, ja valikoimaa on viime vuosina tullut reilusti lisää. Erityisen isoa kasvu panimo- ja väkijuoma-alalla, missä suomalaiset haalivat palkintoja ympäri maailmaa.

Erityisen mieleen painuvaa tietysti on, jos voi ostaa muikkuja suoraan kalastajan veneestä, poimia mustikoita suuhun metsästä ja sammuttaa janon luonnonlähteestä.

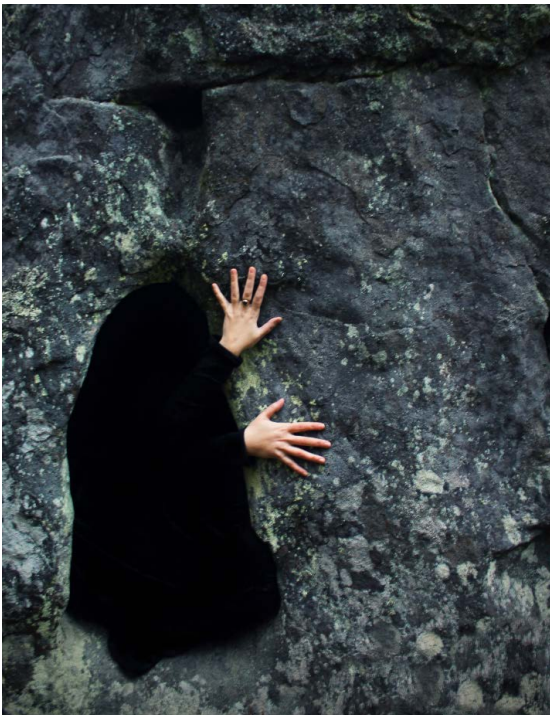


Kiireettömyys ja vieraanvaraisuus

Vieraanvaraisuus on toki globaali ilmiö, mutta itäsuomalaiseen kulttuuriin se kuuluu olennaisesti. Vieraanvaraisuus voi terminä tuntua väärältä, jos puhutaan maksullisista palveluista, mutta aidon vieraanvaraisuuden ei tarvitse välttämättä olla ilmaista. Avainkysymys on, onko asiakas yrittäjälle tai palveluntarjoajalle vain potentiaalinen rahanlähde, joka saa osakseen huomiota juuri niin paljon kuin on tarpeen maksun saamiseksi vai onko hän toivottu vieras, jonka olo halutaan tehdä mahdollisimman hyväksi.

Myös kiireettömyys on osa vieraanvaraisuutta. Itäsuomalaiseen kulttuuriin kuuluu, että kiireessäkin pitää olla aikaa juoda kahvit, jolloin pysähtyyään, kuunnellaan toista ja tarinoidaan eikä kiireen anneta näkyä, vaikka kahvin jälkeen juostaisiin pää kolmantena jalkana. Yrittäjä ei varmasti sesonkiaikana ehdi pysähtyä kupposelle joka asiakkaan kanssa, mutta olennaista on olla läsnä sen aikaa, kun kohtaa toisen ihmisen.

Viime aikoina on myös alettu puhua savolaisen kierouden sijasta savolaisesta ja itäsuomalaisesta leppoisuudesta ja mutkattomuudesta. Sitä kannattaa mainostaa ja pitää yllä.



Tarinaperinne

Itä-Suomessa, varsinkin Savossa, ei voi toimittaa pientäkään asiaa ilman, että siihen liittyy tarina. Hyvä tarina tekee vaatimattomastakin kohteesta mielenkiintoisen ja toisaalta ilman tarinaa hienokaan paikka ei ole juuri mitään.

Yksi hyödyntämätön, mutta hyvin potentiaalinen yleistarina koko Järvi-Suomen alueelle liittyy Suvasveden syntyyn. Järvi on nimittäin syntynyt kahden meteorin törmäyksestä. Näistä ensimmäinen on osunut maahan n. 800 miljoonaa vuotta sitten ja toinen n. 600 miljoonaa vuotta myöhemmin. Ensimmäisen törmäyksen ajankohdan perusteella voisi väittää, että kaksisoluinen elämä maapallolla on itse asiassa alkanut meteorin törmäyksestä Suvasvedellä eikä kukaan pystyisi tieteen nimissä väittämään täysin varmasti, ettei näin ole. Ison

meteorin törmäyksestä on tietysti roiskeita myös laajalle alueelle, joten Järvi-Suomea voisi kansainvälisesti mainostaa nimittäen sitä elämän kehdoiksi.

Maaseudun pienet erikoisliikkeet

Perusasiakaspalvelu pitää tietysti hallita, ja suomalaisilla on tekemistä jo siinä, että pystymme pitämään asiakaspalvelun tason kansainvälisten kilpailijoiden tasolla.

Kotimaan matkailijoita ajatellen maaseutuvoittoisella alueella on kuitenkin yksi aarre, joka jää helposti täysin huomiotta: maaseutukuntien ja pienten kaupunkien pienliikkeet. Ympäri Itä-Suomeakin pienissä maaseutukunnissa ja pikkukaupungeissa usein eläkeiässä olevien yrittäjien pitämiä erikoisliikkeitä, joilla on vuosikymmenten historia. Näissä liikkeissä on usein osaamista ja tavaraa, jota isoista marketeista ei löydä. Jos nämä yrittäjät saadaan edes jotenkin verkottumaan matkailijoiden ja myös alueen asiakkaiden avuksi (esim. WhatsApp- tai tekstiviestiryhmällä), saadaan oiva lisä palveluketjuun.

Rahoitus

Pro Järvi-Suomi ry rahoittaa toimintansa jäsenmaksuilla, palvelumyynnillä ja hankeavustuksilla.

Jäsenmaksut

Pro Järvi-Suomi ry voi hyväksyä henkilöjäseniä, mutta rahoituksen kannalta olennaisia ovat yhteisöjäsenet, kuten yritykset, järjestöt ja kunnat. Yhteisöjäsenmaksu pitää portauttaa organisaation koon mukaan, koska jäsenkunnasta tulee laaja, mutta toisaalta saatava jäsenmaksuhyöty on mahdollisimman iso. Jäsenmaksu voisi määräytyä esim. näin:

henkilöjäsenet max 50 euroa

kannatusjäsenet summa vapaa

yritykset 50 – 500 euroa koon mukaan

yhdistykset 50 – 500 euroa koon mukaan

kehitysyhtiöt 1000 - 2000 euroa

kunnat 500 – 2500 euroa koon mukaan

Palvelumyynti

Selkeä myytävä palvelu on ainakin verkkopalvelu. Sen kautta tulevalle myynnille ja varauksille pitää määrittää riittävä, mutta kohtuullinen provisio. Järjestö voi myös myydä koulutus- ja konsulttipalveluita.

Hankerahoitus

Hankerahoitus on merkittävässä roolissa varsinkin alussa, kun pitää luoda laajoja järjestelmiä ja kerätä iso määrä tietoa. Hankkeita voidaan toteuttaa erilaisilla aluerajauksilla (ks. kehittämistoiminta).

Verkkopalvelu koskee koko Järvi-Suomea, ja siihen luontevin rahoituslähde olisi todennäköisesti EU:n rakennerahastot. Ne jakavat tukia, joiden kokoluokka riittää pavelun toteuttamiseen ja toisaalta hanke on niin iso, että se täyttää hakukriteerit.

Tuotteistamiseen ja yleisen yhteistyön edistämiseen voidaan luoda alueellisia kehittämishankkeita esim. niin, että tavoitteena on saada leader-hanke kullekin Järvi-Suomen leader-alueelle. Näissä hankkeissa voidaan käyttää mallina Heinäveden Yrittäjät ry:n Suomen suurin ajatushautomo -hanketta, ja olennaista on, että hankkeet keskustelevat keskenään ja jokaisella uudessa hankkeessa hyödynnetään mahdollisimman paljon aikaisemmissa kerättyä tietoa ja ideoita. Pro Järvi-Suomi ry voi olla alueellisten hankkeiden hallinnoijana, mutta järkevintä olisi löytää kullekin alueelle paikallinen järjestö, joka voisi toimia hankkeen pääorganisoijana.

Yhdistyshankkeiden lisäksi pitää myös perustaa yritysryhmiä, koska yritysryhmähankkeita on tarjolla paljon vähemmän kuin rahoitusta ja 75 %:n tuki on hyvä houkutin yrityksille. Yritysryhmähankkeiden aluerajaus on vapaa, sillä samaan yritysryhmään voi kuulua mikä tahansa EU:n alueella toimiva yritys.

Jäsenistö ja yhteistyötahot

Matkailualan yhteistyöhankkeita on paljon, ja on tärkeää, että Pro Järvi-Suomi ry ei lähde tekemään sellaista, mitä tehdään muualla paremmin ja isommilla resursseilla. Meillä on kuitenkin vahva visio ja kasvava yhteistyöverkosto, joten oman järjestön perustaminen kannattaa. Toiminnan tehostamiseksi pitää vain pyrkiä yhteistyöhön isojen ja vahvojen toimijoiden kanssa.

Järjestön toiminta-alue on Etelä- ja Pohjois-Savo ja Etelä- ja Pohjois-Karjala. Tältä alueelta etsitään myös yhteistyökumppanit.

Jäseniä ja yhteistyötahoja (alustava lista)

Alueen palveluyritykset	Innovaatiokeskus (Savonlinna)
Alueen yhdistykset	Eduskunnan Love Saimaa -ryhmä
Kunnat	Alueen kansanedustajat ja EU-edustajat
Maakuntaliitot	Savonia AMK
Yrittäjäjärjestöt (paikalliset ja alueelliset)	XAMK
Kauppakamari	Karelia AMK
Kulttuurijärjestöt	Itä-Suomen yliopisto
Museot, teatterit ja taidelaitokset	LUT
Visit Finland	Savonlinnan kulttuuripääkaupunkihanke
Karelia Expert	Saimaa Geopark
Business Joensuu	Järvi-Suomen kylät ry
Business Kuopio	Pohjois-Karjalan sosiaaliturvayhdistys
Miksei Oy (Mikkeli)	Savonlinnan oopperajuhlat
Navitas Kehitys (Varkaus)	Joensuun Pop-Muusikot ry

Toiminnan aikataulu ja välitavoitteet

Elokuu 2019

- Valmisteluryhmän ja asiaan sitoutuvien henkilöiden kokoaminen. Elokuun loppuun mennessä mukana vähintään 20 eri alojen vaikuttajaa, joiden nimen voi myös julkaista osaksi Pro Järvi-Suomen kannattajaryhmää.
- Yhdistyksen sääntöjen ja toimintastrategian valmistelu.
- Ensimmäisten yhteisöjäsenten kokoaminen. Tavoitteena saada alustavasti mukaan ainakin kymmenen järjestöä ennen perustamiskokousta – mieluiten maantieteellisesti mahdollisimman laajalta alueelta eri puolilta Järvi-Suomea, jotta alueellisuus toteutuu alusta lähtien.
- Haussa yhteistyökumppani, joka pystyisi olemaan hakijana rakennerahastohaussa. Sopiva haku umpeutuu syyskuun lopussa.

Syyskuu 2019

- Perustava kokous Valamossa syyskuun puoliväliin mennessä.
- Rakennerahaston apurahan haku.

Loppuvuosi 2019

- Jäsenistön ja palvelutuottajien kerääminen. Tavoitteena vuoden loppuun mennessä vähintään sata yhteisöjäsentä, joista vähintään puolet aktiivisia palvelutuottajia.
- Verkkopalvelun valmistelu, jos rahoitus saadaan kuntoon.

Alkuvuosi 2020

- Jäsenistön ja palvelutuottajien kerääminen. Tavoitteena toukokuun loppuun mennessä vähintään 250 yhteisöjäsentä, joista vähintään 150 aktiivisia palvelutuottajia.
- Toukokuussa 2020 verkkopalvelun ensimmäisen version julkaisu.

Alkuvaiheen rahoitus

Alussa Pro Järvi-Suomella ei ole palkattua henkilökuntaa, vaan toimintaa pidetään yllä ostopalveluilla, jotka rahoitetaan yhteisöjäsenmaksuilla sekä mahdollisella koulutupalvelumyynnillä. Henkilön palkkaaminen on mahdollista siinä vaiheessa, kun jäsenpohja on riittävän iso ja toimintaan on saatu hankerahaa.

Lisätiedot ja yhteydenotot:

Mikko Keinonen
045 7871 3451
soisalomedia@gmail.com