



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Loppuraportti

Kestävää kasvua ja työtä 2014 - 2020
Suomen rakennerahasto-ohjelma



Viranomaisen merkintöjä

| | |
|----------------------|--|
| Saapumispäivämäärä | Diaarinumero EUR A 2014/5685/09 02 01 01/2017/PPL |
| Käsittelijä | Puhelinnumero |
| Hankekoodi A73468 | Tila Keskeneräinen |

1 Hankkeen perustiedot

| | |
|--|-----------------------------------|
| Hankkeen nimi Pelillinen Ruka-Kuusamo matkailualueen rekrytointi- ja aluepohdintajärjestelmä (Pohdintapeli) | |
| Alkamispäivämäärä 1.1.2018 | Päättymispäivämäärä 31.12.2018 |
| Toimintalinja 2. Uusimman tiedon ja osaamisen tuottaminen ja hyödyntäminen | |
| Erityistavoite 4.1. Tutkimus-, osaamis- ja innovaatiokeskittymien kehittäminen alueellisten vahvuksien pohjalta | |
| Tukimuoto Alueellinen kehittämistuki: kehittämishanke | |
| Kustannusmalli Flat rate 24 % | |

2 Tuensaajan perustiedot

| | |
|--|--|
| Tuensaajan nimi Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy | |
| Y-tunnus 1940705-4 | Hankkeen WWW-osoite http://www.naturpolis.fi |
| Yhteyshenkilön nimi Seija Väisänen | |
| Yhteyshenkilön sähköpostiosoite seija.vaisanen@naturpolis.fi | Yhteyshenkilön puhelinnumero 0407250392 |

Muut tuensaajat (osatoteuttajat)

| | |
|---|-----------------------|
| Tuensaajan nimi Kajaanin Ammattikorkeakoulu Oy | Y-tunnus 2553600-4 |
| Tuensaajan nimi Ruka-Kuusamo Matkailu ry | Y-tunnus 1791616-2 |

3 Tiivistelmä

3.1 Hankkeen toiminnan ja tulosten tiivistelmä

Hankkeen lähtökohdina olivat matkailualan kasvun mukanaan tuoma kilpailu osaavasta työvoimasta sekä sesonkityön aiheuttamat haasteet työntekijöiden aluetuntemuksessa, joka välillisesti vaikuttaa myös matkailijoiden viihtymiseen ja aluebrändin kehittymiseen. Matkailualueet kilpailevat keskenään osaajista, ja ajoittain jo nyt on ollut vaikeuksia saada alueelle rekrytoitua tarpeeksi työvoimaa. Kasvava ja kansainvälistyvä matkailualue tarvitsee työvoimaa, joka on kieli- ja asiakaspalvelutaitoista ja kykenee toimimaan monikulttuurisessa ilmapiirissä. Aluetta ja sen tarjoamia työmahdollisuuksia on siten pystyttävä entistä kiinnostavammin tuomaan esiin, jotta sen tunnettuus ja houkuttelevuus lisääntyisivät alan ammattilaisten keskuudessa.

Hanketta hallinnoi Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy ja yhteistyökumppaneina olivat Ruka-Kuusamo Matkailu ry sekä Kajaanin ammattikorkeakoulu (KAMK). Hankepartnerit sitoutuivat kukin osaltaan hankkeen rahoittamiseen, josta kukin on tehnyt erillisen päätöksen. Hankkeen kirjanpidosta vastasi Kuusamon kaupunki Naturpolis Oy:n kanssa tehdyn sopimuksen mukaisesti. Hankkeen etenemisestä raportoitin Seudulliselle kehittämisyöryhmälle ja Naturpolis Oy:n hallitukselle vastuualueraportoinnin yhteydessä.

Hankkeen etenemisprosessi:

- Tammi-toukokuu: Tarkempi tarvemäärittely ja ideointi yhteistyössä hankkeen toteuttajien kanssa
- Touko-heinäkuu: Käytännön pelisuunnittelu yhdessä sisältösuunnittelun kanssa
- Kesä-heinäkuu: Sähköisen rekrytointikampanjan toteutus
- Elokuu: Tarkennettu tarvemäärittely ja uuden pelitiimin mukaantulo
- Elokuu-marraskuu: Ketterä pelisuunnittelu
- Marraskuu: RukaStaff -pelin julkaisu
- Marraskuu-joulukuu: Pelin viimeistely, käyttäjähallinta sekä dokumentaatio
- Joulukuu: Rekrytointiaiheisen video- ja kuvamateriaalin hankinta

Hankkeen nimi: Pelillinen Ruka-Kuusamo matkailualueen rekrytointi- ja aluepohjautuneen järjestelmän (Pohjois-Pohjanmaan liitto)

Toiminnan ja tulosten tiivistelmä:

Tavoitteisiin pyrittiin kolmen työpaketin avulla: sisällöntuotanto, pelin rakentaminen ja mallintaminen, pelin markkinointi rekrytointitarkoituksessa. Ruka-Kuusamo Matkailu ry yhteistyössä Naturpolis Oy:n kanssa vastasi pelin sisällöntuotannosta (työpaketti 1) ja pelin markkinoinnista rekrytointitarkoituksessa (työpaketti 3). Kajaanin ammattikorkeakoulu vastasi pelisovelluksen teknisen osion toteuttamisesta (työpaketti 2).

Työpaketti 1

Ruka-Kuusamo Matkailuun toimesta tehtiin säännöllistä sisällöntuotantoa testaten samalla sekä tiedonsyötön editoria että pelaajien käyttöliittymää. Perehdytyspeliin luotiin noin 200 kohdetta, jotka olivat Ruka-Kuusamon alueella toimivia yrityksiä, käyntikohteita, nähtävyyksiä, latujen tai kulkureittien lähtöpaikkoja tai bussipysäkkejä. Sisällöntuottaja loi yrityksille omat tilit eli yrityskortit, joissa yrityksen kaikki tieto sijaitsi. Hankkeen loppuvaiheessa yrityksille luotiin omat käyttäjätunnukset, joiden avulla ne hallinnoivat itse pelisovelluksen sisältöjä oman yrityksensä osalta. Hankkeen puolivälissä pelin toimintalogiikassa ja kommunikatioissa havaittiin puutteita, joiden perusteella tehtiin yhdessä Kamk:in pelitiimin kanssa tarkennettu tarvekartoitus ja käynnistettiin pelin suunnittelu uusista lähtökohdista. Uutta versiota lähdettiin kehittämään asiantuntijatiimillä ja tarkasti priorisoidulla kehityssuunnitelmalla. Viestintä ja yhteistyö asiantuntijatiimin ja hankkeen projektiryhmän kanssa toimi hyvin.

Työpaketti 2

Kajaanin ammattikorkeakoulun tavoitteena oli perehdytyspelin rakentaminen ja mallintaminen. Toteutus piti sisällään pelin rakentamisen, mallinnukset sekä kuvien ja linkkien liittämisen. Suunnittelu ja toteutus tehtiin työtiimillä, johon kuului ammattikorkeakoulun lisäksi mm. Ruka-Kuusamo Matkailu, Naturpolis sekä alueen yrityksiä. Myöhemmin työtiimiin liittyi mukaan alan ammattilaisista koostuva asiantuntijatiimi. RukaStaff -perehdytyspelin ensimmäinen alfa-kehitysversio julkaistiin 18.9.2018 ja kehitystyötä jatkettiin loogisissa vaiheissa nopeilla versiopäivityksillä (ketterä ohjelmistokehitys). RukaStaffin ensimmäinen tuotantoversio julkaistiin 9.11.2018 suunnitelman mukaisesti, ja perehdytyspeliä voitiin hyödyntää alueen kausityöntekijöiden perehdytyksessä suunnitelman mukaisesti. Hankkeella toteutetun pelin ensisijaisena tavoitteena oli korvata aiempi aluepohjautunut itsenäisesti pelattavalla, lokaatioon perustuvalla mobiilipelillä, jonka palkintona ansaitaan henkilökunnan alennuskortti eli Rukakortti. Digitaalisessa perehdytyksessä työntekijä pelaa alueen läpi, saa alueen tiedollisesti haltuunsa ja oppii, missä tärkeät kohteet sijaitsevat fyysisesti. Peli toteutettiin kahdella kielellä, suomeksi ja englanniksi.

Työpaketti 3

Hankkeen rekrytointiosio toteutettiin sähköisellä rekrytointikampanjalla (kanavana Facebook, Instagram ja Google Adwords), sekä työvoimaa houkuttelevilla Koordinaattiblogikirjoituksilla ja sosiaalisessa mediassa toteutettavaa aluemarkkinointia varten kuvatuilla video- ja kuvamateriaalilla. Kampanjoiden ja tehtävien kuvausten tavoitteena oli tuottaa materiaalia rekrytointiin kehittämiseen tuomalla esille Ruka-Kuusamon matkailualueen vetovoimaisena työskentelykohteena. Kohderyhmänä olivat ensisijaisesti nuoret, potentiaaliset kausityöntekijät. Videoissa näyttelijöinä toimivat alueen yritysten vapaaehtoiset työntekijät, joiden elämästä koostettiin työn ja vapaa-ajan yhdistäviä tarinoita videoiden muodossa. Kuvauksiin osallistui kymmeniä vapaaehtoisia avustajia, ja tuotetussa materiaalissa tuotiin esille erityisesti alueen hyvää työilmapiiriä.

3.2 Hankkeen toiminnan ja tulosten englanninkielinen tiivistelmä

The starting points of the Project were the competition for professional workers brought about by the growth of tourism, and the challenges in regional knowledge caused by the employment of seasonal workers. Tourist regions compete with each other for professionals, and already at times companies have found it difficult to recruit enough workers to the region. A growing and globalizing tourist region needs workers who possess sufficient competence in foreign languages and customer service, and thus are able to operate in a multicultural atmosphere. Therefore, the region and the job opportunities it offers must be presented in a more interesting fashion, in order to raise awareness about it and make it more appealing in the eyes of professionals.

The Project was implemented during 1 Jan 2018-31 Dec 2018, and the total budget was 111.041 euros. Of this, the share of municipal financing was 9.500 euros, other public funding/self-financing of the beneficiary 11.906 euros, private funding 11.906 euros, and the share of ERDF funding 77.729 euros.

The objectives were pursued through three work packages: content production, game building and modelling, and game marketing for recruitment purposes. Ruka-Kuusamo Tourist Association, in collaboration with Naturpolis Ltd, was responsible for the content production of the game (work package 1) and for the marketing of the game for recruitment purposes (work package 3). Kajaani University of Applied Sciences was responsible for implementing the technical part of the game application (work package 2).

Work package 1

Ruka-Kuusamo Tourist Association produced regular content production while testing both the data input editor and the players' user interface. Some 200 destinations, most of which were companies operating in the Ruka-Kuusamo area, places to visit, sights, starting points of ski tracks and snowmobile routes, and bus stops were created into the orientation game. The content provider created personal accounts, i.e., Company Cards for the companies. The information from the companies was placed into the Company Cards. At the final stage of the Project, the companies received user names for managing the game application content regarding their own company. At Project midpoint, based on deficiencies discovered in the operating logic and communication of the game, an advanced needs assessment was done together with the KUAS game team, and the game planning was relaunched from a new starting point. The development of the new version was started using a team of experts and a strictly prioritized development plan. Communication and collaboration with the team of experts and the project management group worked well.

Work package 2

The objective of Kajaani University of Applied Sciences was the building and modelling of the orientation game. The implementation included building the game, modelling, and attachment of images and links. The design and implementation was performed by a work team which, in addition to the University of Applied Sciences, comprised of Ruka-Kuusamo Tourist Association, Naturpolis, and some of the region's companies. Later, a team of experts comprising professional game builders joined the work team. The first alpha version of the RukaStaff orientation game was published on 18 September 2018, and development was continued in logical stages with fast version updates (agile software development). The first production version of RukaStaff was published as planned on 9 November 2018, and the orientation game was available for the orientation of seasonal workers in the area as planned. The principal objective of the game produced within the Project was to replace the earlier regional orientation with an independently playable, location-based mobile game, which would reward the player with a staff discount card called Rukakortti. In the course of digital orientation, the workers familiarize themselves with the area by playing the game, and get to know the physical location of important destinations. The game was produced in two languages, Finnish and English.

Hankkeen nimi: Pelillinen Ruka-Kuusamo matkailualueen rekrytointi- ja alueperehdytysjärjestelmä (Perehdytyspeli)
Viranomais: Pohjois-Pohjanmaan liitto

Work package 3

The recruitment part of the Project was implemented with an electronic recruitment campaign (using Facebook, Instagram, Google Adwords), with workforce-enticing Koordinaati-blog posts, and using videos and images produced for regional marketing within social media. The aim of the campaigns and video shoots was to produce material for the improvement of recruitment by highlighting the Ruka-Kuusamo tourism area as an attractive destination to work in. The primary target group was young, potential seasonal workers. The actors on the videos were voluntary workers from the region's companies whose lives were portrayed on the videos as stories that combined work and leisure. Dozens of voluntary extras took part in the video shoots, and the produced material highlighted the good working atmosphere present in the area.

4 Hankkeen tarve, toteutus ja tulokset

4.1 Miten hanke onnistui vastaamaan kehittämistarpeeseen ja kuinka hankkeen tavoitteet toteutuivat?

Työntekijöiden asiantuntemus on matkailualan keskeinen laatuvaikuttaja. Pelkkä omien tehtävien hallinta ei riitä, ja alueperehdyttäminen on siksi oleellinen osa uuden työn aloittamista. Matkailualan työvoimasta yhä suurempi osa on sesonkityöntekijöitä, jotka tulevat alueen ulkopuolelta, eikä heillä ole aluetuntemusta valmiiksi. Siksi heille on löydettävä tehokas, kiinnostava ja nopea tapa ottaa uusi toiminta-alue haltuun. Tähän asti uusille työntekijöille on järjestetty alueperehdytyskoulutuspäiviä, jotka haluttiin jatkossa osin korvata tällä ajalla ja paikasta riippumattomalla pelillisellä ratkaisulla.

Tavoitteet:

Hankkeessa toteutettavan rekrytointi- ja perehdyttämispelin avulla:

- erottautuaan työvoimakilpailussa muista alueista ja houkuttaa osajia korostamalla aluetta vetovoimaisena työntekopaikkana ja nostamalla matkailualan työntekijöiden tietoisuutta alueesta
- siirtämään sesonkityöntekijöiden alueperehdyttämisessä nykyisiltä tuttuun ja kiinnostavaan digitaaliseen toimintamalliin, tuetaan sen myötä osaamisen ja palvelun laadun kehittämistä ja tehostetaan nykykäytännön mukaista alueperehdytysmenetelmää

Tavoitteiden toteutuminen:

Hanke vastasi hyvin sille asetettuihin perehdyttämisen tarpeisiin. Hankkeen avulla päästiin testaamaan uudenlaisen perehdyttämisen menetelmien vaikutusta ja parantamaan työvoiman saantia kiristyvillä matkailun työvoimamarkkinoilla sekä panostamaan työntekijöiden aluetuntemuksen kehittämiseen matkailupalvelujen laadun takaajana. Hankkeen avulla Ruka-Kuusamo on erottautunut positiivisella tavalla työvoimakilpailussa muista matkailukeskuksista ja pystynyt houkuttelemaan osajia alueelle nostamalla alueen työpaikkojen vetovoimaisuutta ja matkailualan työntekijöiden tietoisuutta alueesta.

Perehdytyspelin tekninen toteutus oli haastava projekti pelin monipuolisten ominaisuuksien vuoksi. Toteutukseen käytettiin viimeisintä mobiiliapplikaatioiden kehitystekniikkaa, jotta perehdyttävälle henkilölle, pelaajalle, voitiin tarjota mahdollisimman hyvä käyttökokemus. Pelin kehittämiseen käytettiin nopean kehityksen menetelmiä eli uusi versio on julkaistu testaukseen 1-2 päivän välein. Tällaisen kehityksen vaatimuksena on saumaton yhteistyö sekä tilaajan että toimittajan välillä. Kajaanin ammattikorkeakoulu sai hyvää kokemusta nopean kehityksen haasteista ja hyödyistä ja pystyy hyödyntämään tätä kokemusta tulevissa hankkeissaan.

4.2 Mitä välittömiä tuloksia hankkeella saatiin aikaan? Mitä vaikutuksia tuloksilla on?

Perehdytyspelin avulla on siirrytty sesonkityöntekijöiden alueperehdyttämisessä nuorille aikuisille tuttuun ja kiinnostavaan digitaaliseen toimintamallin ja tuettu osaamisen ja palvelun laadun kehittämistä sekä tehostettu nykykäytännön mukaista alueperehdytysmenetelmää. Digitaalisiin ratkaisuihin siirtyminen alueperehdytyksessä on vahvistanut osaltaan alueen koko palveluketjun digitalisointia ja helpottanut tiedon reaaliaikaisesta ylläpidosta. Samalla on mahdollistunut myös alueperehdytyksen entistä laajempi asiasisältö. Alueen matkailuyrityksillä on nyt käytössään alueen palvelutarjontaan aiempaa paremmin perehtyneitä työntekijöitä ja asiakkaat saavat näin aiempaa parempaa palvelua.

Alueen yritysten vuosittaiset kustannusäästöt verrattuna entiseen perehdytysjärjestelmään ovat arviolta noin 120.000 euroa. Kun summaan lisätään perehdytystilaisuuksia järjestäneen Rukan kävelykyläyhdistyksen kulut, niin säästöt ovat yhteensä noin 125.000 euroa vuodessa. Säästöt koostuvat pääasiassa henkilöstökuluista.

Perehdytyspeli toimii Android- ja iOS-älypuhelimissa sekä tableteissa. Matkapuhelimet ja tabletit ovat henkilökohtaisia ja jatkuvasti mukana kulkevia laitteita, joten niiden käyttäminen sovelluksen alustana mahdollisti perehdyttämispelin käyttämisen ilman uusia laiteinvestointeja. Sovelluksen jakelu toteutettiin Google Play ja Apple Apps Store -sovelluskauppojen kautta maksuttomana latauksena suoraan käyttäjän päätelaitteelle. Käytännössä kaikki älypuhelimet ja suurin osa tablet-laitteista sisältävät GPS-paikannuksen, mikä mahdollisti karttapohjaisen sovelluksen tarkan toiminnan.

Perehdytyspeli jakautui kolmeen käyttötilaan, jotka ovat kartta, yritysluettelo ja Rukakortti. Normaali käyttötila on kartta, jossa näkyvät kaikki alueella olevat palvelut ja käyntikohteet sekä käyttäjän oma sijainti. Käyttäjän on mahdollista tutustua kohteisiin valitsemalla kosketusnäytöltä haluamansa kohde, jolloin halutusta kohteesta lisätietoja kertova ikkuna avautuu. Lisätiedot voivat sisältää tekstiä ja kuvia kohteesta sekä linkkejä lisätietoihin mm. yrityksen omat web-sivut. Yritysluettelon kautta voidaan kohteita selata luettelona ilman karttanäkymää sekä ja hakea haluamaan kohdetta luettelosta kohteen nimellä. Kun käyttäjä on suorittanut pelin onnistuneesti läpi, hän saa käyttöönsä kuvalla varustetun Rukakortin, jolla saa henkilökuntaetuja Rukan alueen palveluntuottajilta. (Liite 10 Kuvakooste RukaStaff-pelistä).

Peli näyttää käyttäjän sijainnin reaaliaikaisesti perustuen GPS-paikannukseen ja näyttää käyttäjälle pelikohteet kartalla. Osa pelin kohteista vaatii liikkumista kyseiseen sijaintiin. Näissä kohteissa lukee "Etsi ja pelaa". Kohde avautuu pelattavaksi vasta, kun pelaaja on riittävän lähellä kohdetta. Muut kohteet pelataan painikkeella "Pelaa". Käyttäjä saa pisteitä pelaamalla kohteita eli vastaamalla kohteisiin liittyviin kysymyksiin. Vastaamalla oikein ensimmäisellä yrityksellä pelaaja saa 3 pistettä, toisella yrityksellä 2 pistettä ja kolmannella yrityksellä 1 pisteen. Rukakortin ja sen jäsenedut saadakseen pelaajan pitää suorittaa kaikki kohteet sekä saada 50 % vastauksista ensimmäisellä yrityksellä oikein. Karttapohjana sovellus käyttää Google Maps -karttarajapintaa sekä OpenStreet-Map-karttapohjaa, mikä takaa karttojen luotettavan toiminnan ja jatkuvan ajantasaisuuden. Karttanäkymän avulla käyttäjän on helppo hahmottaa kohteiden sijainti alueella ja oppia liikkumaan paikasta toiseen sujuvasti. Käyttäjän sijainti kartalla saadaan päätelaitteen sijaintitiedoista, parhaaseen tulokseen päästään GPS-paikannuksen avulla, mutta peli toimii myös matkapuhelintukiasemiin perustuvan paikannuksen avulla.

Hankkeen nimi: Pelillinen Ruka-Kuusamo matkailualueen rekrytointi- ja aluepohjautuneen järjestelmän (Pohjois-Pohjanmaan liitto)

Pohjois-Pohjanmaan liiton aluepohjautuneen järjestelmän kohteet tallennettiin erilliselle palvelimelle ja ladataan käyttäjälle tarpeen mukaan verkosta, jolloin kohteita ja niiden kuvauksia voidaan helposti lisätä tai poistaa ilman tarvetta varsinaisen sovelluksen päivittämiseksi. Samalla voitiin varmistua siitä, että käyttäjällä on aina tuorein mahdollinen tieto saatavilla. Kohteet merkitään karttapohjalle koordinaattien avulla, joten mikä tahansa nähtävyys, palvelu tai maastonkohta on mahdollista saada käyttäjän näkyviin. Pelin kohteiden muokkaaminen tapahtuu erillisen hallintaliittymän kautta, josta kohteita on mahdollista lisätä, poistaa ja muokata. Hallintaliittymän avulla alueen toimijat pystyvät itse helposti pitämään pelin sisäisen informaation ajantasaisena ja asiakasta parhaalla mahdollisella tavalla palvelevana. Ajantasaisen tiedon avulla työntekijät myös kykenevät neuvomaan asiakasta hänen tarpeidensa mukaan.

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

Hankkeessa toteutettu RukaStaff-peli (pohjois-pohjanmaalainen) jää ympärivuotiseen pohjois-pohjanmaalaiseen käyttöön Ruka-Kuusamon alueen työntekijöille. Pelin sisältöä sekä käyttömahdollisuuksia tullaan laajentamaan jatkossa. Rekrytoinnin kehittämiseksi selvitetään rajapintoja eri työpaikkasivustoihin. Selvitetään myös, miten yritykset ja pelaajat voivat osallistua pelin sisältöjen luomiseen.

Sähköisellä rekrytointikampanjalla (liitteet 1-2), blogikirjoituksilla (liitteet 3-5) ja somemarkkinoinnissa käytettävällä video- ja kuvamateriaalilla (liite 11) houkuteltiin ja tullaan houkuttelemaan työvoimaa alueelle ja lisätään alueen vetovoimaa työnhakijoiden silmissä. Markkinointimateriaalia tullaan hyödyntämään jatkossa RukaStaff-pohjois-pohjanmaalaisessa. Hankkeessa toteutetuista video- ja valokuvauksista saatiin hyvää materiaalia hyödynnettäväksi Ruka-Kuusamo Matkailun ja mukana olleiden yritysten rekrytointiin liittyvässä omassa sisällöntuotannossa ja ostetussa mainonnassa. Rekrytointiin liittyvän materiaalin kuvauksiin osallistuivat Rukakeskus Oy, Rukan hiihtokoulu, Scandic Rukahovi, Ruka Safaris, Riipisen Riistaravintolat, LSJ Group Oy, Kujalan Porotila, Outdoor Passion Finland, Hanki Baari sekä Janice Emilia Yoga.

Pelin testiversioiden pelaamiseen ja havainnointiin osallistettiin alueen matkailuyritysten edustajia. Pelin julkaisun jälkeen yritykset ovat aktiivisesti havainnoineet, huomioineet ja antaneet palautetta pelin toiminnasta sekä sen sisällöstä. Hankkeen loppuvaiheessa yrityksille luotiin omat käyttäjätunnukset, joiden avulla ne hallinnoivat itse pelisovelluksen sisältöjä, yritystietoja, pelikysymyksiä/-vastauksia, työntekijöidensä tietoja sekä osallistavat itsensä ja henkilöstönsä pelaamaan peliä. Peli sisältää yhteensä 193 pelattavaa kohdetta (liite 12).

Kajaanin ammattikorkeakoulun tavoitteena oli tukea yritysten, kehittämis- ja tutkimusorganisaatioiden välistä yhteistyötä ja kannustaa yrityksiä hyödyntämään korkeakoulujen kautta saatavilla olevaa uusinta tietoa ja osaamista toimintansa kehittämiseksi. Pidemmällä aikavälillä tällaista yhteistyötä voidaan edelleen syventää ja hyödyntää uusien innovaatioiden, arvoketjujen ja työpaikkojen syntymiseksi. Hankkeessa luotiin matkailun mobiiliapplikaatioiden kehitykseen liittyvä innovaatioalusta, jota voidaan hyödyntää myöhemmin muissakin ammattikorkeakoulun hankkeissa.

Hankkeen päättymisen jälkeen pelin sisältöä tullaan kehittämään seuraavasti:

- Pelin saaminen pelattavaksi koko matkailualueen henkilökunnalle.
- Ympärivuotisuuden (kesä) huomioiminen pelin sisällöissä.
- Poikkeustiedotteet notifikaatioina SMS.
- Yritysten mahdollisuus lisätä ajantasatarjouksia ja tiedottaa muista asioista appin kautta; notifikaatioina SMS tai viestinä applikaatiossa.
- Yritysten sisäinen viestintä notifikaatioina SMS tai viestinä applikaatiossa.
- Rekry: erilaisten työpaikkasivustojen integrointi ja/tai yritysten mahdollisuus lisätä omia avoimia työpaikkoja appiin.
- Yrityskohtaisen pohjois-pohjanmaalaisen materiaalin lisääminen peliin.
- Pelaajien mahdollisuus lisätä itse kohteita peliin --> interaktiivisuus.
- Vuokra-asunnot, päivähoito, julkinen liikenne.
- Henkilökunnan keskustelukanava, harrastusillat, kimpakyydit jne.

RukaStaff-pelin julkistamisen jälkeen alueelle tuli yhteydenotto ja ehdotus mahdollisesta yhteistyöstä. Savonlinnan Seudun Matkailu Oy ilmaisi kiinnostuksensa vastaavanlaisesta pohjois-pohjanmaalaisesta pelistä ja mahdollisista yhteistyömuotoista tullaan selvittämään. Nyt kehitettyä alustaa voidaan jatkossa hyödyntää myös muiden toimialojen rajapinnoissa.

4.4 Toteutuiko hanke aiotulla maantieteellisellä alueella tai kuinka alue mahdollisesti muuttui? Saavutettiinko suunniteltu kohderyhmä vai tuliko siihen muutoksia? Oliko muita toteutukseen liittyviä muutoksia?

Hanke toteutui aiotulla maantieteellisellä alueella ja pohjois-pohjanmaalainen peli on koko Ruka-Kuusamon matkailualueen käytössä. Rekrytointiin liittyvä mainontaa tehtiin kohdennetusti suomalaisille matkailualan työntekijöille. Halutut kohderyhmät tavoitettiin suunnitelman mukaisesti.

Pohjois-pohjanmaalaisen pelin teknisessä kehittämisessä ilmenneiden haasteiden myötä peli saatiin henkilökuntakorttiin asti (Rukakortti) pelattavaksi hieman aiempaa rajatummalle kohderyhmälle. Pohjois-pohjanmaalainen peli otettiin käyttöön 13.11.2018 ja 5.2.2019 mennessä pohjois-pohjanmaalainen peli on liitetty 808 työntekijää (liite 13), joista 269 (liite 14) on suorittanut pelin kautta alueen henkilökuntakortin (Rukakortti).

5 Seurantatiedot

5.1 Päästiinkö toteutuksessa hakemuksessa esitettyihin (kohta 12) numeerisiin tavoitteisiin? Mistä mahdolliset erot johtuvat?

Hankkeella päästiin hyvin sille asetettuihin numeerisiin tavoitteisiin. Tutkimus- ja kehittämisinstituutioiden (KAMK, Naturpolis Oy) vetämään hankkeeseen osallistui alueelta aktiivisesti 15 tahoa (13 yritystä, 2 yhdistystä), ja lisäksi Rukan kävelykyläyhdistyksen jäsenyritykset (ns. Rukakortti-yritykset) ovat saaneet mahdollisuuden kommentoida pelin kehittämistä ja sisältöä.

Rekrytointiin liittyvän materiaalin kuvauksiin osallistuivat Rukakeskus Oy, Rukan hiihtokoulu, Scandic Rukahovi, Ruka Safaris, Riipisen Riistaravintolat, LSJ Group Oy, Kujalan Porotila, Outdoor Passion Finland, Hanki Baari sekä Janice Emilia Yoga. Yhdistyksistä mukana ovat olleet Rukan kävelykyläyhdistys ja Rukan Hiihtokoulu ry.

Hankkeen projektiryhmätyöskentelyyn on osallistunut viisi yritystä, lisäksi aktiivisesti kehittämiseen osallistuneet ja toteuttajien kanssa innovaatioympäristössä yhteistyötä ovat tehneet Tunturimax Oy, Opteam (Mirror Learning Oy), Head Ski Rent ja Rukapalvelu Oy. Näiden neljän yrityksen lisäksi erityisesti projektiryhmässä mukana ollut Rukakeskus Oy on tehnyt aktiivista yhteistyötä uuden innovaatioympäristön kehittämisessä. Hankkeen tavoitteena ollut 5 kaupungin kanssa innovaatioympäristöissä yhteistyötä tekevää yritystä on näin ollen toteutunut.

Hankkeen nimi: Pelillinen Ruka-Kuusamo matkailualueen rekrytointi- ja aluepohdintajärjestelmä (Pohdintapeli)
Viranomais: Pohjois-Pohjanmaan liitto

Hankkeen tuloksena kehitettiin uusi innovaatioalusta, eli pelillinen ratkaisu matkailualueen aluepohdintakseen. Hankkeen päättymisen jälkeen pelin kehitystä tullaan jatkamaan osatoteuttajina toimineiden Kajaanin ammattikorkeakoulun ja Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n kesken. Hankesuunnitelmassa mainitun rekrytointiosion toteutusta jatketaan mahdollisen jatkohankkeen tai muun rahoituksen avulla myöhemmin.

5.2 Miten asetetut numeeriset tavoitteet palvelivat hankkeen toteutusta? Mitkä indikaattorit olisivat tukeneet paremmin toteutusta? Mitä mahdollisia omia seurantatietoja tai indikaattoreita toteutuksessa hyödynnettiin?

Asetetut indikaattorit tukivat hyvin hankkeen toteutusta. Kun yritykset saivat mahdollisuuden olla mukana pelin kehitystyössä ja sisällön suunnittelussa, sitoutuvat ne käyttämään peliä omien työntekijöidensä aluepohdintakseen. Pelin testiversioiden pelaamiseen ja havainnointiin on myös osallistettu lukuisia eri yritysten edustajia. Pelin sisällön suunnittelussa on ollut mukana yhteensä 140 matkailuyritystä tai matkailun kanssa tiiviisti tekemisissä olevaa yritystä.

6 Hakijan osaaminen, hankkeen riskiarviointi ja ohjausryhmä

6.1 Miten hanke kartutti tuensaajan hanketyöosaamista ja hankkeen sisällön mukaista osaamista?

Hanke edisti Ruka-Kuusamon matkailualueen kykyä toimia kehityksen kärjessä digitaalisuuden yhdistämisessä pohdintakseen ja rekrytointiin. Hankkeen myötä saatiin myös hyvää osaamista oppilaitosyhteistyöstä eritoten pelialaan liittyen. Samoin saatiin uutta osaamista hankkeisiin liittyvien matkailumarkkinoinnin palvelujen hankinnasta.

Kajaanin ammattikorkeakoulu sai kokemusta uudelta kehittämisestä, jossa yhteistyötä tehdään alueellisten vahvuuksien pohjalta hyödyntämällä tutkimus- ja koulutusorganisaation erikoisosaamista, matkailuelinkeinoja edustavan organisaation sisällöllistä asiantuntemusta ja alueen kehittämisorganisaation tavoitetta edistää alueellisen innovaatioalustan kehittämistä ja verkostojen hyödyntämistä elinkeinotoiminnan tukemiseksi.

6.2 Toteutuiko hankkeen aikana ennakoituja tai muita riskejä ja kuinka niihin reagoitiin?

Hankesuunnitelmassa arvioitiin, että hankkeen toteuttamiseen liittyy mm. aikatauluun sekä pohdintapelin sisällön tai teknisen toteutuksen epäonnistumisen riskiä. Ammattikorkeakoulun puolelta projektipäällikkö vaihtui, mikä aiheutti ongelmia aikatauluihin sekä kommunikointiin. Pelistä valmistui testiversio, joka ei ollut pelattava ja visuaalinen puoli ei noudattanut Rukan graafista ilmettä. Ongelmaan (toteutuneeseen riskiin) reagoitiin nopeasti ja riittävästi vakavuudella Kajaanin ammattikorkeakoulun puolelta. Uutta versiota lähdettiin kehittämään alan ammattilaisista koostuvalla asiantuntijatiimillä sekä priorisoidulla kehityssuunnitelmalla, johon sisällytettiin tarkennettu määrittely pelin toiminnoista. Viestintä ja yhteistyö asiantuntijatiimin sekä hankkeen projektiryhmän kanssa toimi hyvin ja RukaStaff-pohdintapelin ensimmäinen versio julkaistiin suunnitelman mukaisesti. Naturpoliksen, ammattikorkeakoulun sekä asiantuntijatiimin välillä oli selkeä roolijako ja viestintä oli aktiivista.

Pelin markkinointi matkailualueen työvoiman rekrytointitarkoituksessa jäi pelin valmistumisen viivästymisen takia toteutumatta. Työpaketti toteutettiin sähköisellä rekrytointikampanjalla, rekrytointiaiheisilla blogikirjoituksilla ja markkinoinnissa myöhemmin käytettävän video- ja kuvamateriaalin hankinnalla. Sosiaalisen median kanavissa ja netissä toteutettu rekrytointikampanja onnistui hyvin, ja kampanjan aikana toimenpiteitä säädettiin vielä kampanjan tehon kasvattamiseksi. Pohdintapelin hyödyntäminen rekrytointin välineenä onnistui hyvin siltä osin kuin pohdintapeliä koskevaa viestintää hyödynnettiin markkinoinnin tarpeisiin, mutta itse pohdintapelin rekrytointiin liittyvän sisällön toteutus jää pääosin jatkokehityksen varaan.

Tämä oli ensimmäinen pelillistämiseen liittyvä projekti Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n toiminnassa ja oli vaikea arvioida ja vaiheistaa projektia siten, että tarkennettuna tarvearviossa määritellyt asiat/ideat saatiin toteutettua pelilliseen muotoon yhden kalenterivuoden aikana. Ympäripyöreiden pelin luomiseen koko matkailualueelle olisi tarvittu käytännössä vähintään 1,5 vuotta, ja tällöinkin toteutus olisi kannattanut porrastaa käyttäjien ja sisällön näkökulmasta. Pelin suunnitteluun ja sisällöntuottoon meni huomattavasti enemmän aikaa kuin mitä oli suunniteltu (palkkakulu). Osittain aika- ja palkkakuluresurssien riittämättömyys johtui myös pelisuunnittelun alkuvaiheessa koetuista kommunikaatio-ongelmista; osittain suunnittelu jouduttiin aloittamaan alusta alkaen.

Yhteenvetona voidaan todeta, että yhden vuoden hanke-aika osoittautui liian lyhyeksi. Yllättävien viivästysten takia pelin valmiiksi saattamisessa tuli liian kiire ja testaamiseen ja palauteiden keräämiseen varattu aika jäi turhan lyhyeksi. Myös hankkeen kokonaisbudjetti erityisesti palkkakustannusten osalta osoittautui liian vaatimattomaksi.

6.3 Miten ohjausryhmä tuki hankkeen toteutusta? Miten ohjausryhmä luonnehti hankkeen onnistumista?

Hankkeelle asetettiin ohjausryhmä, joka ohjasi ja seurasi hankkeen toteutusta. Ohjausryhmä ei ollut vastuussa hankkeen toteuttamisesta, vaan vastuu oli tuensaajalla eli Naturpolis Oy:llä. Ohjausryhmän jäsenet toimivat projektin ja sen keskeisten yhteistyökumppaneiden ja rahoittajien välisenä kontaktipintana sekä linkkinä omaan organisaatioonsa. Ohjausryhmä ohjasi projektin toteutumista projektisuunnitelman mukaisesti, se käsittelee hankkeen tulokset sekä käsittelee ja hyväksyi maksatushakemukset ja loppuraportin. Ohjausryhmä kokoontui yhteensä neljä kertaa hankkeen aikana. Kokouksissa käytiin läpi mm. projektin toteuma toiminnan ja talouden osalta, tulevien toimenpiteiden toimitussuunnitelmat sekä esille tulleet ongelmat ja mahdolliset muutostarpeet. Ohjausryhmän kokouksista pidettiin pöytäkirjaa juoksevalla numeroinnilla. Pöytäkirjat allekirjoitettiin ohjausryhmän puheenjohtajan ja sihteerin eli hankkeen projektipäällikön toimesta. Hankkeen päätyttyä ohjausryhmä esitti näkemyksensä jatkotoimenpiteiksi.

Pohdintapelin toteutuksessa hankkeen ohjausryhmän rooli oli pieni. Pelin toteutuksessa kriittisessä roolissa on pienempi työtiimi, jonka tehtävänä oli tuottaa pelin sisältö sekä valmistaa määrittely pelin toiminnoista. Pelin toteutukseen käytettiin nopean kehityksen menetelmiä, joten vaatimuksena oli saumaton yhteistyö pelin toteuttajan ja työtiimin välillä. Lisäksi hankkeessa oli osatoteuttajista ja yritysedustajista koostunut projektiryhmä, joka aktiivisuudellaan edisti pohdintapelin ja rekrytointin markkinointikampanjan toteutumista hankesuunnitelman mukaisesti.

Yhteenveto ohjausryhmän kirjallisesta palautteesta:

Osaatteko mainita kolme asiaa, joissa hankkeen toiminta onnistui hyvin?

- Pelin kehitetyt sisällöt ja niihin liittyvät kysymykset toimivat hyvin.
- Hankkeella oli aktiivinen ja hyvin keskusteleva ohjausryhmä.

Hankkeen nimi: Pelillinen Ruka-Kuusamo matkailualueen rekrytointi- ja aluepohjautusjärjestelmä (Pohjautuspeli)
Viranomais: Pohjois-Pohjanmaan liitto

- Hankkeen tuotos eli pohjautuspeli on otettu aktiiviseen käyttöön ja se palvelee kohderyhmää.
- Hankkeen lopputulos vastaa hyvin sille asetettuihin tavoitteisiin, ja lopputulos palvelee Rukan alueen yritysten pohjautustarpeita.

Mainitkaa kolme kehittämiskohdetta hankkeen toiminnassa:

- Hankkeen tehtävien määrittely pitää olla hyvin tarkka heti alussa, jotta kaikilla osapuolilla on yhtenevä näkemys hankkeen tekemisistä.
- Viestintä eri hanketoimijoiden välillä pitää olla jatkuvaa ja intensiivistä. Tämä onnistui hankkeen loppupuoliskolla erittäin hyvin, mutta kesällä yhteydenpitoa ei ollut tarpeeksi.

6.4 Miten kohderyhmä koki hankkeen? Millaista palautetta kohderyhmältä on saatu?

Kohderyhmältä eli potentiaalisilta ja/tai alueella työskenteleviltä nuorilta matkailutyöntekijöiltä saatu palaute on ollut hyvää ja kannustavaa. Pohjauttamisen pelillistäminen on saanut erittäin lämpimän vastaanoton eritoten mobiilisovellusten käyttöön totuneilta nuorilta työntekijöiltä. Hieman varttuneemman vakituisen henkilöstön sitouttaminen peliin on ollut haastavampaa sekä tekniikan hallinnan että motivaation osalta.

RukaStaff-sovelluksen palautetta on vastaanotettu sähköpostitse lähinnä koskien teknisiä ja käyttäjäongelmia. Tämä palaute on käsitelty ja ongelmat korjattu aina viestin ilmaantuessa. Yleisesti palautteen antaminen mobiilisovelluksesta on mahdollista sovelluskaupassa (AppStore, Play Kauppa), jossa siitä voi antaa kirjallista palautetta ja sitä voi arvioida 1-5 tähdellä. Peliin on tulossa palautteen antoon oma sähköpostiosoite ruka@palaute.fi, johon saapuneet palautteet käsittelee Ruka-Kuusamon Matkailu ry tarvittaessa konsultoiden pelin teknistä tukea. Mahdollisen pelin jatkokehityksen puitteissa voidaan palautteen keruuta kehittää tarpeen mukaan esimerkiksi siten, että palautteet saadaan jaoteltuina sukupuolen mukaan.

7 Horisontaaliset tavoitteet

7.1 Sukupuolten tasa-arvo

| | Kyllä | Ei | Perustelu |
|---|-------|----|---|
| Hankkeessa tehtiin toimintaympäristön analyysi sukupuolinäkökulmasta | x | | Suomalaisten pelaamista mittaavan Pelaajabarometri-tutkimuksen mukaan 10–75-vuotiaista suomalaistyöistä ja -naisista 62,3 % pelaa digitaalisia viihdepelejä ainakin joskus ja 42,7 % pelaa niitä aktiivisesti (vähintään kerran kuussa). Toisaalta nuorisotutkimusverkoston tutkimuksessa vain 6,7 % tutkimuskyselyyn vastanneista 10–29-vuotiaista suomalaistyöistä ja -naisista kuvasi itseään peliharrastajaksi. Haluttomuus määritellä itsensä pelaajaksi tai peliharrastajaksi kertoo osaltaan siitä, että pelit ja pelikulttuuri ovat yhä vahvasti miehisiä maailmoja, joissa tyttöjen ja naisten on vaikea saada jalansijaa (Usva Friman, digitaalisen kulttuurin tohtorikoulutettava Turun yliopistosta. Hän on pelikulttuurin tutkija, joka tekee parhaillaan väitöskirjaa suomalaisnaisten digitaalisesta pelaamisesta ja sukupuolen vaikutuksista pelikulttuuriseen osallisuuteen.). Uuden viestintätekniikan omaksuminen sen sijaan on ollut vahvasti ikäsidosnaista. Nuoret omaksuvat uudet käyttötavat ja palvelut ensimmäisinä. Sukupuolierot sen sijaan ovat toissijaisia (Tilastokeskus). Vaikka hyötykäyttöön suunniteltava mobiiliapplikaatiota ei todennäköisesti mielletä varsinaisesti peliksi, tullaan hankkeessa kiinnittämään huomiota myös siihen, miten naisvaltaisen matkailutoimialan työntekijät tällaisen pelillisen appsin käytön kokevat omakseen. KAMKin pelialan vahvaa osaamista hyödynnetään myös käyttäjänäkökulmaa suunniteltaessa. Tarvittaessa asiaan kiinnitetään erikoishuomiota esimerkiksi markkinointiviestinnässä. Peliä testattiin ennen käyttöönottoa, mutta palautteen kerääminen sukupuolijaoteltuna toteutetaan mahdollisen pelin jatkokehityksen puitteissa. |
| Sukupuolinäkökulma huomioitiin hankkeen toiminnassa (valtavirtaistaminen) | x | | Tiedostetaan, että pelillisen appsin käyttöön ja käyttökokemukseen saattaa liittyä eroja käyttäjän sukupuolen mukaan. Asia otetaan huomioon mahdollisen pelin jatkokehityksen puitteissa. |
| Hankkeen päätavoite oli sukupuolten tasa-arvon edistäminen | | x | Hankkeen päätavoite on tavoittaa matkailualan osaajia ja kehittää heidän osaamis- taan sukupuolesta riippumatta. |

7.2 Kestävä kehitys

| Vaikutuksen kohde | Vaikutusaste | | Perustelu |
|---|------------------|---------------------|---|
| | Välitön vaikutus | Välillinen vaikutus | |
| Ekologinen kestävyys | | | |
| Luonnonvarojen käytön kestävyys | 0 | 2 | Hankkeella edistetään digitalisaatiota, jolla on välillisesti vaikutusta luonnonvarojen kestävään käyttöön. |
| Ilmastonmuutoksen aiheuttamien riskien vähentäminen | 0 | 0 | Ei vaikutusta. |
| Kasvillisuus, eliöt ja luonnon monimuotoisuus | 0 | 0 | Ei vaikutusta. |
| Pinta- ja pohjavedet, maaperä sekä ilma (ja kasvihuonekaasut) | 0 | 0 | Ei vaikutusta. |
| Natura 2000 -ohjelman kohteet | 0 | 0 | Ei vaikutusta. |
| Taloudellinen kestävyys | | | |
| Materiaalit ja jätteet | 0 | 2 | Hankkeella edistetään digitalisaatiota, jolla taas on välillisesti vaikutusta luonnonvarojen kestävään käyttöön. |
| Uusiutuvien energialähteiden käyttö | 0 | 0 | Ei vaikutusta. |
| Paikallisen elinkeinorakenteen kestävä kehittäminen | 8 | 7 | Hankkeella tuettiin matkailuelinkeinon kehittämistä, jolla taas on vipuvaikutusta muiden toimialojen positiiviseen kehitykseen. |
| Aineettomien tuotteiden ja palvelujen kehittäminen | 10 | 10 | Digitaalisen palvelun kehittäminen on hankkeen päätavoite. Hankkeessa luotu innovaatioalusta mahdollistaa tuotteiden ja palvelujen jatkekehityksen. |
| Liikkuminen ja logistiikka | 3 | 7 | Sähköisen pelisovelluksen avulla perehdytetään alueen työntekijät myös alueella liikkumiseen. Digitaalinen toimintatapa ja -alusta tukevat digitaaliratkaisujen suunnittelua jatkossa esim. matkailualueen logistiikan ratkaisuihin liittyen. |
| Sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys sekä yhdenvertaisuus | | | |
| Hyvinvointi | 8 | 8 | Uusi perehdytysmalli on entistä osallistavampi ja helpottaa tiedon saatavuutta sekä lisää me-henkeä ja ammattilypeyttä sesonkityöntekijöiden keskuudessa. Hanke on edesauttanut positiivista työllisyyskehitystä. |
| Tasa-arvon edistäminen | 0 | 1 | Hankkeella ei ole suoria tasa-arvoaikutuksia, mutta toimenpiteillä myötävaikutetaan sosiaalisen tasa-arvon kehittämiseen. |
| Yhteiskunnallinen ja kulttuurinen yhdenvertaisuus | 6 | 6 | Lähtökohtana on ollut matkailun kansainvälistymisen ja kasvun mukanaan tuomat haasteet, mikä itsessään luo tarpeen ymmärtää eri kulttuureja ja kehittää alueen osaamista ja palvelun laatua. |
| Kulttuuriympäristö | 4 | 8 | Alueen kulttuuriympäristöä tuodaan esille aluepohdintajärjestelmässä. Kun työntekijät saavat näistä tietoa, he välittävät saamansa tiedon myös matkailijoille, joiden asiakaskokemuksesta tulee näin laadukkaampi. |
| Ympäristöosaaminen | 3 | 7 | Ympäristömyönteisyys on luontoon perustuvassa matkailussa oleellista, ja tämä arvo välittyy työntekijöille. Hankkeen avulla vaikutettiin alueen positiiviseen julkisuuskuvaan sekä myös työntekijöiden ympäristötietoisuuden vahvistamiseen. |

8 Julkisuus, tiedottaminen ja yhteydet muihin hankkeisiin

8.1 Miten hanke näkyi julkisuudessa? Miten hankkeesta tiedotettiin?

Hankkeen käynnistyessä siitä laadittiin A3-kokoiset julisteet kaikkien hanketoimijoiden toimiloihin esille laitettavaksi. Toimijoiden verkkosivuille liitettiin hankkeen esittelyt tarvittavine logoineen.

Tammikuussa julkaistiin hankkeen käynnistymisestä lehdistötiedote, jonka ansiosta aiheesta uutisoitiin paikallislehdissä sekä hankealueen sähköisissä uutiskirjeissä (KAMK, AIKOPA, Kuusamo Region, Ruka-Kuusamo Matkailu). Toimintavuoden aikana hanketta esiteltiin mm. EU:n komission Aluepolitiikan pääosaston vierailun yhteydessä sekä muissa aluetta esittelevissä yhteyksissä.

RukaStaff-pelin valmistuttua asia julkistettiin ePress-mediatiedotteella, jonka ansiosta peli sai myös valtakunnallista julkisuutta. Pelistä oli artikkeleita sanomalehdissä, uutiskirjeissä sekä sosiaalisessa mediassa. Valmistu peliä esiteltiin hanketta rahoittaneelle Seudulliselle kehittämisyöryhmälle sen joulukuun kokouksessa.

- Lehdistötiedote hankkeen käynnistymisestä 01/2018 (Liite 6)
- KAMK-in uutiskirje 01/2018
- Koillismaan Uutiset 02/2018
- Hankejulisteet esillä hankkeen toteuttajien toimitiloissa (Liite 7)
- Valmiin perehdytyspelin esittely hanketta rahoittaneelle Seudulliselle kehittämisyöryhmälle 12/2018 (Liite 8)
- Lehdistötiedote RukaStaff -pelin valmistumisesta 2/2018 (Liite 9)
- Aikuis- ja täydennyskoulutuspalvelut AIKOPA:n uutiskirje 12/2018
- Kuusamo Region –sähköinen uutiskirje 12/2018
- Mediatiedote ePressin kautta valtakunnalliselle medialle

Hankkeen nimi: Pelillinen Ruka-Kuusamo matkailualueen rekrytointi- ja aluepohjautusjärjestelmä (Pohjois-Pohjanmaan liitto)

- Ruka-Kuusamo Matkailu ry:n jäsentiedote 12/2018
- Seudulliset kehittämissyhteisöt SEKES:in uutiskooste jäsenyrityksille
- Hankkeen esittely EU:n komission Aluepolitiikan pääosaston vierailun yhteydessä 04/2018
- Hankkeen esittelyt hankkeen toteuttajien www-sivustoilla

8.2 Mihin hankkeisiin tai hankekokonaisuuksiin hanke toiminnallisesti tai muuten liittyy ja miten? (Merkitse myös hakemusnumerot tai hankekoodit)

Hanke liittyy käynnissä olevaan EAKR-rahoitteeseen Kansainvälistyvän Ruka-Kuusamo matkailualueen kilpailukyvyyn kehittäminen (Gateway to Kuusamo Lapland) –hankkeeseen (A72000), jonka toimenpiteiden ansioksi voidaan osittain lukea matkailualueen kansainvälisen kasvun reippaaseen nousuun lähtö. Kasvu on tuonut kuitenkin mukanaan positiivisen rakennemuutoksen haasteita, joihin tällä hankkeella pyrittiin osaltaan löytämään uusia ratkaisuja.

Sesonkityön ja alueelle tyypillisen pätkätyön ja -työttömyyden rakenteita selvitettiin Naturpolioksen ALKO-rahoitteisessa Sirpaleista kokonaisuuksia työmarkkinoille -hankkeessa (578/ 2016), jonka oppeja voitiin jossain määrin hyödyntää tämän hankkeen rekrytoinnin kehittämiseen liittyviä ratkaisuja suunniteltaessa.

Naturpoliksella on ollut käynnissä useita kansainvälisen matkailun kehittämishankkeita:

- Slow Adventure in Northern Territories (SAINT)/ NPA-rahoitus, nro 1.12
 - Flavours of Kuusamo Lapland –yritysryhmähanke/ Maaseuturahasto hankenumero 14826
 - Hossan kansallispuistoa tukevan matkailuyhteistyön kehittämishanke (Hossa+)/ Maaseuturahasto hankenumero 41031
 - Adventure Tourism in Vocational Education and Training (ADVENT)/ Erasmus+ rahoitus, hankenumero 2017-1-ISO1-KA202-026524
- Nämä hankkeet eivät suoraan liity rekrytointiin tai perehdyttämiseen, mutta lisäävät osaltaan matkailun kasvua ja sitä kautta matkailualan työpaikkoja ja työntekijöiden tarvetta.

9 Aineiston säilytys

9.1 Missä hankkeen aineisto säilytetään tai arkistoidaan? Yhteyshenkilön yhteystiedot.

Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy arkistoi hankkeidensa asiakirjat Kuusamon kaupungin arkistotiloihin, jossa on erilliset hyllytilat Naturpolis Oy:n arkistointimateriaalia varten osoitteessa Keskuskuja 6, 93600 Kuusamo.

Kirjanpitositteet arkistoi Naturpolis Oy:n kirjanpidosta vastaava Kuusamon kaupunki / laskentapäällikkö Paula Pohjola, osoite Keskuskuja 6, 93600 Kuusamo.

Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy:n hallitus on tehnyt päätöksen arkistoinnista 18.2.2008 § 13.

10 Liitteet ja allekirjoitus

Liitteet

- LIITE 1 Ruka Facebook ja Instagram rekrykampanja
- LIITE 2 Ruka Google Ads kampanja
- LIITE 3 Koordinaatit-blogi Asiakaspalvelu
- LIITE 4 Koordinaatit-blogi Hanki Baari
- LIITE 5 Koordinaatit-blogi Talveksi Rukalle duuniin
- LIITE 6 Lehdistöiedote 30.01.2018
- LIITE 7 Perehdytyspelihankkeen juliste
- LIITE 8 Pelihankkeen esittelykalvot
- LIITE 9 Lehdistöiedote RukaStaff 11_2018
- LIITE 10 Kuvakooste RukaStaff-pelistä
- LIITE 12 RukaStaff kohteet
- LIITE 11 Kooste kuvatusta markkinointimateriaalista
- LIITE 13 RukaStaff_käyttäjät
- LIITE 14_Rukakortin suorittaneet

Tuensaaja vakuuttaa tässä loppuraportissa ja sen taustalomakkeissa antamansa tiedot oikeiksi.

Päiväys ja hakijaorganisaation sähköinen allekirjoitus

Lomake jätetään järjestelmässä viranomaiskäsitellyyn Katso-tunnistautuneena roolilla EURA 2014 -asiointi/nimenkirjoittaja. Tämä korvaa perinteisen allekirjoituksen. Paperilomaketta ei allekirjoiteta käsin eikä sitä lähetetä postitse viranomaiselle