

Hankkeen nimi: Pk-yritysten digipalveluekosysteemistä ja tiedolla johtamisesta vipuvoimaa koronasta ...

<p>Perustele, miksi hanke toteutetaan yhteishankkeena.</p> <p>Hankkeen toteuttajaorganisaatiot ovat kaikki keskenään erilaisia, joten hankkeen käytössä on laaja eri alojen ja asioiden asiantuntemus. Tällä yhteishankkeen kokoonpanolla ja toiminnalla saavutetaan liäsarvona mm. synergiaetuja ja yhteistyön tiivistymistä.</p> <p>Mukana on kuntatoimija, jonka kautta hankkeen käyttöön saadaan vahvistettua yhteyksiä paikalliseen ja alueelliseen yrityskehitykseen sekä asiantuntemusta elinkeinoihin ja paikallisiin vahvuuksiin sekä alueen brändiin. Hankkeen tulosten levittäminen ja valtavirtaistaminen vaatii ruohonjuuritason neutraalin toimijan siitä huolehtimaan. Muonion kunta toimii hankkeessa paikallisen toimintaympäristön, verkostojen ja alueen tuntijana. On luonnollista, että Muonion kunta toimii hankkeessa päähakijana ja koordinoijana.</p> <p>Ilmatieteenlaitos on hankkeen linkki huippututkimukseen ja tietoon. Ilmatieteenlaitoksen kautta päästään käsiksi dataan, jota voisi alueella hyödyntää laajemminkin. Tiedon ymmärtämisessä ja soveltamisessa tarvitaan tutkimusinstituution asiantuntemusta, jota ilman ei datan hyödyntäminen esimerkiksi yritysten tarpeisiin ole mahdollista. Toisaalta taas Ilmatieteenlaitos saa hankkeesta vipua tiedon havainnollistamiseen sekä valtavirtaistamiseen.</p> <p>Metsähallitus puolestaan on niin ikään keskeinen luontomatkailuun, retkeilyyn ja luonnon kestävään käyttöön liittyvä toimija hankkeessa. Metsähallitus toimii myös linkkinä luonnossa liikkuviin ihmisiin kuten retkeilijöihin ja matkailijoihin, joille hankkeen tuloksia myös pyritään levittämään ja opastamaan matkailijoita toimimaan vastuullisesti. Sammaltunturin mittausasema sijaitsee Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa ja näin vahvistaa myös puiston imagoa.</p> <p>Lapin AMK tuo hankkeeseen ja sen tuloksiin erityisesti siinä, miten tietoa voi näyttää ja havainnollistaa, jotta se on mahdollisimman kiinnostavaa, herättelevää ja monipuolista. Lapin AMK tuo teknologian ja digitaaliset demoratkaisut hankkeeseen, auttaa yrityksiä hyödyntämään hankkeen tuloksia ja toimii osana ekosysteemiä linkkinä koulutuksen sekä yrityksen välillä.</p> <p>Yhteishanke mahdollistaa toimijoiden välisen T&amp;K&amp;I -yhteistyön kehittämisen, joka voi tulevaisuudessakin olla erittäin hedelmällistä.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3 Hankkeen perustiedot

Hankkeen julkinen nimi	
Pk-yritysten digipalveluekosysteemistä ja tiedolla johtamisesta vipuvoimaa koronasta selviytymiseen	
Alkamispäivämäärä	Päättymispäivämäärä
1.8.2021	28.2.2023
Toimintalinja	
8. REACT-EU:n EAKR-toimenpiteet	
Erityistavoite	
12.1. Pk-yritystoiminnan vahvistaminen erityisesti digitalisaation ja vihreän talouden näkökulmasta	

### 4 Tiivistelmä (julkaistaan internetin tietopalvelussa)

#### 4.1 Hankkeen julkinen tiivistelmä (tavoitteet, toimenpiteet, tulokset)

Matkailu- ja palveluala on yksi eniten koronapandemiasta kärsinyt toimiala. Koronapandemia on vaikuttanut matkailuun jo monella tapaa ja tulee vaikuttamaan myös jatkossa. Luontomatkailuun, johon alueemme matkailu perustuu, odotetaan kasvavan entisestään. Lisäksi kasvavat mm. vaade vastuullisuudelle ja matkojen merkityksellisyydelle sekä matkailu hiljaisissa/vähäruuhkaisissa kohteissa. Virtuaalimatkailu ja erilaiset muut digitaaliset ratkaisut kehittyvät entisestään. Lisäksi matkailu tulee perustumaan jatkossakin terveysturvallisiin toimintamalleihin.

Hanke vastaa matkailun koronapandemian mukanaan tuomiin vaateisiin liiketoiminnan digitalisoimisen välttämättömyydestä ja uudistamisesta vastuullisempaan suuntaan suhteellisen nopeilla toimenpiteillä. Se myös vahvistaa alueen vahvuutta eli puhdasta ilmaa ja sen hyödyntämistä lisäarvon tuojana yritystoiminnan vahvistamisessa.

#### Tavoitteet

- Hyödyntää ja tuoda näkyväksi uudella tavalla olemassa olevaa puhtaaseen ilmaan liittyvää tietoa ja osaamista.

Hankkeen nimi: Pk-yritysten digipalveluekosysteemistä ja tiedolla johtamisesta vipuvoimaa koronasta ...

- Edistää ja kehittää vastuullisen ja tietoon pohjautuvaa päätöksentekoa niin pk-yrityksissä kuin muidenkin toimijoiden keskuudessa ja sitä kautta yritysten kilpailukykyä sekä koronasta elpymistä. Mm. analytiikan ja tekoälyn hyödyntäminen.
- Hyödyntää tietoa liiketoiminnan kehittämisessä, uusien mielenkiintoisten matkailuelämysten tuotteistamisessa ja olemassa olevien uudistamisessa, uusien yritysten synnyttämisen tukena sekä ennakoinnissa ja tulevaisuuden strategisissa linjauksissa.
- Kasvattaa yritysten digi- ja vastuullisuusosaamista sekä erityisesti ymmärrystä
- Selvittää ja tukea pk-yritysten digipalveluekosysteemin muodostumista ja edistää yritysten välistä yhteistyötä sekä osaamisen jakamista ja kasvattamista.
- Synnyttää erityisesti vastuullisuuteen ja digitaalisuuteen pohjautuvaa uutta osaamista ja liiketoimintaa. Uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytäminen digitalisaatiosta.
- Vahvistaa alueen elinvoimaa.
- Tehdä toimenpiteitä ja saada aikaan tuloksia, jotka ovat nopeasti vaikuttavia, elvyttäviä, konkreettisia, laajasti levitettäviä ja yritysten valmiuksia vahvistavia.
- Kehittää tutkimus- ja innovaatiotoimintaa erityisesti digitalisaation ja vihreän talouden näkökulmasta.
- Mahdollisestaan matkailu- ja palvelutoimialojen uudistuminen entistä kestävämpään suuntaan ja älykkään matkailun edistäminen digitaalisin keinoin.
- Saada yritykset tarttumaan digitalisaation mahdollisuuksiin, työkaluihin, kokeiluihin, tietoon ja tiedolla johtamiseen.
- Hyödyntää alueen erityispiirteitä, puhdasta ilmaa, yritysten digitaalisessa liiketoiminnassa osana asiakkaan palvelupolkua.
- Yhdistää tutkittua ilmastotietoa, teknologiaa ja yritysten digitaalista liiketoimintaa uudella tavalla

#### Toimenpiteet

Tuodaan ilmanlaatua ja ilmaston tilaa kuvaavaa dataa sekä datalla tehtyä tutkimusta ja sen tuloksia eri käyttäjryhmien saataville ymmärrettävästi, kiinnostavasti, ajantasaisesti ja helposti hyödynnettävissä olevassa muodossa. Yrityksien, matkailun alueorganisaatioiden, matkanjärjestäjien, kuntien ja kansallispuiston luontokeskuksien käyttöön tuotetaan digitaalista materiaalia verkossa tapahtuvaa Sammaltunturin tutkimusasemalle suuntautuvaa matkaa varten (digital travel experience tai online travel). Puhdasta ilmaa visualisoidaan toteuttamalla kaksi VR -toteutusta. Asiantuntija-alustusten ja työpajatyöskentelyn kautta kasvatetaan pk-yritysten tiedolla kehittämisen ja johtamisen tietotaitoa hyödyntäen digitaalisuuden tuomia mahdollisuuksia. Case-esimerkinä hyödynnetään hankkeessa tuotettua puhtaan ilman tietoa.

Alueen yritysten tahtotila ja tarpeet olla mukana digitaalisessa pohjautuvassa ekosysteemissä kartoitetaan. Sen pohjalta selvitetään lisäksi laaja-alainen osaamisverkosto, jolla on tahtotila toimia yhdessä paikallisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti, tavoitteena synnyttää yritysälhtöinen palveluekosysteemi digipalvelutoimintaan pk-yrityksille. Digitaalisen palveluekosysteemin rakentumista tuetaan mm. järjestämällä työpajoja yllä mainituista osa-alueista.

#### Tulokset

Hankkeella pyritään saamaan aikaan liiketoiminnan kehittymistä, kasvua ja kestävyyttä. Yritysten palvelut ja tietotaidot kehittyvät ja digitaalisuus liiketoiminnassa nähdään mahdollisuutena uhan sijaan. Yritykset ovat ottaneet käyttöön digiratkaisuja omilla palveluissaan, palveluista on tullut kestävämpiä ja niillä on tavoitettu mahdollisesti uusia kohderyhmiä sekä saatu lisää asiakkaita.

Yritysten ymmärrys tutkitun tiedon merkityksestä oman liiketoiminnan kehittämisen tärkeänä lisäarvon tuojana on kasvanut. Palveluekosysteemi on tuonut esille digin monet mahdollisuudet liiketoiminnan kehittämisessä ja uusia yhteistyökumppanuuksia on syntynyt. Digiyritysten ja digitaalista markkinointia tuottavien yritysten kauppa on pirstunut, että palvelualojen yritysten liiketoiminta on lähtenyt elpymään. Toimijoiden ja toteuttajien välinen yhteistyö on myös tiivistynyt.

Lyhyellä aikavälillä hankkeella voidaan odottaa olevan imagollisia vaikutuksia alueen ja yritysten näkökulmasta; alue näyttäytyy uudistumiskykyisenä ja vetovoimaisen paikkana tehdä liiketoimintaa, vierailu ja asua ja yritykset taas näyttävät houkuttelevina työnantajina ja palveluntuottajina. Lyhyellä aikavälillä yritykset ja toimijat oppivat paljon digitaatioita, joita voivat hyödyntää omissa toiminnoissaan. Tietoisuus alueesta kasvaa myös matkailijoiden keskuudessa, kun pystytään tekemään mielikuva- ja etävierailuja yritysten kohteisiin ja palveluihin entistä paremmin. Tieto ja osaaminen ovat kasvaneet ja tietoa hyödynnetään eri kohderyhmien toimesta, kuten paikallisten, yritysten, asiakkaiden, tutkijoiden ja kehittäjien.

#### 4.2 Hankkeen nimi englannin kielellä

From SME's digital service ecosystems to knowledge management - Power to survive from Covid- 19 pandemic!

#### 4.3 Hankkeen julkinen tiivistelmä englannin kielellä

The tourism and services sector are most affected by the Covid-19 pandemic. It has already affected tourism in many ways and will continue to do so. Nature tourism, on which tourism in our region is based, is expected to grow even further. In addition, the demand for sustainability and the meaningfulness of travel, as well as tourism in quiet/low-congestion destinations, will increase. Virtual tourism and various other digital solutions are evolving further. In addition, tight health and safety conditions and processes will be important.

The project responds to the demands set for tourism due to the Covid-19 pandemic - the necessity to digitalise business and renew it towards more responsible way through relatively rapid measures. It also affirms the strength of the region, i.e. clean air and its role to add value to tourism business.

#### Objectives

- Utilise and make visible in a new way existing clean air-related knowledge and know-how.
- Promote and develop responsible and informed decision-making, both among SMEs and other actors, the competitiveness of enterprises and the recovery from the Covid-19 pandemic. Utilization of analytics and artificial intelligence, among other things.
- Utilise information in business development, innovating new interesting tourism experiences and renewing existing ones, supporting the creation of new businesses, and forecasting and future strategic guidelines.
- Increase companies' digital and sustainability skills and, in particular, increase understanding
- To explore and support the formation of a digital service ecosystem for SMEs and to promote business-to-business cooperation and the sharing and growth of skills.
- Generate new know-how and business based on sustainability and digitalisation in particular. Finding new business opportunities in digitalisation.
- Strengthen the vitality of the region.
- Take measures and achieve results that are rapidly effective, revitalizing, concrete, widely disseminated and strengthen the business capacity.
- Develop research and innovation, especially from the perspective of digitalisation and the green economy.
- Modernising the tourism and service industries in a more sustainable direction and promoting smart tourism through digital means;
- Get companies to seize the opportunities, tools, experiments, knowledge and knowledge management of digitalisation.
- Utilise the special features of the area, clean air, in the digital business of companies as part of the customer's service path.
- Combine researched climate information, technology and digital business in a new way.

#### Actions

Make air quality and climate status data, as well as research done with data and its results available to different user groups in an understandable, interesting, up-to-date and easily exploitable format.

Digital materials are produced for a digital travel experience or online travel to the use of companies, regional tourism organisations, tour operators, municipalities and national park nature centres. The purest air is visualized by implementing two VR products.

Expert presentations and workshop are held for SME's to increase the know-how of knowledge management, and how to take advantage of the opportunities offered by digitalisation. The case example is the clean air data produced in the project.

The willingness and needs of companies in the region to participate in the digital-based ecosystem will be mapped. These results will also be used to examine large-scale reference network with a willingness to work together locally, nationally and internationally, with the aim of creating a business-oriented service ecosystem for digital service activities for SMEs. The creation of the digital service ecosystem is supported, for example, by organising workshops on the above areas.

#### Results

The project will bring about business development, growth and sustainability. Business services are evolving, operations will become resource efficient and modern. Companies' know-how is evolving and digitalisation in business is seen as an opportunity rather than a threat.

Companies have introduced digital solutions in their own services, services have become more sustainable and potentially reached new target groups and gained more customers.

Companies' understanding of the importance of researched information as an important importer of added value for their own business development has grown.

The service ecosystem has highlighted many opportunities of digitalisation in business development and new partnerships have emerged. Cooperation between actors and implementers has also intensified.

In the short term, the project can be expected to have an image impact from the point of view of the region and businesses; the area appears to be a regenerating and attractive place to do business, visit and live, while companies appear to be attractive employers and service providers. In the short term, companies and operators learn a lot of digital skills that can be utilised in their own operations. Awareness of the area is also growing among tourists as it is possible to make remote/virtual visits easier to companies. Knowledge and know-how have grown, and information is utilised by different target groups, such as locals, businesses, customers, researchers and developers.

## 5 Hankkeen tarve, tavoitteet ja kohderyhmä

### 5.1 Mihin tarpeeseen tai ongelmaan hankkeella haetaan ratkaisua? Miten hanke on valmisteltu? Miten valmistelussa on otettu huomioon aiemmin rahoitettujen hankkeiden tulokset?

Matkailu- ja palveluala on yksi eniten koronapandemiasta kärsinyt toimiala. Globaali tautitilanne, maahantulon ja matkustamisen rajoitukset sekä pandemian aiheuttamat pelot ja asenteet matkailua kohtaan ovat käytännössä pysäyttäneet alueellemme elintärkeän kansainvälisen matkailun jo yli vuoden ajaksi. Muonion yöpymisvuorokausista n. 66 % ja matkailutulosta yli 80 % on kansainvälisten asiakkaiden aikaansaamaa. Näistä voi hyvin päätellä, mitkä ovat alueellemme aiheutuneiden taloudellisten ja työpaikkojen menetysten määrät. Matkailun menestys heijastuu luonnollisesti myös muihinkin asioihin ja palveluihin.

Koronapandemia on jo muuttanut matkailua. Se on lisännyt sen digitalisoitumista, lähimatkailua ja nostanut myös vastuullisen matkailun merkitystä. Ihmiset haluavat tehdä entistä ympäristötietoisempia valintoja. Ympäristötietoisuuden lisäksi vastuullisuus näkyy myös palveluiden ostamisessa, ja asiakkaille ovat yhä

merkityksellisempiä monet vastuullisuuden näkökulmat, kuten matkan vaikutukset ilmastomuutokseen, heidän tehdessä valintaa kohteen, matkustusmuodon, ravintolan, majoituksen tai aktiviteetin välillä. Vastuullinen matkailija suunnittelee oman matkansa siten, että hän välttelee ruuhkaisempia kohteita sekä painottaa valinnassaan myös hyvinvointivaikutuksia kuten puhdasta ilmaa.

Koronapandemia tulee vaikuttamaan myös matkailun tulevaisuuteen monella tavalla niin sen toimintamalleihin kuin sisältöihin. Luontomatkailun, johon alueemme matkailu perustuu, odotetaan kasvavan entisestään. Lisäksi kasvavat mm. vaade vastuullisuudelle ja matkojen merkityksellisyydelle sekä matkailu hiljaisissa/vähäruuhkaisissa kohteissa. Virtuaalimatkailu ja erilaiset muut digitaaliset ratkaisut kehittyvät entisestään. Lisäksi matkailu tulee perustumaan jatkossakin terveysturvallisiin toimintamalleihin.

Äkillinen ja kaikkia koskettava globaali koronapandemia on osoittanut sen, miten heikoissa kantimissa alueemme yritysten ja muidenkin toimijoiden digiosaaminen sekä digitaalisuuden monipuolisten osa-alueiden hyödyntäminen oman liiketoiminnan kehittämisessä ja lisäarvon tuojana on. Monilla alueemme yrityksistä jopa perusasiat kuten verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat eivät ole ajan tasalla asiakasystävällisestä käyttäjäkokemuksesta puhumattakaan. Valtaosalta puuttuu verkkokauppa tai mahdollisuus ostaa palveluita verkon kautta. Sähköisiä työvälineitä ei ole juurikaan käytetty ja esimerkiksi Teams ja vastaavat olivat monille vielä pandemian alkaessa vieraita. Ns. digiloikka on monilla jäänyt ottamatta ja se näyttäytyy peikkona monella pienelle yritykselle. Liiketoiminnan ja asiakkaan palvelupolun digitalisoiminen nähdään edelleen ennen kaikkea liikaa aikaa vievänä ja irrallisena yrityksen ydintoiminnasta. Sen hyötyjä ja potentiaalia liiketoiminnan kasvattamiseen, kannattavuuteen, kustannustehokkuuteen ja kilpailukykyyn ei tunnusteta eikä tunnusteta. Digitalisointi ja tiedon parempi hyödyntäminen mahdollistavat uusien tuotteiden ja palveluiden tarjoamisen, uudenlaiset yhteistyömallit yritysten välillä sekä jopa uudet yhteistyömuodot yritysten, asiakkaiden ja työntekijöiden välillä. Digitaalisuuden pitää olla liiketoiminnan ytimessä ja lähtökohta, ei olemassa olevan toiminnan päälle liimattu jälkijätös. Menestyksen edellytys on kyky innovoida ja ketterästi oppien luoda uutta asiakkaille tietoon perustuen.

Digitaalisuus tarjoaa mahdollisuuksia lisätä myös tietoutta ilmasto- ja kestävyysaasteista. Se tarkoittaa mm. sitä, että olemassa olevaa tietoa analysoidaan, yhdistellään ja jaetaan tehokkaasti kaikkien käyttöön uusimpia teknologisia ratkaisuja hyödyntäen. Matkailualueella toimivien henkilöiden ymmärrys, osaaminen ja toteutetut konkreettiset toimenpiteet myynnin, löydettävyyden ja näkyvyyden edistämiseksi ovat ratkaisevassa roolissa matkailualueen ja sen yritysten menestykselle. Matkakohteiden tulee olla tulevaisuudessa älykkäitä kaikilta toiminnan osa-alueiltaan. Parhaiten koronakriisissä ovat pärjänneet ne matkailuyritykset, jotka ovat pystyneet digitalisoimaan liiketoimintojaan ja viestimään vastuullisesta toiminnastaan. Tähän tarpeeseen ei moni alueemme pk-yritys ole pystynyt vastaamaan ajan ja asiakkaan odottamalla tavalla.

Hanke vastaa matkailun koronapandemian mukanaan tuomiin vaateisiin liiketoiminnan digitalisoimisen välttämättömyydestä ja uudistamisesta vastuullisempaan suuntaan suhteellisen nopeilla toimenpiteillä. Se myös vahvistaa alueen vahvuutta eli puhdasta ilmaa ja sen hyödyntämistä lisäarvon tuojana yritystoiminnan kilpailukykyyn parantamisessa sekä näkyväksi tuomista virtuaalisuuden keinon. Myös tiedolla kehittämisen ja johtamisen osaamisen sekä hyödyntämisen vahvistuminen ovat avainasemassa kilpailukykyyn lisäämisessä. Alueen yritykset eivät ole aktiivisia digipalveluekosysteemeissä ja se voi aiheuttaa yrityksille vakavaa haittaa. Hyödyt perustuvat tiiviiseen vuorovaikutukseen ja yhteistyöhön, joka tuottaa innovaatioita sekä kasvattaa tuottavuutta. Näiden toimenpiteiden vahvistamiseen hankkeella pyritään vastaamaan.

Hanketta on valmisteltu yhdessä kaikkien hankkeen toteuttajien kanssa etäyhteyksin. Alun perin hankkeen sisältö oli osa suurempaa EAKR-hausta haettua Puhtaan ilman hankekokonaisuutta, mutta rahoittajan ja toteuttajien kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta päädyttiin lopulta jakamaan iso hankekokonaisuus kahdeksi hieman pienemmäksi hankkeeksi. Näin toimenpiteitä pystyttiin paremmin fokuisoimaan ja paremmin vastaamaan koronan ja muuttuneen matkailun mukanaan tuomiin haasteisiin myös digitaalisen liiketoiminnan kehittämisen osalta. Tämä hanke vastaa

koronasta selviytymiseen sekä tutkimustiedon ja puhtaan ilman brändin näkyväksi tuomiseen uudella tavalla ja "Arktista imua puhtaalla ilmalla" -hanke puolestaan keskittyy tutkimustiedon popularisointiin ja siihen liittyvän brändityön aloittamiseen. Brändityö on aikaa vievä pitkäjänteinen prosessi ja sen tulokset auttavat alueen elinvoimaisuuden ja elinkeinon kehittymistä pitkällä aikavälillä.

Hanke suhteessa muihin ohjelmiin

Muonion kunnan yhtenä strategisena tavoitteena on "digiakaan siirtyminen". Hanke tukee tämän tavoitteen saavuttamista osaltaan hyvin ja mahdollistaa elinkeinon kehittymisen.

Lisäksi kesällä 2020 valmistunut Muonion matkailuohjelma painottaa digitaalisuuden ja kestävyuden osa-alueiden hyödyntämistä tunnettuuden ja koko liiketoiminnan kehittämisessä. Ohjelmaan liittyvät Discover Muonio digitiekartan ja jakelukanavastrategian täytäntöönpano vaativat toimenpiteitä. Yhtenä kehittämistarpeena nimettiin asiakasta kiinnostavan sisällön kehittäminen pohjautuen alueen vahvuuksiin kuten puhtaaseen ilmaan. Toisena tarpeena nousi esille matkakohteesta tapahtuvan asiakaskokemuksen parantaminen digitaalisuuden keinoin.

Hanke tukee myös Suomen matkailun digitiekarttaa (Visit Finland 11/2019) ja erityisesti sen tavoitetta "Matkailun vastuullisuuden edistäminen digitaalisin keinoin". Tavoitteen mukaan toimenpitein tulee mahdollistaa matkailijoiden vastuullisia päätöksiä digitaalisella asiakaspolulla, etsiä ja kehittää aktiivisesti digitaalisia ratkaisuja, jotka tukevat kestävä matkailua sekä luoda valtakunnallisen alustatalouteen pohjautuva matkailun ekosysteemi sekä työkalut ja kulttuuri, jotka mahdollistavat uusien liiketoimintamallien kehittymisen ja kannustavat kokeilemaan nopeasti ja riittävän suuresti. Dynaamisessa ekosysteemissä julkinen sektori, suuret ja pienet yritykset sekä matkailualaa hyödyttäviä palveluita tuottavat yritykset toimivat kukin omissa rooleissaan.

Digitaalisen matkailun kehittäminen tukee myös Pallas-Yllästunturin kansallispuiston pyrkimystä nousta kestävä matkailun kärkikohteeksi. Kansallispuistolla on jo EUROPARC:n myöntämä Charter for Sustainable Tourism sertifiointi. Kestävä luontomatkailun yhteistyösopimus on solmittu yli sadan yrityskumppanin kanssa, jotka hyötyvät suoraan tuotetusta tiedosta ja uusista tavoista perehtyä puhtaan ilman merkitykseen potentiaalina terveysmatkailutuotteena.

Hankkeella edistetään myös monia Lapin arktisen erikoistumisen ohjelmassa nimettyjä kokonaisuuksia. Älykkään erikoistumisen alueellisen innovaatiopolitiikan konseptin tarkoituksenahan on tunnistaa ja valita alueen omat vahvuusalueet, joihin tulevaisuuden panostuksia ja investointeja kohdennetaan. Muoniossa ja Lapissa puhdas ilma on yksi näistä tunnistetuista ja valituista vahvuuksista. Hanke tukee myös älykkään erikoistumisen tavoitetta yhdistelemällä uudella tavalla tutkittua ilmastotietoa, teknologiaa ja yritysten digitaalista liiketoimintaa.

Lappi-sopimuksen vuoden 2021 visiotasolle asti on nostettu ajatus maailman puhtaimmasta maakunnasta. Sopimuksen läpileikkaavista teemoista edistetään hankkeen toimilla erityisesti kestävä kehitystä ja resurssitehokkuutta (mm. tekoälyn ja analytiikan hyödyntäminen yritysten toiminnoissa) ja digitalisaatiota (mm. yritysten digiasteen nosto). Hankkeen toimenpiteillä vastataan osaltaan laajasti Lapin selviytymissuunnitelman kehittämistarpeisiin. Tätä tehdään hankkeessa mm. uudistamalla matkailutoimialaa tuomalla siihen lisää tiedolla johtamista, digitalisaatiota ja ekosysteemiajattelua. Hankkeen toimilla edesautetaan digitaalista ja vihreää siirtymää sekä toimialarajat ylittävää verkostoitumista ja yhteistyötä. Hankkeessa on mukana myös koulutusorganisaatio, joka saa hankkeesta myös eväitä koulutuksen kehittämiseksi vastaamaan entistä paremmin elinkeinoelämän ja yritysten tarpeita. Erityisen hyvin hanke tukee strategisen valinnan numero 4 teemaan vahvasta digiedelläkävijyydestä.

Hanke tukee voimassa olevaa EU:n Itämeri -strategiaa, erityisesti sen hyvinvoinnin lisäämisen tavoitetta kuten ilmastonmuutokseen sopeutumista ja kilpailukyyn parantamista sekä matkailun digitalisaation edistämistä ja siihen liittyvää datalähtöistä päätöksentekoa. Lisäksi hanke tukee toimenpidekokonaisuuksien edistämistä kuten esim. vastuullista tuotteistamista ja matkailijahallinnan kehittämistä.

Myös Agenda 2030 –ohjelmasta löytyy tavoitteita, joita hankkeen toimenpiteillä voidaan paikallisesti edistää: kestävien kulutus- ja tuotantotapojen, talouskasvun, teknologisten valmiuksien, tieto- ja viestintäteknologian saatavuuden jne. edistäminen.

Hiilineutraali Suomi 2035 -tavoitteet uusin tieto ja teknologia ilmastotietouden ja -kasvatuksen levittämiseksi ja päätöksentekoa ohjaamaan myös ilmastopolitiikan osalta. Vahva yhteistyö tutkimuslaitoksen ja teknologiaa kehittävien toimijoiden kanssa vahvistaa tavoitteen tukemista hankkeen aikana ja jatkossa.

Yhdenvertaisuutta voidaan lisätä mm. tarjoamalla yhä useammalle kohderyhmälle mahdollisuutta vierailu Muoniossa, mm. hengitysvaikeuksista kärsiville. Lisäksi teknologiset ratkaisut, monikanavaisuus ja digitaaliset palvelut edesauttavat alueen kokemista esim. kotisohvalta ja mahdollistavat esimerkiksi terveysturvallisen asioimisen. Pitkien etäisyyksien haasteita voidaan niin ikään ratkaista digitaalisilla ratkaisuilla ja digitaalista saavutettavuutta kehittämällä.

## 5.2 Mitkä ovat hankkeen tavoitteet?

Hankkeen tavoitteita ovat mm.:

- Hyödyntää ja tuoda näkyväksi uudella tavalla olemassa olevaa puhtaaseen ilmaan liittyvää tietoa ja osaamista.
- Edistää ja kehittää vastuulliseen ja tietoon pohjautuvaa päätöksentekoa niin pk-yrityksissä kuin muidenkin toimijoiden keskuudessa ja sitä kautta yritysten kilpailukykyä sekä koronasta elpymistä. Mm. analytiikan ja tekoälyn hyödyntäminen.
- Hyödyntää tietoa liiketoiminnan kehittämisessä, uusien mielenkiintoisten matkailuelämysten tuotteistamisessa ja olemassa olevien uudistamisessa, uusien yritysten synnyttämisen tukena sekä ennakoinnissa ja tulevaisuuden strategisissa linjauksissa.
- Kasvattaa yritysten digi- ja vastuullisuusosaamista sekä erityisesti ymmärrystä.
- Selvittää ja tukea pk-yritysten digipalveluekosysteemin muodostumista ja edistää yritysten välistä yhteistyötä sekä osaamisen jakamista ja kasvattamista osana ekosysteemiä.
- Synnyttää erityisesti vastuullisuuteen ja digitaalisuuteen pohjautuvaa uutta osaamista ja liiketoimintaa. Uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytäminen digitalisaatiosta.
- Vahvistaa alueen elinvoimaa.
- Tehdä toimenpiteitä ja saada aikaan tuloksia, jotka ovat nopeasti vaikuttavia, elvyttäviä, konkreettisia, laajasti levitettäviä ja yritysten valmiuksia vahvistavia.
- Kehittää tutkimus- ja innovaatiotoimintaa erityisesti digitalisaation ja vihreän talouden näkökulmasta.
- Mahdollistaa matkailu- ja palvelutoimialojen uudistuminen entistä kestävämpään suuntaan ja älykkään matkailun edistäminen digitaalisin keinoin.
- Saada yritykset tarttumaan digitalisaation mahdollisuuksiin, työkaluihin, kokeiluihin, tietoon ja tiedolla johtamiseen.
- Hyödyntää alueen erityispiirteitä, puhdasta ilmaa, yritysten digitaalisessa liiketoiminnassa osana asiakkaan palvelupolkua.
- Yhdistää tutkittua ilmastotietoa, teknologiaa ja yritysten digitaalista liiketoimintaa uudella tavalla.

## 5.3 Mikä on hankkeen uutuus- tai lisäarvo? Mitä toimintatapojen muutosta halutaan saada aikaan?

Hankkeessa selvitetään ja tuetaan ekosysteemin muodostumista T&K&I –toimijoille ja pk-yrityksille tutkimustiedon, erityisesti puhtaan ilman ja digitalisaation hyödyntämiseen sekä yritysten digipalvelutoimintojen kehittämiseen. Ekosysteemi tuo toimijoille lisää tietoa erityisesti markkinoilla toimivien yritysten ratkaisumalleista ja toimijoista, pk-yritysten tarpeista ja tietoa mm. tutkimuksista, joita hyödyntää. Parhaimmillaan ekosysteemi mahdollistaa kumppanuuksien syntymisen ja sitä kautta taloudellisia ja työllistäviä vaikutuksia.

Uutuusarvoa syntyy myös uusista tavoista tuoda, tuottaa ja havainnollistaa tietoa digitaalisin keinoin, kuten virtuaalinen asiakaspolkumalli, virtuaalinen markkinointi ja oppiminen, joiden tärkeys on noussut koronapandemian aikana yhä vahvemmin esille.

Hankkeella halutaan tukea yritysten toimintatapojen ja –mallien muutosta digitaalisten toimintatapojen käyttöön otossa ja siten vaikuttaa organisaation sisäisiin toimintamalleihin ja henkilöstöresurssien käyttöön, sekä loppuasiakkaiden palvelutarjonnan monipuolisuuteen, laajuuteen ja digitaaliseen saavutettavuuteen sekä asiakaspalvelukokemukseen.

Hankkeella luodaan lisäarvoa mm. seuraaville hankkeen kohderyhmille ja alueen toimijoille:

- Pk-yritykset ja matkailutoimijat: kilpailukyvyyn kasvu, imago- ja markkinointihyöty (puhdas ilma teknologian keinoin suuremman yleisön tietoisuuteen), kilpailukykyä tiedolla johtamisen ja uuden tiedon avulla, liiketoiminnan kannattavuuden kasvu digitalisaation avulla, mahdollisuus tavoittaa uusia kohderyhmiä, lisääntynyt yhteistyö ja uudet kumppanuudet.
- Matkailijat ja yritysten asiakkaat: hyvinvointi- ja terveysvaikutusten ymmärtäminen, brändimielikuvan vahvistuminen, arvopohjainen tarjonta, tietoa ilmastonmuutoksesta ja kestävyuden merkityksestä, näyttäytyminen vastuullisena matkailijana (ylpeys), resurssitehokkaat vierailut eri kohteissa mahdollisia digitaalisesti koettuna, asiakasystävällinen asiointipolku.
- Muonion kunta: näyttäytyminen elinvoimaisena, nykyaikaisena ja uudessa ajassa elävänä paikkana, vetovoimainen paikka vierailuun, asua ja yrittää.
- Tutkimuslaitos (Ilmatieteenlaitos): tutkimuslaitoksen tuottaman tiedon uudenlainen hyödyntäminen ja tiedon vaikuttavuuden lisääntyminen, brändin vahvistuminen huippututkimuslaitoksena, Sammaltunturin aseman tekemän työn näkyväksi tuominen ja tutkitun tiedon näkyväksi tekeminen/tiedon popularisointi.
- Metsähallitus: erottuminen muista kansallispuistoista, lisäarvon tuominen viestintään, luonnon kestävän käytön edistäminen ja kantokyyvyn ylläpito.

Yhteistyö toimijoiden välillä on kaikille uutta ja jo sinällään tuo lisäarvoa kaikkien toimintaan.

#### 5.4 Mitkä ovat hankkeen varsinaiset kohderyhmät?

Hankkeen ensisijaisina kohderyhminä toimivat erityisesti koronasta kärsineiden toimialojen, matkailu- ja palvelualuejen, pk-yritykset.

#### 5.5 Mitkä ovat hankkeen välilliset kohderyhmät?

Hankkeen välillisinä kohderyhminä ovat yritysten ja alueen palveluita käyttävät asiakkaat, matkailijat, asukkaat myös lähikuntien, potentiaaliset yritykset, Muonion kunta, vapaa-ajanasukkaat, Metsähallitus, Lapin AMK, Ilmatieteenlaitos ja Muonion Matkailu ry. Hankkeen tuloksia pystyvät hyödyntämään toimijat laajasti ympäri seutukuntaa, maakuntaa ja maata niiden ollessa digitaaliset ja toiminnan ollessa verkostoyhteistyömaista.

## 6 Toteutus ja tulokset

### 6.1 Mitkä ovat hankkeen konkreettiset toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi?

TP1: Ilmatieteenlaitoksen puhtaan ilman indikaattorit visualisointia varten

Tavoitteena on tuoda ilmanlaatua ja ilmaston tilaa kuvaavaa dataa sekä datalla tehtyä tutkimusta ja sen tuloksia eri käyttäjäryhmien erityisesti yritysten saataville ymmärrettävästi, kiinnostavasti, ajantasaisesti ja helposti hyödynnettävissä olevassa muodossa. Tämä edellyttää älykästä laajojen mittausaineistojen käyttöä ja asiantuntijoiden aktiivista osallistumista projektityöpajoihin. Mittausaineistojen muokkaus ja tuotto tehdään Arktista imua puhtaalla ilmalla -hankkeessa. Tässä työpaketissa keskitytään luotujen mittausaineistojen tulkintaan sekä hyödyntämiseen mahdollisimman mielekkäällä ja tehokkaalla tavalla yritysten markkinoinnissa ja visualisoinnissa. Tämä on Ilmatieteenlaitokselle uudenlainen toimintatapa popularisoida ja jakaa tutkittua tietoa. Ilmatieteenlaitoksella on tärkeä asiantuntijan rooli, ja tekeminen keskittyy tiedon avaamiseen, selittämiseen ja hyödyntämiseen.

Työpaketissa 1 kartoitetaan työpaketeissa TP3-TP5 mainittuihin toimintoihin sopivat dataperusteiset indikaattorit. Ilmatieteenlaitoksen asiantuntijoiden tärkeä rooli on tuoda tietoa projektin ja yritysten käyttöön sekä soveltuvin osin myös osallistua esittelymateriaalin ja käsikirjoitusten tuottamiseen.

Työpaketin toteutustapa ja menetelmät: Asiantuntijatyö, suunnittelu, työpajat

Vastuutaho: Ilmatieteen laitos

Työpaketin kustannusten perusteet: 3 htkk asiantuntijatyötä: datatuotteiden luonnostelu, tuotteiden päivittäminen ja viimeistely sidosryhmillä ja yrityksiltä saadun palautteen ja toiveiden perusteella, osallistuminen muiden työpakettien työpajatoimintaan

TP2: Digitaalinen matka kansainväliselle tutkimusasemalle

Yrityksien, matkailun alueorganisaatioiden, matkanjärjestäjien, kuntien ja kansallispuiston luontokeskuksien käyttöön tuotetaan digitaalista materiaalia verkossa tapahtuvaa tutkimusasemalla suuntautuvaa matkaa varten (digital travel experience tai online travel). Digitaalisen matkan voi tehdä mistä vain, se on ekologinen ja helposti toistettava. Tutkimusasemalla voi vieraila vuosittain vain erittäin rajoitettu määrä asiakkaita, mutta digitaalisen sisällön avulla tutkimusasema on laajasti saavutettavissa, kunhan vierailijalla vain on toimiva internet-yhteys.

Digitaalinen materiaali toimii sellaisenaan tai osana digitaalista matkaa Suomeen, Lappiin tai kansallispuistoon. Digitaaliseen materiaaliin on yhdistettävissä popularisoitu ja visualisoitu tutkimustieto maailman puhtaimmasta ilmasta. Yhdessä matkaoppaan kanssa saadaan luotua ainutlaatuinen elämys. Matkaoppaana voi toimia esimerkiksi paikallinen yritys tai vaikkapa helsinkiläinen matkanjärjestäjä. Digitaalisen sisällön ja oppaan asiantuntemuksen tuottama yhdistelmä on aina uniikki. Digitaalinen sisältö tuotetaan videon, valokuvien ja äänen muodossa. Työpaketissa tuotetaan digitaalisen matkan tuotteistamista varten olennainen esitysmateriaali. Tuotanto sisältää suunnittelun, käsikirjoittamisen, video- ja, valokuvaamisen, kuvattun aineiston käsittelyn ja editoinnin, mahdollisen lisägrafiikan ja käännösmateriaalin tärkeimmille kohderyhmien kielille. Lisäksi tuotetaan materiaalin käyttöohje kaupallista käyttöä varten.

Työpaketti tuotetaan Metsähallituksen ja Ilmatieteenlaitoksen asiantuntijatyönä sekä ostopalveluin

Vastuutaho: Metsähallitus, Ilmatieteenlaitoksen tuottama asiantuntijapalvelu

Työpaketin kustannusten perusteet:

Metsähallitus: digitaalisen toteutuksen suunnittelu- ja toteutus- ja hankintatyö (videointi, valokuvat, äänimaailma, käyttöopas) kilpailutettuna ostopalveluna 34 000 €, käyttäjille suunnatun virtuaalisen viestintämateriaalin visuaalinen brändin mukainen suunnittelutyö asiantuntijatyönä toteutettuna 1,5 htkk.

Ilmatieteenlaitos: 1 htkk asiantuntijatyötä virtuaalisen tutkimusasemavierailun suunnitteluun ja tuotantoon.

TP3: Älykkään matkailun kehittämisen pilotit

Työpaketissa visualisoidaan puhtaan ilman elämykset eri kohderyhmille, joille esimerkiksi puhdas hengitysilma tai miljoonakaupunkien saastemäärien vaikutukset luontoon eivät ole selviä. Työpaketissa tehdään demototeutus yleisesti yrityksistä hyödyttävästä tuotteesta kuten esimerkiksi jokin alueen tunnettu ja kiinnostava vierailukohdetuote. Tuotteen tulee olla sellainen, että kuka tahansa lappilainen toimija pystyy sitä hyödyntämään osana omaa palvelutuotantoaan. Tämä voi olla esimerkiksi virtuaalinen vierailu Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa, jonka yritys pystyy asiakkaalle näyttämään osana omaa ohjelmaansa tai markkinointia. Virtuaalinen vierailu voi toimia kimmokkeena myös matkanjärjestäjäyhteistyön aloittamiselle. Uudenlaiset toteutukset matkailun saralla kohdistetulla markkinoilla luovat uutta asiakaskuntaa koronan jälkeisessä maailmassa. Suorat yritysten tiedot ohjaavat matkailijoita Lapin ja Muonion alueelle ja toteutukset on helppo jakaa isompienkin matkanjärjestäjien käyttöön globaalisti.

Visualisoitujen elämysten yhtenä tavoitteena on antaa kipinä alueelta vielä puuttuville terveystuotteistukselle ja tuotteen lanseeraamiseen käytännössä. Tavoitteena on, että VR-käyttäjä innostuu virtuaalisen kokemuksen lisäksi

matkaamaan alueelle, jonka ilmanala on maailman puhtainta ostamalla terveyttä edistävän vierailutuotteen ja saapumalla alueelle. VR- elämys kasvattaa tietoisuutta puhtaan ilman merkityksestä terveydelle lisäten alueen vetovoimaa. Tarkoituksena on myös kasvattaa ihmisten ymmärrystä siitä, miten epäpuhtaudet pilaavat hengitysilman ja että asian eteen on syytä tehdä jotain, pian. Yhä vähähiilisemmäksi kehittyvän Lapin esimerkkejä on syytä tuoda esille ympäri maailmaa eri kanavia hyödyntäen. Siksi hankkeessa tehtävä VR- ympäristö tulee tehdä avoimesti ladattavaksi. VR-ympäristön näkyväksi tekemiseen viestinnän keinoin tulee panostaa, jotta esimerkiksi matkatoimistot/matkanjärjestäjät sekä alueen yritykset pystyvät hyödyntämään sovellusta omassa toiminnassaan. Koronapandemian aikana virtuaalisen markkinoinnin ja -oppimisen tärkeys ovat nousseet yhä vahvemmin esille.

Tässä työpaketissa toteutetaan kaksi VR -toteutusta samasta pilottialueesta. Toisessa toteutuksessa alueen sisällä voi käyttäjä vapaasti liikkua ja säädellä liukuvalikoilla vuodenaikaa, vuorokauden aikaa, ja saasteiden määrää. Toinen toteutus on web-selaimessa toimiva versio, jossa käyttäjä voi useammasta kiinteästä katselupisteestä katsoa maisemia ja vaihtaa samoja liukuvalikkoja. Jälkimmäinen toteutus voidaan linkittää suoraan yrittäjien sivulle. Näin he saavat markkina-arvoa tarjoamalleen palvelulleen alueen puhtaan ilman demonstraatiolla, revontuliilla ja Lapin luonnolla eri kausina.

Työpaketin ensimmäinen toteutus on peliteknologialla toteutettava demovisualisointi eri vuodenaajoilta, esimerkiksi Taivaskeron reitin alueelta. Visualisoinnissa käyttäjä voi esimerkiksi verrata nykyistä maailman puhtaimman ilman laatua ja saastuneimpien kaupunkien savusumua toisiinsa sekä esimerkiksi lämpötilan nousun vaikutusta näkymään. Visualisoinnista tehdään käyttäjän omalle tietokoneelle ladattava paketti ja VR-versio yhdestä pisteestä tarkasteltuna. Toteutukseen tehdään vuodenaikojen lisäksi vuorokauden ajat ja eri sääilmiöitä kuten revontulia, lumisadetta yms. Revontulet ovat yksi matkailijoita eniten kiinnostavista asioista napapiirin alueella ja ruska-aika on myös, joten näihin panostetaan toteutuksen osalta. Äänisuunnittelu tuo myös yhden aistin lisää ympäristöihin ja lisää käyttäjän immersiota kokemukseen. Sen toteutus keskittyy ympäristön eri ääniin eri vuodenaikoina.

Toisena kehitetään, tuotetaan ja pilotoidaan myös visualisoidun ja analysoidun ilmanpuhtausseurannan datan esittämistapa verkkoon. Lisäksi tässä työpaketissa visualisoidaan puhtaan ilman data alueella toimivien organisaatioiden online- käyttöön. Verkossa oleva data tuotetaan avoimesti käytettäväksi. Lisäksi hankitaan datan esittämistä varten olennainen esitysmateriaali sisäll- ja ulkona sijaitseville keskeisille liikennöidyille paikoille.

Työpaketissa tuotetaan olennaista materiaalia eli VR-materiaalin suunnittelu ja kuvaaminen sekä sen sisältöön tarvittavat VR-visualisoinnit, infografiikat ja muu tarpeellinen aineisto. Lisäksi suunnitellaan verkkosivun ulkoasu ja sisältö sekä tuotetaan ohjeistus materiaalin hyödyntämistä varten.

Työpaketissa koeponnistetaan demoratkaisua yritysten toimesta osana palvelupolkua, kerätään asiakaspalautetta ja arvioidaan ratkaisun vaikutuksia yritysten liiketoimintaan. Lisäksi autetaan ja ohjataan yrityksiä omien digiratkaisujen eteenpäin viemisessä ja kannustetaan heitä yhteistyöhön keskenään sekä verkoston jäsenten kanssa. Työpaketin materiaalien tuotannossa huomioidaan monikielisyys (esim. suomi, englanti ja saksa), jonka lisäämisellä pyritään saamaan kansainvälisten matkanjärjestäjien huomio toteutukselle. Niitä tullaan kontaktoimaan aktiivisesti hankkeen loppupäässä. Materiaalia voidaan linkittää jaettavaksi toimijoiden ja yritysten verkkosivustoilla.

Vastuutaho: päävastuutahona Lapin amk, mukana myös Metsähallitus.

Työpaketin toteutustapa ja menetelmät: VR-ympäristöjen määrittelyt, referenssi kuvaukset, tekninen toteutus, käyttöönotto koulutukset kohderyhmille

Työpaketin kustannusten perusteet tiivistetysti, ne on avattu tarkemmin osatoteuttajan taustalomakkeella:  
Lapin AMK: 3D-mallinnukset ja siihen liittyvät muut toteutustehtävät yht. 35 700 €, 2D-toteutus 21 000€, Back-end ohjelmointitehtävät, käyttöliittymien sekä raporttien suunnittelu ja toteutus, web GL toteutus 44100 €, käännöstyö: 2

200 € (esim. englanti, mandariinin kiina, saksa), scrum-master: 17 640 €, äänisuunnittelu ympäristöön ostopalveluna 4 000 €.

Metsähallitus: Brändin mukainen visuaalinen ilme brändin käyttäjille suunnatun virtuaalisen viestintämateriaalin visuaalisen ilmeen suunnittelutyö asiantuntijatyönä toteutettuna 1,5 htkk.

TP4: Tiedon ja tiedolla johtamisen hyödyntäminen yritysten digitaalisen liiketoiminnan kehittämisessä  
Koronapandemian myötä matkailun trendeistä vastuullisuus ja erityisesti ilmastonmuutos ovat nousseet entistä tärkeimmiksi liiketoiminnan ja palveluiden kehittämisen osa-alueiksi. Liiketoiminnan kehittäminen ja johtaminen tiedolla ovat yhä kovenevassa kilpailutilanteessa avainasemassa ja osa menestyvän matkailualueen - ja yrityksen toimintaa.

Digitaalinen liiketoiminnan kehittäminen pitää sisällään nykyaikaiset ansaintamallit, alustatalouden menetelmät, globaalin ekosysteemijattelun, digitaalisen jalanjäljen käsitteen, ketterät menetelmät, tekoälyn hyödyntämisen ja paljon muuta.

Liiketoiminnan kehitysalueena tiedolla johtaminen on yhtä hankalaa kuin monet muutkin digiajan ilmiöt. Ei ole yhtä oikeaa tai edes selkeää tapaa määritellä, mitä se pitää sisällään tai mitä ei. Yrityksen on yhtä vaikeaa tulkita, tekeekö se oikeita asioita oikeassa mittasuhteessa sekä minkälaisia analyysityökaluja, menetelmiä tai innovaatioita kuten tekoälyä se hyödyntää.

Varsinaiseen matkailuliiketoimintaan liittyvää laadukasta ja helposti saatavilla olevaa dataa on olemassa ja sitä osataan jollakin tasolla jo hyödyntää yrityksen oman liiketoiminnan kehittämisessä. Myös vastuullisuuteen ja ilmastonmuutokseenkin liittyvää tietoa on, mutta se ei ole aina helposti saatavilla tai yrittäjälle selkeässä muodossa. Tietoa, joka on itselle vierasta, on vaikea analysoida, tulkita ja hyödyntää sekä tehdä sen pohjalta päätöksiä. Olennaista on juuri tiedon pohjalta tehtävät johtopäätökset ja toimenpiteet. Kysymys on myös tiedolla johtamisen prosessista, jonka tulee olla liiketoiminnan ytimessä. Vaikka analyysiin ja tutkimuksiin ei olisikaan resursseja viikoittain, pitäisi päätösten perustua siihen ymmärrykseen, joka tätä kautta on aikaisemmin hankittu. Tässä työpaketissa hyödynnetään vastuullisuuteen, erityisesti puhtaaseen ilmaan, liittyvää tietoa esimerkkinä siitä, miten matkailuyritys voi kehittää omaa tiedolla johtamistaan.

Asiantuntija-alustusten ja työpajatyöskentelyn kautta perehdytetään yritykset tiedolla johtamisen perusteisiin kuten eri tiedon lähteisiin, verkkojalanjälkeen, verkkomaineen hallintaan, analytiikkatyökaluihin ja prosesseihin. Työpaketissa nostetaan erityisesti esille vastuullisuuden ja puhtaan ilman indikaattorit ja mittarit, erilaiset tiedolla johtamisen työkalut ja se miten olemassa oleva puhtaan ilman tieto saadaan organisaatioiden käyttöön ja edelleen jaettavaksi helposti ja säännöllisesti. Myös mm. verkkojalanjälkianalyysi toteutetaan puhtaan ilman näkökulmasta ja tuloksia vertaillaan 1. hankkeessa kerättyyn asiakastietoon tuottaen samalla uutta tietoa päätöksentekoon.

Työpaketti toteutetaan osin ostopalveluin asiantuntija-alustusten, analyysien ja työpajatyöskentelyn avulla.

Vastuutaho: Päävastuutaho Muonion kunta, osatoteuttajien asiantuntijatyö tukena

Työpaketin kustannusten perusteet: 2 htkk palkkakulut, ostopalveluina asiantuntijaluennot 4000 €, työpajat 1500 €

TP5: Pk-yritysten digitaalinen palveluekosysteemi  
Tulevaisuudessa arvoverkostojen merkitys myös palveluekosysteemien kautta kasvaa. Ekosysteemejä voikin kuvata eri alojen yritysten, tutkimuksen, julkishallinnon sekä kolmannen sektorin toimijoiden välille rakentuviksi keskinäisriippuvuuden verkostoiksi. Ekosysteemeillä pyritään lisäämään esimerkiksi uusien innovaatioiden ja tiedon syntyä sekä kustannustehokkuutta. Ekosysteemin jäsenet jakavat yhteisen tavoitteen ja pyrkivät tekemään

vaihtokauppaa toistensa kanssa tämän saavuttamiseksi. Yhteinen päämäärä vähentää yksittäiseen yritykseen kohdistuvaa riskiä sekä tuottaa lisäarvoa ekosysteemin toimijoille.

Työpaketissa selvitetään alueen yritysten tahtotila ja tarpeet olla mukana digitalisuuteen perustuvassa ekosysteemissä. Pohjana työpaketin toimenpiteille toimivat matkailutoimialan digitiekartta (Visit Finland) ja Discover Muonion digitiekartta ja niistä esille nostettujen kehittämisen esteiden purkaminen.

Tarvekartoituksen pohjalta selvitetään laaja-alainen osaamisverkosto, jolla on tahtotila toimia yhdessä paikallisesti, kansallisesti ja kansainvälisesti. Tavoitteena on synnyttää yritysälähtöinen palveluekosysteemi digipalvelutoimintaan pk-yrityksille. Verkostoon voivat kuulua alueen yritysten lisäksi mm. digiratkaisuja tuottavia yrityksiä sekä palvelualan yrityksiä esimerkiksi matkailu- ja hyvinvointialalta. Lapin AMK on ekosysteemissä keskeisessä roolissa. Lapin AMK toimii oppilaitoksesta valmistuvien opiskelijoiden, heidän mahdollisten uusien yritysten ja niiden palvelujaan tarvitsevien matkailu- ja palvelualan yrittäjien välisenä linkkinä.

Digitaalisen palveluekosysteemin rakentumista tuetaan myös mm. järjestämällä työpajoja yllä mainituista osa-alueista. Esimerkiksi alueen yrityksille esitellään digimahdollisuuksia ja puolestaan jaetaan näkemyksiä siitä, millaisille tuotteille ja palveluille voisi olla kysyntää. Näin puolin ja toisin toimijat voivat kehittää omia palvelujaan ja saada aikaan liiketoiminnan kasvua huomioiden myös muuttuvan kuluttajakäyttäytymisen muutokset. Suoria yhteistöitä ja palvelusopimuksia saattaa myös syntyä verkoston tuloksena yrityksiä verkottamalla, selvittämällä kansallisia ja kansainvälisiä liiketoimintamahdollisuuksia sekä hahmottelemalla palveluekosysteemin toimintamallia ja sen kokoamiseen tarvittavia askelmerkkejä.

Tuloksena syntyy osaamisen lisääntyminen, kumppanuuksia ja palveluekosysteemin toimintamalli ja tarvittavat askelmerkit

Työpaketti toteutetaan kirjoituspöytätyönä, selvityksen avulla ja työpajoin.

Päävastuutaho: verkoston kokoaminen Muonion kunta yhdessä Lapin amk

Kustannusten muodostuminen: 3 htkk palkkakuluja, yritysverkostoseelvitykset ja analyysit 5000 €

Työpaketti 6: Hankehallinto

Hankehallinnosta vastaa hankkeen päätoteuttajuuden osalta päähakija Muonion kunta. Muonion kunta palkkaa hankkeelle osa-aikaisen projektikoordinaattorin, joka koordinoi toimijoiden välistä yhteistyötä, yhteistä viestintää mm. kohderyhmille ja hyödynsaajille, organisoii tilaisuuksia, kokoaa ja toimittaa maksatushakemukset ja seurantaraportit, kerää osallistujien seurantatietoja ja on yhteystaho rahoittajan suuntaan.

Omalta osaltaan hankkeen osatoteuttajat huolehtivat omista työpaketeistansa, niihin liittyvien toimenpiteiden toteutuksesta sekä taloushallinnosta ja raportoinnista hankkeen päätoteuttajalle. Myös osatoteuttajat osallistuvat yhteisiin viestintätoimiin, huolehtivat organisaationsa sisäisestä viestinnästä sekä sidosryhmillensä viestimisestä esimerkiksi hankkeen tulosten julkistamisen yhteydessä.

Hankeviestintä

Hankkeelle laaditaan yksityiskohtaisempi viestintäsuunnitelma hankkeen alussa määrittelemällä mm. viestinnän kohteet, viestinnälliset toimenpiteet, aikataulu, seuranta ja viestinnässä käytettävät kanavat. Suunnitelmaa täydennetään hankkeen kuluessa ja sen ylläpitämisestä vastaa hankkeen projektikoordinaattori.

Hankesivut luodaan Muonion kunnan sivujen alle. Tällöin mm. tuotettu aineisto jää helposti hyödynnettäväksi hankkeen päätyttyä. Myös kaikkien hanketoimijoiden olemassa oleville sivuille luodaan tiedottava sivusto, josta linkitetään hankkeen pääsivustolle. Hankkeelle voidaan luoda esimerkiksi oma Facebook -ryhmä ja Facebook-sivut,

joita hyödynnetään hankkeen viestintäkanavina. Myös kaikkien hanketoimijoiden omia some-kanavia hyödynnetään hankeviestinnässä. Sisäisessä viestinnässä hyödynnetään Teamsiä tai muuta vastaavaa vuorovaikutteisuuden lisäämiseksi. Lisäksi viestintää toteutetaan esim. sähköpostein, mediatiedottein ja tilaisuuksien kautta, myös osallistumalla muiden tilaisuuksiin ja verkostoitumalla. Liitteenä viestintäsunnitelman luonnos.

Hankkeen hyödynsaajien ja kohderyhmien omat kanavat ovat oleellinen osa hankkeen viestintää. Tuloksia ja tietoa pyritään saamaan myös sitä kautta laajemman yleisön saataville ja hyödynnettäväksi. Apuna hankkeesta viestimässä toimii "Arktista imua puhtaalla ilmalla" -hankkeessa tehtävä Puhtaan ilman brändikäsikirja ja siihen liittyvät materiaalit. Loppuseminaari järjestetään yhteistyössä Arktista imua puhtaalla ilmalla -hankkeen kanssa.

Hallinto, viestintä ja koordinaatio: 4 htkk

## **6.2 Mitä tuloksia hankkeella saadaan aikaan? Mitä lyhyen ja pitkän aikavälin vaikutuksia sillä on?**

Hankkeella pyritään saamaan aikaan liiketoiminnan kehittymistä, kasvua ja kestävyttä. Yritysten palvelut kehittyvät, toiminnasta tulee resurssitehokasta ja nykyaikaista. Yritysten tietotaidot kehittyvät ja digitaalisuus liiketoiminnassa nähdään mahdollisuutena uhan sijaan.

Yritysten ymmärrys tutkitun tiedon merkityksestä oman liiketoiminnan kehittämisen tärkeänä lisäarvon tuojana on kasvanut.

Yritykset ovat ottaneet käyttöön digiratkaisuja omissa palveluissaan, palveluista on tullut kestävämpiä ja niillä on tavoitettu mahdollisesti uusia kohderyhmiä sekä saatu lisää asiakkaita.

Palveluekosysteemi on tuonut esille digin monet mahdollisuudet ja yhteistyökumppanuuksia on syntynyt. Sekä digiyritysten ja digitaalista markkinointia tuottavien yritysten kauppa on piristynyt, että matkailu- ja palvelualojen yritysten liiketoiminta lähtenyt elpymään. Toimijoiden ja toteuttajien välinen yhteistyö on myös tiivistynyt. Lyhyellä aikavälillä hankkeella voidaan odottaa olevan imagollisia vaikutuksia alueen ja yritysten näkökulmasta; alue näyttäytyy uudistumiskykyisenä ja vetovoimaisen paikkana tehdä liiketoimintaa, vierailta ja asua ja yritykset taas näyttäytyvät houkuttelevina työnantajina ja palveluntuottajina. Lyhyellä aikavälillä yritykset ja toimijat oppivat paljon digitaaitoja, joita voivat hyödyntää omissa toiminnoissaan. Tietoisuus alueesta kasvaa myös matkailijoiden keskuudessa kun pystytään tekemään mielikuva- ja etävierailuja yritysten kohteisiin ja palveluihin entistä paremmin esimerkiksi hankkeessa tehtyjen toimenpiteiden kuten Taivaskeron luontopolku- tai digitaalisen tutkimusasemavierailudemon myötä.

Tieto ja osaaminen ovat kasvaneet ja tietoa hyödynnetään eri kohderyhmien toimesta, kuten paikallisten, yritysten, asiakkaiden, tutkijoiden ja kehittäjien.

Pitkän aikavälin vaikutuksia arvioidaan olevan mm.:

Tutkimustiedon kautta yritykset ovat saaneet uusia liiketoimintamahdollisuuksia uusien tuotteiden ja kohderyhmien kautta. Yhä useampi yritys hyödyntää digipalveluita tuote- ja palvelutarjonnassaan, se on luonnollinen osa liiketoimintaa. Digitaalisuutta ja vastuullisuutta osataan paremmin ja rohkeammin hyödyntää yritysten palvelumuotoilussa ja vastuullisuusviestinnässä. Vierailukohteiden suunnittelussa sekä markkinoinnissa ja yritysten tuotteissa demomallinnusten käyttöön ottaminen on laajentunut. Sähköistämällä liiketoimintaa vaikutetaan materiaalien kestävään käyttöön ja näin voidaan vaikuttaa myös ilmastokysymyksen.

Pitkällä aikavälillä alueelle saattaa syntyä lisää digi- ja teknologiayrityksiä, kun kysyntää syntyy ja osaaminen kasvaa.

Tällä on pitkällä aikavälillä aluetaloudellisia ja työllistäviä vaikutuksia.

### 6.3 Miten hakemuksen kohteena olevaa toimintaa jatketaan ja tuloksia sekä kokemuksia hyödynnetään hankkeen päättymisen jälkeen?

Hankkeen jälkeen yritykset kehittävät edelleen digitaalisia palvelujaan ja palveluekosysteemi verkostoineen jää hankkeen jälkeenkään elämään esimerkiksi sähköisellä alustalla. Hankkeen tuloksia ja kokemuksia sekä kasvanutta osaamista hyödynnetään Muonion matkailudigitiekartan jalkauttamisen tukena. Hankkeessa tehdyt demoversiot on hankkeen aikana pyritty pottamaan yrityksillä ja aluetoimijoilla käytössä oleviin kanaviin, joten ne jäivät edelleen hyödynnettäviksi hankkeen jälkeenkään.

Hanketoimijat ja hankkeeseen osallistuneet yritykset hyödyntävät tuloksia osana viestintäänsä, toiminnan uudistamista, veto- ja pitovoimatyötä, toiminnan suunnittelua ja strategisia päätöksiään.

Digitalisaation edistäminen on pitkä prosessi ja hankkeen jälkeenkään työn sarkaa siihen liittyen on teknologian ja kuluttajakäyttäytymisen kehittymisen myötä. Matkailu- ja palvelutoimialan kehittämiseen on alueella panostettu ja jatkossa digitaalisuus tulee olemaan entistä vahvempi osa tätä toimialakehittämistä. Se vaatii aktiivista työtä ja verkostoissa mukana oloa.

## 7 Kustannusarvion ja rahoitussuunnitelman tiivistelmä

Hankeelle haetaan ennakkoa <input type="checkbox"/> Kyllä <input checked="" type="checkbox"/> Ei
Kustannusmalli Flat rate 24 % palkkakustannuksista

### Hankkeen kustannukset ja rahoitus

Kustannukset	Yhteensä €	Rahoitus	Yhteensä €	Osuus nettokustannuksista (%)
1 Palkkakustannukset	186 100	1 Haettava EAKR- ja valtion rahoitus	254 038	90,00
2 Ostopalvelut	51 500	2 Kuntien rahoitus	5 491	1,95
3 Kone- ja laiteinvestoinnit	0	3 Muu julkinen rahoitus	22 737	8,06
4 Rakennukset ja maa-alueet	0	4 Yksityinen rahoitus	0	0,00
5 Muut kustannukset	0			
6 Flat rate	44 666			
<b>Kustannukset yhteensä</b>	<b>282 266</b>	<b>Rahoitus yhteensä</b>	<b>282 266</b>	<b>100,00</b>
7 Tulot	0			
<b>Nettokustannukset yhteensä</b>	<b>282 266</b>			

<b>Kustannusarvio yhteensä</b>	282 266	<b>Rahoitussuunnitelma yhteensä</b>	282 266
--------------------------------	---------	-------------------------------------	---------

## 8 Muilta rahoittajilta haettu rahoitus

### 8.1 Mitä sitovia sopimuksia tai aiesopimuksia on rahoitussuunnitelmassa esitetyistä muun julkisen rahoituksen, kuntarahoituksen ja yksityisen rahoituksen osuuksista (ml. omarahoitusosuus)?

Muonion kunnanhallitus on kokouksessaan 26.10.2020 päättänyt lähteä hakemaan hankekokonaisuutta. Jälkeenpäin hankekokonaisuus päätettiin jakaa kahteen osaan, mutta todettiin, että alkuperäinen päätös on pätevä molempien hankkeiden osalta, kun sisältö tai omarahoitusosuudet eivät ole oleellisesti muuttuneet. Hakemus toimitetaan organisaatioiden päättävälle elimille tiedoksi. Päätös on hakemuksen liitteenä.

Sama asia koskee kaikkia hankkeen toteuttajatahoja. Rahoittajan pyynnöstä voidaan toimittaa myös uudet täsmennetyt päätökset.

Hankkeen toteuttajat ovat tehneet aiesopimuksen niin ikään alun perin yhdestä hankekokonaisuudesta (sopimus liitteenä), mutta koska hanke päätettiin teknisesti jakaa kahteen hankkeeseen, ei uutta aiesopimusta ole vielä tehty.

Sopimus päivitetään tarvittaessa kahdeksi erilliseksi sopimukseksi.

## 8.2 Onko hankkeeseen haettu tai ollaanko hakemassa rahoitusta muilta rahoittajilta? Mistä ja milloin rahoitusta on haettu? Kuinka paljon rahoitusta on haettu tai myönnetty?

Hankkeeseen ei olla saatu rahoitusta muilta rahoittajilta.

## 9 Yhteydet muihin hankkeisiin

### 9.1 Mihin muihin Manner-Suomen rakennerahasto-ohjelmasta rahoitettaviin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hakemus liittyy ja miten? (Merkitse myös hakemusnumerot tai hankekoodit.)

Visit Muonio 2025-hankkeessa (A75523) toteutetuissa analyysissä, jotka liittyvät Muonion matkailun ympärivuotisiin tavoitteisiin, ainutlaatuisiin myyntivalteihin ja erottumistekijöihin nousi puhdas ilma ja sen hyödyntäminen ykkösasiaksi. Tämä hanke tukisi esille nousseen tarpeen edistämistä. Visit Muonio 2025 -hankkeessa on niin ikään tehty Muonion matkailun digitiekartta, jonka toimenpiteiden toimeenpanoa yritysten osalta edistetään tässä hankkeessa.

Väriön tutkimusaseman huippututkimus hyödyntämään Itä-Lapin elinkeinoelämää (VÄRI) -hanke (A74190) on Itä-Lapissa vastikään toteutettu hanke, jonka toimijat ovat organisaatiotaustoiltaan hyvin samantapaiset. VÄRI-hankkeessa on jalkautettu tutkimustietoa hyödyntämään elinkeinoelämää Itä-Lapissa. Olemme keskustelleet VÄRI-hankkeen toimijoiden kanssa ja pohtineet mm. mahdollista isoa yhteistä kehittämiskokonaisuutta tulevaisuudessa. VÄRI-hankkeen tuloksia ja kokemuksia voidaan hyödyntää tässä hankkeessa. Halutessaan VÄRI-hankkeessa mukana olleet matkailu- ja palvelualan yritykset voivat liittyä mukaan tämän hankkeen digipalveluekosysteemiin.

Pallas-Ylläs ToBe 1 -hankkeessa 2018-2020 (A73616) Metsähallitus yhdessä paikallisten yritysten ja kuntien monipuolistaa, parantaa ja selkeyttää kansallispuiston matkailutuotteiden tarjontaa ja näkyvyyttä. Hankkeen aikana tuotteistetaan hienoimmat reitit ja luontokohteet sekä kehitetään Tunturi-Lapin maastopyöräilyreitistöä. Valokuvia ja videoita tuotetaan markkinointiviestintään. Lisäksi haetaan EUROPARC Charter 2 vastuullisen luontomatkailun sertifiointia. Tuotteistamista yhteydessä määriteltiin kansallispuiston pääviesti tunturin raikkaimmat huiput (englanniksi Wolrd's purest air with breathtaking views), joka toimii tuotteistamisen pohjana ja markkinointiviestinnän kärkenä. Pääviesti pohjautuu kansallispuiston erottavaan tekijään maailman puhtaimpaan ilmaan, joka mitataan kansallispuistossa, Muonion Sammaltunturissa.

Tobe Low Carbon -hankkeissa (A74703 ja A74704) pienennetään Pallas-Yllästunturin kansallispuiston hiilijalanjälkeä ja vastataan alueena ilmastonmuutoksen torjuntaan elinkeinon kanssa yhdessä. Hankkeessa on selvitetty Pallas-Yllästunturin kansallispuiston ja kumppaniyrittäjien hiilijalanjälki (Harriniva Oy, Safartica, Levi Ski Resort, Hiihtokeskus Iso-Ylläs, Cape Lapland ja Jounin kauppa) ja tehty suunnitelmat hiilijalanjälkien pienentämiseksi. Kansallispuisto ja mukana olevat kumppaniyritykset hakevat yhdessä ISO 14069 sertifiointia, joka on luotu hiilijalanjäljen arviointiin ja pienentämiseen. Avoimissa työpaikoissa on tarjottu kansallispuiston yhteistyöyrittäjille tietoa sekä erilaisista ympäristöstandardeista että hiilijalanjäljen seurannasta ja pienentämisestä. Lisäksi on selvitetty rahoitusmahdollisuudet investoinneille, joita yritysten hiilijalanjälkien pienentäminen vaatii. Yhteistyöyrittäjät voidaan kutsua mukaan myös tämän hankkeen digipalveluekosysteemiin.

KeLiPa "Kestävän liikkumisen palveluiden ekosysteemi - Kohti resurssiviisaita liikkumisen palveluita" -hankkeessa (A75924) edistetään ja kehitetään vähähiilistä liikkumista. Muonion kunta on mukana hankkeessa. Vähähiilinen liikkuminen ja joukkoliikenne edesauttaa puhtaan ilman säilymistä myös Muoniossa. Pallas-Yllästunturin kansallispuiston alue on hankkeen toiminta-alueen ytimessä ja se on samalla alue, jonka sisällä joukkoliikennettä tulisi ja tullaan edistämään. Puhtaan ilman alueen saavutettavuus ilmastoystävällisesti on yksi alueen elinvoimatekijöistä. Lisäksi hankkeen tuloksena todennäköisesti syntyy myös digitaalisia ja teknologisia ratkaisuja, joiden kokemuksia voidaan hyödyntää myös tässä hankkeessa.

Tunturi-Lapin Kehitys ry on hakemassa kaksiosaista EAKR-hanketta (rahoituskanavat vielä kohdentamatta) #WYNE, jonka tavoitteena on kehittää koko seutukunnan alueen yrittäjyyden toimintaympäristöä alueen vahvuuksista käsin. Hankkeet ovat keskustelleet suunnitteluvaiheessa keskenään ja tarkastelleet sisältöjä päällekkäisyyksien kitkemiseksi. Lisäksi on suunniteltu ohjausryhmä jäsenyyttä puolin ja toisin sekä yhteistyötä erityisesti verkostotoiminnan ja ekosysteemin osalta. Näillä hankkeilla ei ole vielä rahoituspäätöstä.

Tämä hanke on vahvasti kytköksissä nyt sisällä EAKR-haussa olevan hankkeen "Arktista imua puhtaalla ilmalla" - kanssa. Hankkeen hakijoina toimivat samat tahot kuin tässä hakemuksen kohteena olevassa hankkeessa. Molemmista punaisena lankana ja teemana on alueen erityispiirre, vahvuustekijä ja kilpailutekijä kansainvälisessä kontekstissa: mitatusti maailman puhtain ilma. Arktista imua puhtaalla ilmalla hankkeessa tehtyjä toimenpiteitä, tuloksia ja työkaluja kuten brändikäsikirjaa ja popularisoitua tutkimustietoa.

## 9.2 Mihin muista rahoituslähteistä rahoitettaviin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hakemus liittyy ja miten? (Merkitse myös hakemusnumerot tai hankekoodit, jos niitä on.)

Mobiilisti Muoniossa -hanke on Muonion kunnan käynnissä oleva hanke vielä vuoden 2021 loppuun. Hanke on saanut rahoituksen Leader Tunturi-Lappi ry:ltä. Hankkeessa on tehty Muonion alueen oma mobiilisovellus, jonka tarkoituksena on koota tietoa Muonion alueen palveluista, yrityksistä, vierailukohteista ja nähtävyyksistä yhden applikaation alle.

## 10 Maantieteellinen kohdealue

<input checked="" type="checkbox"/> Hankkeen toiminta kohdistuu yhden maakunnan alueelle	<input type="checkbox"/> Hankkeen toiminta kohdistuu usean maakunnan alueelle	<input type="checkbox"/> Hankkeen toiminta on valtakunnallista
Maakunnat Lappi		
Seutukunnat Tunturi-Lapin		
Kunnat Muonio		

## Jos hanke toteutetaan yhdessä paikassa, mikä on toteutuspaikan osoite?

Jakeluosoite	Postinumero	Postitoimipaikka
--------------	-------------	------------------

## 11 Hakijan osaaminen, hankkeen riskiarviointi ja ohjausryhmä

### 11.1 Minkälainen on hakijan osaaminen ja kokemus hankkeiden toteuttamisesta ja hankesuunnitelman mukaisesta sisällöllisestä teemasta?

Hankkeen toteuttajat ovat toteuttaneet ja hallinnoineet erilaisia hankkeita aikaisemmin, myös EAKR-hankkeita. Hankkeen toimijat tulevat kuntaa lukuun ottamatta asiantuntijaorganisaatioista ja näin ollen tarjoavat hankkeen käyttöön monialaista asiantuntemusta, osaamista ja kokemusta sekä kykyä yhteistyöhön. Hankkeen kumppanit on valikoitu ennen kaikkea sisällölliseen teemaan liittyvästä osaamisestaan, koska hankkeen tavoitteita ei voida ilman kunkin asiantuntemusta saavuttaa.

Siltä osin kuin osaamista ei löydy tai tarvitaan ulkopuolista neutraalia toimijaa, käytetään asiantuntijuuden hankkimiseen ostopalveluita. Tällaista osaamistarvetta on mm. digitaalisen jalanjäljen selvittämisen sekä analyyttikatyökalujen osalta.

Metsähallitus vastaa suojelualueiden hoidosta ja käytöstä, retkeilypalveluiden ylläpidosta ja kestävä luontomatkailun kehittämisestä Pallas-Yllästunturin kansallispuistossa ja Muoniossa valtion maalla. Kansallispuistossa sijaitseva Sammaltunturin tutkimusasema on osa kansainvälistä tutkimusasetemaverkostoa. Asemalla tutkimuksesta vastaa Ilmatieteenlaitos. Hankkeessa Metsähallitus koordinoi kansallispuistoyhteistyötä ja osallistuu kansallispuistoa

koskevan materiaalin hankintaan ja tuotantoon.

## 11.2 Minkälaisia riskejä hankkeen toteuttamiseen liittyy ja miten riskejä hallitaan?

Riski	Toimenpiteet riskin toteutumisen todennäköisyyden pienentämiseksi
Resurssien niukkuus ja niiden kohdentaminen tehokkaasti.	Tehostetaan yhteistyötä muiden käynnissä olevien hankkeiden kanssa ja käytetään apuna niissä luotuja menetelmiä ja aineistoja. Toteutussuunnitelmaa täsmennetään ja päivitetään tarpeen mukaan, jotta toimintoja voidaan tarvittaessa priorisoida. Projektikoordinaattorin rekrytoinnissa painotetaan mm. hankekoordinaatiokokemusta, kykyä tehdä työtä etäyhteyksin ja verkostomaisissa olosuhteissa, vuorovaikutus- ja menetelmätaitoihin. Erityisosaamista ostetaan tarpeen mukaan ostopalveluin. Työkokoukset ja toimijoiden välinen viestintä ovat systemaattisia, ne hoidetaan mahdollisuuksien mukaan etäyhteyksin.
Projektihenkilöstön rekrytointi osa-aikaisena, riskinä pätevän henkilön löytäminen.	Hankkeelle palkataan osa-aikainen projektikoordinaattori. Lähtökohtaisesti osa-aikainen työ ei ole välttämättä monelle pätevälle työntekijälle houkutteleva vaihtoehto. Toisaalta taas joillekin osa-aikainen järjestely sopii hyvin (kuten sivutoimiset yrittäjät, osa-aikaisesti työskentelevät yms). Pyrimme aloittamaan rekrytoinnin ajoissa ja viestimään positiivista laajasti alueella oikeanlaisen työntekijän löytämiseksi.
Yhteistyö toimijoiden välillä.	Tiedostetaan haasteet yhteistyössä. Usean eri toimialan ja asiantuntijaorganisaation mittava yhteisprojekti on tällä toimijajoukolla ensimmäinen yhteinen. On tärkeää jo alusta asti sopia ja määrittää kunkin roolit, vastuut, aikataulut ja ryhmän toimintatavat. Koordinointityötä tehostetaan ja pyritään muodostamaan avoin sekä positiivinen ilmapiiri yhteistyölle. Ollaan tiiviissä vuorovaikutuksessa. Työryhmä ja ohjausryhmä kokoontuu säännöllisesti hankkeen aikana. Osallistetaan ja sitoutetaan toimijoita tasapuolisesti.
Yritysten välinen yhteistyö digipalveluekosysteemissä ei toteudu tarvittavalla laajuudella.	Koordinaatiotyötä tehostetaan ja tähän priorisoidaan projektikoordinaattorin kenttätyötä. Yrityksiä muistutetaan, kannustetaan ja rohkaistaan, heidän kanssaan ollaan jatkuvassa vuorovaikutuksessa koko hankkeen ajan. Määritellään digipalveluekosysteemille tavoitteet, tehtävät ja toimintatavat (mm. pelisäännöt), jotta ilmapiiri mahdollistaa yhteistyön onnistumisen.
Pk-yritysten resurssien vähäisyys ja asian priorisointi	Pk-yritykset saattavat olla ns. hankeähkyssä kun meneillään on paljon samalle kohderyhmälle suunnattuja hankkeita. Jotta yritykset eivät uuvu tarjonnan laajuuteen, tulee alueella käynnissä olevien hankkeiden tehostaa yhteistyötä ja aikatauluttaa toimiaan joiltakin osin koordinoidusti. Digitaalisten ja teknologisten ratkaisujen tulee olla sellaisia, joiden käyttöönoton hinta ei muodostu digitalisoitumisen esteeksi pk-yritysten osalta. Tämä on syytä pitää mielessä hankkeen ajanakin. Digitaalisuuden kehittäminen ei välttämättä ole pk-yritysten keskuudessa kovinkaan trendikäs teema ja vaarana onkin se, että se koetaan irralliseksi osaksi liiketoimintaa eikä sen tarpeellisuutta ja merkitystä välttämättä nähdä. Tämä vaatii vahvaa vaikuttamistyötä koordinaattorilta sekä tiedolla johtamisen osaamista.
Toimenpiteiden soveltuvuus laajemmalle pk-yritysten joukolle	Alueemme pk-yritysten osaamisen taso liittyy mm. tiedolla johtamiseen ja digiin on hyvin vaihtelevaa. Tämä on käynyt selväksi mm. Muonion matkailun digitiekartan selvityksissä. Tämä haastaa esimerkiksi kokonaisuuskehittämisen suunnittelua siten, että se osuisi mahdollisimman monen matkailu- ja palvelualan yrityksen osaamistarpeen kehittämiskohtaan. Tästä johtuen hankkeessa tulee tarjota monipuolisia kokonaisuuksia ja saada laajasti ympäri seutukuntaa pk-yrityksiä mukaan mm. digipalveluekosysteemiin.

### 11.3 Esitys hankkeen ohjausryhmän kokoonpanoksi

Muonion kunta (luottamushenkilö, virkahenkilö), Metsähallitus, Lapin AMK, Ilmatieteenlaitos, Muonion Matkailu ry, Tunturi-Lapin Kehitys ry:n edustaja/#WYNE-hankkeen edustaja, yrittäjien edustajat. Täydennetään tarvittaessa.

## 12 Hakemusvaiheessa ilmoitettavat arviot hankekohtaisista seurantatiedoista

### Tuotosindikaattorit

#### Toimintalinja 8. REACT-EU:n EAKR-toimenpiteet

#### Erityistavoite 12.1. Pk-yritystoiminnan vahvistaminen erityisesti digitalisaation ja vihreän talouden näkökulmasta

Uudet tuella aikaansaadut työpaikat yrityksissä	0
joista naisten	0
Niiden yritysten lukumäärä, jotka tuen seurauksena kehittävät uuden tai merkittävästi parannetun tuotteen markkinoille (tuote on uusi markkinoilla)	0
Niiden yritysten lukumäärä, jotka tuen seurauksena kehittävät uuden tai merkittävästi parannetun tuotteen yrityksille (tuote on uusi yritykselle)	2
Pk-yritykset, jotka aloittavat uuden liiketoiminnan	0
Pk-yritykset, joissa merkittävä liikevaihdon tai henkilöstön lisäys	0
Tutkimus- ja kehittämisinstituutioiden vetämiin hankkeisiin osallistuneet yritykset	15
Yritykset, jotka käynnistävät TKI-toiminnan tai TKI-yhteistyön yliopistojen, korkeakoulujen tai tutkimuslaitosten kanssa	5
Uudet tuella aikaansaadut TKI-työpaikat	0
joista naisten	0
COVID-19-epidemiaan liittyvää muuta tukea kuin rahoitustukea saavat Pk-yritykset	0

## 13 Horisontaaliset periaatteet

### 13.1 Sukupuolten tasa-arvo

Hankkeen nimi: Pk-yritysten digipalveluekosysteemistä ja tiedolla johtamisesta vipuvoimaa koronasta ...

	Kyllä	Ei	Perustelu
Hankkeessa on tehty toimintaympäristön analyysi sukupuolinäkökulmasta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<p>Hankkeen toiminnan ensisijaisena kohderyhmänä ovat eniten koronasta kärsineet alueen toimialat ja niiden pk-yritykset: matkailu- ja palvelualat. Tyypillisesti matkailu- ja palvelualat ovat ns. naisvaltaisia aloja. Ekosysteemiin liittyvät muut toimialat hankkeessa ovat puolestaan tyypillisesti miesvaltainen: teknologia- ja digialat. Toimintaympäristö on sukupuolinäkökulmasta sekä nais- että miessukupuolen tyypillisiä toimialoja sisältävä. Molemmat toimialat työllistävät sekä naisia että miehiä. Hankkeen kohderyhmänä eivät niinkään ole yksittäiset henkilöt vaan yritykset ja heidän työntekijät ja asiakkaat.</p> <p>Hanketta valmisteltaessa on tehty toimintaympäristön analyysi suvauskoneella (ZEF). Analyysin mukaan hanke edistää miesten ja naisten asioita tasapuolisesti.</p>
Sukupuolinäkökulma on huomioitu hankkeen toiminnassa (valtavirtaistaminen)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<p>Alustavan suunnitelman mukaan hankkeen ohjausryhmässä on saman verran sekä naisia että miehiä. Hankkeen suunnittelutyöryhmässä oli mukana sekä naisia että miehiä ja tavoitteena on, että myös hankkeen työryhmässä on sekä naisia että miehiä. Hankkeen toiminnot ovat kaikille avoimia ja niissä on hyvä pitää mielessä myös sukupuolten tasa-arvo (mm. työpajat). Tiedolla johtamisen työpaketissa ostopalveluihin hankituissa asiantuntijapalveluissa huomioidaan sukupuolinäkökulma ja mm. kohderyhmätiedon hyödyntämisessä yhtenä esimerkiksi markkinoinnissa hyödynnettävistä tiedoista voidaan pitää sukupuolta (esim. kuluttajakäyttäytyminen, tuotteistaminen, ostopäätös).</p>
Hankkeen päätavoite on sukupuolten tasa-arvon edistäminen	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<p>Hakija on tietoinen sukupuolten välisen tasa-arvon merkityksestä ja naisen ja miehen asemasta suomalaisessa yhteiskunnassa työn ja talouden näkökulmasta.</p>

### 13.2 Kestävä kehitys

Vaikutuksen kohde	Vaikutusaste		Perustelu
	Välitön vaikutus	Väliäinen vaikutus	
<b>Ekologinen kestävyys</b>			
Luonnonvarojen käytön kestävyys	6	8	<p>Hankkeen yhtenä tavoitteena on älykkään matkailun kehittäminen myös luonnon kestävä käytön näkökulmasta. Hankkeen demototeutuksilla pyritään mm. osoittamaan ja havainnollistamaan visuaalisesti luontoympäristön muutoksia sekä turvaamaan luontoympäristön kantokyky. Yhtenä demona hankkeessa toteutetaan virtuaalimatka Sammaltunturin tutkimusasemalle, jonka toivotaan korvaavan pitkällä aikavälillä fyysisen matkailun kohteeseen.</p> <p>Puhdas ilma on yksi alueemme arvokkaimmista luonnonvaroista ja sen suojeleminen sekä ns. käytön ohjaaminen tulee tapahtua sieltä käsin, missä siihen liittyvä paras asiantuntijuus asuu: Lappi.</p> <p>Hankkeella pyritään vaikuttamaan yritysten liiketoimintojen digitalisoimiseen, joka osaltaan kannustaa siirtymään esim. markkinoinnissa painetun materiaalin sijasta digitaaliseen aineettomaan materiaaliin.</p>
Ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien vähentäminen	7	8	<p>Alue, Lappi, on sijaintinsa puolesta herkkä nopealle ilmastonmuutokselle. Hankkeen toimilla pyritään olemaan lisäämättä ilmastonmuutoksen riskejä ja maailman puhtaimman ilman saastumista. Hankkeessa tuotetun tiedon avulla ja hyvällä suunnittelulla pystytään ennakoimaan ilmastonmuutoksen aiheuttamia haittoja. Ilmastonmuutoksella on alueemme elinkeinoihin liittyviä vakavia seurauksia niiden pohjautuessa nimenomaan luonnon olosuhteisiin, ilmiöihin ja vuodenaikoihin.</p> <p>Hankkeessa viedään ilmastotutkimukseen liittyvä tieto yritysten hyödynnettäväksi ja sitä kautta suuremman yleisön tietoisuuteen demototeutusten avulla. Tällä systemaattisella tiedolla johtamisella halutaan myös opastaa ja opettajaa kestävämpiin valintoihin.</p>
Kasvillisuus, eliöt ja luonnon monimuotoisuus	3	4	<p>Hankkeen toimenpiteillä pyritään olemaan lisäämättä haittavaikutuksia kasvillisuudelle, eliöille ja luonnon monimuotoisuudelle. Hankkeen avulla tietoisuus luonnon monimuotoisuudesta lisääntyy.</p> <p>Luonnon kestävä käytön edistäminen pitkällä tähtäimellä vaikuttaa myös biodiversiteettiin ja alueen kasvillisuuteen. Tämä näkökulma tulee pitää mielessä myös hankkeen toiminnassa.</p>
Pinta- ja pohjavedet, maaperä sekä ilma (ja kasvihuonekaasujen väheneminen)	8	8	<p>Lapissa hengitetään tutkitusti maailman puhtainta ilmaa. Hankkeen teemassa korostuu puhtaaseen ilmaan liittyvä mittaustieto, tiedon hyödyntäminen ja tiedolla johtaminen. Tuomalla puhtaaseen ilmaan liittyvä tieto ymmärrettävässä, visuaalisessa ja havainnollistavassa muodossa sekä alueen toimijoiden että kuluttajien tietoisuuteen, pyritään edistämään ymmärrystä puhtaan ilman ainutlaatuisuudesta sekä sen suojelemisen hyödyistä ja tarpeesta mm. hyvinvointiin ja terveyteen.</p> <p>Hanke osaltaan ohjaa sitä, miten puhdasta ilmaa ja siihen liittyvää tietoa tulisi vastuullisella tavalla käyttää liiketoiminnassa ja matkailussa.</p>

Hankkeen nimi: Pk-yritysten digipalveluekosysteemistä ja tiedolla johtamisesta vipuvoimaa koronasta ...

Natura 2000 -ohjelman kohteet	2	3	Muonion kunnan alueen Natura 2000 -ohjelman kohteet pidetään mielessä ja otetaan huomioon, mikäli kohteiden alueiden läheisyyteen suunnitellaan hankkeen toimintoja.
<b>Taloudellinen kestävyys</b>			
Materiaalit ja jätteet	7	8	Hankkeen toiminnassa tulee ottaa huomioon materiaalien määrä ja laatu. Ostopalveluhankinnoissa palveluntarjoajilta toivotaan vastuullista toimintaa.  Hankkeessa tehdään ns. aineettomia digitaalisia demototeutuksia. Hankkeessa pyritään edistämään yritysten siirtymistä digitaalisiin materiaaleihin ja taloudellisestikin kestävään päätöksentekoon, joka pohjautuu tietoon. Nämä osaltaan vaikuttavat pitkällä tähtäimellä myös materiaalin älykkääseen käyttöön.
Uusiutuvien energialähteiden käyttö	0	1	Uusiutuvien energialähteiden käytön periaatteet tulee pitää mielessä hankkeen toimenpiteissä.
Paikallisen elinkeinorakenteen kestävä kehittäminen	7	8	Muonion kunnan yhtenä strategisena painopisteenä on elinkeinon kehittäminen kestävästi. Erityisesti kansainväliseen matkailuun perustuva elinkeinorakenteemme on tuonut mukanaan koronapandemian aikana vakavia negatiivisia työllisyys- ja talousvaikutuksia. Yhtenä hankkeen ajatuksena on digipalveluekosysteemin avulla edistää myös digi- ja teknologia-alan yritysten toimintaedellytyksiä alueella ja näin edesauttaa myös elinkeinorakenteen kestävää kehittämistä.
Aineettomien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen	9	9	Hankkeen toiminnan tulokset perustuvat nimenomaan aineettomien eli tässä yhteydessä digitaalisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen. Hankkeessa tehdään digitaalisia demoja ja edistetään yritysten liiketoimintojen digitalisointia.
Liikkuminen ja logistiikka	3	7	Hankkeen tavoitteena on edistää älykästä matkailua. Älykkäällä matkailulla voidaan korvata osa fyysisistä liikkumista paikasta toiseen ja tiedolla johtamisella taas tehostaa yritysten omaa palvelumuotoilua sekä siihen liittyviä mahdollisia liikkumisia paikasta toiseen.  Hankkeessa työskennellään pääsääntöisesti etäyhteyksin, joka osaltaan vähentää fyysisistä liikkumista paikasta toiseen.
<b>Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä yhdenvertaisuus</b>			
Hyvinvoinnin edistäminen	7	8	Saasteeton ja puhdas hengitysilmä lisää hyvinvointikokemusta. Hyvinvointi, luonnon läheisyys ja puhtaus näkyvät myös koronanjälkeisen matkailun trendeissä. Hankkeen toiminnoilla pyritään viemään tätä viestiä myös laajemman yleisön tietoisuuteen mm. visuaalisin demototeutuksin.
Tasa-arvon edistäminen	4	5	Hankkeessa tuotetuissa aineistoissa otetaan huomioon selkokielisyys, saavutettavuus, löydettävyys sekä mm. monikielisyys, mikä edistää yhdenvertaisuutta ja tasa-arvoa.  Hankkeessa tuodaan monimutkaiseksi koettu tiede kaiken kansan saataville ymmärrettävässä muodossa.
Yhteiskunnallinen ja kulttuurinen yhdenvertaisuus	5	5	Alueen matkailu nojautuu vahvasti kansainvälisiin matkailijoihin. Hankkeessa tuotetuissa visualisoinneissa otetaan mahdollisuuksien mukaan huomioon monikielisyys ja -kulttuurisuus. Tämä edistää kulttuurista yhdenvertaisuutta. Yhdenvertaisuutta edistetään myös mahdollistamalla älykäs matkailu paikkoihin,

			kuten digimatka Sammaltunturin tutkimusasemalle, mihin voi olla hankala päästä johtuen esimerkiksi fyysisistä tai taloudellisista rajoitteista.
Kulttuuriympäristö	3	3	Puhdas ja monimuotoinen luonto on vahva osa lappilaista paikallisuutta sekä yritystemme toimintaympäristöä. Luonto ja puhdas ilma ovat vahva osa muonolaista kulttuuri-identiteettiä. Hankkeen toimilla pyritään ohjaamaan kulttuuriympäristön kestävää käyttöä.
Ympäristöosaaminen	7	8	Hankkeen toiminta tuo monimutkaisen tutkimustiedon laajasti eri toimijoiden ulottuville ja sillä pyritään kasvattamaan mm. kansainvälisten kohdemarkkinamme matkailijoiden osaamista liittyen luontoon, ympäristöön ja ilmaan. Matkailijoiden ja alueemme yritysten lisäksi yhteistyöstä tutkimusorganisaation ja Metsähallituksen kanssa oppivat myös muut hankkeen toimijat sekä paikallisväestö ml. koululaiset. Toimijoita, vierailijoita ja asukkaita ohjataan kohti vastuullista ja kestävää toimintaa tukemalla ympäristöosaamisen kehittymistä.

## 14 Liitteet

### Pakolliset liitteet

Yhteishankkeen sopimus

### Muut liitteet

Luonnos viestintäsuunnitelmasta  
Pöytäkirjan ote Muonion kunnanhallitus  
Prosessin kuvaus ja alustava aikataulu  
Hallintosääntöote Muonion kunta  
Alv käsittely Lapin AMK  
ALV\_Metsähallitus  
Yleiset valintaperusteet\_AMK  
Yleiset valintaperusteet\_MH  
Yleiset valintaperusteet\_Ilmatieteenlaitos  
Yleiset valintaperusteet\_Muonion kunta

Hakija vakuuttaa tässä hakemuksessa ja sen liitteissä antamansa tiedot oikeiksi.

Viranomaisella on oikeus tarkastaa hakijaa koskevat verovelkatiedot, arvonlisäverovelvollisuutta koskevat tiedot sekä muut tarvittavat toiselta viranomaiselta saatavat tiedot, joilla voi olla vaikutusta rahoituksen myöntämiseen.

Yhteishankkeessa tarkastusoikeus koskee kaikkia hakijoita ja tuen siirto –menettelyssä hakijan lisäksi kaikkia tuen siirronsaajia.

### Päiväys ja hakijaorganisaation sähköinen allekirjoitus

30.8.2021 Rantakokko Katri Helena  
hallintojohtaja  
(Allekirjoitettu sähköisesti vahvalla Suomi.fi-tunnistautumisella)