



Rahoituksen hakija

Hakijan nimi/Hankkeen hallinnoija (yritys/virasto/tms.):

Helmi Liiketalousopisto ja Stadin ammattiopisto / Hankkeen hallinnoija Helmi Liiketalousopisto

Hankkeen perustiedot

Hankkeen nimi:

POP UP Tehdas Oy

Hankkeen kokonaisaikataulu (kk.vvvv – kk.vvvv):

01.2015- 12.2016

	2015	2016	2017
Innovaatorahastosta haettava rahoitus (euroa)	50 000	50 000	
Oma rahoitus (euroa)	21 667	20 000	
Muu rahoitus (euroa) Opetushallitus vuodeksi 2015	195 000	(haetaan jatkorahoi- tusta vuodelle 2016)	
Yhteensä (euroa)	266 667	70 000	

Hankkeen yhteistyökumppanit

Yhteistyökumppanit kaupungin sisällä:

Stadin ammattiopisto, Hakaniemen kauppahalli, Tukkutori, Yrittäjäjärjestöt, Yritysinna

Yhteistyökumppanit kaupungin ulkopuolella:

PK - yrityksiä (molempien oppilaitosten yrityskumppaneita), valtakunnallisesti ammattioppilaitoksia Suomessa

Kuvaus hankkeen keskeisestä sisällöstä

Hankkeen tärkeimmät tavoitteet:

POP UP Tehdas Oy on konkreettinen, moderni ja uudenlainen pop up liiketoimintatila – Hakaniemen torilla - mikä sijaitsee asiakasvirtojen luontevassa solmukohtassa. Se toimii sekä liiketoiminnan, opetustoiminnan ja ammatillisen koulutuksen osaamisen ikkunana sekä yhteiskuntaan että kaupunkilaisten ja nuorten suuntaan. Modernit markkinoinnin keinot, sosiaalinen media ja luovuus ovat läsnä ammattioppilaitoksen nuorien POP UP Tehdas Oy:n toiminnassa.

POP UP Tehdas Oy on luonteva, seuraava askel peruskoululaisten Yrityskylä-mallille, mikä on voittanut arvostetun World Innovation Summit for Education (WISE) –kilpailun syksyllä 2014. Konkreettisuus ja todenmukaisuus ovat keskeistä yrittäjähenkiselle oppimiselle. Peruskoululaisilla ja lukiolaisilla on puolestaan mahdollisuus vierailla ja tutustua POP UP Tehdas Oy:n oppimisympäristöön seuraavana askeleenaan kohti omaa yrittäjyyskasvatuksensa ammatillista porrasta.

TAVOITTEET:

1. Uudenlainen yrittäjyyskasvatuksen areena ammatillisen opetuksen kentälle Suomessa
 - Yhteisöllinen yrittäjyys
 - Luovat palvelut ja tuotteet
 - Kestävä kehitys ja kansainvälistyminen
2. Opiskelijayrittäjyyden erilaiset pilotit, joiden arvioinnin tuloksena muodostuisi käsitys nuorten yrittäjyyden toteutumismahdollisuuksista ja malleista:
 - osa-aikainen ja sivutoiminen yrittäjyys



- moniammatillinen tiimimäinen yritysmaali
- Pop UP liiketoiminta ja tulevaisuuden nuorten yritystoiminta
- verkkoliiketoiminta yrittäjyytenä

Hankkeeseen 2015 osallistuvat koulutusala

Elintarvikeala, hotelli-, ravintola- ja catering-ala

Hiusala, kauneudenhoitoala

Lähihoitajakoulutus, sosiaali- ja terveysala

Matkailuala

Tekstiili- ja vaatetusala

Puuala

Verhoilu- ja sisustusala

Liiketalous: yrittäjyys, myynti- ja markkinointi, taloushallinto

Kyseisillä aloilla opiskelee Stadin ammattiopistossa ja Helmi liiketalousopistossa yhteensä noin 8500 opiskelijaa, joista kyselyidemme mukaan arviolta 10-20% vuosittain olisi kiinnostunut yrittäjyyden opinnoista uudella tavalla toteutettuina keskellä helsinkiläistä asiakasvirtaa Hakaniemen torilla. Stadin ammattiopiston Merihaassa sijaitseva Meritalon toimipiste toimisi POP UP Tehdas Oy:n käytännön ”tuotanto- ja toimistotilana”, mistä Hakaniemen torille sijoitettava POP UP Tehdas Oy:n moderni myynti- ja palvelupiste toteutetaan.

Hankkeen taustaa, miksi hankkeeseen ryhdyttiin (mikä ongelma hankkeen taustalla on?):

Yrittäjyyden käytännön opetuksen kehittämishanke, POP UP Tehdas Oy, sijoittuu vaiheeseen, jossa suomalainen koulutuspolitiikka on muutosten keskellä. Opetuksen odotetaan olevan osa nuoren modernia suhdetta arkeen: ryhmissä ja yhteisöissä elämistä, elämyksellisyyttä, vastuuta ja itsenäisyyttä sekä monipuolisia suhteita koulun, oppimisen ja arjen kanssa. Kaiken edellä kuvatun keskellä yrittäjyys henkilökohtaisena valintana ja elinkeinona on sinällään nuorten mielestä kiinnostava vaihtoehto.

Olemme suunnitelleet ja saaneet Opetushallituksen kehittämisavustuksen vuodelle 2015 POP UP Tehdas Oy kokeilu-hankkeellemme. Haemme Helsingin kaupungin Innovaatorahaston tukea luodaksemme hankkeellemme modernin, uudenlaisen ja uraa uurtavan toimintapisteen Hakaniemen torille – helsinkiläiseen elävään citymaisemaan.

Liian harva ammattiopisto tarjoaa tiloiltaan sopivia yrittäjyyden ympäristöjä. Erilaiset hautomot ovat siirtyneet yrittäjyydessä jo historiaan, eikä tilalle ole tullut selkeästi profiloituja uudenaikaisia tiloja ja toimintarakenteita. Opiskelijat voisivat toimia POP UP Tehdas Oy:n tyyppisissä tiloissa kulloisenkin tarpeen mukaan. Verkostomainen rakenne, verkossa toimiminen, opiskelijakollegojen osaamisen hyödyntäminen ja yhdessä oppiminen tuottaisivat todellisuuden tarpeisiin hyvin sopivaa osaamista. Asiakaslähtöisissä toimintaympäristöissä olisi mahdollista ottaa myös rahoittajien ja erilaisten yhteistyötoimijoiden edustajia mukaan oppimisprosessiin.

Yrittäjyyden opetuksessa uutta olisi muun muassa siirtyminen työskentelemään alusta alkaen ja selkeästi asiakkaiden kanssa yhdessä. Tuotteiden keksiminen, kehittäminen ja saaminen vaiheeseen, jossa ne voidaan siirtää kokeiltaviksi asiakkaiden kanssa yhdessä, tulisi olla opetuksen perustana. Yrittäjyydessä opetettaisiin edelleen järjestelmällisyyttä ja suunnitelmallisuutta, mutta aikaperspektiivi olisi erilainen. Opiskelijoilla olisi mahdollisuus osallistua yhteen tai useampaan nopeatempoiseen tuotekehityssessioon. Samaan aikaan asiakkaat otettaisiin mukaan prosessiin. Opetuksessa tulisi ottaa huomioon erilaisten asiakasryhmien menetelmien osaamisen hallinta. Tällä hetkellä menetelmissä keskitytään markkinatutkimuksiin, kyselyihin ja asiakasta objektiivisiin tiedonkeruun projekteihin.

Yhteenvetona voidaan todeta, että esteenä ovat ammattikoulutuksen aikana liian kapea-alainen näkemys yrittäjyydestä, konkreettisen yritystoiminnan kokeilujen puute tai rajallisuus, opettajien yrittäjyysvalmiuksien kapeus ja oman yritystoiminnan kokemuksen puute. Ammatillisten koulujen tilaratkaisut eivät välttämättä tue mahdollisimman todellista yritystoimintaa. Lisäksi monilla aloilla koulujen resurssien: tilojen, koneiden ja yritystoiminnan yhteen sovittaminen esim. myytävien tuotteiden tai palveluiden osalta on jäänyt puolitiehen tai kokonaan ratkaisematta. Hankkeemme pyr-

Lisätietoja

<http://www.hel.fi/www/kanslia/fi/innovaatorahasto@hel.fi>

Käyntiosoite

Kaupunginkanslia
Pohjoisesplanadi 11-13
Helsinki 17

Hakemukset kaupungin kirjaamoon

PL 10 (Pohjoisesplanadi 11-13),
Helsingin kaupunki 00099
helsinki.kirjaamo@hel.fi



kii pureutumaan selkeästi ja rohkeasti edellä mainittuihin esteisiin.

Stadin ammattiopiston ja Helmen yhteisessä POP UP Tehdas Oy:ssä Hakaniemen torilla esimerkkejä voivat olla - livenä ja verkkokauppoina - kahvila, vaatemyymälä, verhoomo- ja puutuotteet, korjaamo (metalli ja kodin esineet), kauneudenhoito ja hyvinvointipalvelut, kampaamo, hieronta, sisustus, ruokapalvelut jne. Tuotteita valmistetaan ja suunnitellaan koulujen tiloissa. Myynti, asiakkaan kohtaaminen ja palveluiden räätälöinnit sekä tuotteiden tuunaukset tapahtuvat Hakaniemen torin POP UP Tehdas Oy:n markkinapaikoilla joustavasti ja uudenlaisia liiketoimintamalleja kokeillen. Opiskelijayritykset toteuttavat: POP UP liiketoimintoja, teemaviikkoja, markkinoita ja kampanjoita. Liiketalouden opiskelijat tukevat yritystoiminnan arkea. He osallistuvat yrityksiin tuoden mukaan liiketoiminnan tietoja ja taitoja. Tiivisrytmistä POP UP liiketoimintaa voivat olla esimerkiksi: joulun, pääsiäisen jne. teemaviikot. Palvelutuotteita puolestaan olisivat autojen renkaiden vaihdot, hyvinvointitempaukset, sisustusviikot, silakkamarkkinat, hyvinvointipalvelut, sisustuspalvelut jne.

Onko hakija tai muut tahot aikaisemmin edistäneet hankkeeseen liittyviä asioita ja miten mahdollisia aikaisempia tuloksia aiotaan hyödyntää:

Hankkeen johtaja Outi Cavén-Pöysä on tehnyt pedagogisen toimintamallin kehittämisestä tutkimuksen ja julkaisun kesällä 2014 Lappeenrannan teknillisessä yliopistossa (tuotantotalous): ”POP UP & LEAN START UP - yrittäjyyden opetusmallin kehittämishanke toisen asteen koulutuksessa”. Työssä käsitellään kahta uudenlaista liiketoimintamallia: pop up ja lean start up –malleja, jotka ovat molemmat kansainvälisesti uudenlaisen yrittäjyysopetuksen keskiössä liiketalouden uusina mahdollisuuksina. Malleja sovelletaan konkreettisesti suomalaisen ammatilliseen koulutukseen ja siinä yrittäjyyden opetukseen.

Hankkeen yksilöidyt toimenpiteet vaiheittain/osakokonaisuuksittain (kustannuserittely jäljempänä):

H1/keväät ja kesä 2015

- Valitaan opiskelijaryhmät, tuotteet ja palvelut, joita aletaan kehittää suunnitellusti kohti toukokuussa käynnistyvää POP UP Tehdas Oy:n uudenlaista liiketoimintaa Hakaniemen torilla
- Sitoutetaan opettajat ja tutorit työskentelemään 2015 kevään ja syksyn aikana hankkeessa uudenlaisen yrittäjyyden kehittämisen konseptissa
- Suunnitellaan ja hankitaan yritystoiminnan vaatimat rakennelmat ja tarvikkeet, markkinointi ja viestintä
- Toteutetaan palveluiden ja tuotteiden tuotekehitystä yrittäjämäisesti kouluilla
- Tehdään ensimmäiset kokeilut Hakaniemessä ja viimeistellään toimintakonsepti
- Työskennellään alkuksa hankkeessa, kerätään arviointitietoa ja tietoa liiketoimintamallien toimivuudesta

H2 syksy ja talvi 2015

- Valitaan uudet opiskelijaryhmät alkusyksystä työskentelemään loppuvuoden POP UP Tehdas Oy:ssä
- Suunnitellaan ja jatkokehitetään kevään tuotteita ja palveluita
- Laajennetaan osallistujaryhmiä ja otetaan erityisesti huomioon maahanmuuttajataustaisten mahdollisuudet kokeilla yrittäjyyttä
- Toteutetaan, arvioidaan ja raportoidaan kokeilun tulokset
- Tehdään päätökset vuoden 2016 toiminnasta: Tavoitteet, kehittämistarpeet, budjetointi ja vastuhenkilöt

Mitkä elementit hankkeessa ovat uusia ja innovatiivisia:

POP UP ja Lean start up –tyyppiset liiketoimintamallit yhdistettynä ammattioppilaitosten nuorten yrittäjyyskasvatukseen:

Tutkittaessa pienten ja innovatiivisten yritysten liiketoimintaa, nähdään, että moni pieni yritys menettää toimintansa kannalta kriittistä aikaa ja rahaa yrittäessään kehittää liki pakonomaisesti tuotetta tai palvelua, joka ei olekaan asiakkaiden näkökulmasta kiinnostava. Kehitystyö nielee paljon resursseja. Pienessä yrityksessä ei ole uskallusta siirtää keskeneräiseltä itsestä hyvältä vaikuttavaa tuotetta markkinoille. Ajatus kehittää asiakkaiden kanssa yhdessä keskeneräinen tuote iteroiden valmiiksi vaikutti mahdolltomalta perinteiseen innovaatio- ja tuotekehitykseen perehtyneistä ammattilaisista.



Eric Riese (2011) toi käsitteen kirjallaan "The Lean Startup" maailmanlaajuiseen tietoisuuteen liittäen yrittäjyyden ja tuotekehityksen aiemmin tuotannon matalaa organisointia kuvaavaan toimintamalliin. Kirjan teemojen myötä lean startup on liitetty yhtenä teemana myös yritystoiminnan kehittämisen prosesseihin.

Riese esittelee lean startup -käsitteen kuvaamalla yrittäjämäisen tuotekehityksen. Siinä pieninkin mahdollinen tuote- tai palveluaihio asetetaan mahdollisimman nopeasti potentiaalisten asiakkaiden tai ns. early adapter -tyyppisten käyttäjien saataville. Tuotekehitys jatkuu intensiivisenä, mutta perinteisemmästä laboratoriomallista poiketen. Siinä, missä aiemmin tuotekehitys on tapahtunut suljetuissa ympäristöissä ja tähtäimenään mahdollisimman valmis ja täydellinen tuote, siinä uudessa toimintamallissa asiakkailta kerätään koko ajan tietoa, jonka avulla tuotetta muunnellaan vastaamaan asiakkaiden toiveita ja käyttäjätavoitteita.

POP UPp on puolestaan liiketoimintaa, joka on tavoitteiltaan lyhytkestoista ja toiminta on tarkkaan fokuksittua tiettyyn tavoitteeseen ja tuotteisiin ja/tai palveluihin. Lontoon olympialaisten aikana vuonna 2012 kaupungissa toteutettiin useita erilaisia POP UP liikeideoita. Ravintolat ja erilaiset ruokapaikat olivat lukuisasti edustettuina. Ideoita oli monenlaisia. Osassa POP UP ruokapaikkoja tavoitteena oli tehdä jotain erilaista. Toisissa taas tähtäimessä oli ison yrityksen brändin tuominen esiin poikkeavalla tavalla poikkeuksellisessa tilanteessa.

Edellä kuvatus liiketoiminnan keskeisiä kriteereitä ovat, että se on tarkoin harkittua, tiettyyn aikaan ja tilanteeseen räätälöityä, ajallisesti määriteltä alkamisen ja loppumisen osalta ja selkeästi tavoitteellista ja hallittua liiketoimintaa, mihin sisältyy iso osa luovuutta ja uudenlaista toimintamallia. Sosiaalinen media on erityisen tärkeä pop up liiketoiminnan markkinoinnissa ja tiedon välittämisessä. Koska liiketoiminta saattaa kestää vain päivän tai muutamia tunteja, on tärkeää saada tieto leviämään potentiaalisille asiakkaille. Muutama esimerkki valottaa sosiaalisen median ja POP UP -liiketoiminnan tämän päivän arkea.

Tutkittaessa kauppohenkilöiden asiakkaita, on huomattu, että asiakkaat eivät halua enää pelkää ostotapahtumaa, vaan he odottavat kokemuksia ja elämyksiä. Asiakkaat haluavat osallistua kokonaisvaltaisesti ostotapahtumaan. He haluavat myös tuotteiden personointia eli mahdollisuuksia vaikuttaa tuotteeseen niin, että se kuvastaa heitä tai sopii heidän omaan persoonallisuuteensa ja elämäntapaansa tavallista vakiotuotetta paremmin. Tuotteen halutaan herättävän aisteja, synnyttävän tunteita ja stimuloivan ajattelua. Asiakas haluaa, että hänen kokemuksiaan ruokitaan ja ostamisen pitäisi olla tunteena hauskaa. Kauppakeskuksiin suunnitellaan interaktiivisia elementtejä.

Millä tavalla hanke tukee tulevaisuuden osaamis- ja elinkeinoperustaa (edistääkö hanke yritysten toimintamahdollisuuksia tai uusien yritysten syntymistä?):

Nuoret ja nuorten kulttuuri muuttuu koko ajan. Länsimainen elämä tuottaa individualistisia vetovoimia nuorten elämään. Koulutus ja opiskelu ovat vain yksi monista kiinnostuksen aiheista. Ammatillisessa peruskoulutuksessa opiskelee yli satatuhatta nuorta Suomessa. Ongelmana ovat olleet korkea opintonsa keskeyttäneiden määrä. Toinen ongelma on opiskelunsa aloittavien erilaiset oppimisvaikeudet, mitkä tiivistyvät erityisesti maahanmuuttajanuorien ryhmissä.

Nuoret ovat kiinnostuneet yrittäjyydestä. Opetuksen näkökulmasta ammatillisessa koulutuksessa yrittäjyyskasvatus ei ole parhaalla mahdollisella tavalla organisoitu. Käytössä olevissa opetussuunnitelmissa se on sekavasti jäsennelty, tutkinnonosilla on samoja nimiä ja opetuksesta suurin osa on vapaasti valittavia. Jäykkä tutkinnonosarakente haittaa joustavia opiskelumuotoja ja opetuksen toteutuksen muokkaamista.

Syksystä 2015 voimaan astuvat uudistukset ammatillisessa koulutuksessa tarjoavat pitkältä aikaa tilaa muutoksille. Opiskelijoille tulee tarjota pitkälle henkilökohtaistettuja opetuskokonaisuuksia, missä yrittäjyyskoulutuksellakin voisi olla oma selkeä paikkansa.

Ammatillinen peruskoulutus kestää tutkintoon saakka opiskeltuna kolme vuotta. Opiskeluajasta osa suoritetaan työelämässä työskennellen. Yrittäjyyskasvatuksen osalta tarvitaan uudenlaisia liiketoimintamalleja, joiden kokeilu, opiskelu ja käytännön harjoittelu pitää rakentaa modernisti ja tämän päivän sekä tulevaisuuden liiketoimintamalleja korostaen.



POP UP ja lean startup liiketoimintamallit tarjoavat erinomaisen ja joustavan tavan opiskella yrittäjyyttä.

Mallit toimivat ajallisesti rajallisessa ympäristössä hyvin. Molemmista innovointi, tuotekehitys ja asiakkaan kanssa työskentely on nostettu menestystekijäksi. Nuorten pitää saada kokea perinteisen profession korostamisen ohella, ja vaihtoehtona, asiakkaan kanssa tapahtuva prosessuaalinen yhteistoiminnallinen tuote- ja liiketoimintakokemus. Vastataksemme eurooppalaiseen ja globaaliin työelämän haasteeseen uudella ja muutoksia ennakoivalla tavalla, ammatillisen peruskoulutuksen yrittäjyyskasvatus pitää muokata tieto-, teoria- ja opettamiskeskeisyydestä kohti asiakaskeksisyyttä, dynaamisia toimintamalleja ja yrittäjän ja yrittäjyyden nopeaa muutoskykyä.

Erityisenä kysymyksenä herätämme myös haasteen maahanmuuttajanuorien kohdalla. Helsinkiläisistä 13 - 29 - vuotiaista nuorista 14 prosenttia eli noin 21 000 nuorta puhuu äidinkielenään muuta kuin suomea tai ruotsia. Nuorten määrän arvioidaan kasvavan vuoteen 2030 mennessä 32 000 nuoreen. Nuoret ja yrittäjyys kuuluvat yhteen eräänä vaihtoehtona tulevaisuuden toimeentulolle ja kotoutumiselle Suomeen.

Tavoitteenamme on luoda yrittäjähenkisiä nuoria. Osa heistä valitsee kokopäiväisen yrittäjyyden. Osalla yrittäjyys on siivu toimeentuloa, mutta samalla se voi olla kiinnostuksen kohteiden tuomista liiketoiminnan tuotteiksi ja palveluiksi. Verkostot ja uudenlaiset sosiaalisen median tukemat elämisen muodot tarvitsevat yrittäjyyden toimintaa Suomessa ja erityisesti pääkaupunkiseudulla, missä isot joukot nuoria hakevat tulevaisuudelleen suuntaa ja elämisen mahdollisuuksia.

Mitkä ovat hankkeen hyötyjen merkitykset hakijan kannalta? Missä määrin tehdään omaa tuotekehitystä ja missä määrin hanke hyödyntää kaupunkia ja kuntalaisia?:

Hanke hyödyntää eniten kaupunkia. Se luo pääkaupunkiseudun ainutkertaista, näkyvää ja uudenlaista nuorille konkreettista yritystoimintaa ja kokeiluja, joiden avulla nuori voi aloittaa oman yrityksen – yksin tai verkostona omien kaveriensä kanssa. Ammattioppilaitoksista valmistuvat nuoret hallitsevat tuotteistuksen, palveluiden kehittämisen ja uudenlaisia liiketoiminnan muotoja.

Helsingin kaupunki saa valtakunnallista näkyvyyttä Hakaniemeen nuorten yritysten myötä. POP UP Tehdas Oy elävöittää ainutkertaisella tavalla Hakaniemen aluetta. Hakaniemen kauppahalli ja torilla tapahtuvat nuorten tuotteiden esittelyt ja myynti muodostavat keväällä ja kesällä turisteille houkuttelevan mahdollisuuden tutustua suomalaiseen tuotekehitykseen ja kestävän kehityksen tuotteisiin ja palveluihin.

Ammattioppilaitosten opiskelijoiden yrittäjyys ei ole ollut konkreettisesti näkyvillä Suomessa. Haluamme nostaa näkyviin monen eri alan opiskelijoiden taitoja ja osaamista raikkaalla ja dynaamisella liiketoimintatavalla Hakaniemen torilla kesän ja loppuvuoden aikana.

Tunnista 2–4 mittaria, joilla voidaan seurata ja mitata hankkeen vaikuttavuutta hankkeen aikana ja sen päättymisen jälkeen. Kerro myös miten näitä tietoja tullaan keräämään:

1. opiskelijoiden yritystoiminta: yritysten liikevaihdon määrä, yritysten jatkokehityksen prosessin seuranta ja analyysi
2. asiakastyytyväisyys: markkinatutkimus
3. opiskeluajan nopeutuminen ja ammattiin valmistumisen nopeutuminen: opiskelusuoritusrekisteri ja kysely
4. opiskelijatyytyväisyyden kasvu ja keskeyttämisten väheneminen: tyytyväisyyskysely hankkeessa työskenteleville
5. viiteryhmien tyytyväisyys: haastattelut

Tunnista kolme suurinta riskitekijää, jotka saattaisivat estää hankkeen tavoitteiden toteutumista. Kerro myös miten näitä riskejä voidaan vähentää:

Hakaniemen torin sääntöjen muuttaminen niin, että ko. toiminta ei olisi mahdollista toteuttaa.
Luonnonmullistukset (myrskyt, poikkeuksellisen kylmä talvi, normaalia sateisempi kesä)

Kuvaus hankkeen lopputuloksista



Hankkeen keskeiset lopputulokset:

Luomme näkyvän, konkreettisen oppimisbrändin POP UP Tehdas Oy, missä usean eri toimi-/koulutusalan opiskelijat työskentelevät ja opiskelevat pienissä moniammatillisissa yrityksissä yhdessä tai yksin yritysideoidensa parissa ja yrittäjähenkisten opettajien kanssa. Tavoitteena on koella yrittäjyyden eri vaiheita ja malleja tekemällä ja kokeilemalla konkreettisesti yritystoimintaa.

Toiminta on liiketaloudellisesti kannattavaa, innostavaa ja vuosi vuodelta laajenevaa.

Kahden - kolmen vuoden kuluttua osa nuorten yrityksistä on vakiintunut ja niillä on mahdollisesti kasvunsa tukena ulkopuolista rahoitusta.

POP UP Tehdas Oy on muodostunut merkittäväksi tuotemerkiksi helsinkiläiseen maisemaan – "amislaiset luovat yrittäjät".

Miten tuloksia viedään käytäntöön, ja kuka vastaa niistä hankkeen loputtua:

Helmi Liiketalousopisto ja Stadin ammattiopisto yrittäjyyden koulutus: opettajat, opiskelijat ja koulutuksen omistajat hot tukevat toimintaa. Ohjaamme valmistuvat opiskelijat Yrityslinnan palveluihin ja saamaan lisävoimaa uusiin yrityksiinsä ja yrittäjyyteensä.

Kuka on hanketulosten loppukäyttäjä ja miten käyttäjää osallistetaan hankkeeseen:

Ammattioppilaitosten nuoret Suomessa. Toimintamalli on tarkoitus laajentaa suomalaisiksi yrittäjyyden toimintamalliksi ammatillisessa koulutuksessa. Kyseessä on ainutlaatuinen kokeilu, missä ammattioppilaitosten nuoret saavat näkyvän ja voimallisen tavan innovaatioilleen: tuotteilleen ja palvelukehitykseensä.

Miten hankkeen päätyttyä resursoidaan ylläpito?

Toimintamallista on tarkoitus tulla osa ns. "normaalia" uudistettua yrittäjyyden opetusta suomalaisissa ammattioppilaitoksissa ja kunnissa.

Rahoituksen hakijan tiedot

Y-tunnus:

0120021-5

Toimipaikka (osoite ja postinumero):

Latokartanontie 12, 00701 Helsinki

Yhteyshenkilön nimi (hankkeen hankepäällikkö/vastuuhenkilö):

Outi Cavén-Pöysä, Koulutuksen kehittämispäällikkö /Yrittäjyys, Dosentti (HY ja LUT)

Yhteystiedot (puhelinnumero ja sähköposti):

050-554 3633 outi.caven-poysa@liiketalousopisto.fi

Pankkiyhteys ja tilinumero:

FI6720841800068473 NDEAFIHH

Hankkeen organisointi

Ohjausryhmän kokoonpano:

Liisa Pohjolainen (Linjajohtaja, Helsingin kaupunki Opetusvirasto), Leena Mäkelä (Rehtori, Stadin ammattiopisto), Juha Ojajärvi (Rehtori ja toimitusjohtaja, Helmi Liiketalousopisto), Leena Munukka (Toimialarehtori, Stadin ammattiopisto), Ulla Juhanko (Koulutussuunnittelija, Helsingin kaupunki Opetusvirasto)

Projektiryhmän kokoonpano:

Outi Cavén-Pöysä (hankkeen johtaja, projektin päällikkö), Merja Staudinger (projektikoordinaattori Helmi Liiketalousopisto), Sari Karjalainen (koulutuspäällikkö ja projektikoordinaattori Stadin ammattiopisto)

Hankkeen hyväksyjä, virastopäällikkö, hyväksymispäivämäärä (koskee vain virastoja ja tytäryhteisöjä):

Opetusvirasto Liisa Pohjolainen Linjajohtaja 26.1.2015



Hankkeen yhteistyökumppaniin liittyvät tiedot (ei koske virastoja ja tytäryhteisöjä)

Hankkeeseen sitoutunut Helsingin kaupungin virasto tai tytäryhteisö:
Stadin ammattiopisto ja Helsingin opetusvirasto
Yhteyshenkilön nimi ja yhteystiedot (puhelinnumero ja sähköposti):
Leena Mäkelä, Rehtori Stadin ammattiopisto 09- 310 87 153 leena.t.makela@hel.fi
Päätös sitoumuksesta tehty (päivämäärä ja kenen päätöksellä):
Liisa Pohjolainen, Helsingin opetusviraston nuoriso- ja aikuiskoulutuslinjan johtaja 26.1.2015
Millä tavalla yhteistyökumppani sitoutuu hankkeeseen (euroa/työmäärä/ohjausryhmän jäsenyys):
Ohjausryhmän jäsenyys (4 osallistujaa), osallistuu taustalla olevaan Opetushallituksen rahoittamaan isompaan hankkeeseen sekä toiminnalla, rahoituksella että kehittämispanoksella.
Helmi Liiketalousopisto: Helsingin kaupunki on yksi omistajatahoista
Immateriaalioikeudet: hankkeessa ei synny immateriaalioikeuksia sisältäviä tuotteita eikä palveluita



Hankkeen rahoitus- ja kustannuserittelyt

Muu rahoittaja/rahoituskanava (nimi):	Myönnetty rahoitus (euroa)	Haettu rahoitus (euroa)	Haettu rahoitus varmistuu (pvm)
Opetushallitus	195 000	274 500	rahoitus on varmistunut 20.11.2014
Omarahoitusosuus opetushallituksen hankkeessa (Stadin ammattiopisto ja Helmi Liiketalousopisto) yhteensä	21 667	30 500	rahoitus on varmistunut 20.11.2014

Kuluerittely / POP UP Tehdas Oy Hakaniemessä	Kokonaiskustannukset (euroa)	Innovaatorahaston osuus (euroa)
Palkkakulut , (ohjaavat opettajat ja yritystoiminnan tutorit) kesän aikana ja syksyllä yht. 4 kk	56 000	36 400
joista henkilöstösivukuluja (30%)	(12 900)	(8 400)
Matkakulut	-	-
Ostopalvelut ,	2 000	1 000
josta asiantuntijapalveluita		
Koneiden ja laitteiden hankintamenot		
-myyntitelta 3 kpl	4 600	2 600
-telttojen ”tuunaus” (logo ja info)	1 000	1 000
Toimisto- ja vuokrakustannukset		
-Kausimyyntipaikkakulut (ä 30 e/pv/pöytä) – 3-4 myyntipistettä 9 viikkoa kesällä, 6 viikkoa joulun aikana	7 000	7 000
Muut menot		
3-4 kk torilla kesällä ja talvella	3 400	2 000
- sähköpisteet (valot ja lämmitys)		
- tietoliikenneyhteydet kassajärjestelmä & netti		
- kuljetuskuluja (teltat, tuotteet jne.)		
- puhtaanapito yms.		
Yhteensä	74 000	50 000

Kustannusten jakautuminen vuosille ja erittely hankkeen vaiheittain/ osakokonaisuuksittain	2015 (euroa)	2016 (euroa)	2017 (euroa)
vaihe/osa 1: toukokuusta – heinäkuun alkuun 2015	40 000		
vaihe/osa 2: lokakuusta – joulukuun loppuun 2015	34 000		
vaihe / osa 3 – huhtikuusta – heinäkuuhun 2016		25 000	
vaihe / osa 4 – elokuusta – joulukuuhun 2016		25 000	
Yhteensä:	74 000	50 000	



www.hel.fi/innovaatorahasto

Innovaatorahaston www-sivulla julkaistava hankkeen kuvaus sekä lisätietoja antavan henkilön yhteystiedot (500 merkkiä):

POP UP Tehdas Oy on konkreettinen, moderni ja uudenlainen pop up liiketoimintatila – Hakaniemen torilla - mikä sijaitsee asiakasvirtojen luontevassa solmukohdassa. POP UP Tehdas Oy toimii sekä liiketoiminnan, opetustoiminnan ja ammatillisen koulutuksen osaamisen ikkunana sekä yhteiskuntaan että kaupunkilaisten ja nuorten suuntaan. Modernit markkinoinnin keinot, sosiaalinen media ja luovuus ovat läsnä ammattioppilaitoksen nuorien POP UP Tehdas Oy:n toiminnassa.

Lisätietoja antaa: Outi Cavén-Pöysä, Helmi Liiketalousopisto, koulutuksen kehittämispäällikkö yrittäjyys, Dosentti HY ja LUT, 050-554 3633 outi.caven-poyso@liiketalousopisto.fi

Hakemuksen liitteet

1. Yhteistyökumppanin kirjallinen sitoumus // Helsingin kaupunki on osaomistaja Helmi Liiketalousopistossa
Sitoumuksessa pitää käydä ilmi miten hanke tukee kumppanin ja kaupungin keskeisimpiä strategisia tavoitteita ja linjauksia, ja olemassa olevaa kehitystä, sekä mitä valmiuksia hankkeen tulosten testaamiseen ja käyttöön ottamiseen on omassa organisaatiossa. Sitoumuksessa pitää mainita onko resursseja työn ohjaamiseen varattu.)
2. Sopimusmalli, jossa mukana myös tuotosten immateriaalioikeuksia koskevat keskeiset kaupungin vaatimukset//
Hankkeessa ei synny immateriaalioikeuksia sisältäviä tuotteita eikä palveluita