



VAIKUTTAVUUS ESIIN



HANKE PÄHKINÄNKUORESSA

- **Hankkeen nimi ja numero:** Vaikuttavuus esiin [101212]
- **Toteuttaja:** Nouseva Rannikkoseutu ry ja Oulun Ammattikorkeakoulu Oy
- **Toteutusaika:** 1.10.2019 – 31.10.2023
- **Kustannusarvio ja tukiprosentti:** 621 763 (100 %)
- **Rahoittaja:** Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus (maaseuturahasto)
- **Toteutusalue:** Pohjois-Pohjanmaa



TAUSTA JA TARVE

Vaikuttavuusmalli ja viestintä

Pohjois-Pohjanmaalla oli ohjelmakaudella 2014-2022 maaseuturahaston hankkeita yli tuhat kappaletta. Hankkeiden vaikuttavuudesta on kuitenkin vähän koottua tietoa. Hyrrä-tietojärjestelmän kautta kerätään muutamia maaseuturahaston seurantatietoja, jotka ovat pääasiassa tuotos/tulostason tietoja. Kerättyjen seurantatietojen kautta ei saada selville hankkeiden vaikuttavuutta eivätkä niiden sisällöt sovellu kaikille toteutetuille hankkeille. Hankkeet toimittavat toiminnan päätyttyä myös loppuraportin, josta vaikuttavuustietoja voi joskus löytyä, mutta niiden kokoamiseen tai niistä viestimiseen ei ole olemassa sovittuja käytäntöjä. Iso osa hankkeiden tuloksista ja vaikuttavuudesta jää tuomatta esiin. Vaikuttavuudesta viestimiseen tarvitaan vaikutusten arvioinnin kautta saatuja luotettavia tietoja.

Ohjelmakauden lähestyessä loppuaan maaseutuohjelman vaikuttavuudesta viestiminen on tärkeää, jotta kehittämistyön vaikutukset ja tarve tulee tunnistetuksi. Siksi vaikuttavuuden mittareita ja uutta mallia vaikuttavuustiedon keräämiseen, arviointiin ja siitä viestimiseen tulee lähteä kehittämään ennen seuraavan ohjelmakauden (2023-27) alkamista.

Yhteistyön lisääminen

Pohjois-Pohjanmaalla hankkeet on jaettu alueellisen maaseudun kehittämissuunnitelman mukaan yhdeksään painopisteeseen. Kentältä nousi esiin tarve, jonka mukaan hanketoimijat tarvitsevat enemmän tapaamisia oman toimialansa kehittäjien kesken. Kehittäjien toimialakohtaiset tapaamiset mahdollistavat yleisiä kehittäjätapauksia paremmin keskustelun kohdistamisen erityisesti kyseisen toimialan elinkeinotoimintaan ja syventymisen sen ongelmiin ja kehittämismahdollisuuksiin. Tapaamisilla lisätään hanketoimijoiden osaamista toimialan ja sen elinkeinojen kehittäjinä. Osaamista edistetään kahta kautta, jakamalla tutkittua tietoa alasta ja toimialan kehittämisestä sekä jakamalla kokemuksia (hiljaista tietoa) tiedon soveltamisesta kehittämishankkeissa. Toimijatapaamisissa nämä linkittyvät toisiinsa asiantuntijapuheenvuorojen ja kokemusten vaihdon kautta. Hankkeessa lähdetään koordinoimaan toimialakohtaisia kehittäjätapauksia, joissa vuorovaikutteisesti jaetaan tietoa ja parhaita käytänteitä toimialalla ja parhaimmillaan tuotetaan uusia ideoita ja luodaan kumppanuuksia toimialan elinkeinojen kehittämiseksi.

HANKKEEN TAVOITTEET

Vaikuttavuusmalli

Tavoitteena oli kehittää malli vaikuttavuustiedon keräämiseen Pohjois-Pohjanmaalla. Yhteiskehittämisen keinoin ja konsultin tuella määriteltiin yhteistä ymmärrystä vaikuttavuudesta, vaikuttavuustiedosta ja siitä, millaisella mallilla vaikuttavuustietoa voidaan koota ja hyödyntää niin viestinnässä kuin kehittämisessäkin. Lopputuloksena syntyi kuvaus muutoslähtöisestä vaikuttavuuden polusta, joka lähtee ideoinnista ja juurisyiden analysoinnista ja päättyy loppuraportointiin sekä tuloksista ja vaikutuksista viestimiseen. Polun varrelle koottiin työkalupakki. Lisäksi rahoittajat kehittivät hankkeen aikana omia työkaluja hankkeiden yhteisvaikutuksena syntyvän vaikuttavuuden arviointiin.



Viestintä

Sisällöntuotannossa pyrittiin tuomaan esille millaisia positiivisia vaikutuksia maaseutuohjelman rahoituksella on saatu aikaan Pohjois-Pohjanmaalla. Hankkeessa keskityttiin ensisijaisesti laajempiin teemoihin (esim. ilmastonmuutos, uudet yritykset, maatalous jne.) eli tarkasteltiin usean hankkeen kokonaisuuksia. Popikki.fi sivustolla julkaistiin hankkeen ja muiden hanketoimijoiden tuottamaa sisältöä. Popikki toimi maaseuturahaston hankkeiden viestintäkanaavana Pohjois-Pohjanmaalla.



Yhteistyö

Hankkeessa koordinoidaan ja järjestetään toimialakohtaisia kehittäjätapauksia, joissa jaetaan hyviä käytäntöjä ja syvennetään toimijoiden välistä yhteistyötä maakunnan eri elinkeinojen kehittämisessä. Tapaamisissa hyödynnetään hankkeissa tuotettua ja tutkijoiden keräämää tietoa ja osaamista. Osallistavilla menetelmillä tuetaan hiljaisen tiedon välittymistä. Yhteistyön ja verkostoitumisen toimialakohtaiset tarpeet tunnustetaan hankkeen alussa. Toimenpiteitä painotetaan tunnustettujen tarpeiden mukaisesti. Vuorovaikutus, sosiaalisen pääoman liikuttaminen ja teemakeskustelut ovat oleellinen osa myös vaikuttavuuden esiin tuomista ja vaikuttavuuden lisäämistä.



BUDJETTI

Palkat
398,000

Palkkiot
3,434

Vuokrat
11,136

Ostopalvelut
151,263

Matkakulut
10,584

Muut kulut
24,157

Yhteensä
598,575



TÄRKEIMMÄT OSTOPALVELUT

VAIKUTTAVUUSMALLI TYÖPAJAT

Vaikuttava Yritys Oy, Saira Tykkyläinen ja Juuso Repo

VAIKUTTAVUUSMALLI TYÖKALUPAKKI

Mainostoimisto Design Inspis

VAIKUTTAVUUDEN ARVIOINTIPROSESSI NUORISO LEADER

Maahenki Oy

VAIKUTTAVUUSLOMAKE

NordEval Oy, Sari Rannanpää

VIESTINTÄSUUNNITELMA

Kaskas Media Oy

VIDEOT

Feeniks Visual Oy

INFOGRAFIKKA

Infograafikko Joel Kanerva
Graafikko Elisa Karhula
Mint Company Oy

MITTAREIDEN VISUALISOINTI

Mainostoimisto Höyry

HANKKEEN TOIMENPITEET: VAIKUTTAVUUSTYÖPAJAT

16
KPL

203
OSALLISTUJAA

ALOITUS (ELY + LEADER)

- Lähtötilanteen kartoitus: miten rahoittajat määrittelevät vaikuttavuuden ja sen mallintamisen etuja, hyötyjä, ongelmia ja uhkia

12/2020

TYÖPAJAT 1-3 (ELY + LEADER + HANKETOIMIJAT)

- Vaikuttava Yritys Oy:n tuella vaikuttavuusajatteluun perehtymistä ja vaikuttavuuskarttojen muotoilua. Työpajat toteutettiin yhteiskehittämisen keinoin, jotta mallin muodostamisen pohjaksi saatiin kehittäjien ja rahoittajien näkemykset. Opittiin yhdessä vaikuttavuusajattelua ja samalla konkretisoitiin tavoitteita uudelle kaudelle

LEADER TYÖPAJAT 3-5 MITTARIT JA TIEDONKERUU

- Perehdyttiin vaikuttavuustietoon ja sen eri muotoihin ja mittareihin: vaikuttavuustieto voi kertoa niin prosessista, laadusta kuin muutoksesta
- Määriteltiin aiemmin muotoiltujen vaikuttavuuskarttojen pohjalta mitattavia asioita ja niille erityyppisiä mittareita

- hahmoteltiin tiedonkeruusuunnitelmia: arvioitiin, mistä asioista on olemassa lähtötietoa ja mitkä olisivat hyviä tiedonkeruumenetelmiä. Esimerkiksi, mistä asioista saadaan tietoa jo olemassaolevista lähteistä ja onko tarpeen ja järkevää kehittää uusia tiedonkeruumenetelmiä

- Tärkeimmiksi teemoiksi nousivat nuoret, yrittäjyys ja nuorten yrittäjyyden ja osallisuuden lisääntyminen, vapaa-ajan palveluiden parantuminen sekä yrittäjyyden vahvistuminen

LEADER VAIKUTTAVUUSTYÖ TILANNEKATSAUS

- Päätettiin keskittyä vaikuttavuuskarttojen ja mittaussuunnitelmien aiheista nuoriin. Aiemmissa työpajoissa sekä yrittäjyys- että kehittämishankenäkökulma oli jo alkanut tarkentua nuoriin
- Päätettiin muuttaa vaikuttavuuskartta kehämallista vuokaavion muotoon

TYÖPAJA 4 (ELY + LEADER)

- Vaikuttavuusajattelun konkretisointia edellisissä työpajoissa syntyneen aineiston ja keskustelujen pohjalta
- Rahoittajien näkemykset siitä, miten jatketaan yhteisten työpajojen pohjalta

VAIKUTTAVUUSTIEDON KERUU JA SEURANTA (ELY + LEADER)

- Tutustuttiin tiedonkeruutapoihin ja tehtiin tiedonkeruusuunnitelmia vaikuttavuustiedon keräämistä varten
- Mittaaminen ei saa olla itsetarkoitus vaan tärkeää on tehdä valintoja: miten saadaan olennaista vaikuttavuudesta kertovaa tietoa ja mikä riittää

VAIKUTTAVAA TEKEMISTÄ HANKEVÄELLE TYÖPAJA

- Vaikuttavuuden työkalupakin proton kokeilua ja palautteen keruuta työkaluista
- Työkalupakin muotoilu työpajasta saadun palautteen pohjalta

ELY TYÖPAJAT 1-3

- Muotoiltiin Pohjois-Pohjanmaan maaseudun kehittämissuunnitelman päätavoitteita vaikuttavuuskarttojen muotoon
- Määriteltiin tavoitteiden ympärille toivottavia muutospolkua ja ideoita teoiksi, joita hankkeilla voitaisiin toteuttaa muutosten edistämiseksi

- Alettiin hahmotella mittareita muutoksille ja tavoitteille

- Hahmoteltiin tiedonkeruusuunnitelmia: arvioitiin, mistä asioista on olemassa lähtötietoa ja mitkä olisivat hyviä tiedonkeruumenetelmiä. Esimerkiksi, mistä asioista saadaan tietoa jo olemassaolevista lähteistä ja onko tarpeen ja järkevää kehittää uusia tiedonkeruumenetelmiä

12/2022

YHTEISTYÖ JA VERKOSTOITUMINEN

21
KPL

416
OSALLISTUJAA

3
33

HANKKEIDEN AAMUKAHVIT

Aamukahvien aiheina olivat vaikuttavuus hanketyössä, hanketyöntekijöiden työhyvinvointi ja silpumaisen hanketyön hallinta sekä hyvät käytännöt etätyöskentelyyn. Aamukahveilla myös vaihdettiin kuulumisia ja keskusteltiin kehitysideoista hanke-toimintaan.

1
11

LÄHIMATKAILUN VERKOSTOTAPAAMINEN

Tapaamisessa perehdyttiin lähimatkailuteeman kautta siihen, miten kuntien, yhdistysten ja yritysten yhteistyötä voidaan edistää ja mitä haasteita ja hyviä kokemuksia tästä on. Lähimatkailu oli nostettu yhdeksi vaikuttavuuden näkökulmasta tärkeäksi teemaksi hankkeen alkuvaiheen yhteisissä työpa-joissa.

2
46

HULLUJEN IDEOIDEN ILTA

Oulaisten ja Haapaveden Hullujen ideoiden illois- sa tuotiin yhteen yrityksiä, yhdistyksiä ja kunta- toimijoita ideoimaan eri sektoreiden yhteistyön vahvistamista paikallisessa kehittämistyössä ja ra- hoitusten hankkimisessa kehittämiseen. Tärkeäksi teemaksi nousi mm. kuntien rooli maaseudun ke- hittämisessä sekä kuntien veto- ja pitovoima. Hul- lujen ideoiden illoista syntyi kehittämisideoita, joita on myös viety eteenpäin.

2
24

PROJEKTIPÄÄLLIKÖILLE VALMENNUSTA

Aiheina olivat hankkeiden tavoitteiden asettelu ja arviointi, hyvien käytäntöjen jakaminen ja hankeyh- teistyön mahdollisuudet.

1

IIN ILMASTOAREENA 2021

Yhteistyössä Oamkin ympäristöteemaisten hank- keiden kanssa kerrottiin kävijöille infograafien ja visailujen avulla muun muassa hiilijalanjäljestä ja maatumisajoista ja saatiin aikaan hyviä keskustelu- ja. Kävijöiltä ja muilta osastoilta kerättiin myös ide- oita paikallisiin ilmastotekoihin.

2
47

RUOKA-ALAN AMMATTILAISTAPAHTUMAT LIKIS-LÄHIRUOKATAPAHTUMAN YHTEYDESSÄ

Vuoden 2022 Lähikalaa lautaselle -tapahtumassa keskityttiin Pohjois-Pohjanmaan kala-alan kehittä- mismahdollisuuksiin ja eri yritysten, kehittäjien ja julkisen sektorin yhteistyömahdollisuuksiin. Vuon- na 2023 Ruokaa meiltä maailmalle -tapahtuman teemana oli ruoka-alan kansainvälistyminen ja sii- hen liittyvä yritysten ja kehittäjien yhteistyö.

1
49

KEINOJA JA VAIKUTTAVUUTTA ILMASTOTEKOIHIN MAASEUDULLA

Tutustuttiin esimerkkien kautta ilmastotekoihin metsässä, maatilalla ja maaseutukunnassa vilje- lijöiden, kehittäjien ja tutkijoiden näkökulmasta. Kuultiin tehdyistä teoista ja jatkosuunnitelmista ja keskusteltiin yhteistyöstä.

1
48

AIKA TOIMIA - POHJOISEN ILMASTOPÄIVÄ

Tapahtumassa saatiin tietoa erikokoisten ilmas- totekojen rahoitusmahdollisuuksista ja kuultiin esimerkkejä paikallistason ilmastotyöstä. Ideoitiin Pohjois-Pohjanmaalle paikallisen tason ilmastote- koja ja mahdollisuuksia toteuttaa niitä hankkeissa esimerkiksi Leader-rahoituksella.

8
158

HANKETIISERIT

Hanketiisereissä kutsuttiin koolle saman teeman mukaisia hankkeita verkostoitumaan ja jakamaan tietoa. Webinaareihin tehtiin mallipohja, jonka mu- kaan jokainen toimija esitteli hankkeensa. Valmis pohja auttoi pitämään fokuksen ydinasiassa ja esi- tykset pysyivät tarpeeksi lyhyinä.

VIESTINTÄKOULUTUKSET

5
KPL

95
OSALLISTUJAA

1
30

VISUAALISUUS VIESTINNÄSSÄ

Hanketoimijoille pidettiin koulutus, jossa käytiin läpi tiedon visualisoinnin merkitystä erilaisten esimerkkien kautta. Lisäksi käytiin läpi tärkeimmät Canvan ominaisuudet ja rohkaistiin osallistujia tuomaan hankkeiden tuloksia esille infografiikan kautta. Koulutuksen järjesti **Kuulu Oy**.

1
20

INFOGRAFIKKA

Koulutuksessa käytiin läpi keskeisiä keinoja hyödyntää tiedon visualisointia viestinnässä. Kävimme läpi katsauksen erilaisiin infografiikatyyppihin. Tavoitteena oli lisätä hanketoimijoiden ymmärrystä siitä mitä infografiikka on ja millaisia mahdollisuuksia se antaa tiedon visualisoinnissa. Koulutuksen toteutti infograafikko **Joel Kanerva**.

1
22

VIESTINTÄSUUNNITELMA

Maaseuturahaston hankkeille tehtiin malli viestintäsuunnitelman tekoon yhdessä Kaskas Median kanssa. Tähän liittyen koulutuksessa perehdyttiin hankeviestinnän suunnitteluun ja toteutukseen viestintäsuunnitelman mallin avulla. Tarkoituksena oli tiedottaa uudesta mallista ja saada se tehokkaasti käyttöön. Koulutuksen järjesti **Kaskas Media Oy**.

2
23

WEBROPOL

Pohjois-Pohjanmaan Leaderit yhdistivät asiakaskyselyt ja päättivät siirtyä ammattimaisempaan kyselysovellukseen ilmaisversioiden sijaan. Tähän liittyen tehtiin yhteisalusta Webropoliin viidelle Leaderille ja järjestettiin kyselyn luonti ja raportointi -koulutukset. Koulutukset järjesti **Webropol Oy**.

BASE YOUR CREATIVE DECISIONS ON FACTS AND DATA

Over **95%** of consumers' decisions are made subconsciously*.

HOW NEURORESEARCH ENABLES NEW INSIGHTS

Conscious
Unconscious Mind

How we measure unconscious mind?
Brain activity is communication between neurons. This communication produces electromagnetic waves that we measure.

Attributes we measure:

- Differentiation**
Does this advertising draw attention?
- Interest**
Does this advertising make consumers interested?
- Desire**
Does the consumer desire this product?
- Recall**
Will the consumer remember what he/she has seen?

What can be measured?
The possibilities are endless. Our focus is to gather data from things that would be impossible to measure in traditional ways.

Examples of measurable test subjects:

- Video**
Optimize video length and rhythm.
Make video editing data-driven activity.
Most popular product.
- Print**
Choose messages with strongest impact in your audience.
- Internet**
How well these display banners work in websites?
- Radio**
What kind of emotional impact our messages have?
- Package Design**
Choose package design based on unconscious attributes.
- Concepts**
Would this concept be desirable for consumers?
- Value Proposition**
How would customer react to these value propositions?
- Brand Design**
How our creative decisions support the goals of our brand?

Why to use neuroresearch?

- "We would improve campaign ROI by reducing video length and making it more intense."
- "In this category, desire is crucial to our success."
- "We are almost there. Interest must increase in the middle part of the film."
- "As a new product in this category, we need to differentiate from the competition."

Example video results:

Interest/Desire
Differentiation
Recall

0 70 sec

Neuroresearch gives you insights that would be nearly impossible to gather with traditional methods. We gather data from every fraction of the second. You'll be able to optimize even the finest details in brand touchpoint.

VAIKUTTAVUUS



Hankkeiden vaikuttavuuden työkalupakki

Satu Välijärvi, Oulun ammattikorkeakoulu
2023

LEADER
Nouseva
Rannikkoseutu

Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahoitus-
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

OAMK
OULUN AMMATTIKORKEAKOULU

Vaikuttavuuden polku



KESKEISET TULOKSET

Vaikuttavuusmalli

Hankkeessa toteutettiin Maaseuturahaston hankkeiden vaikuttavuuden ja vaikuttavuustiedon keruun tueksi vaikuttavuusmalli, joka muotoiltiin vaikuttavuuden työkalupakin muotoon. Työkalut infoteksteineen tukevat niin hankkeen suunnittelua, valmistelua, toteutusta, viestintää kuin raportointia. Ne auttavat varmistamaan vaikuttavuuden toteutumisen, arvioinnin ja viestinnän hankkeissa. Työkalupakilla myös viestitään Vaikuttavuus esiin -hankkeessa muotoillusta vaikuttavuuden mallista ja sen taustalla olevasta muutoslähtöisestä vaikuttavuusajattelusta. Malli tulee saataville maaseutu.fi-sivustolle, ja sen julkistamisesta viestitään useissa kanavissa.

VAIKUTTAVUUS

KESKEISET TULOKSET

Vaikuttavuusvuokaavio esimerkki



Vaikuttavuuskartta

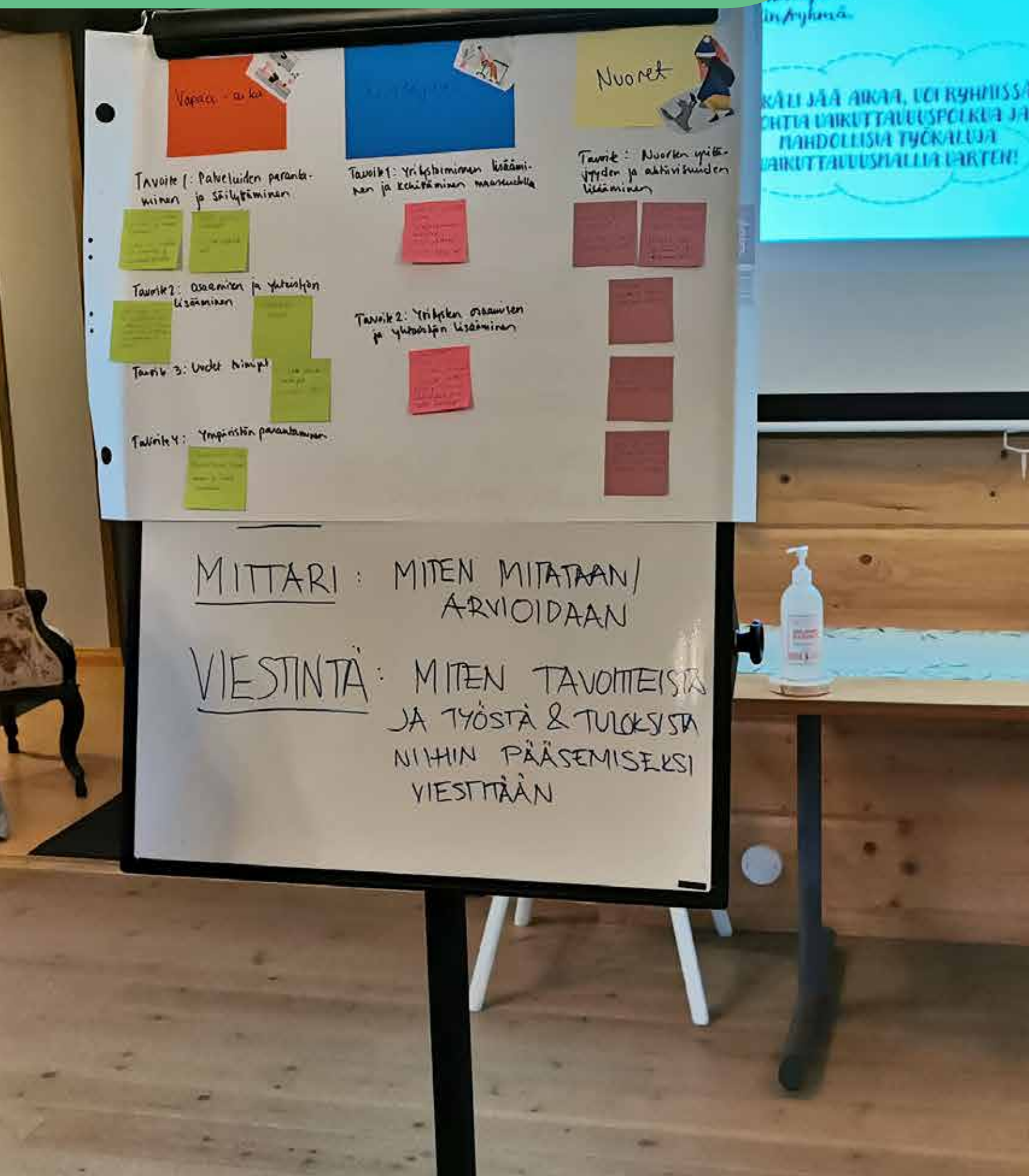
Työpajoissa muodostettiin yhteistä näkemystä vaikuttavuustavoitteista Pohjois-Pohjanmaan Leaderien ja ELY-keskuksen kanssa. Prosessin tarkoitus oli johtaa tekoja kohti yhteisesti tavoiteltua muutosta ja valita tärkeimmät asiat, joita lähdetään mittaamaan ohjelmakaudella 2023-27. Työpajojen perusteella tehtiin vaikuttavuuskartat valittujen teemojen ympärille. Vasemmalla näkyy esimerkki viiden Leader-ryhmän yhteisestä vaikuttavuuskartasta.

VAIKUTTAVUUS

KESKEISET TULOKSET

Mittarit ja tiedonkeruusuunnitelma

Vaikuttavuuskarttojen pohjalta määriteltiin mittarit ja tiedonkeruun ja analysoinnin toteutus maakunnan tasolla. Emme lähteneet rakentamaan monimutkaisia ja uusia tietojärjestelmiä vaan olennaista oli sopia tiedon sisällöstä, tiedonkulusta ja analysoimisesta. ELY-keskus ja Leaderit pyrkivät hyödyntämään olemassaolevia mittareita, mutta esimerkiksi Hyrrästä saatavat seurantatiedot eivät sovellu sellaisenaan vaikuttavuuden mittaamiseen. Työpajoissa tunnistettiin monipuolisen mittariston tarve, mikä sisältää subjektiivisia ja objektiivisia sekä laadullisia ja määrällisiä mittareita. Hyvä mittaristo todentaa lyhyen ja (keski)pitkän aikavälin muutoksia ja tuottaa tietoa eri sidosryhmien näkökulmasta. Suurimmaksi haasteeksi koettiin tiedonkeruun ja analysoinnin vaatimat resurssit.



Mittari	Mitä?	Miten?	Arviointi	Seuranta
Mittarin nimi	Mittarin sisältö	Keneltä tai mistä tieto saadaan? Miten ja milloin tieto kerätään?	Millä kriteerillä tulosta arvioidaan? Tiedetäänkö lähtötaso? Asetetaanko tavoitetaso? Vai mihin verrataan?	Missä tilanteissa ja miten tietoa hyödynnetään?

VAIKUTTAVUUS

KESKEISET TULOKSET

Investointihankkeet			
	Lähtötaso (=nykytila) Mikä tilanne on nyt?	Tavoitetaso Mikä tilanne on hankkeen jälkeen?	Toteuma Lyhyt aikaväli: kun investointi on tehty Pitkä aikaväli: 2 vuotta hankkeen jälkeen
Käyttö - käyttäjämäärä kpl - käyttöaste (käytössä / tarjolla olevat tilat) - käyttöaika päivää/vuosi)			
Käyttäjien profiili - organisaatiot kpl, nimet - Käyttäjärühmät kpl, nimet - Ikäjakautuma (% jakauma ryhmittäin: alle 18v, 18–35, 36–50, 51–65, yli 65 v)			
Kustannustaso (ylläpito, €/vuosi)			
Energian käyttö (kWh /vuosi)			
Hiilijalanjälki (kg CO2 ekv)			
Kunnostusta vaativan tilan / alueen kuvaus - Suuruus m2/aari/ha - Millainen tila/alue, käyttötarkoitus yms.			
Uusi rakennelma - Suuruus m2/aari/ha - Millainen tila/alue, käyttötarkoitus yms.			

Yritysryhmähankkeet			
	Lähtötaso (=nykytila) Mikä tilanne on nyt?	Tavoitetaso Mikä tilanne on hankkeen jälkeen?	Toteuma Lyhyt aikaväli: kun hanke on päättynyt Pitkä aikaväli: 2 vuotta hankkeen jälkeen
Yhteistyötahot - Kpl - Nimet			
Yhteistyön taso ja tavat Mittä yhteistyötahojen kanssa tehdään? Miten?			
Asiakaskohderyhmät listaa			
Ympäristösertifikaatit ja vastuullisuuskäytännöt			
Palvelut / tuotteet - Omat palvelut / tuotteet (kpl, tyyppi) - Yhteiset palvelut / tuotteet (kpl, tyyppi) (hankkeeseen osallistuvat yritykset)			
Markkinointi - Yhteiset markkinointitoimet (kpl, tyyppi) - (yritysryhmähankkeeseen osallistuvat yritykset)			

Kehittämishankkeet			
	Lähtötaso (=nykytila) Mikä tilanne on nyt?	Tavoitetaso Mikä tilanne on hankkeen jälkeen?	Toteuma Lyhyt aikaväli: kun hanke on päättynyt Pitkä aikaväli: 2 vuotta hankkeen jälkeen
Yhteistyötahot - Kpl - Nimet			
Yhteistyön taso ja tavat Mittä yhteistyötahojen kanssa tehdään? Miten?			
Toimintaan osallistuva kohderyhmä - organisaatiot kpl, nimet - Eri ryhmät kpl, tyyppi - Ikäjakautuma (% jakauma ryhmittäin: alle 18v, 18–35, 36–50, 51–65, yli 65 v)			
Toiminta Tapahtumat Palvelut Toimintatavat Osallistajat		Mitä on tehty hankkeessa? Mikä on muuttunut kohderyhmässä? Mikä on muuttunut omissa toimissa?	

Vaikuttavuuslomake

Leader-ryhmien rahoittamille hankkeille toteutettiin vaikuttavuustyökalu, joka auttaa hankkeen toteuttajia kirkastamaan tavoitteita ja mittareita sekä tuomaan vaikuttavuuden paremmin esille. Vaikuttavuuslomaketta voidaan käyttää työkaluna hankkeen aloituspalaverissa rahoittajan ja hanketoimijan välillä. Lomaketta lähdetään testaamaan ensimmäisten rahoitettujen hankkeiden kanssa vuoden 2023 lopulla. Lomakkeessa olevat kategoriat eivät ole kiveen hakattuja ja siksi se toteutettiin muokattavaan muotoon. Työkalua tullaan muokkaamaan sen käytöstä saatujen kokemusten perusteella.

VAIKUTTAVUUS

KESKEISET TULOKSET

Asiakaskyselyt

Hankkeessa analysoitiin Pohjois-Pohjanmaan viiden Leader-ryhmän asiakaskyselyt ja muokattiin niistä yhteiset kyselyt. Samalla siirryttiin ilmaisohjelmista ammattimaisempaan maksulliseen Webropol-ohjelmaan, jonne muokattiin yhteinen käyttöympäristö. Tämä tiedonkeruumenetelmä mahdollistaa jatkossa koko maakuntaa koskevan yhteismitallisen tiedon saamisen Leader-rahoituksesta sekä parantaa asiakaspalvelun laatua. Kerättyä materiaalia hyödynnetään jatkossa vaikuttavuusviestintään. Uusia asiakaskyselyjä tehtiin kolme kappaletta:

- [Asiakaskysely](#) tukipäätöksen jälkeen
- [Hanketukikysely](#) hankkeen päättymisen jälkeen
- [Yritystukikysely](#) hankkeen päättymisen jälkeen

Jos hanke olisi toteutettu ilman Leader-yritysrahoitusta, miten? *

- Saman suunnitelman mukaisena
 Pienemmin
 Myöhemmin
 Pienemmin ja myöhemmin
 Ei ollenkaan

Millainen vaikutus Leader-yritysrahoituksella oli mielestäsi liiketoiminnalle? *

Abc

Laajeniko yrityksesi toiminta uusille markkina-alueille? *

- Kyllä, kotimaassa
 Kyllä, ulkomaille
 Ei

Halutessasi voit perustella vastauksesi allaolevaan kenttään.

Seuraava

LEADER
Keskipiste Koillismaa
LEADER
Nouseva Rannikkoseutu Oulun Seutu Rieska

VAIKUTTAVUUS

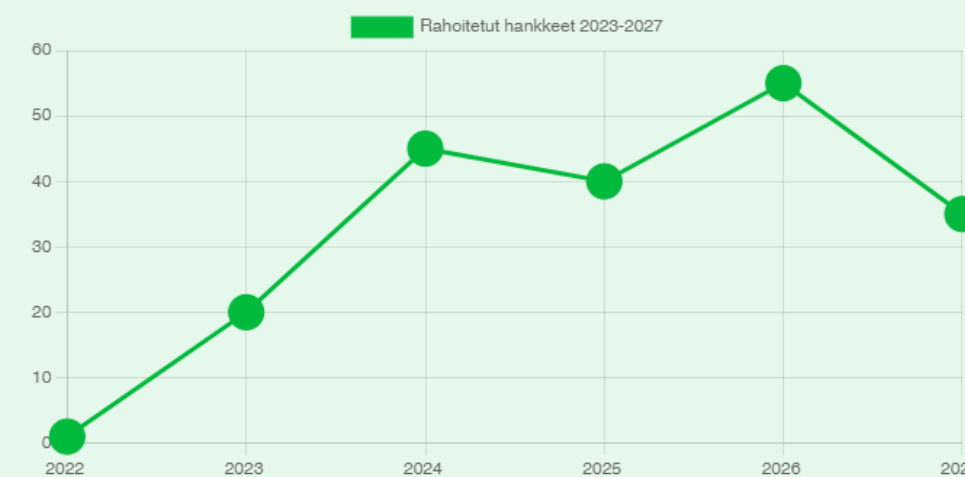
KESKEISET TULOKSET

Mittareiden visualisointi nettisivuille

Hankkeessa toteutettiin demo mittareiden visualisoinnista Pohjois-Pohjanmaan Leadereiden nettisivuille. Mit-tari-moduuleja tehtiin viisi erilaista ja niiden tarkoitus on visualisoida strategian reaaliaikaista toteutumista.

Rahoitettuja hankkeita

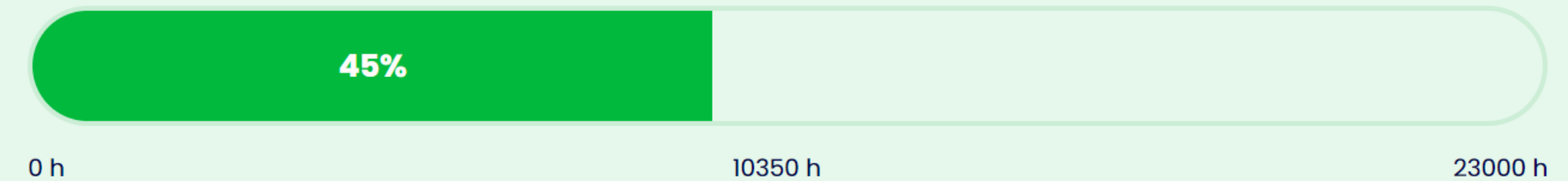
Norsun rahoitetut hankkeet vuosittain rahoituskaudella 2023-2027.



Talkootyötunnit

Maaseudulla talkootyön osuus on isossa roolissa paikalliskehittämisessä. Leader-ryhmien rahoittamissa hankkeissa yksittäisen talkootunnin arvo on 15 euroa ja konetyötunti vastaa 45 euroa, ja keskimäärin joka viides talkootunti on konetyötä.

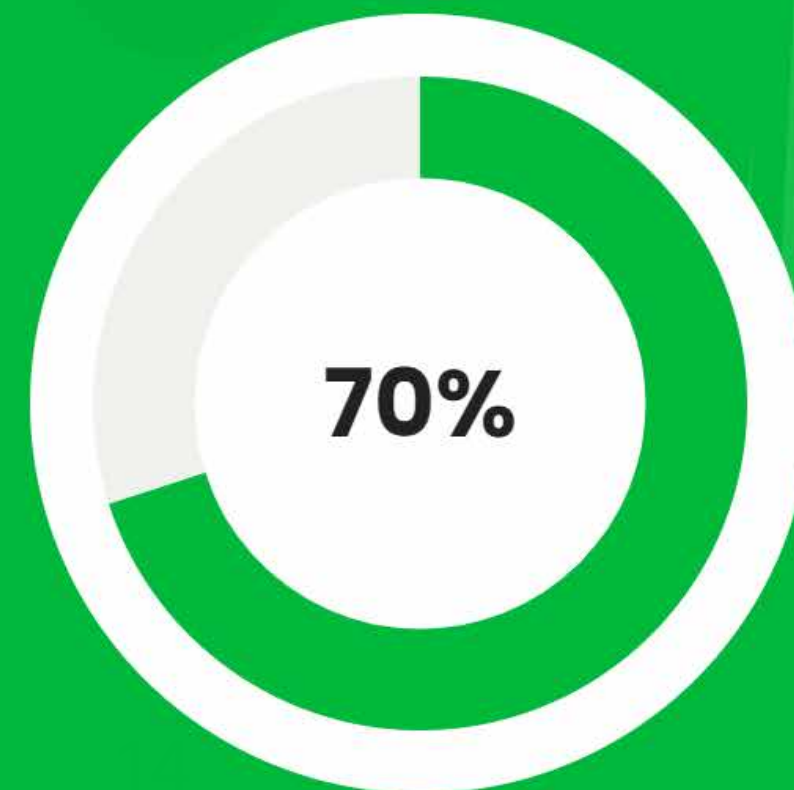
Talkootyötunti tavoite 23 000 h, josta täyttynyt:



Osallistumisprosentti

Norsun alueella on noin 900 yhdistystä. Tavoitteena on, että alueemme yhdistyksistä 30% on mukana Norsun toiminnassa. Tavoitteen toteutumista seurataan koko toiminnan ajalta.

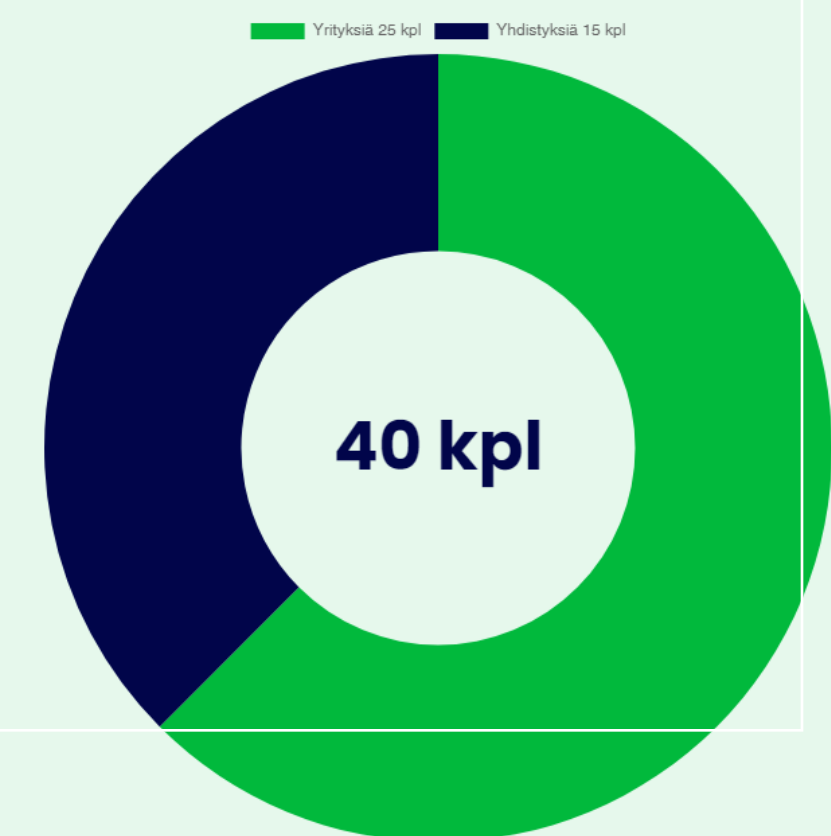
Seudun yhdistyksistä on ollut toiminnassa mukana



Uudet hakijat

Alueemme yritykset ja yhdistykset ovat hakeneet aktiivisesti kehittämistukia. Rahoituskaudella 2023-2027 uusia hakijoita oli 40 kpl.

Norsun toiminnassa mukana



VAIKUTTAVUUS



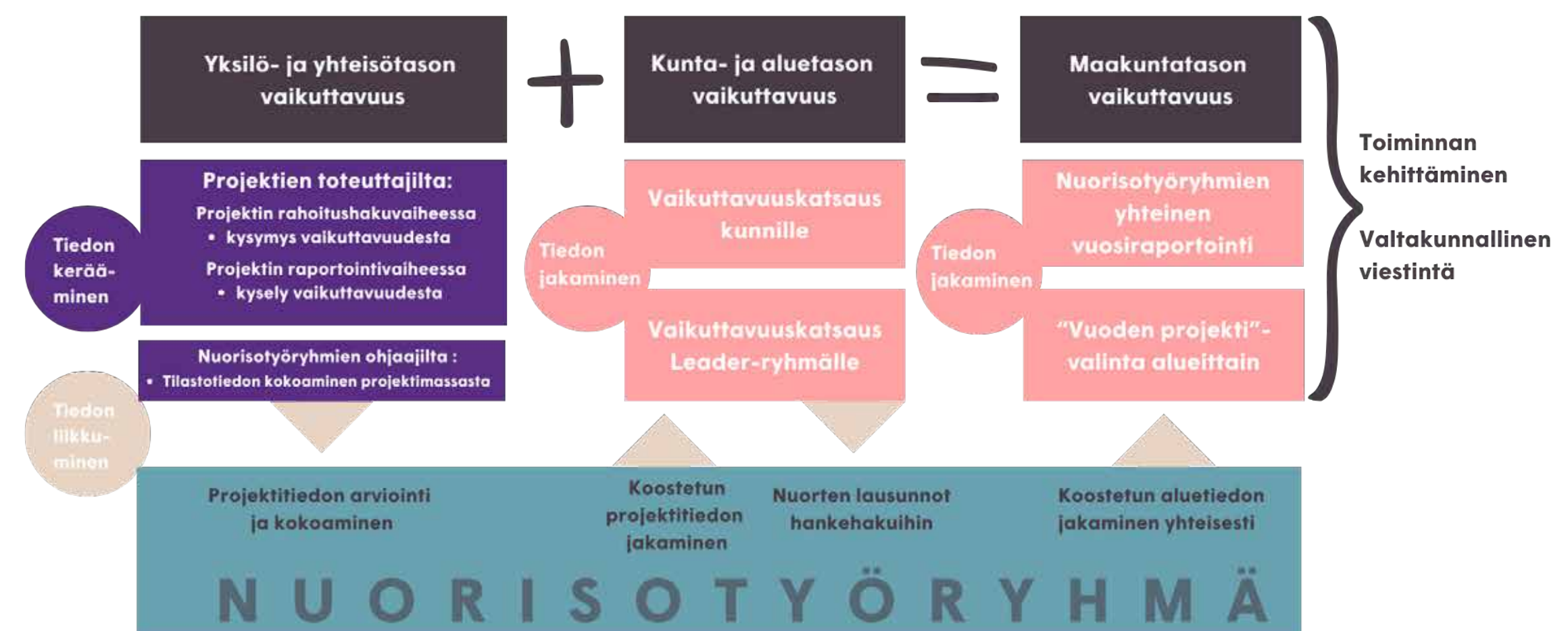
KESKEISET TULOKSET

Vaikuttavuuden arviointiprosessi Nuorisoleader

Hankkeessa rakennettiin arviointiprosessi ja toimintamalli Pohjois-Pohjanmaan Leadereiden nuorisotyön vaikuttavuuden mittaamiseen paikallisella ja maakunnallisella tasolla. Yhdeksi tärkeimmäksi asiaksi nousi nuorten osallisuuskokemus. Jatkotoimenpiteinä sovittiin tiedonkeruumenetelmistä ja -aikatauluista sekä toteutetaan omat kyselyt hankkeiden toteuttajille ja nuorisotyöryhmille.

Vaikuttavuuden arvioinnin malli

MAA
HENKI



VIESTINTÄ



KESKEISET TULOKSET

Viestintäsuunnitelma kehittämishankkeille

Maaseuturahaston kehittämishankkeille toteutettiin viestintäsuunnitelman malli sekä koulutus, jossa perehdyttiin viestintäsuunnitelman tekoon. Mallin tavoite oli auttaa hanketoimijoita suunnittelemaan paremmin hankkeen viestintää sekä tarjoamaan työkaluja viestinnän tavoitteiden ja mittareiden laatimiseen sekä seurantaan. Lisäksi valmis malli auttoi tarkentamaan hankkeen kohderyhmää ja keinoja kuinka tavoittaa heidät.

Viestinnän vuosikello

Viestinnän kokonaiskuvaa hahmottamaan tehtiin yksinkertainen vuosikellopohja PowerPoint-muotoon. Sen tueksi laadittiin Excel-pohja, jonka avulla voi suunnitella yksityiskohtaisesti viestinnän toteutusta viikko- ja kuukausitasolla.

VIESTINTÄ

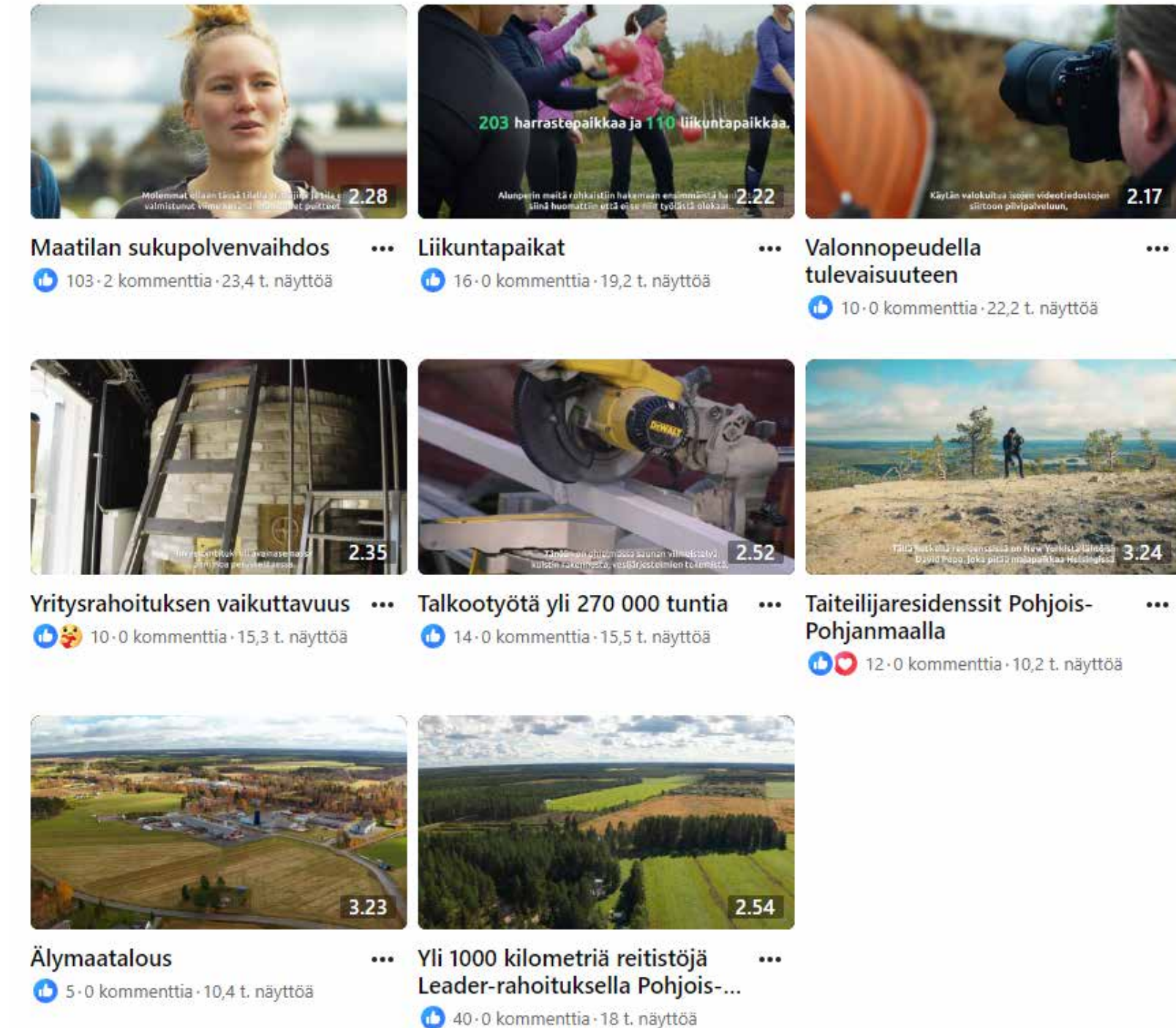
KESKEISET TULOKSET

Vaikuttavuusvideot

Hankkeessa toteutettiin kahdeksan vaikuttavuusaiheista videota maaseuturahoituksen vaikutuksista. Videot löytyvät [Youtubesta](#) ja [Facebookista](#). Niitä markkinoitiin Facebookin kautta ja ne saavuttivat siellä **134 200** katselukertaa. Videoiden aiheet ja katselukerrat:

- Maatilan sukupolvenvaihdos, **23 400**
- Liikuntapaikat, **19 200**
- Valonnopeudella tulevaisuuteen, **22 200**
- Yritysrahoituksen vaikuttavuus, **15 300**
- Talkootyö, **15 500**
- Taiteilijaresidenssit Pohjois-Pohjanmaalla, **10 200**
- Älymaatalous, **10 400**
- Reitistöt, **18 000**

Kaikki videot



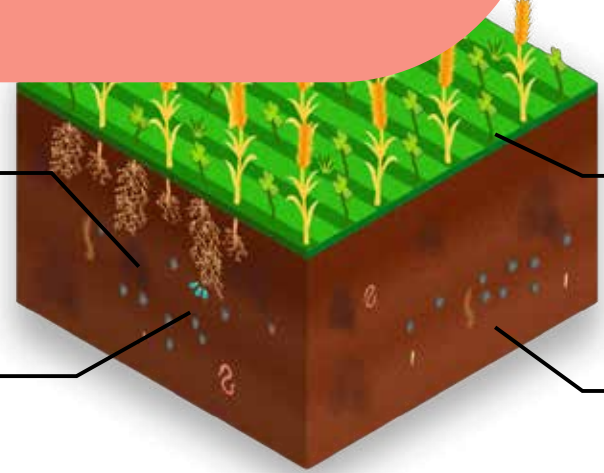
VIESTINTÄ

tuotta ja

2

Parempi tuottavuus
Kun maaperä on multavaa ja hyvinvoivaa, maaperän ravinteet voidaan hyödyntää täysimittaisesti.

Laadukasta vesitaloutta
Eri syvyydellä olevat juuret imevät vettä ja parantavat pellon kestävyttä sääilmiötä vastaan.



Muokkaustarve vähenee
Monivuotisten kasvien viljely vähentää muokkaustarvetta.

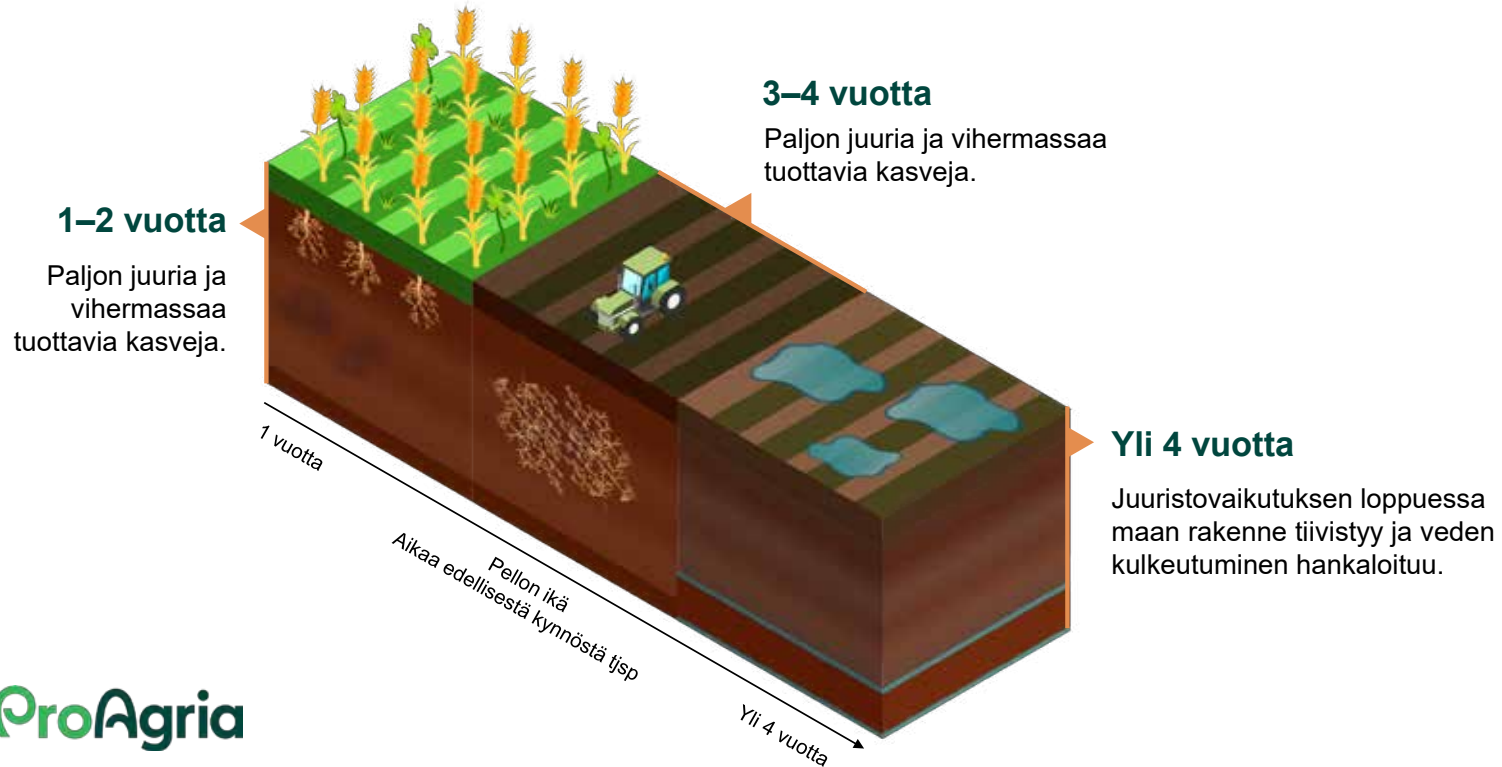
Kerääjäkasvit lisäävät pellon hyvinvointia
Kerääjäkasvit parantavat vesitaloutta ja sitovat ravinteita.

Maaperä voi hyvin
Kiertoviljely tukee hyvinvoivaa maaperää ja luonnon monimuotoisuutta. Kemiallisten typpilannoitteiden tarve vähenee.

ProAgria

Näin juuristovaikutus näkyy maan kunnossa

8



ProAgria

Tällaisia tuloksia voit saavuttaa vuoroviljelyllä

4

Mallinsimme pilottitiloilla, millaisia hyötyjä vuoroviljely ja muutamat muut toimenpiteet tuovat tiloilla



Syyskynnöstä luopuminen

Kiintoainekuormitus aleni:
42 % (herne, ohra)
25 % (ohra, luomutila)



Kerääjäkasvien käyttö

Vaikutukset ohratilalla:
22 % alempi typpikuormitus
5 % vähäisempi eroosio



Vuoroviljely

Vaikutukset kahdella pilottialueella:
Noi 50 % alempi typpikuormitus viisivuotisjaksolla



Näin tutkimus tehtiin

- Vaikutukset mallinnoitiin koneoppivilla menetelmillä 7 pilottitilalla Pohjois-Pohjanmaalla.
- Mallinnettuja lohkoja 81 kappaletta.
- Lohkojen yhteispinta-ala 591 ha.
- Tiedot ovat vuodelta 2020.

ProAgria

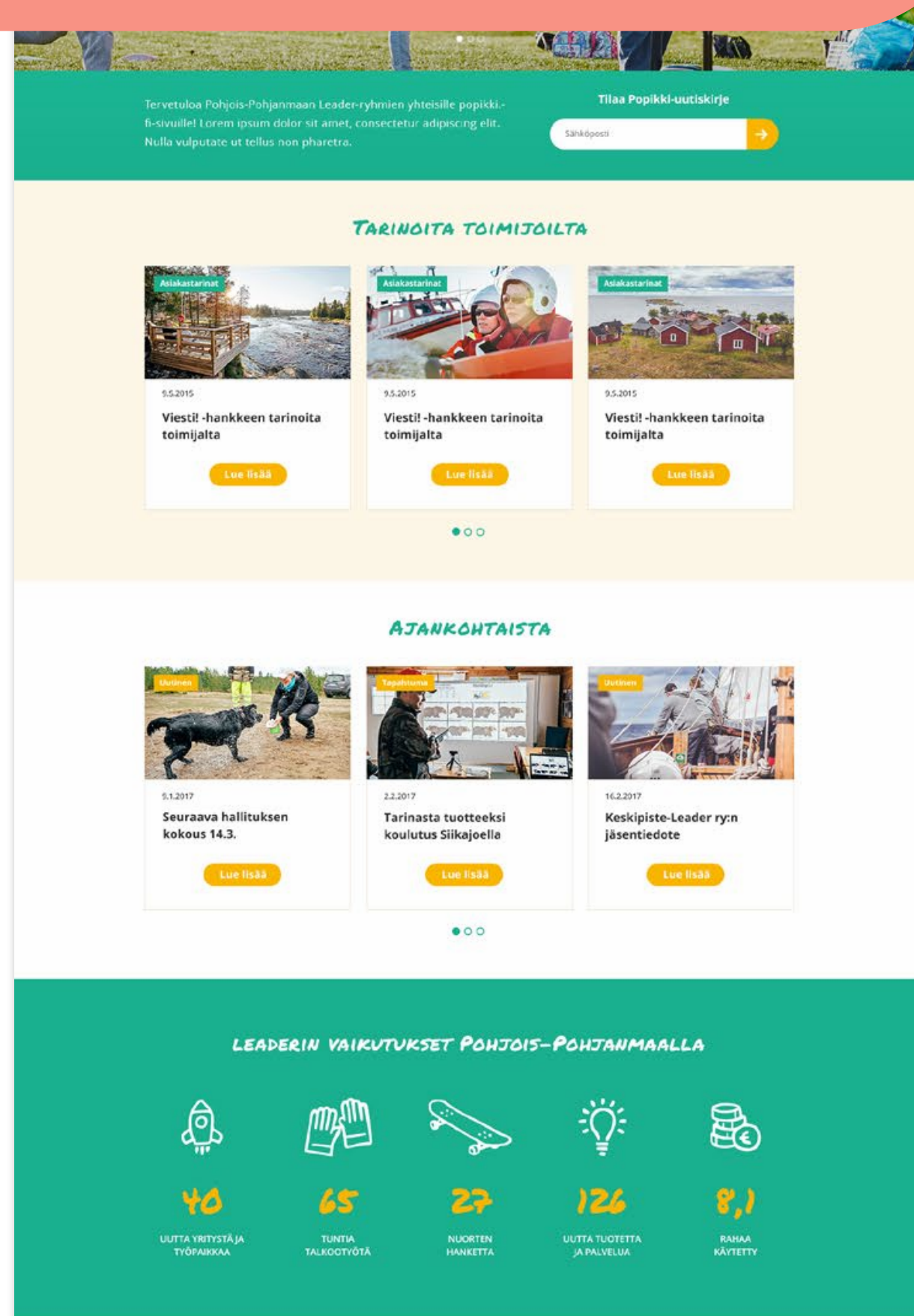
KESKEISET TULOKSET

Infografiikka

Infografiikka on loistava tapa visualisoida ja tiivistää tietoa. Pohjois-Pohjamaan maaseuturahaston hankkeissa sitä on hyödynnetty suhteellisen vähän. Järjestimme hankkeessa kaksi infografiikka koulutusta, jotta hanketoimijoiden ymmärrys tiedon visualisoinnin mahdollisuuksista lisääntyisi. Toteutimme maaseuturahaston hankkeille kaksi projektia, jossa tehtiin kehittämishankkeiden tuloksista infografiikkaa. Esimerkiksi tehtiin 10-sivuinen infograafi havainnollistamaan ympäristöviisaan viljelykierron tuottavuutta ja ympäristöhyötyjä. Lähdemateriaalina oli Ympäristöviisas viljelijä -hankkeessa tehtyjä tutkimuksia ja mallinnustuloksia. Hankkeessa tehdyt infograafit:

- Ympäristöviisaalla viljelykierrolla tuottavuutta ja ympäristöhyötyjä (ProAgria + LUKE)
- Metsästä monituotebisnestä (Metsäkeskus + 4H-Oulu)
- Maaseuturahasto Pohjois-Pohjanmaa siluetti
- Pop-Leader rahoitetut kohteet 10 kpl
- Pop-Leader kartat 8 kpl
- IlmastoAreena 2021 infotaulut 9 kpl

TIEDOTTAMINEN



KESKEISET TULOKSET

Tiedottaminen ja markkinointi

Hankkeen tiedotuskanavana toimi Popikki.fi 8/2023 asti, jolloin sivusto lopetettiin ja maaseuturahaston viestintä keskitettiin Maaseutu.fi sivustolle. Popikissa tiedotettiin Pohjois-Pohjanmaan maaseuturahaston hankkeiden tapahtumista ja koulutuksista. Näitä tilaisuuksia mainostettiin Popikin sosiaalisen median kanavissa. Hankkeen aikana markkinoitiin yhteensä **262** tilaisuutta.

Artikkelit

Artikkelien aiheina olivat vaikuttavuus ja sen todentaminen maaseudun kehittämisessä, kylien kehittämisen merkitys ja vaikutukset, ilmastoteot ja niiden vaikuttavuus maaseudun kehittämisessä, ekosysteemiajattelun mukaisen tavoitteellisen yhteistyön mahdollisuudet ja vaikutukset maaseudun yrityksiin, lähimatkailun merkitys maaseudulla ja lähiliikuntapaikkojen merkitys kylien hyvinvointiin.

- Vaikuttavuuden todentaminen maaseudun kehittämisessä. [ePooki 52/2020](#).
- Kylien kehittäminen Pohjois-Pohjanmaalla nousee paikallisuudesta. [ePooki 96/2020](#).
- Ilmastoteot ja niiden vaikuttavuus maaseudun kehittämisessä. [Oamk Telulainen, s.23-24, huhtikuu/2021](#).
- Tavoitteellisesta yhteistyöstä uutta liiketoimintaa ja kasvua maaseudun yrityksille. [Oamk Journal 97/2021](#).
- Lähiliikuntapaikat tuovat hyvinvointia kylille. [Oamk Telulainen, s.31-32, joulukuu 2021](#).
- Lähimatkailu Pohjois-Pohjanmaan maaseudulla. [Oamk Telulainen 1/22, tammikuu 2022](#).

OPINNÄYTETYÖT



KESKEISET TULOKSET

Opinnäytetyöt

Virpi Tolonen:

Maaseudun kehittämishankkeiden vaikuttavuuden arviointi Pohjois-Pohjanmaalla: kyselytutkimus projektipäälliköille. [Julkaisuun.](#)

Merja Närhi ja Heidi Nokela-Moilanen:

Yritysryhmähankkeet Pohjois-Pohjanmaalla: Maaseuturahaston tukemien yritysryhmähankkeiden vaikutukset ja vaikuttavuuden arviointi. [Julkaisuun.](#)

Emilia Uimaniemi:

Rahoittajien näkemykset maaseudun kehittämistoiminnan vaikuttavuudesta –haastattelututkimus Pohjois-Pohjanmaan Maaseuturahaston hankerahoittajille. [Julkaisuun.](#)

HYVIÄ KÄYTÄNTÖJÄ JA KOKEMUKSIA



Hankkeen aikana kirkastui ainakin se, että jos alueellisia vaikuttavuustavoitteita ja mittareita ja välineitä vaikuttavuustiedon keruuseen ei ole suunniteltu rahoituskauden alkaessa, vaikuttavuustiedon keruu jälkikäteen on erittäin vaikeaa. Hyrrässä oleva tieto kertoo hankkeiden tuloksista ja tuotoksista melko yksipuolisesti eikä auta hahmottamaan riittävän hyvin laajempaa alueellista kehitystä, jota erilaisten hankkeiden tuloksena laajoissa yhteistyöverkostoissa väistämättä syntyy. Hyrrätieto on myös huonosti käytettävää.

Vastaavasti hankkeen tasolla on vaikeaa vakuuttavasti osoittaa hankkeen myönteisiä vaikutuksia ja sen aikaansaamaa positiivista muutosta, jos näitä ei ole selkeästi sanoitettu hankkeen suunnitteluvaiheessa eikä ole suunniteltu ja dokumentoitu, miten näitä vaikutuksia arvioidaan.

Hankkeen aikana korostui moneen otteeseen ajatus, että vaikuttavuus syntyy kaikkien erilaisten ja erikokoisten hankkeiden yhteistuloksena. ”Pienistä puroista syntyy suuri virta”, kiteytti joku ensimmäisessä työpajassa: sillä pienimälläkin purolla on merkitystä, ja edelleen kaikenkokoisia hanketoimijoita ja hankkeita tarvitaan, jotta saadaan yhdessä tulosta aikaan. Tärkeää on saada uusia toimijoita mukaan hanketyöhön, ja tähän kannattaa vakiintuneita toimijoitakin haastaa: keitä voisi kysyä hankeyhteistyöhön mukaan tuttujen kumppaneiden rinnalle?

Hankkeessa tuli myös eri yhteyksissä esiin se, että eri sektoreiden yhteistyötä pitäisi pystyä lisäämään ja vahvistamaan: miten saadaan yhä useammin kunnat, yritykset ja yhdistykset muodostamaan yhdessä paikallisia ”ekosysteemeitä”, joilla varmistetaan hyvinvointia ja elinvoimaa?

MITEN TÄSTÄ JATKETAAN?

Vaikuttavuuden työkalupakista tullaan viestimään useissa kanavissa, kun se on julkaistu Maaseutu.fi-sivustolla. Työkalupakkia on käyty jo esittelemässä esimerkiksi maaseudun kehittämisen opiskelijoille, ja sitä tullaan esittelemään hankkeen yhteistyökumppaneille. Työkalupakki esitellään myös Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskuksen rahoitusinfossa 7.12.2023.

Rahoittajat pystyvät hyödyntämään hankkeessa yhdessä opittua vaikuttavuusajattelua ja sen tueksi kehitettyjä työvälineitä ohjattaessa asiakkaita rahoitushauissa. He voivat myös kertoa asiakkaille työkalupakista ja ehdottaa sen hyödyntämistä hankevalmistelussa ja hankkeiden toteutuksessa. Työvälineiden avulla myös rahoittajat pystyvät arvioimaan hankkeiden kokonaisuutta suhteessa vaikuttavuustavoitteisiin ohjelmakauden aikana.

Vaikuttavuus esiin -hankkeessa toteutettiin useita työkaluja ja opeteltiin yhdessä vaikuttavuuden prosesseja. Käytännössä näitä päästään kokeilemaan 2023 käynnistyneen uuden rahoituskauden aikana. Käytännön kokemuksen ja hanketoimijoilta ja rahoittajilta saatavan palautteen avulla nähdään, mitkä työvälineet toimivat parhaiten vaikuttavuuden vahvistamisessa, tiedonkeruussa ja viestinnässä. Samoin vasta uuden kauden edetessä käytännössä nähdään, auttavatko uudet ajattelumallit ja työkalut arvioimaan entistä paremmin sitä, miten kaikki alueella toteutettavat Maaseuturahastosta rahoitetut hankkeet yhdessä vievät kohti yhteisiä, Pohjois-Pohjanmaan maaseutus suunnitelmassa määriteltyjä tavoitteita.

