

PANEELI

Paneelin vetäjänä toimi Soile Kuitunen. Aihe Mikkelin nyt ja tulevaisuudessa yrittäjän silmin.

Paneelissa olivat mukana:

- | | |
|--------------------|---------------|
| - Armi Salo-Oksa | Marski Data |
| - Leena Meriläinen | Kesäyliopisto |
| - Jarmo Matilainen | MPY |
| - Ossi Kuittinen | Sitra |

- Mikkelin ehdoton vetovoima on luonto. Tämä pitäisi myös Mikkeliläisten itsensä oppia näkemään ja hyödyntämään.
- Tällaisia avoimia keskustelu tilaisuuksia pitäisi olla useammin.
- Tiedotus on erittäin tärkeässä roolissa.
- Jatkuvaa koulutautumista ja siihen kannustamista tarvitaan.
- Ikääntyminen on Mikkelille yksi haaste, johon tarvitsee panostaa.
- Tontteja ja rahoituksia tarjoamassa on osaava henkilöstö. Kaupunki voi olla jollakin tavalla mukana, mutta kaupungilla ei tule olla pääroolia näissä.
- Kaupunki on monelle yritykselle myös asiakas.
- Naapurikateutta on, mutta sen olemassaoloa pitäisi omin toiminnoin saada jatkossa estettyä.
- Mikkelin-spirit
- Mistä löytyisi virkamiehiä, jotka toimisivat yrittäjien apuna. Pitäisi katsoa uudelleen virkamiesten rooleja.
- Potentiaalit vain parin tunnit päässä: Pietari ja pääkaupunkiseutu. Olemassaolo tiedetään, mutta ei ole osattu vielä täysin hyödyntää.
- Asioiden hoito pitäisi olla yrittäjille mahdollisimman helppoa, ei niinkään tärkeintä ole se, että saadaanko palvelu yhdeltä luukulta vaan, kuinka helposti tieto on löydettävissä.
- Yritykset voisivat ottaa pienen riskin ja lähteä talkoisiin mukaan: lupaavat rekrytoida riveihinsä tietyn määrän valmistuvia opiskelijoita per vuosi ja näin ollen edesauttaa heidän jäämistään Mikkelin.
- Näin ollen saataisiin etulyöntiasemaa muihin kuntiin yritysten ja oppilaitosten välisestä yhteistyöstä.
- Tärkeintä on hoitaa nyt ns. oma pesä kuntoon.
- Mikkelin veropohja tarvitsee tulevaisuudessa muuttovoittoisia vuosia.
- Mikkelillä on kaikki edellytykset tulla menestyväksi kaupungiksi: helppo ja viihtyisä kaupunki.

Yleisön kommentteja:

- Puheissa olleista painopistealueista jäänyt kokonaan pois hyvinvointisektori. Ihmisten hyvinvoinnista lähtee kaikki.
- Maaseutuyrittäjyys on mukana.
- Kaikki lähtee Mikkeliläisistä itsestään.
- Innostus saattaa lähteä pienestä. Vertauskuvana Pieksämäelle tulevan Ideaparkin nostattamat tunnelmat.
- Nyt ollaan saatu hyviä tyyppejä mm. kaupungin johtoon.
- Matkailu- ja vapaa-ajan asukkaille pitää tarjota palveluja.
- Kehitettäviä palveluja joita jatkossa tulee löytyä ovat palvelut etätyöntekijöille.
- Yrittäjyyshenki on jalkautettava kaupunginjohtoon.
- Totta, että kotipesä pitää saada kuntoon.
- Kaupungilta vaaditaan nyt rohkeita tekoja ja päätöksiä.

TYÖPAJA

Työpajassa työstettiin yritysten tahtotilaa koskien kaupungin elinkeinopolitiikan painotuksia, yrityskehityspalveluja sekä yhteistyörakenteita ja -kulttuuria.

Keskeisinä asioina osallistujat painottivat seuraavia:

- Mikkelin-spirit: Mikkelin tekemisen meininki, hyvä fiilis, on olennainen asia elinkeinoelämän menestymiselle. Kun kaupunkiin syntyy hyvää fiilistä, lähtee myös elinkeinoelämä nousuun. Hyvät positiiviset tarinat yrityselämän onnistumisista ja toisaalta myös siitä että kaupungissa tapahtuu, luovat myönteistä kierrettä - ja houkuttelevat uusia tulijoita kaupunkiin. Väestön kasvu ei voi olla tavoite - se on seuraus menestyksestä.
- Kaupungin rooli muuttuu entistä enemmän mahdollistajaksi. Kaupungin elinkeinopolitiikassa painottuvat tulevaisuudessa entistä enemmän sen mahdollistajan rooliin liittyvät asiat. Näistä tärkeimpiä ovat maankäyttö ja toimitilat.
- Yrityskehityspalveluita tarvitaan - myös tulevaisuudessa. Yrityskehityspalvelut ovat puolueettomia monialaosajia jotka antavat tukea ja sparrausta sekä verkottavat alueen yrityksiä. Yrityskehityspalveluiden keskinäistä roolitusta on selkiytettävä, ja niiden palveluiden on oltava asiakkaalle saumattomia ja mutkattomia.
- Kaupunki on yksi osapuoli kumppanuusverkostossa. On olennaista luoda hyviä vuoropuhelun muotoja kaupungin ja yritysten välille. Näitä ovat yrittäjätreffit, innovaatiopajat, yrittäjäfoorumit. On tärkeää tietää, miten paikkakunnan yrityksillä menee, ja kertoa myös yrityksille valmistelussa olevista kaupungin asioista.

Prosessin eteneminen

Elinkeinostrategia etenee kolmella työpajalla jotka kohdennetaan etenkin palvelu-, turvallisuus-, ympäristö- ja materiaalitekniikan yrityksille sekä yrityskehityspalveluiden piirissä työskenteleville. Lisäksi elinkeinostrategian sihteeristö ja ohjausryhmä jatkavat syksyn ajan työskentelyään. Pääset katsomaan kaikkia valmistelu- ja työpaja-aineistoja täältä [Minun Mikkelini-verkkoalustalta](#).

Rasti 1: Kuvailkaa, miltä Mikkelissä tarjottavat yrityskehityspalvelut (sisältö, laatu) näyttävät vuonna 2012?

Keskustelua yrityskehityspalveluista:

- nykyinen sirpaleinen palvelutarjonta selkeämmäksi kokonaisuudeksi, toimijoiden roolitusten selkeyttäminen => palveluiden tarjoajat yhteiseen pöytään kehittämään palvelukokonaisuutta ja sen koordinaatiota ("etsi ihmisten tarpeet ja vastaa niihin")
 - o laadullinen uudistuminen tärkeää
 - o toiminta yrittäjiä palvelevaa, tuotteistetut palvelut
 - o jatkuva, säännöllinen ja joustava yhteistyö yrityskehityspalveluiden ja yrittäjien kesken
 - o prosessiohjaus yrittäjyyden eri vaiheissa
 - o "sparraajat" yrityksille
 - o kaupungin viesti yrittäjille tulee olla kaikilla tasoilla ja eri vaiheissa kannustava ja tukeva
 - o yrittäjien on oltava itse aktiivisia!
- yrittäjille tarvitaan apua hanketyöhön (hankehakemusten laadintaan, hakemiseen, seurantaan jne.) => "tuki- tai hankehakemusneuvoja" yrityskehityspalveluihin
- alueelle saapuvalla yrityksellä kaikki asiat kuntoon yhden henkilön toimesta, nuorelle yrittäjälle "perhepalvelu"

- palautteen kerääminen säännölliseksi
- yritystreffit kaikille toimijoille 2 x vuodessa (seminaari & illanvietto)
- tapahtumakalenteri (?)

Yrityskehityspalveluja ja yrittäjyyttä yleensä tukevat toimenpiteet/mekanismit:

- kaupungille kovan tason henkilö, joka lobbaa alueelle isoja tapahtumia ja yrityksiä
 - o puitteet tapahtumille kuntoon (esim. kaupunkiin riittävän iso monitoimihalli)
- toimalakohtaiseen verkottumiseen panoksia (ei toimi tällä hetkellä kovinkaan hyvin, veturit klustereilta puuttuvat)
- kaupunki oltava entistä enemmän mukaan koulutuksen ohjauksessa, pelkkä oppilaitosten ja yritysten välinen yhteistyö ei ole riittävä
- yrityksille annettava mahdollisuus kasvaa
- päätöksenteko oltava nopeaa, konkreettiset toimet jouhevasti liikkeelle
- seudulle matkailuyhtiö ja INFO-piste, nykyään alueella vierailijat täysin tietämättömiä palvelutarjonnasta tms.

Yleistä keskustelua:

- eri palveluiden kehittämisessä tasapaino tärkeää, ei voi kehittää vain yhtä (palvelu)kärkeä
- alueen maaseutumaisuus voimavaraksi, kaikkien tapahtumien ei tarvitse olla kaupungin keskustassa

Rasti 2: Miltä Mikkelin kaupungin ja yritysten välinen yhteistyö näyttää vuonna 2012?

- Yhteistyö on tiivistynyt ja siinä hyödynnetään uudenlaisia osallisuuden ja yhteistyön tapoja sekä foorumeita
 - o yritykset ovat kumppaneita, alusta asti. Eli mukana suunnittelusta asti.
 - o Kaupunki on mahdollistaja. Se tarjoaa perustaa, välineitä, infraa. Sen perustehtävät ovat elinkeinotoiminnan osalta kaavoituksessa, maankäytössä, toimitiloissa. Kunnan rooli tietyiltä osin ohenee ja kunta pienentää omaa organisaatiotaan
- Foorumit & toimintatavat
 - o yrityskummitoiminta on vakiintunutta. Käytetään kummeja yritystoiminnan ja kaupungin oman toiminnankin sparraajina. "Mikkeli-klubi"
 - o yritysfoorumit: säännöllisesti toteutettavat foorumit kunnan ja yrittäjien kesken.
 - o yritystreffit. Tavataan säännöllisesti yrittäjien ja kaupungin työntekijöiden kesken. "Mitä yrityksille kuuluu". "Mitä kaupungille kuuluu". Mitä voidaan tehdä yhdessä? Mistä syytä olla tietoinen? Kysytään mielipiteitä ja näkemyksiä.
 - o Innovaatiopajat. Innovoidaan uusia palveluita, ratkaisuja ja tuotteita.
 - o Kaupungin omat palvelupolut ovat aukottomia ja katkeilemattomia. Esimerkkinä toimitilat: selkeä vastuutus, asiakaslähtöisyys. Asiakkaalle selkeä.
- Ajattelutapa
 - o on kuntaorganisaatiossa yrittäjämäinen.
 - o lähtee kuntaorganisaatiossa palvelusta ja palveluhenkisyydestä.
- Mikkelin kaupungin markkinointi on terävää, nasevaa ja vaikuttavaa – kaupungin maine kuva on myönteinen ja vakuuttava. Hyvä meininki – Mikkeli-spirit!
- Yrityskehityspalvelut vahvistuvat koska
 - o ovat monialajaosaajia
 - o kykenevät verkottamaan yrityksiä
 - o kykenevät osaltaan markkinoimaan yrityksiä
 - o ovat luotettavia
 - o ovat "yleistä hyvää" tavoittelevia

- o ajattelevat kumppanuuslähtöisesti
- o toiminnassaan kustannustehokkaita

Rasti 3: Millaisia painotuksia kaupungin elinkeinopolitiikassa tulee jatkossa tehdä (esimerkiksi toimialojen, innovaatioiden synnyttämisen ja osaamisen kehittämisen osalta)?

Keskustelua toimialapainotuksista:

- Keskittyminen painopisteisiin ei ole muiden polkemista
- Hyvinvointi toimialana muistettava
- Matkailu ja vapaa-aika keskeinen; paljon potentiaalia, mutta palvelujen on oltava aidosti kunnossa ("unohdetaan Helsinki, huomio Pietariin")
- Uusia toimialoja on pakko löytää

Keskustelua koulutuksesta:

- Koulutuksen, yritysten, kaupungin ja te-toimiston uudenlaisen yhteistyön tarve
- Aktiivista yritysten kontaktointia koulutustarpeista
- Nopeat ratkaisut; ei aina tarvita virkamiestä paimentamaan
- Otettava nuoria kouluista yrityksiin (ei tietysti sovi kaikenlaisiin yrityksiin)
- Tiedottaminen koulutukseen liittyen (verkotot, foorumit): pois "sisäpiiritiedottamisesta"
- Tarpeen saada myyminen ja markkinoinnin koulutusta tänne (rakennetaan professuurin ympärille); help-desk –koulutusta tarvitaan (on myös annettu / te-toimisto ja koulut)
- Oppisopimuskoulutuksen roolin kasvattaminen
- Yrittäjyysilmasto on kehittynyt viime vuosina
- Koululaitoksissa ongelmia; esim. laitehankintojen järjestyminen
- Ruotsin kieli – venäjän kieli (painotus tänne)
- Yritysten ja opiskelijoiden kohtaamispaikat; nykyisten käytäntöjen lisäarvo vähän kyseenalainen (muodot eivät toimi: pitäisi olla pienryhmien vierailuja, toiminnallista ohjelmaa)
-

Yleistä keskustelua:

- "Mikkeli -spirit";
 - o Aineeton pääoma keskeistä, luovuus, yhteisöllisyyden luominen ja vaaliminen; nämä ei – aineelliset tekijät pitäisi huomioida elinkeinopolitiikassa
 - o Oleellista esim. nuorien pysymiselle on se, että "täällä tapahtuu" ja "on hyvä pörinä/meininki"
- Mikkelin imago ja markkinointi
 - o Tässä julkisilla toimijoilla keskeinen rooli; brändin kehittämisessä kuitenkin muistettava, että sisällön on oltava 90% kunnossa
- Mikkelin asumisympäristön kehittäminen (mitä on "laadukas asuminen"; luonto meillä on, mutta niin on muillakin)
- Kaupunki ja maakunnan liitto; aktiivista selvitystyötä esim. Pietarin osalta (mitä tarvitsevat / haluavat); tähän ei yritysten rahkeet riitä
- Muuttajien houkuttelu (esim. pääkaupunkiseutu);
 - o Ovatko esim. lapsiperheiden palvelut yhtä hyviä kuin siellä, mistä muuttajat tulevat? Asiakkaan odotukset ovat laadun kriteeri ja ne määräytyvät siitä, mihin asiakas vertaa (esim. iltapäiväkerhotoiminnan laajuus kouluissa)

- Nuorten harrastusmahdollisuudet + koulutusmahdollisuudet (räätälöidyt ratkaisut) + nuorten sitouttaminen / palkitseminen (esim. yrityksissä omistajuutta)
- Kunta voisi huomioida / palkita paluumuuttajia / muuttajia
- Ikääntyneiden näkeminen voimavarana ja hyödyntäminen
- Kaavoituksen keskeinen rooli; tässä niin kuin muussakin tekemisessä oleellista mahdollisimman läpinäkyvä, varhainen ja avoin tiedottaminen