



# **Case – Liiketoimintasuunnitelma Tmi Metsätyö Vääräkoski**

Johanna Kaiponen

Opinnäytetyö  
Huhtikuu 2014  
Liiketalous  
Taloushallinto

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalous  
Talouhallinto

JOHANNA KAIPONEN:

Case – Liiketoimintasuunnitelma Tmi Metsätyö Vääräkoski

Opinnäytetyö 39 sivua, joista liitteitä 4 sivua  
Huhtikuu 2014

---

Työ pitää sisällään liiketoimintasuunnitelman Tmi Metsätyö Vääräkosken laajennukselle. Se on metsäalan yritys, jonka päätoimiala on puunkorjuu. Vuodesta 2014 alkaen toimeksiantaja laajentaa toimialansa koskemaan myös kotieläintaloutta. Tässä pääpainona on lammastalous. Eläintenpito on alun alkaen ollut harrastuspohjaista ja nyt yrittäjä on päättänyt muuttamaan harrastuksen osaksi liiketoimintaansa. Opinnäytetyöni tarkoituksena on tuottaa toimeksiantajan laajennukselle oma liiketoimintasuunnitelma, jonka avulla voidaan helpottaa laajennukseen liittyvää päätöksen tekoa.

Työn tavoitteena on antaa toimeksiantajalle käyttöön valmis liiketoimintasuunnitelma jota yrittäjä voi hyödyntää myöhemminkin toiminnassaan, ja josta ilmenee laajennuksen kannattavuus. Tutkimusmenetelmänä on käytetty tapaustutkimusta, joka on toteutettu haastattelemalla lammastilallisia ja analysoimalla kirjallisuuslähteitä aiheesta. Kannattavuutta tarkastellaan laskemalla laajennuksen aiheuttamat kustannukset ja sen tuottamat tulot sekä niiden erotus, josta selviää lampaiden tuottama tappio tai voitto. Kulut ovat jo toteutuneita kuluja kun taas tulot ovat pääosin arviopohjaisia toiminnan ollessa vielä alkutekijöissään.

Lopussa on esitetty erilaisia kehitysehdotuksia, joihin puuttamalla yrittäjä voi parantaa laajennuksen kannattavuutta, sekä työn yhteenveto ja oma pohdinta aiheesta. Liitteet sisältävät laskelmia sekä esimerkin yleisesti käytössä olevasta liiketoimintasuunnitelman mallista. Lisäksi liitteissä on haastatteluissa käytetty runko, eli kysymyslista, jonka mukaan haastattelu eteni.

---

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, yrittäjäyys, laajennus, lammastalous

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Accountancy and Business Administration

**JOHANNA KAIPONEN:**

The Business Plan for the Expansion of the Sole Trader Metsätyö Vääräkoski

Bachelor's thesis 39 pages, appendices 4 pages  
February 2014

---

This thesis involves a business plan for business expansion of the Sole Trader Metsätyö Vääräkoski. The business operates in the forest industry and its main line is logging. In the beginning of the year 2014 the business is going to expand its industry to livestock. Here the focus is on sheep farming. Originally the sheep were for a hobby but now the entrepreneur wants to link them as part of his business. The main purpose of this thesis is to create a business plan for the expansion to help the entrepreneur to make a decision about the sheep farming.

The main goal of this thesis is to create an operational business plan for the entrepreneur so he can use it later if needed and also to see if the expansion is profitable enough. Case study has been used as a research method by interviewing a couple of sheep farmers and analysing literature about the subject. Profitability was examined by calculating the difference of costs and income resulted from the expansion, which reveals the profit or loss created by the sheep farming. Costs are already realized cost items while revenue is mainly based on estimates because the sheep farming is still such a new business.

The last two sections contain some development proposals and a summary of the whole thesis. By considering these proposals the entrepreneur can improve his sheep farming profitability. The last section also introduces the writer's own ideas and experiences on conducting this thesis.

Appendices contain all the calculations about the subject and a business plan model which is generally used. Appendices also involve questions that were asked in the interviews.

---

Key words: business plan, expansion, entrepreneurship, sheep farming

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	YRITTÄJYYS .....	8
3	LIIKETOIMINTASUUNNITELMA .....	10
	3.1 Metsätyö Vääräkosken liikeidea ja visio .....	11
	3.2 Lammastilan tuotteet.....	12
	3.3 Lammastuotteiden markkinointi .....	13
	3.4 Kohderyhmä lampolantuotteille .....	15
	3.5 Metsätyö Vääräkosken henkilöstö .....	16
	3.6 Metsätyö Vääräkosken SWOT-analyysi.....	17
	3.6.1 Vahvuudet .....	17
	3.6.2 Heikkoudet .....	18
	3.6.3 Riskit .....	18
	3.6.4 Mahdollisuudet.....	19
	3.7 Kilpailu lammastuotteiden markkinoista .....	20
	3.8 Lammastalouden kannattavuus .....	21
	3.8.1 Kustannukset .....	21
	3.8.2 Tuotot .....	25
4	KEHITTÄMISEHDOTUKSET METSÄTYÖ VÄÄRÄKOSKELLE .....	29
	4.1 Ruokinta.....	29
	4.2 Tilat.....	29
	4.3 Valaistus.....	30
	4.4 Karitsointi .....	31
	4.5 Yhteenveto parannuksista .....	31
5	LAAJENNUKSEN KANNATTAVUUS.....	33
6	POHDINTA.....	34
	LÄHTEET.....	35
	LIITTEET .....	36
	Liite 1. Kustannuslaskelma .....	36
	Liite 2. Tulobudjetti.....	37
	Liite 3. Haastattelu kysymykset .....	38
	Liite 4. Liiketoimintasuunnitelmapohja .....	39

**ERITYISSANASTO**

Karitsa	Nuori lammas, alle 12 kk.
Ketoosi	Raskausmyrkytys, tiineyden loppuvaiheen energiavaje
Uuhi	Naaraspuolinen lammas
Pässi	Urospuolinen lammas
Ensikko	Ensimmäistä kertaa karitsoiva uuhi
Barf	Koirilla käytettävä raakaruokavalio

## 1 JOHDANTO

Onko mahdollista muuttaa yleensä menoeränä pidettävä harrastustoiminta kannattavaksi liiketoiminnaksi? Tämä on ainakin Tmi Metsätyö Vääräkosken tavoitteena. Tästä syystä tämän työn päätavoite on tuottaa liiketoimintasuunnitelma Tmi Metsätyö Vääräkosken yrityksen toimialan laajennukselle, joka koskee lammastaloutta. Koska laajennus on jo toteutunut, esitän pelkkien arvioiden sijasta toteutuneita kulueriä laskelmissa. Tulot puolestaan ovat vielä arvioita. Valmiin työn tavoitteena on helpottaa yrittäjän yritys-laajennukseen liittyvää päätöksentekoa, sekä vastata kysymykseen; miten metsäkoneyrittäjän toiminnan laajennus lammastilaksi vaikuttaa sen kannattavuuteen?

Mediassa on otettu esille jo pitkään käsityöharrastuksen voimakas kasvu, joka on nousut todella suosituksi trendiksi (Kakko, 2010). Kun tähän yhdistetään nykyisin vallitseva kestävä kehitys ja ekologisuuden voimakas kannatus, on kotitilalla tuotetuille puhtaille lampaista saaduille raaka-aineille kysyntää. Usein toistuvien, tuotteita koskevien kyselyiden vuoksi toimeksiantajani haluaa selvittää lammastalouden kannattavuuden liiketoimintasuunnitelman avulla. Ihmiset tahtovat esimerkiksi syödä ruokaa, joka on ekologisesti tuotettu ja sen alkuperä on selvillä. Tästä syystä esimerkiksi lähellä asuvat kesämökkiläiset saattavat vierailta tilalla, jossa he näkevät lampaita, ja kysyä onko tilalta saatavissa lihaa tai taljoja. Käsityöharrastajille taas on tarjottava luontoa kunnioittaen tuotettuja, lähellä valmistettuja materiaaleja. Markkinoita pitäisi siis löytyä luonnonmukaisella tavalla tuotetulle lihalle, jota voidaan markkinoida lähiruokana, sekä sen tuotannosta sivutuotteena saataville, raakavillasta valmistettaville tuotteille, kuten langoille, taljoille ja huovutusvillalle.

Laskelmissani pyrin hakemaan optimitilannetta, jossa toiminta pysyy kohtuullisen kokoisena, eikä vaadi ylimääräistä työvoimaa vaan pysyy perheyrittäksenä, mutta sen olisi kuitenkin tuotettava myös pientä tulosta, jotta lampaiden pitoon menevät kulut saataisiin katettua. Laskelmat perustuvat tämän hetkiseen eläinmäärään, eli niistä aiheutuneisiin kuluihin ja niistä mahdollisesti saataviin tuloihin.

Tutkimusmenetelmänä käytän tapaustutkimusta. Se sopii aiheeseen, sillä sitä käytetään yleisesti liiketalouden töissä. Lisäksi sen tarkoitus on tehdä kehittämissuhteita tutkimuskohteelle, mikä sopii loistavasti liiketoimintasuunnitelmaan. Tapaustutkimus on

hyvä vaihtoehto silloin kun tutkimuskohde on vaikeasti hahmoteltavissa ja määriteltävissä, kuten tässä tapauksessa hieman vaikeasti määriteltävä laajennus, joka voi muuttua matkan varrella. Tapaustutkimusta toteutetaan yleensä laadullisella eli kvalitatiivisella aineistolla, mutta myös määrällinen eli kvantitatiivinen aineisto käy (Eriksson & Koistinen 2005, 4).

Tapaustutkimusta tehdään yleensä haastattelemalla ja kyselemällä, tarkkailemalla tutkimuskohdetta ja siihen liittyviä asioita, osallistumalla itse tutkittavaan tapahtumaan tai tilanteeseen ja analysoimalla tutkimuskohdetta (Eriksson & Koistinen 2005, 27). Edellä mainituista syistä olen valinnut tiedonkeruumenetelmäksi valmiiden dokumenttien analysoimisen lisäksi haastattelut, koska sillä saa tästä aiheesta eniten tarkkaa tietoa lyhyessä ajassa. Haastattelemalla kokeneita lammastilallisia, saa toimeksiantaja myös käyttäviinsä hyviä käytännön vinkkejä, joita voi hyödyntää omassa toiminnassaan. Haastateltavat lammastilalliset ovat pääasiassa Tampereen lähipaikkakunnilla toimivia lampureita sekä Pohjois-Pohjanmaalta Oulun seudulta. Näin on saatu haastatteluihin hieman maantieteellisesti erilaista näkökulmaa.

Tutkimukseni tavoitteena tässä työssä on edellä mainittujen menetelmien avulla selvittää lammastalouteen laajentumisen kannattavuus Metsätyö Vääräkosken tapauksessa. Tarkoituksena on tämän työn avulla auttaa toimeksiantajaa selvittämään laajentumisen kustannukset ja sen tuottamat tulot, ja saadun tuloksen tai tappion perusteella helpottaa toimeksiantajaa laajennukseen liittyvässä päätöksenteossa.

Työtä varten haastatellut lampurit eivät halunneet että heidän nimiään yhdistettäisiin suoraan mihinkään yksittäiseen tietoaantiin, vaan heitä ja heidän mielipiteitään käsitellään yleisellä tasolla nimeä ja faktaa yhdistämättä.

## 2 YRITTÄJYYS

Nykyajan trendi ohjaa ihmisiä jokaiselta elämänsaralta kohti yrittäjyyttä. Yrittäjäksi ryhtymistä tuetaan erilaisilla starttirahoilla, aloitustuilla ja esimerkiksi ilmaisella yrittäjyyskonsultoinnilla. Tämä on täysin loogista, sillä uusilla tai kasvavilla ja kehittyvillä yrityksillä parannetaan yleistä vallitsevaa taloustilannetta. Jokainen niistä tuo lisää verotuloja ja pienelläkin yrityksellä on aina työllistävä vaikutus. (Tiainen 2012.)

Yrittäjyys on monelle palkkatyötä parempi vaihtoehto. Osa uusista yrittäjistä syntyy irtisanomisten myötä, tästä esimerkkinä tällä hetkellä kovassa nousukiidossa oleva Jolla, joka on saanut alkunsa entisistä Nokian työntekijöistä ja heidän yhteenliittymästään. Itsensä työllistäminen on monelle irtisanotulle seuraava vaihtoehto kun ikää alkaa olla niin ettei uudelleen ehdi tai kannata kouluttautua, tai palkkatöiden jälkeen haluaa itse olla vastuussa omista tuloistaan. Moni nuori taas haluaa kokeilla siipiään yrittäjyyden kautta. Nuoruuden innolla ja luovuudella kokeillaan yrittäjyyttä yhä useammin, kun palkkatöihin kahlitseminen tuntuu liian koneistetulta ja kahlitsevalta.

Pienet ja keskisuuret, eli pk-yritykset ovat talouden kannalta hyvin tärkeitä. Vaikka suuret ja monikansalliset suuryritykset tuottavat suuren osan kuluttajien tuotteista suuren kapasiteettinsa ansiosta, on pk-yrityksillä silti suuri merkitys. Kuluttajat ovat huomanneet että pienikin on kaunista. Pienen yrityksen tuotteet ovat yksilöllisempiä ja uniikimpia. Pienten yritysten on helppoa muuntautua ja erikoistua. Lisäksi vaikean taloustilanteen vuoksi yhä useampi kuluttaja on alkanut tukea pientä ja paikallista yhteisen hyvän nimissä. (Jylhä, Paasio & Strömmer 1997, 9-10.)

Yrittäjyys ei kuitenkaan ole ilmiselvä tie menestykseen. Yrittäjällä on oltava joukko tietynlaisia ominaisuuksia pärjätäkseen. Kaikille eivät sovi ylipitkiksi venyvät työpäivät, joista ei makseta ylityökorvausta kuten palkkatyössä. Lomat eivät ole itsestään selviä, vaan ne vaativat usein isojakin järjestelyitä tai voivat merkitä jopa ansionmenetyksiä esimerkiksi toiminimellä, jossa työskennellään yksin. Tällöin yrittäjän itsensä lomaillessa ei yritykseen päin tule tuloja vaan raha seisoo paikoillaan. Toisista ei tule yrittäjiä alhaisen stressinsietokyvyn vuoksi. Pahimmillaan se voi jopa tuhota yrittäjän terveyden. Yrittäjäksi aikovalla on hyvä olla riittävästi sitkeyttä ja päättäväisyyttä, ellei jopa itsepäisyyttä, jotta hän pystyy seuraamaan tekemiään päätöksiä eikä jää muiden



pompoteltavaksi. Jossain vaiheessa tässäkin voidaan mennä vikaan, sillä surullisen usein törmää tarinoihin yrityksistä, joihin yrittäjä panostaa kaikkensa, muttei saa mitään vastineeksi. Sitkeydessä ja itsepäisyydessä ollaan vaarallisilla vesillä jos ei myönnetä tosiasioita kun yritystoiminta ei kannata. Usein varsinkin pienyrittäjät elvyttävät yritystään vaikkei mitään ole enää tehtävissä. Hyvän yrittäjän ominaisuuksiin kuuluu myös suurten kokonaisuuksien hahmottaminen ja kyky luovuttaa silloin kun se on aiheellista. Kaikki edellä mainitut esimerkkiominaisuudet karsivat yrittäjiksi aikovia, sekä jo yrittäjinä toimivia.

Entä sen jälkeen kun yritys on toiminnassa? Kun ihmisiltä kysytään mitä heillä tulee mieleen sanasta yritys, on vastauksena usein kaupunkien keskustoissa olevat pienet liiketilat katujen varsilla. Toisena vaihtoehtona tulevat suuret monikansalliset yritykset, joiden toimista luetaan sanomalehdistä tai uutisista. Usein ei mielletä että myös maataloudet ja metsätalous ovat yrittämistä ja liiketoimintaa. Maatalouksia pidetään vain maatiloina, joilla kasvatetaan eläimiä tai viljellään viljaa. Tällaista yrittäjää kadunmies nimittää useimmiten maanviljelijäksi, ei yrittäjäksi. Maa- ja metsätaloudessa toimenkuva on alkanut ajan mukaan hieman elää ja laajeta. Nykyään yhä useammin maa- tai metsätaloihin liitetään jokin sivuelinkeino. (Jylhä ym. 1997, 11.) Maatalouksien toimenkuva on muuttunut niin paljon että vaihtoehtoina on enää joko erikoistuminen johonkin tietyn maatalouden tuotteen suurviljelyyn tai kasvatukseen, tai toisena vaihtoehtona on tehdä ja tuottaa vähän jokaista. Tästä syystä on Suomessakin yhä useammalla maatilalla tultu tienhaaraan, jossa on joko laajennettava toiminta riittäviin mittasuhteisiin, jotta viljely kannattaa, tai lopetettava toiminta.

Toimeksiantajan tapauksessa kotieläintalouden rinnalla kulkee kannattava puunkorjuu, joten toiminnan ei tarvitse välttämättä heti alkutaipaleellaan olla tuottoisaa, vaan sillä on aikaa hakea oikeaa ja sopivaa muotoa. Kyseisessä tapauksessa metsätalouteen liittyy maatalous. Se on maatalousalalla yhdistelmistä kaikkein yleisin. Hieman tarkentaessa kyseessä on kuitenkin metsäalan yritys johon liittyy kotieläintalous. Tällainen toimialojen yhdistelmä onkin hieman harvemmin tavattavissa kuin tavanomainen maatalouden ja metsätalouden yhteenliittymä. Suurin osa yhteenliittymistä on nykypäivänä pelkäävätään kasveihin perustuvaa yritystoimintaa, eli viljaan, heinään ja puihin perustuvia tuotteita tai toimintaa.

### 3 LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoimintasuunnitelma on nimensä mukaisesti suunnitelma, jolla yritystä lähdetään rakentamaan. Hyvä liiketoimintasuunnitelma on yrityksen selvitys tai kertomus siitä, miten se aikoo toimia menestyäkseen. Liiketoimintasuunnitelman tulisi sisältää vastauksia muun muassa kysymyksiin kuka tekee, mitä tekee, milloin tekee, miten ja kuinka tekee (Berry 2008, 4). Sanallisen kertomuksen lisäksi liiketoimintasuunnitelma sisältää normaalisti sekä laskelmia että kuvioita, joilla havainnollistetaan yrityksen toimintaa. Suunnitelmasta on käytävä esiin liikeidea, johon liiketoiminta perustuu, miten toiminta tapahtuu ja kelle se suunnataan. Liiketoimintasuunnitelmassa on aina myös visio, jota kohti yritys pyrkii. (Hesso 2013, 12.)

Liiketoimintasuunnitelma rakentuu laskelmien ja erilaisten selvitysten kautta kokonaisuudeksi, jonka avulla yrittäjän on helppo päätellä yrityksen elinkelpoisuus ja kannattavuus. Tapaustutkimuksen ollessa kyseessä, on hyvä ottaa kantaa myös kehittämis ehdotuksiin, jotta toimeksiantaja voi niin halutessaan toimia ehdotusten mukaisesti. Parannusehdotukset koskevat niitä asioita, jotka kyseisessä yrityksessä vaikuttavat sen kannattavuuteen ja näihin puuttumalla yrittäjällä on mahdollisuus parantaa kannattavuutta hyvinkin pienillä asioilla.

Toimeksiantajani tapauksessa liiketoimintasuunnitelma koskee ainoastaan yrityksen toteuttamaa laajennusta lammastalouteen. Alkuperäisellä toimialalla eli puunkorjuulla on oma liiketoimintasuunnitelmansa. Jatkossakin molempien toimialojen liiketoimintasuunnitelmat on tarkoitus pitää erillään, sillä ne poikkeavat toisistaan niin paljon että niiden kannattavuutta on helpompi seurata erikseen.

Uuden toimialan lisäykseen liittyen on yrityksen oltava yhteydessä Patentti- ja rekisterihallitukseen ja tehtävä kaupparekisteriin ilmoitus uudesta sivutoimialasta yksityisen elinkeinonharjoittajan lomakkeella Y6, Muutos- ja lopettamisilmoitus. Koska vanha toimiala säilyy uuden toimialan rinnalla, on myös aiempi toimiala merkittävä ilmoitukseen, jotta siinä näkyvät kaikki muutoksen jälkeen toiminnassa olevat toimialat. (Patentti- ja rekisterihallitus 2013). Muutosilmoitus kustantaa 85 euroa, joka on laskettu mukaan kululaskelmiin.

### 3.1 Metsätyö Vääräkosken liikeidea ja visio

Liikeidea toimii yrityksen toiminnan selkärankana. Siihen perustuu kaikki yrityksen toiminta ja idea siitä, kuinka yritys aikoo tulonsa ansaita. (Lehtipuro, Kangasaho & Niemelä 1999, 56.)

Yrityksen visio kertoo mihin liiketoiminnalla pyritään. (Koski & Virtanen, 2005, 26.) Vision tarkoituksena on luoda kuvaa sekä yritykselle itselleen että sen ulkopuolisille toimijoille sen tulevaisuudesta. Visio on yrityksen suunnittelun kulmakivi, sillä se kertoo mihin yrityksen toiminnalla pyritään. Vision on oltava riittävän yksinkertainen ja selkeä, jotta siitä on apua yrittäjälle itselleen ja se on helposti ymmärrettävissä myös ulkopuolisen silmin. Yrityksessä, jossa on yrittäjän lisäksi muita työntekijöitä, visiolla on vielä suurempi merkitys, sillä se auttaa osaltaan motivoimaan työntekijöitä (Koski & Virtanen 2005, 26).

Jo toimivassa yrityksessä, johon toimeksiantajani tavoin vain lisätään uutta toimintaa, visio ja liikeidea ovat jo olemassa. Tällöin niitä ei ole tarkoitus keksiä uudelleen, vaan uusi toiminta liitetään osaksi vanhaa visiota ja liikeidea. Liikeidea ja visio on alun perin kuitenkin liitetty ensimmäiseksi harjoitettuun liiketoimintaan, ja näin ollen uusi toiminta tulee mukaan vanhan toiminnan ehdoilla.

Liikeidea yrityksessä Tmi Metsätyö Vääräkoski on selkeä. Uuden toimialan ideana on myydä kaikkia lampaasta saatavia tuotteita asiakkaille, lampaiden itsensä lisäksi. Koska lampaiden pitäminen on ollut harrastus, kaikki niistä saatava tulonlähde on positiivista. Isoilla tiloilla jopa jätteenä pidetty villa voidaan myydä, kunhan se ensin jatkojalostetaan hienommaksi tuotteeksi. Toiminnan ollessa pientä, tulee tarvittava määrä asiakkaita vielä tässä vaiheessa jo ennestään tutuista ihmisistä. Jo tässä vaiheessa toimintaa on kysyntää ollut enemmän kuin tarjontaa. Toisaalta tämä laskee yrityksen arvoa, kun asiakas joutuu kääntymään toisen yrityksen puoleen saadakseen haluamansa tuotteen ja vaa-raksi tulee asiakkaan menettäminen lopullisesti. Toisaalta vaikutus voi olla positiivinenkin, sillä asiakkaalle tulee mielikuva siitä että tuotteiden täytyy olla laadukkaita ja hyviä, koska ne ovat niin tavoiteltuja ja niitä kannattaa odottaa.

### 3.2 Lammastilan tuotteet

Yrityksen tuotteiden on oltava kilpailukykyisiä, jotta yritys on kannattava niiden avulla. Tuotteiden tulisi vastata asiakkaiden mieltymyksiä sillä asiakas ei osta tuotetta, joka ei miellytä häntä, vaan valitsee kilpailijan tuotteen, joka miellyttää enemmän. Yrityksen tuotteet tai tuote ovat sen toiminnan perusta, sillä yritystoimintaa ei ole ilman tuotetta. Tuote on se asia, jota vastaan saadaan tuloa. Se voi olla konkreettinen tavara tai se voi olla palvelutuote, jolloin myydään aineetonta tuotetta. Palvelutuotteesta hyviä esimerkkejä ovat neuvonta, konsultointi tai suoritettava työ, vaikkapa laitteen asennus tai korjaus. Lammastalouden puolelta paras esimerkki palvelutuotteesta on kiertävä keritsijä, joka käy useilla tiloilla keritsemässä lampaat ja leikkaa niiden sorkat, jottei tilallisten ole pakko itse investoida kalliisiin laitteisiin. Kiertävä keritsijä on malliesimerkki hyvästä palvelunalan ammattilaisesta.

Tuotteen on aina oltava myös kaikkien sitä koskevien lakipykälien mukainen. Esimerkiksi lihaa myydessä on tuotteen kohdalla oltava tarkka sitä koskevien terveystieteiden noudattamisessa. Siihen kuuluvat muun muassa eläinlääkärin tarkastus eläimelle ja myöhemmin sen lihalle, eläimen lääkityshistorian tiedot, säilytyksessä kylmäketjun ylläpito ja tuotteen puhtaanapito koko sen matkan ajan asiakkaan luokse. Tuotteiden valmistuksessa on käytettävä siihen sallittuja aineita ja välineitä. Lisäksi tuotteen on aina oltava luvattun mukainen.

Toimeksiantajan ensimmäiset tuotteet: kaksi kappaletta valkeita lampaantaljoja, myytiin vuoden 2013 joulusesongin aikaan. Tuotteet löysivät tiensä pohjoiseen Oulun seudulle. Asiakkaat olivat niin tyytyväisiä tuotteisiin, että kysyntää tuli enemmänkin, mutta tavaroita ei ollut mahdollista sillä hetkellä toimittaa koska taljojen suureen menekkiin ei osattu varautua. Tässä kohden pätee sanonta, hyvä tuote myy itse itsensä. Asiakkaiden positiivisella palautteella onkin tuotteiden kohdalla suuri merkitys ja suuri mainosarvo. Taljat ovat haluttuja tällä hetkellä, sillä ne ovat sisustuksessa iso trendi. Niitä käytetään myös paljon esimerkiksi vaatteiden valmistuksessa ja jalkineiden pohjallisissa erinomaisten eristävyytensä ja lämpöisyytensä vuoksi. Lampaankarvatuotteita käytetään myös hevosten varusteissa, kuten satulanalusina sekä riimujen, suitsien ja valjaiden pehmusteina. Taljojen hinta riippuu ainakin koriste- ja sisustuskäytössä sen väristä, laadusta, kotimaisuudesta ja karvan tyypistä. Valkoiset ovat yleisimpänä värinä halvimpia

ja ruskeat kalleimpia, sillä se on lampaanväreistä harvinaisin. Lisäksi on kirjavia lampaantaljoja, mutta niiden hinta vaihtelee muiden taljan ominaisuuksien mukaan.

Lammastilojen tuotteiksi lasketaan myös tilan aikuisten yksilöiden tuottamat jälkeläiset, karitsat. Karitsoilla on paljon eri käyttötarkoituksia tuotteena. Useimmiten karitsat kasvatetaan lihaksi, mutta välillä tilat myyvät toisille tiloille jalostukseen sopivia yksilöitä. Karitsoita voidaan myös vieroituksen jälkeen vuokrata esimerkiksi maisemanhoitajiksi kunnille tai yksityishenkilöille erilaisiin luonnonhoitoa vaativiin kohteisiin.

Taljan ja mahdollisten jälkeläisten lisäksi yksi tärkeimmistä lampaan tuottamista tuotteista on sen liha. Pitkä pakastamisaika ja lampaan syövä ruoka vaikuttavat sen lihan makuun. Lisäksi lampaan saama liikunnan määrä on iso tekijä sen lihan maussa. Mitä pidempään lihaa pakastetaan, tai mitä vähemmän lammas on elämänsä aikana liikkunut, sitä kuivempaa ja sitkeämpää lihasta tulee. Maku on myös tuolloin kovin kitkerä ja ”villasukkamainen”, kuten ihmiset usein lampaanlihaa kuvailevat. Siksi tilalla pidetään huolta siitä että lampaita teurastetaan vain tarpeeksi pitkän laiduntamisen jälkeen, jotta pitkän sisällä seisomisen ja vähän liikkumisen jäljiltä elimistöön kertyneet kuona-aineet poistuvat lampaasta eivätkä jää lihaan. Lampaiden pitäminen metsälaitumilla tuo lihaan myös oman riistamaisen makunsa valmisrehun maun sijaan.

Lampaiden kaksi kertaa vuodessa tapahtuvan keritsemisen sivutuotteena tulee keväisin ja syksyisin useampi kilo villaa. Villa on helppo kuljettaa asianmukaisesti säilötyinä kehräämöön jatkojalostettavaksi. Kehräämöissä raakavillasta voidaan jatkojalostaa lan-kaa, huopaa ja hahtuvaa. Tarvittaessa useat kehräämöt myös värjäävät villatuotteita. Värjätyt tai luonnonväriset langat ja muut villatuotteet tuottaja voi kehräämöltä haettuun myydä eteenpäin asiakkailleen. Aidot suomalaisesta lampaanvillasta tehdyt langat ovat kysytyjä tämän hetkisen suuren käsityötrendin vuoksi.

### **3.3 Lammastuotteiden markkinointi**

Markkinoinnin tärkein työkalu on markkinointisuunnitelma. Markkinointisuunnitelmas-  
sa esitellään tarkasti kuinka asiakkaat on ajateltu saatavan kiinnostumaan ja ostamaan juuri kyseessä oleva tuote, ja juuri kyseessä olevalta yritykseltä. Markkinointisuun-  
telman pohjalta voidaan arvioida millaisia määriä asiakkaita on mahdollista saada ja

paljonko heiltä olisi mahdollista saada tuloa yritykseen päin. Tätä kautta saadaan rakennettua myös budjettia. Markkinoinnin avulla tavoitellaan potentiaalisia asiakkaita ja markkinointisuunnitelma sisältää markkinointikeinoja, joilla mahdollisia asiakkaita lähestytään. Markkinoinnin päätarkoitus on kuitenkin keksiä kuinka saada asiakas valitsemaan oman yrityksen tuote kilpailijan tuotteen sijaan (Lehtipuro, Kangasaho & Niemelä 1999, 69).

On olemassa sanonta, jossa sanotaan että hyvä tuote myy itse itsensä. Osittain sanonta on oikeassa, mutta pelkästään tuote, vaikka se olisikin kuinka hyvä, ei yksistään riitä markkinointikeinoksi. Se vaatii aina rinnalleen jonkin vahvistavan tekijän, jonka avulla tuotetta saadaan markkinoitua asiakaskunnalle. Markkinoinnin ei ole aina pakko olla aggressiivista ovelta ovelle kaupittelua, vaan sen voi toteuttaa useammallakin tavalla. Markkinoinnissa pätee myös usean kanavan sääntö, eli aina parempi mitä useammassa paikassa ja useammalla eri keinolla markkinointia toteuttaa. Nykyaikana kaikista helpoin markkinointikeino löytyy internetistä. Yritykselle voi luoda omat kotisivut ilmaisohjelmilla, tai jos haluaa panostaa hieman parempiin ominaisuuksiin ja saada parempaa näkyvyyttä, saa jo pienelläkin rahallisella panostuksella paljon lisää hyviä ominaisuuksia.

Lampaanlihan kysyntä kasvaa Suomessa tasaisesti, sillä se on löytänyt tietään takaisin suomalaisten ruokapöytiin. Sesonkiaika lampaanlihalle on kevät ja erityisesti pääsiäisen aika. Tuolloin on paras aika markkinoida lampaanlihaa, sillä lammas on pääsiäisen perinneruokaa. Suurin osa Suomessa myytävästä lampaanlihasta tulee edelleen ulkomailta, joten kotimaiselle lampaanlihalle on kysyntää. Haastatellut lampurit olivat yhtä mieltä siitä, että kaikki myytävänä oleva lampaanliha menee kaupaksi ja enemmänkin olisi kysyntää. Markkinointia helpottaa paljon kun kysyntä ylittää tarjonnan. Se tuo myös mahdollisuuden nostaa hieman markkinahintaa, kun tuotteet eivät jää tuottajalle seisomaan. (Lampaankasvattajan käsikirja 2007, 85.)

Myös suurin osa Suomessa käytettävästä lampaanvillasta tuodaan ulkomailta. Vain murto-osa maassamme käytetystä villasta on peräisin kotimaasta. (Lampaankasvattajan käsikirja 2007, 85.) Näin myös lampaan villalle ja siitä saataville tuotteille on tarjolla isot markkinaraot, jos tuottajat jaksavat nähdä vaivaa ja jalostaa villan eteenpäin. Tuote on vain tuotava erilaisin markkinointikeinoin kuluttajien tietoisuuteen. Tämä onnistuu tehokkaimmin jalkautumalla kuluttajien joukkoon erilaisiin tapahtumiin, kuten messuil-

le, toritapahtumiin, internetin kotisivuille, blogeihin ja keskustelupalstoille. Jalkautamalla saadaan parhaiten suora kontakti potentiaalsiin asiakkaisiin ja saadaan helpommin luotua heihin positiivinen yhteys. Kasvotusten käydyllä keskustelulla asiakas saa paremman vaikutelman tuotteesta ja sen tuottajasta kun hänellä on mahdollisuus kysyä ja ehkä jopa kokeilla ja tutustua tuotteeseen käytännössä pelkkien kuvien tai kertomusten sijaan.

Sosiaalinen media on tällä hetkellä suosituimpia mainostuspaikkoja, sillä se tavoittaa suurimman osan aktiivisesta väestöstä. Sosiaalisessa mediassa tieto leviää myös käyttäjökemusten kautta, mikä on äärimmäisen tehokas markkinointikeino. Suositusten saaminen on hyvää mainosta yritykselle ja sen tuotteelle. Se ohjaa asiakasvirtaa tehokkaasti yritykseen päin. Sillä on myös huono puolensa, sillä negatiivinen palaute leviää usein sosiaalisessa mediassa positiivista tehokkaammin. Ihmiset tuovat huonot kokemuksensa voimakkaammin esiin kuin hyvät kokemukset ja ne jaetaan kanssaihmiesten kanssa paljon hyviä asioita herkemmin. On siis ensiarvoisen tärkeää markkinoinnissa katkaista perättömiltä tai ikäviltä huhuilta ja kuulopuheilta siivet mahdollisimman nopeasti, sillä ne tahraavat yrityksen ja sen tuotteen mainetta todella tehokkaasti.

### **3.4 Kohderyhmä lampolan tuotteille**

Asiakkaat ovat yrityksen yksi tärkeimmistä sidosryhmistä. Yleensä yritykset syntyvät asiakkaiden tarpeesta jotakin tuotetta kohtaan (Koski ym. 2005, 38). Lammastuotteiden kohderyhmään kuuluvat ovat useimmiten käsityöihmisiä, jotka haluavat käyttää alkupehältään helposti jäljitettäviä materiaaleja ja panostaa kotimaiseen laatuun. He suosivat sekä luonnonvärisiä että värjättyjä tuotteita. Moni lihaa ostava asiakas taas on markkinoinnin seurauksena kiinnostunut kokeilemaan ennen pahana pitämäänsä lampaanlihaa. Yleensä lampaanlihan huono maine on lähtöisin vanhemmalta sukupolvelta, joka muistaa ajan, jolloin teurastetut lampaat olivat vanhoja tai huonommalla ravinnolla olleita. Tämä näkyi luonnollisesti eläimen lihassa. Myöskään pitkä pakastus ei ole hyväksi lihan maulle. Nykyään kaupoista ja tiloilta on saatavilla lähes ympäri vuoden karitsanlihaa, joka poikkeaa aikuisen lampaanlihasta sekä makunsa että koostumuksensa puolesta. Myös lampaan rodulla on pieni vaikutus lihan makuun ja koostumukseen. Moni lampaanlihaa ostava kuluttaja suosii kuitenkin karitsanlihaa, jota on myös paremmin saatavilla.

Käsityöihmisten ja lampaanlihaan mieltyneiden lisäksi lampolan tuotteita käyttävät nykyään yhä suuremmissa määrin myös lemmikkieläinten omistajat. Moni kuluttaja haluaa ruokkia itsensä lisäksi myös koiransa luonnonmukaisesti, ja raakaruokavalio eli barf on yleistynyt suomalaisten koirien ruokinnassa. Koirien barf-ruokavalioon sopii hyvin lammastiloilta saatavat huonommat ruhonosat, joita ihmiset eivät ruokapöytänsä halua. Koirille syötetään lampaan osista eniten sisäelimiä kuten sydäntä, maksaa ja munuaisia. Myös luut ovat haluttuja koirien luontaisen pureskelun tarpeen tyydyttämiseen.

Toimeksiantajan yrityksen asiakkaat tulevat pääosin lähikunnista eli Ikaalisista, Ylöjärveltä, Parkanosta ja Tampereelta. Pieni asiakaskeskittymä löytyy myös Pohjois-Pohjanmaalta, Oulusta ja Muhokselta. Yrityksen ensimmäiset tuotteet myytiin Ouluun vuoden 2013 puolella. Ensimmäiset myydyt tuotteet olivat taljoja ja lihaa. Asiakaskunta koostuu pääasiassa yrittäjän tuttavista, sukulaisista, ystäväpiiristä, tuttavien tuttavista tai muuta kautta jo entuudestaan tutuista ihmisistä. Tällä tasolla toimiessa kyseinen asiakaskunta on ihan riittävä, jotta tuotteita riittää halukkaille. Mutta jos tulevaisuudessa toiminta laajenee tai tapahtuu jotain muuta merkittävää, otetaan yrityksessä käyttöön kotisivut, joilla asiakkaita tavoitetaan. Myös sosiaalisessa mediassa on helppo tavoittaa suurikin määrä potentiaalisia lähialueen asiakkaita.

### **3.5 Metsätyö Vääräkosken henkilöstö**

Toiminimellä toimivassa yrityksessä työskentelee vain yrittäjä itse. Tähän yhtiömuotoon ei ole mahdollista palkata ketään toista henkilöä vakituisesti. Kuitenkin jos yhtiömuotoa muutetaan myöhemmässä vaiheessa, voi henkilöstön lisääminen olla tarpeellista ellei jopa pakollista.

Toimeksiantajan yrityksessä yrittäjä itse työskentelee pääasiassa puunkorjuun parissa päivät ja iltaisin lampaiden parissa. Päävastuu lampaista on yrittäjän puolisolla. Koska yrityksessä ei työskentele ulkopuolisia, ja kyseessä on eläviä eläimiä sisältävä liiketoiminta, ei yrittäjällä puolisoineen ole lomiam tai vapaapäiviä ilman ulkopuolista apua. Tällöin on työllistettävä joku hoitamaan eläimet, jos haaveissa on loma tai vapaapäiviä. Yleensä tähän tehtävään on saatavilla joku tuttu, sukulainen tai ystävä, mutta ellei se ole



mahdollista, on apua palkattava lähipiirin ulkopuolelta. Tämä tuo aina lisäkustannuksia, joten ulkopuolista apua käytetään harvemmin.

Yrityksellä ei ole aikomusta laajentaa toimintaansa lähitulevaisuudessa niin paljoa että ulkopuolista työntekijää tarvittaisiin päivittäin. Lomittaminen muutaman kerran vuodessa on kuitenkin välttämätöntä yrittäjän jaksamisen kannalta.

### **3.6 Metsätyö Vääräkosken SWOT-analyysi**

SWOT-analyysi on omalla tavallaan kuin liiketoimintasuunnitelma pienessä paketissa. Siinä yritys käy läpi hyvät ja huonot ominaisuutensa sekä mahdollisuutensa toimia alalla. SWOT-analyysissä yritys listaa resurssinsa toimia, jolloin ne voivat aueta paremmin myös yritykselle itselleen, kun myös negatiiviset tekijät on kohdattava. Analyysi jaotellaan neljään lohkoon, joissa käsitellään yrityksen vahvuudet, heikkoudet, sen riskit ja mahdollisuudet.

SWOT-analyysin tarkoitus on tiedostaa yrityksen käytössä olevat vahvuudet ja toisaalta tuoda näkyville sen heikot puolet. Sillä pyritään korostamaan hyviä asioita ja pääsemään eroon tai ainakin lieventämään huonompia seikkoja. (Jylhä ym. 1997, 33.)

#### **3.6.1 Vahvuudet**

Tarkasteltavan yrityksen vahvuuksia ovat sen pieni koko ja paikallisuus. Pieni koko varmistaa sen, että toimintaa on helppo muunnella ja se ei ylityöllistä yrittäjää, koska se ei ole päätoimialana yrityksessä. Vahvuutena ovat myös itse tuotteet. Kaikki yrityksen valmistamat tuotteet, joita lampaista saadaan, ovat hyvinkin paikallisia ja muita paikallisia yrityksiä hyödyntämällä tehty. Niillä on näin ollen ollut valmistusprosessin aikana sekä työllistävä vaikutus yrittäjään itseensä, mutta myös muihin paikallisiin yrittäjiin, esimerkiksi palvaamoon ja nahan parkitsijaan. Asiakkaat osaavat arvostaa paikallisesti ja luonnollisesti tuotettua tuotetta.

Yrityksen vahvuuksiin kuuluvat myös luonnollisuus ja perinteiden kunnioitus. Koska tilalla kasvatetaan vain alkuperäisrotua, suomenlammasta, on tilalla perintöarvoa perin-

teisen lammasrodun ylläpitäjänä. Asiakas saa rodultaan aidosti suomalaisen lampaan jonkin toisesta maasta kotoisin olevan lammasrodun sijaan, ja tukee näin suomalaisen tuotannon ja työn lisäksi suomalaista alkuperäisrotua. Tällä luodaan vahva positiivinen mielikuva asiakkaalle, joka haluaa ostoksillaan vaikuttaa yhteiskuntaan ja vähentää esimerkiksi hiilijalanjälkeään.

### **3.6.2 Heikkoudet**

Heikkoutena yrityksellä on vielä tässä vaiheessa sen kokemattomuus. Yrittäjä sekä hänen puolisonsa ovat vasta aloittelevia lammastilallisia, joten vastassa on paljon uusia asioita ja ne voivat tuoda mukanaan haastavia tilanteita esimerkiksi lampaan sairastuessa tai muissa erityisosaamista vaativissa tilanteissa. Kokemattomuus voi näkyä myös hinnoittelussa ja muista sopimuksista tehdessä, kun hintatasosta ei ole vielä tarpeeksi tarkkaa tietoa. Tällöin kokeneempi osapuoli voi käyttää tilaisuutta hyväkseen ja tehdä itseään paremmin hyödyttäviä kauppoja omantunnon sen salliessa.

Toisena heikkoutena yrityksellä on sen sijainti. Se ei ole lähellä mitään suurta valtaväylää tai yleisiä kulkuteitä, joten sijainnilla ole mitään mainosarvoa koska tila ei sijaitse näkyvällä paikalla. Asiakas saattaakin valita jonkun lähempänä olevan tilan tuotteen koska pääsee näin ollen vähemmällä vaivalla ja ajankäytöllä.

### **3.6.3 Riskit**

Riskejä toiminnalla ovat viranomaisten asettamat lakipykälät. Ne voivat kovasti muuttuessaan aiheuttaa pakotteita, jotka on toteutettava ja niistä voi tulla lisäkustannuksia tai liian suuria muutoksia tilan toiminnan kannalta, jotta se kykenisi jatkamaan. EU:sta voidaan säätää erilaisia direktiivejä, jotka koskettavat lammastaloutta ja vaikuttavat näin ollen yritykseen ja sen toimintaan.

Kilpailijat ovat myös riski yritykselle. Lähellä sijaitsevat lampolat kilpailevat samoista asiakkaista jos ne tuottavat samoja tuotteita. Silloin ongelmaa ei ole, jos toinen tilallinen panostaa villaan ja taljoihin ja toinen lihaan. Mutta jos molemmat panostavat samaan tuoteryhmään, esimerkiksi lihaan, ei asiakkaita välttämättä riitä riittävästi molemmille.

Tällöin toisen on muutettava päätuotettaan tai harkittava toiminnan lopettamista tai radikaalia muutosta. Tällä hetkellä tilanne on kuitenkin hyvä, sillä lammastuotteille on suurempi kysyntä kuin tarjonta.

Riskinä on myös eläinten kanssa tekemisissä oltaessa sairaudet. Jos eläimiin pääsee jokin vakava ja tarttuva tauti, voi ainoana vaihtoehtona olla koko eläinkatraan lopettaminen taudin leviämisen estämiseksi. Taudit voivat myös tämänkin jälkeen jäädä itämään, joten riittävät puhdistoimet saattavat käydä niin kalliiksi että niitä ei toiminnan jatkamisen kannalta kannata tehdä, jollei sille ole muuta tarvetta.

Kun yrityksen toimintaan sisältyy rakennuksia, ovat aina vaarana myös tulipalot. Tulipalo voi tuhota koko lammastoiminnan jos lampaiden tilat tuhoutuvat palossa korjauskelvottomiksi. Tulipalo voi aiheuttaa myös eläinkuolemia jos pelastustoimet eivät ala ajoissa. Kesäaikaan lampaiden ollessa ulkona ei tätä vaaraa onneksi ole. Tulipalo voi kuitenkin syttyä useasta eri syystä. Yleisimmät eläintilojen syttymissyynä ovat sähkölaitteista alkunsa saaneet palot tai salamaniskusta levinnyt palo.

#### **3.6.4 Mahdollisuudet**

Yrityksellä on paljonkin potentiaalia. Pelkästään tiloja laajentamalla voidaan lammasmäärää kasvattaa dramaattisesti. Kysyntää tuotteille on kuitenkin koko ajan, sillä jatkuvasti joudutaan asiakkaille toteamaan tuotteiden olevan loppu. Lisäksi ala nousee koko ajan suuremman yleisön tietoisuuteen ja käsityöharrastajat ovat löytäneet suoraan tiloilta saatavien lankojen ja muiden käsityötarvikkeiden tarjonnan. Käsityöharrastus on koko ajan kasvava trendi, joten sitä hyödyntämällä on yrityksellä hyvät mahdollisuudet menestyä.

Lähellä tuotetun ruuan kysyntä kasvaa myös jatkuvasti, sillä ihmiset ovat koko ajan terveystietoisempia ja pyrkivät valitsemaan alkuperältään selviä ja puhtaita raaka-aineita ruokaansa. Lihan suoramyynä tiloilta on koko ajan suosittu ja ihmiset ovat tietoisia tästä mahdollisuudesta. Hyvällä markkinoinnilla tuotteiden suoramyynä on iso mahdollisuus myös toimeksiantajalle.

### 3.7 Kilpailu lammastuotteiden markkinoista

Kilpailu toimialalla ratkaisee sen, pysykö yritys toiminnassa vai jääkö se kilpailijoidensa jalkoihin. Kilpailussa pärjätäkseen on yrityksen jollain lailla erotuttava positiivisesti kilpakumppaneistaan. Tämä sen on tehtävä esimerkiksi tuotteella, palvelulla, hinnoittelulla, toiminnalla, tuotantotavalla tai muulla vastaavalla. Erikoisuus on tuotava selvästi julki asiakkaille, jotta heidät saadaan tietoiseksi kilpailuedusta. Siksi kilpailu vaatii markkinointia ja mainontaa, jotta kaikki potentiaaliset asiakkaat tavoitetaan. (Kallio, Ripatti & Tanni 2008, 101-105.)

Yrityksen kilpailutilanne vaihtelee tarkasteltavan alueen mukaan. Jos tarkastellaan Metsätyö Vääräkosken kilpailutilannetta koko Pirkanmaan alueella, on kilpailua paljonkin. Pirkanmaalla toimii kymmeniä suuria tiloja, joista useampi samalla paikkakunnalla tai muuten maantieteellisesti lähellä. Toisaalta pienimuotoisen tai muutoin pienessä mittakaavassa toimivan yrityksen kohdalla ei tilannetta kannata katsoa ihan noin suuressa mittakaavassa. Tarkasteluun on parempi valita vain lähikunnat, joissa toimitaan käytännössä. Tässä tapauksessa toiminta-alue rajoittuu lähikuntiin eli Ikaalisiin, Parkanoon ja Ylöjärvelle. Tampere on myös mahdollinen kohdepaikkakunta tuotteille. Tuotteita on kuitenkin pienellä tilalla niin rajoitetusti tarjolla, että markkinat löytyvät läheltä.

Yrityksen lähettyvillä on noin 20 kilometrin säteellä useampi kilpaileva lampola. Osa niistä on täysin lemmikkilampaista pitäviä tilallisia, mutta seassa on myös useampi täysi lampolayrittäjä. Suurin osa näistä tiloista käyttää lampaistaan vain lihan ja taljat. Lihan suoramyyntiä tilalta harrastaa useampi tilallinen. Loput tilalliset myyvät lihakaritsat ja lampaat teurastamoille jatkojalostettaviksi. Villoja hyödyntää muutama tilallinen, ja ne myyvät tuotteensa kotisivujensa kautta internetissä koko Suomen laajuisesti tai käyvät alan tapahtumissa markkinoimassa tuotteitaan. Kaikilta tiloilta on myös mahdollista ostaa lampaita eloon. Eloon myymisessä ratkaisevia kilpailutekijöitä ovat hinta ja suku. Yleensä lampaita ostetaan joko jalostukseen tai lemmikiksi. Lemmikkilampaassa kilpailutilanne ratkeaa hinnan ja ulkonäön sekä sukupuolen perusteella. Eli asiakas ostaa silmänsä miellyttävän eläimen, mutta ei ole valmis maksamaan eläimestä yhtä paljon kuin jalostusarvoa tavoitteleva kasvattaja tai tilallinen.

Tämän hetkiseen kilpailutilanteeseen lammastiloilla vaikuttaa myös se, että kysyntää on enemmän kuin tarjontaa, joten kilpailu ei ole yhtä suurta kuin tarjonnan ylittäessä ky-

synnän. Tällaisesta tilanteesta ei kuitenkaan ainakaan haastateltujen mielestä ole heti lähitulevaisuudessa vaaraa, kun suomalaisella tuotannolla yritetään korvata ulkomaantuontia, ja kuluttajien keskuudessa jatkuu edelleen innostus eettisestä ja ekologisesta kulutuksesta.

### **3.8 Lammastalouden kannattavuus**

Kannattavuus on se tekijä yritystoiminnassa, joka ratkaisee yrityksen elinkelpoisuuden. Ellei yritys ole kannattava, ei se ole myöskään toimintakykyinen. Lammastaloudessa kannattavuuden erot ovat isoja tilojen välillä. Kannattavuus riippuu todella monesta tekijästä. Tilojen kannattavuuteen vaikuttavat niin eläinten ominaisuudet kuin niiden tuottavuus, tuotteiden hinnoittelu, tuotettujen tuotteiden määrä sekä tilan saamat tuet. Usein lammastilat erikoistuvat vain tietyn tuotteen tuottamiseen, mutta koska lampaista on saatavilla useaa eri tuotetta, on järkevää hyödyntää ne kaikki, sillä kaikki tilalle takaisin päin tulevat eurot ovat tärkeitä kannattavuuden kannalta. (Lampaankasvattajan käsikirja, 2007, 92.)

#### **3.8.1 Kustannukset**

Lampaat ovat moniin hyötyeläimiin verrattuna varsin kustannustehokkaita eläimiä. Osasyynä on niiden monipuolinen hyödyntäminen, mutta myös niiden hoidon yksinkertaisuus. Yritystoiminnassa lampaiden hoito pyritään pitämään mahdollisimman yksinkertaisena ja kustannustehokkaana, kuitenkin eläimen hyvinvointia laiminlyömättä.

Lampaan ostokustannuksen jälkeen suurimpana menoeränä on ruokinta. Lampaan ruokinnan perustana ja pohjapilarina on hyvälaatuinen kuiva- tai säilöheinä. Heiän laatu ja sisältö määrittelevät lisäravinteiden tarpeen. Kesäaikaan lampaat saavat heinän suoraan maasta laiduntaessaan, joten heinänteosta ei aiheudu ylimääräisiä kustannuksia. On kuitenkin huomioitava että pellot on uusittava neljän vuoden välein, eli ne on kynnettävä ja niihin on kylvettävä uusi ruohonsiemen. Siemenistä, traktoreiden polttoaineesta ja kaluston kulumisesta aiheutuu tällöin kustannuksia.

Talven sisäruokintakautta varten tehdään tilalla kesäisin kuivaheinää pienpaaleissa ja viljellään kauraa. Kustannukset tulevat kauran ja heinän siemenistä, paaleihin tarvittavista paalinaruista, traktoreiden polttoaineista ja mahdollisista koneiden huolloista tai korjauksista, jotta ne pysyvät toimintakuntoisina. Ensimmäisenä vuotena huolto- ja korjauskustannuksia ei vielä tullut, sillä korjaukset olivat vain muttereiden kiristyksiä tai erilaisia koneiden säätöjen kohdalleen asettamisia. Laskelmissa tilan omat heinät ja väkirehut on arvostettu siihen arvoon, jolla ne myytäisiin ulkopuoliselle suoraan tilalta. Kauran ja heinän siemenien hinnat ovat mukana niiden hinnassa.

Kesäaikaan tilalla tehtävien rehujen ja väkirehujen lisäksi lampaat tarvitsevat erityisruokintaa talvisin. Koska eläimet ovat talven sisällä, ne tarvitsevat vähäisen valon vuoksi säännöllisesti vitamiinikuurin. Tilalla on eläimille annettu viikon kestävä vitamiinikuuri kuukauden välein. Vitamiini on nestemäistä ja se annostellaan joko juomaveden tai rehun sekaan. Helpoimmaksi tavaksi olen itse todennut vitamiiniseoksen lisäämisen lampaiden juomaveden. Annostus käytetyssä valmisteessa on 1-2 millilitraa eläintä kohden päivässä. Litran pullosta valmistetta riittää kahdelletoista lampaalle täydellä annostuksella kuuden kerran vitamiiniannokset, eli lähes koko talven tarpeet, koska vitamiinia aletaan antaa vasta joulukuussa ensimmäisen sisälläolokuukauden jälkeen.

Ruokinnassa on huomioitava myös erityistilanteiden ruokavalio. Tiine uuhi tarvitsee heinän, kauran, kivennäisen ja vitamiinilisän jälkeen vielä sokeri- ja valkuaislisän. Sokerivalmisteena uuhet ovat saaneet melassisiirappia ketoosin ehkäisemiseksi. Sitä annetaan kuitenkin vain lopputiineyden aikana, noin parin viikon ajan, puoli desilitraa vuorokaudessa. Lisäksi heti synnytyksen jälkeen muutamana päivänä uuhi saa melassia noin desin päivässä.

Valkuaisvalmisteena tiineet ja imettävät uuhet saavat Farmarin rypsellettiä 1,5 desilitraa vuorokaudessa. Vanhemmat, yli vuoden ikäiset uuhet saavat valkuaislisää vain tiineyden viimeisen kuukauden ajan ja imetyksen aikana. Nuoret uuhet, jotka kasvavat vielä itsekkin ensimmäisen tiineytensä aikana, vaativat valkuaislisän ruokintaansa läpi koko tiineyden. Samoin nuorilla karitsoilla on oltava ensimmäisestä elinviikostaan alkaen tarjolla niin sanottu karitsabaari, jossa ne voivat vapaasti käydä syömässä tarvitsemansa määrän valkuaista sekä muita väkirehujä. Koska rypselissä annostus on pieni ja sitä tarvitaan vain muutamana kuukauden ajan kevätkaudella, se jää varsin kustannustehokkaaksi rehuksi. Toki ensikot tarvitsevat sitä pidempäänkin, mutta pienellä tilalla

määrä jää siltikin vähäiseksi. Yhdellä valkuaissäkillä on hintaa 31 euroa, joten kaikkien uuhien kesken jaettuna per uuhi hintaa tulee 7,75 euroa. Mutta koska valkuaista annetaan myös pienille karitsoille kasvun tueksi, on lammasta kohden jäävä hinta 3,88 euroa.

Ensimmäisenä vuotena lampaat ovat kuluttaneet kolme säkillistä niille tarkoitettua kivennäistä, Lammas Herttaa. Ihanteellista olisi, jos kivennäinen olisi vapaasti tarjolla ympäri vuorokauden. Kuluneella kolmella kivennäissäkillä ruokinta on kuitenkin tapahtunut niin, että kivennäinen on annosteltu kahden tai kolmen päivän välein, jolloin eläimet syövät sitä kerralla enemmän. Kivennäistä on mennyt tähän asti paljon hukkaan, sillä ruoka-astiat ovat irtonaiset ja osa ruuasta on vääjäämättä kaatunut maahan tai kivi-  
vikkeiden sekaan lampaiden potkiessa niitä silloin kun niillä ei ole tarvetta syödä.

Ruokinnan lisäksi kuluja aiheutuu myös navettarakennuksen ylläpidosta. Lampaiden asuintilojen tulisi olla hyvin valaistuja. Yöllä on oltava himmeämpi valaistus ja päivällä kirkkaampi luonnollisen valomäärän vaihtelun jäljittelemiseksi. (Hyvä tapa toimia lammasketjussa 2006, 6.) Valaistus aiheuttaa sähkökuluja ja aika ajoin lamppujen uusimista. Sähkönkulutusta voidaan hillitä käyttämällä energiansäästö- tai led-valaisimia. Vielä ei ole ollut tarvetta lamppujen vaihtamiselle, joten niitä ei ole mukana kustannuslaskelmissa. Myöskään mahdollisia laajennuksia tai remonttikustannuksia ei ole laskelmissa huomioitu, koska niiden määrää on vaikea arvioida, suunnitelmien ollessa vielä keskeneräisiä ja epävarmoja. Mahdollisiin korjaus- ja remonttikuluihin on kuitenkin aina syytä varautua, sillä paikat joissa on eläimiä ja joita päivittäin käytetään, kuluvat nopeasti. Remontit tulevat tulevaisuudessa aiheelliseksi tilojen ollessa jo valmiiksi käytettyjä.

Vesi ei ole aiheuttanut vielä toimeksiantajalle kustannuksia, sillä tilalla jossa eläimet ovat, on oma porakaivo. Vedestä menee kustannuksia vain sen nostoon tarvittavan pumpun sähkönkulutuksesta ja se jää määrältään hyvin vähäiseksi, joten sitä ei ole laskettu mukaan kustannuslaskelmiin. Sähkön osalta aiheutuvat kustannukset lisätään liiketoimintasuunnitelman laskelmiin myöhemmässä vaiheessa, kun toimeksiantaja siirtyy itse tilan omistajaksi ja näin ollen tilan rakennusten ylläpitokustannusten maksuvelvolliseksi.

Seuraava taulukko tiivistää yhteen kaikki ne kulut, joita toimeksiantajalle on lampaista ja niiden pidosta tähän mennessä toimintaansa aiheutunut.

TAULUKKO 1. Kustannuslaskelma

	€
Lampaiden ostot	570
Rehut (kaura)	63
Kivennäiset	60
Heinä	682,5
Rypsi	63,81
Melassi	15
Vitamiinit	15
Suolakivet	21,65
Lääkkeet	98,78
Kuivikkeet	84,6
Aitaus tarpeet	809,2
Maitojauhe karitsoille	70,56
Ruoka-astiat	48,94
Lämpölamppu	26
<b>Kulut yhteensä</b>	<b>2629,04</b>

Rehut sisältävät tilalla tuotetun kauran, jota lampaille käytetään pääasiallisena väkirehuna. Kaura on arvostettu tämän hetkiseen myyntihintaansa eli 12 snt/kg.

Toimeksiantajalla lammasostot eloon ovat olleet vielä varsin edullisia, koska alun perin lampaiden tarkoitus oli olla juuri maisemanhoitajina tilalla ja lemmikkinä. Päätöksen alkaessa muotoutua niiden muustakin käytöstä, on toimeksiantaja hankkinut hieman parempia ja kalliimpia yksilöitä. Ensimmäiset neljä lammasta maksoivat 50 euroa kappaleelta sisältäen arvonlisäveron. Nämä olivat maisemanhoitajiksi tarkoitettuja karitsoita, ja värejä ja villatyyppejä oli useanlaisia. Toisena ostona oli kaksi samanhintaista pässikaritsaa, joilla hintaa oli myös 50 euroa yksilöltä sisältäen arvonlisäveron. Toinen ostettiin omaan käyttöön lihaksi ja toinen tulevaksi jalostuspässiksi sukunsa ja värityksensä sekä luonteensa vuoksi. Näiden kahden pässin mukana ostettiin myös jo yhden kerran karitsoinut ruskea uuhi, jonka hinta oli 130 euroa sisältäen arvonlisäveron. Uuhi valittiin sen hyvien emäominaisuuksien ja värityksen vuoksi. Se oli synnyttänyt ja kasvattanut ison ja terveen karitsan ilman ongelmia. Kolmas lammasosto on ollut myös uuhi. Sen toimeksiantaja osti toisen uuhen tavoin jalostuskäyttöön. Tämä uuhi oli oston aikaan vielä karitsa, joten jälkeläisnäyttöä ei ollut. Se oli kuitenkin arvosteltu villansa ja rakenteensa puolesta hyväksi yksilöksi, ja näiden ominaisuuksien toivotaan periytyvän sen jälkeläisille. Sen väri on myös hieman erikoisemman ruskea. Tällä uuhikaritsalla oli hintaa 140 euroa sisältäen arvonlisäveron.



Maitojauhe on karitsoille lisäruokinnan tarpeeseen, jos emä ei imetä jälkeläisiään tai sen maito ei riitä kaikille jälkeläisille. Maitojauhetta on investoitu 2 säkkiä hintaan 35,28 euroa. Lääkkeet sisältävät lampaiden saamat sisä- ja ulkoloishäädöt. Sisäloisiin lampaat ovat saaneet eläinlääkärin määräämää Axilur-valmistetta ja ulkoloisiin Coopersec-merkkistä ulkoloishäätöä. Sisäloishäädön hinta on noin 8 euroa ja ulkoloishäätö noin 60 euroa. Lisäksi lääkkeissä on mukana joditabletit mahdolliseen jodin puutostilan hoitoon ja pötsilääke Pro Rumen. Pro Rumenia käytetään parantamaan pötsin toimintaa esimerkiksi ruokinnan muutoksien yhteydessä tai sairaalle lampaalle, jonka vatsan toiminnassa on ongelmia. Pro Rumenilla on hintaa 20 euroa ja joditableteilla noin 9 euroa.

Kuivikkeet tulevat pääosin tilalta itseltään kauran puinnin sivutuotteena eli olkena. Turve, joka talveksi laitetaan olkien alle, on mukana laskelmassa. Kuiviketurpeena on käytetty maatalouskaupoissa myytäviä 200 litran turvepaaleja, joita kuluneena talvena kului 6 kappaletta. Yhdellä turvepaalilla oli hintaa 14,10 euroa, ja laskelmassa on paalien yhteishinta.

Aitaustarpeet ovat olleet kallein yksittäinen alkuhankinta. Lampaiden aidat on rakennettu pääasiassa verkkoaidoista. Verkkorullia ostettiin alkuinvestointina viisi rullaa hintaan 100 euroa rulla. Yhteishinnassa ovat mukana myös verkkorullien rahtikulut kotiinkuljettuina. Muita hankittuja tavaroita lampaille ovat ruokinta-astiat, jotka näkyvät kohdassa ruoka-astiat yhteissummalla 48,94 euroa. Ruoka-astioita on viisi kappaletta ja kauran ja muun rehun siirtoon tarvittavia kauhoja on 4 kappaletta. Yhden kauhan hinta on 2,79 euroa.

Kivennäisenä on käytetty tähän asti maatalouskaupoista saatavaa Lammas Hertta – kivennäistä ja Teho lammaskivennäistä. Yhdellä 20 kg säkillä Lammas Herttaa on hintaa 18,01 euroa ja Teho kivennäisellä hinta on 21 euroa.

### **3.8.2 Tuotot**

Lammas on tuottavuudeltaan hyvin monipuolinen tuotantoeläin. Se tuottaa hyötyä useassa eri elämänvaiheessa, ei pelkästään teurastuksessa. Jo nuori lammas eli karitsa tuottaa ensimmäisenä elinvuotenaan villaa. Suositus kerinnälle on kaksi kertaa vuodessa,

keväisin ja syksyisin (Hyvä tapa toimia lammasketjussa 2006, 18). Lisäksi heti vieroituskäisestä karitsasta saadaan eloon myydessä myyntipalkkio. Yli vuoden ikäinen uuhi voidaan astuttaa, ja villan lisäksi saadaan uusien karitsoiden tuoma arvo ja hyöty. Tilalla syntyneistä karitsoista saadaan tuottoa joko myymällä ne eloon toiselle tilalle tai teurastamalla, jolloin saadaan lihaa ja talja, tai keritsemällä villat ja siitä johdannaisia tuotteita kuten lankaa ja huovutusvillaa tai jalostusarvon kautta eli tuotetaan emäänsä kustannustehokkaampi eläin jatkamaan sukua.

Myytäessä eläin eloon toiselle tilalle, sen arvon määrittelee useimmiten sen suku ja yksilöominaisuudet. Hintaan vaikuttaa myös tarjolla olevien samankaltaisten eläinten tarjonta muilla tiloilla, eli onko ostajalla useampia kohteita, joista valita mieleisensä. Suuri tarjonta laskee hintaa kilpailun vuoksi. On tärkeää huomioida esimerkiksi siitospässiä ostaessa sen suku. Luonnollisesti se ei saa olla läheistä sukua ostajan omistamille uuhille. Suvun jälkeen ostaja arvioi eläimen ulkonäköä; onko se hyvin tavanomainen väritykseltään vai hieman erikoisempi, minkä kuntoinen eläin on ja kuinka vanha se on. Käyttötarkoituksesta myös riippuu mitä ominaisuuksia arvostetaan eniten. Jos lammas tulee villakäyttöön, on villan laadulla merkitystä värin lisäksi. Uuhia ostettaessa tieto aiemmista karitsoinneista on hyödyksi. Silloin ostaja tietää onko uuhi ollut hyvä emäominaisuuksiltaan eli onko se hoitanut jälkeläisensä hyvin, tai kuinka sen synnytykset ovat menneet ja onko niissä ollut ongelmia. Tärkeää on myös tietää jälkeläisten määrä, jotta ostaja tietää millaisia määriä jälkeläisiä uuhella on mahdollista tuottaa sen elinaikana.

Kaikista edellä mainituista seikoista riippuu myytävän eläimen hinta. Halvimmillaan eläimiä voi saada vain muutamalla kymmenellä eurolla jos ne ovat esimerkiksi nuoria yksilöitä, joilla ei ole vielä mitään näyttöä ominaisuuksistaan tai ne tulevat johonkin muuhun tuotantokäyttöön. Tällaisia kohteita lampaille ovat useimmiten maisemointitehtävät metsien, rantojen tai tonttien hoitajina tai lemmikkilampaan virka, jolloin suurin merkitys on vain värityksellä ja luonteella. Kalleimmat lampaat, eli hyvät näytöt tehneet vanhemmat uuhet ja pässit taas voivat maksaa useita satoja euroja rodusta ja ominaisuuksista riippuen. Usein hinnan tällaisilla yksilöillä näkee olevan yli 300 euroa, mutta kuitenkin alle 600 euroa. Ylärajaa hinnalle ei toki ole määritelty.

Suurin osa lammastiloista on painottunut lihantuotantoon. Lihan kilohinta vaihtelee teurastamokohtaisesti ja hieman sesongin mukaan. Myös itse lampaanlihalla on vaikutusta sen hintaan. Sopivan rasvaisesta karitsanlihasta maksetaan karitsapalkkio. Pääosa lam-

mastuotannon tuloista tulee kuitenkin lihasta, ja useimmilla tiloilla liha onkin päätuotantosuuntaus.

Tuet ovat myös yksi suurimpia tulon lähteitä mille tahansa eläimen pitäjälle, niin myös lampaanpitäjälle. EU:n tuet säädettiin Euroopan unioniin liittyttäessä vuonna 1995 sen vuoksi, että niillä korvattiin tilallisille tuottajahintojen laskusta aiheutuneet tappiot. Myös toimeksiantajani olisi aiheellista tulevaisuudessa liittyä tukien piiriin vaikka ne tuovatkin mukanaan useita kriteereitä, joita niiden saaminen edellyttää. Suomessa tuottajan tuotteista saama hinta on kuitenkin niin alhainen että ilman tukia maatalous ei kannattaisi. Metsätyö Vääräkosken lammastalouden kannattavuus olisi hyvinkin positiivinen jos hän kuuluisi tukien piiriin. Mahdollisia lampaisiin saatavia tukia ovat esimerkiksi alkuperäisrotutuki, uuhipalkkio, ympäristötuki, perinnebiotooppituki ja tilatuki (Lampaankasvattajan käsikirja 2007, 93 - 94).

Seuraavassa taulukossa on budjetoitu arvioidut tulot Metsätyö Vääräkosken lammastoiminnasta vuodelle 2014.

TAULUKKO 2. Tulobudjetti

	€
Taljat	265
Myynti eloon	210
Liha	1008
Langat	208,90
<b>Yhteensä</b>	<b>1691,90</b>

Taljoihin sisältyy viisi taljaa. Taljat tulevat olemaan väritykseltään valkoisia, mustia, ruskeita ja kirjavia. Edullisin hinta on valkoisella taljalla, jolle arvioitu myyntihinta on 70 euroa. Tästä hinta nousee vähintään viiden euron nousuilla värijärjestyksessä musta, ruskea ja kirjava. Kirjavan taljan hinta on 90 euroa. Laskelmassa on huomioitu taljan teettämiseen menevät kustannukset, joita tulee noin 25 euroa per talja. Taljojen muokkauksen hinta vaihtelee hieman taljojen määrän mukaan.

Eloon myytäviä karitsoita arvioidaan olevan 3 kappaletta keväällä 2014. Näistä myyntihinta on 70 euroa kappaleelta sisältäen arvonnalisäveron. Vanhoja lampaita menee teuraaksi 3 kappaletta ja karitsoita 2. Näille arvioidut teuraspainot ovat aikuiselle lampaalle noin 22 kg ja karitsalle 15 kg. Arviopainot ovat lihapainoja. Lihapaino on noin puolet lampaan ruhopainosta. Suunnitellulle eläinmäärälle lihakiloja kertyisi 96 kg. Lihanleik-

kuu hinta on 1,5 euroa joten kuluja syntyisi 144 euroa. Lampaanlihan kilohinta tilalta myydessä arvioitiin 12€/kg. Se on keskiarvo alueen yleisestä lampaanlihan hinnasta. Tällöin lihasta saatavaksi tuloksi muotoutuu 1008 euroa jos kaikki liha myydään suoraan tilalta.

Langoista tuottoarvio on helpompi eritellä omalla taulukolla.

TAULUKKO 3. Villajalosteiden tuottoarviot

Langat	Kulut	Myynti	Voitto
Puhdas	82,8	149,5	66,7
Vahvistettu	144	247	103
Hahtuva	48	68	20
Huovutus	34,8	54	19,2
		<b>Yht.</b>	<b>208,9</b>

Laskelmassa on näkyvillä ensimmäisessä sarakkeessa lankojen kehärykseen menevät kulut arvioituna. Myyntihinta on mietitty toimeksiantajan kanssa tuotteesta saatavan tuotto-odotuksen mukaisesti. Puhtaalla langalla ja nailonilla vahvistetulla langalla yhden kerän myyntihinta on 6,5 euroa. Yhden hahtuvalankakerän hinnaksi on arvioitu 8,5 euroa. Huovutusvanun hinta on 200 gramman kokoisella paketilla 4,5 euroa.

Villan jalostuskulut ovat keskimäärin 23 euroa kilolta. Nailonilla vahvistettu lanka maksaa euron lisää eli 24 euroa kilo. Hahtuvan teko maksaa 20 euroa kilo, ja huovutusvillan tekeminen kustantaa 14,50 euroa kilolta.

## 4 KEHITTÄMISEHDOTUKSET METSÄTYÖ VÄÄRÄKOSKELLE

### 4.1 Ruokinta

Ruokinnan järjestelyyn tarvitsisi tehdä parannuksia. Ruuan hävikkiä tulisi saada pienennettyä ja tässä tavoitteeseen päästäisiin rakentamalla kiinteät ruokintakaukalot, jolloin eläimet eivät saisi syödessään kaadettua ruoka-astioitaan. Nykyisillä irtoastioilla iso osa rehusta kaatuu kuivikkeiden sekaan, mistä sitä on epähygieenistä syödä. Se tietää myös täysin turhaa kuluerää, kun eläimille joudutaan ostamaan hävikin takia paljon enemmän ruokaa kuin hyvillä ruokinta-astioilla olisi tarvetta. Lisäksi ruokinta-astioiden muuttaminen parantaisi eläinten viihtyvyyttä ja laskisi niiden stressitasoa, koska niiden ei tarvitsisi taistella ruuastaan. Liian pienet ja väärän malliset ruoka-astiat aiheuttavat ruoka-aikaan tunkua, jolloin pienimpien on vaikeaa saada osansa. Tästä aiheutuu lisätyötä ja ajanhukkaa, kun nuorimpia ja pienimpiä eläimiä on ruokittava erikseen riittävän ravinnonsaannin takaamiseksi.

Esimerkiksi maatalouskaupoista on saatavilla pitkänmallisia, noin metrin pituisia kaukaloastioita, joiden ääreen mahtuu syömään hyvin useampi lammas. Yhdelle lampaalle olisi hyvä varata tilaa ruokailua varten 40 - 50 cm vaikka minimimitta onkin vain 35 cm (Lampaankasvattajan käsikirja, 2007, 16). Lisäksi nämä astiat on mahdollista kiinnittää puuseinään, jotta astia ei ole kaadettavissa. Näitä astioita tilalle tarvittaisiin 3 kappaletta, ja hintaa per astia on 75 euroa, joten kokonaiskustannuksena ruokinnan parantaminen tulisi maksamaan 225 euroa.

### 4.2 Tilat

Toiminnan tehostamiseksi olisi lampaiden tiloihin tehtävä laajennuksia. Erillisiä tiloja tulisi saada enemmän käyttöön, jotta eläimiä olisi helpompi erottaa toisistaan erilaisiin ryhmiin. Esimerkiksi karitsointikarsinoita tulisi olla useampia, jotta kaikki yhtä aikaa synnyttävät uuhet saisivat oman rauhallisen paikan, jossa synnyttää häiriöttä ja luoda side jälkeläisiinsä. Eristäminen pelkän karitsoinnin ajaksi ei riitä, vaan emän olisi saatava viettää muutama päivä rauhassa karitsoidensa kanssa, jotta emä saa toipua rauhassa ja mahdolliset hoitotoimenpiteet ovat helpompia suorittaa esimerkiksi eläinlääkärin vie-

raillessa. Lisäksi karitsoiden on vahvistuttava, jotta ne pysyvät emän mukana isommassa laumassa. Tällä hetkellä käytössä on vain kaksi kappaletta eristyskarsinoita, joten niiden määrä olisi tuplattava, jotta tiloja olisi riittävästi.

Tiloja olisi niiden lisäämiseksi myös yhdistettävä. Tällä hetkellä kaikki tilat ovat erillisiä omillaan olevia pieniä yksiköitä. Tämä työllistää huomattavasti enemmän kuin kaikkien lampaiden sijoittaminen samaan tilaan. Työaikaa uhrautuu jo pelkästään eri tilojen välillä kulkemiseen saman verran kuin eläinten ruokkimiseen. Kaikkia lampaita ei tietenkään voi pitää samassa yhtenäisessä karsinassa, mutta isossa yhtenäisessä tilassa on helppo käyttää siirrettäviä väliaitoja ja muunnella näin tilaa tarpeen mukaan sopivammaksi esimerkiksi karitsoinnin aikaan.

Tilojen parantamiselle ja laajentamiselle laskettavia kuluja ei toimeksiantaja osaa vielä tässä vaiheessa arvioida. Suunnitelmat ovat vielä niin alkuvaiheessa, ettei ole varmaa kannattaisiko vanhoja tiloja muokata vai rakentaa täysin uusin lampola. Nämä kulut jäävätkin pitkän tähtäimen laskelmiin, eikä niitä huomioida nykyisessä tilanteessa.

### **4.3 Valaistus**

Lampaiden tilojen valaistukseen tulisi kiinnittää huomiota. Tällä hetkellä valaistus on suurimmassa osassa tiloja liian hämärä. Lammais näkee huonosti hämärässä, joten sillä tulisi olla pimeään aikaan himmeä valaistus. Valaistuksella on suuri merkitys tuotantoeläimelle, sillä luonnollisen rytmin mukaan lammas ei syö pimeässä yhtä paljon kuin valoisassa, joten paljon pimeässä olevat lampaat jäävät vähäisemmän syömisen vuoksi pienikokoisemmiksi kuin valoisassa olevat yksilöt. Syömisen määrä vaikuttaa luonnollisesti myös lampaiden terveydentilaan. Tässäkin tapauksessa merkitystä on myös lampaan viihtyvyydellä, eli lammas on rennompi ja terveempi oikeanlaisesti valaistussa tilassa. (Hyvä tapa toimia lammasketjussa 2006, 6.)

Toimeksiantajan olisi varsin edullista korjata valaistusta paremmaksi, sillä siihen riittäisi 2 kappaletta energiansäästölamppuja, joiden hinta tällä hetkellä on päivittäistavara-kaupoissa noin 3-5 euroa kappaleelta. Valaistuksen parantamiselle ei siis tulisi hintaa kuin 6-10 euroa, ja tällä keinolla lampaiden viihtyvyyttä parannettaisiin jo huomattavasti. Laskelmassa on käytetty lamppujen hinnan keskiarvoa.

#### **4.4 Karitsointi**

Osa tänä keväänä synnyttäneistä lampaista oli ensikoita ja niillä oli havaittavissa pieniä ongelmia jälkeläistensä kanssa. Synnytykset itsessään menivät hyvin, mutta osa nuorista emistä ei ole osannut suhtautua karitsoihinsa oikealla tavalla, vaan ovat jättäneet ne hieman huonommalle hoidolle kuin vanhemmat ja kokeneemmat emät. Tämä tuotti päänvaivaa toimeksiantajalle, sillä emän hylkäämät karitsat vaativat jatkuvasti juottamista ja omat tilansa, joissa oma emä tai muut uuhet eivät pääse niitä vahingoittamaan.

Haastatelluilta kokeneemmilta lampureilta toimeksiantaja sai neuvon, että jatkossa ensikoiden kannattaa antaa kasvaa hieman vanhemmiksi ennen ensimmäistä astutusta, jotta ne ehtivät kasvaa itse hieman aikuisemmiksi ja ovat sekä mieleltään että ruumiiltaan kypsiä vanhemmiksi. Vaikka lampaat ovatkin jo alle vuoden ikäisenä sukukypsiä, eivät ne ihmisen tavoin ole vielä tuossa vaiheessa mieleltään valmiita, vaan se vaatii hieman enemmän aikaa. Suositeltu ikä ensiastutukselle haastateltavien mielestä olikin vasta yhden ja kahden ikävuoden välillä.

#### **4.5 Yhteenveto parannuksista**

Metsätyö Vääräkosken toiminnan vaatimat parannukset ovat luonteeltaan hyvin pienimuotoisia, ellei aikomuksena ole muuttaa toimintaa suurempaan mittakaavaan. Jos toimeksiantaja päättää pitää toiminnan samankokoisena kuin se on nyt, riittävät aiemmin luvussa 4 esitetyt pienet muutokset tässä vaiheessa. Ja vaikka toimintaa kasvatettaisiinkin vain hieman, esimerkiksi pariinkymmeneen lampaaseen asti, ei toiminta vaatisi mainittuja parannuksia enempää muutoksia nykyiseen tilanteeseen. Tämä arvio perustuu siihen, että tilalla on tällä hetkellä laskelmissa mainittujen toimeksiantajan omien lampaiden lisäksi saman verran korvausta vastaan hoidossa olevia lampaita, joita ei laskelmissa ole huomioitu. Näiden hoidossa olevien lampaiden tilalle olisi mahdollista ostaa omia lampaita ja pienimuotoisesti laajentaa toimintaa.

Seuraavaksi esitettävässä taulukossa ovat näkyvillä kustannuslaskelmat parannuksien osalta.

## TAULUKKO 4. Parannusten kustannuslaskelma

	€
Valaistus	4
Ruoka-astiat	225
<b>Yht.</b>	<b>229</b>

Hintaa ensikoiden pidemmälle kasvatusiälle on vaikea arvioida, mutta siitäkin aiheutuu toimeksiantajalle pieniä lisäkuluja kuivituksen ja ruokinnan kautta. Tämä muutos edellyttää myös sitä että toimeksiantaja on valmis nostamaan ensimmäistä kertaansa synnyttävien uuhien keski-ikää. Jollei sitä nosteta, pysyvät kulut samansuuruisina kuin tähänkin asti.

Parannusten kokonaiskuluksi tulisi noin 230 euroa, mutta tällä summalla Metsätyö Vääräkoski säästäisi jo ison määrän kauraa ja kivennäisiä. Kiinteissä kupeissa ruuan hävikki jäisi pienemmäksi ja maksaisi näin investointia takaisin.



## 5 LAAJENNUKSEN KANNATTAVUUS

Taulukosta käy ilmi yhteenlasketut kustannukset, joita laajennuksesta on aiheutunut, sekä arvioidut tulot ja niiden erotus eli laajennuksen tulos.

TAULUKKO 5. Kannattavuuslaskelma

Tulot	1691,9
Menot	2629,04
<b>Tappio</b>	<b>-937,14</b>

Laskelma osoittaa toiminnan olevan tähän mennessä kannattamatonta. Tappiota aiheutuu toiminnasta 937,14 euroa. Jos toimeksiantaja toimii työssä esitettyjen parannusehdotusten mukaisesti, tulee lisäkuluja 229 euroa. Tuolloin kokonaistappioksi tulee yhteensä 1166,14 euroa. Menot sisältävät kuitenkin kalliita alkuinvestointeja kuten aitaustarpeita ja lampaiden ostoja, joten näiden kulujen jäädessä pois tulevaisuudessa, näyttää toiminta puolestaan jo kannattavalta. Aitaukset ja lampaiden ostot ovat jo kahdestaan enemmän kuin tappio yhteensä, joten näiden ollessa pois laskelmista esimerkiksi ensi vuonna, olisi tulos jo noin 450 euroa voitolla. Tulevaisuuden positiivista tulosta puoltaa myös se, että nykyisellään toimeksiantajalta puuttuvat kaikki maataloustuet tuloista. Niiden avulla tulos nousisi selvästi positiiviseksi. Tukea olisi mahdollista arvioiden mukaan saada useita satoja euroja, mutta se vaatisi pientä lisäystä lammasmäärään, jotta tarvittava määrä eläinyksiköitä tulisi täyteen. Yhden lampaan yksikkömäärä on 0,15 yksikköä, joten yhteen kokonaiseen yksikköön vaadittaisiin 7 lammasta. Tänä vuonna tehtävien lammaspöistojen jälkeen määrä jää vaadittua alhaisemmaksi, joten lampaita olisi ostettava lisää tai odotettava seuraavan kevään karitsointia.

Haastatellut lampurit olivat kaikki positiivisia lammastilojen tulevaisuuden ja eritoten niiden kannattavuuden suhteen. Heidän mukaansa kuluttajien kulutustottumukset joissa suositaan yhä enemmän ekologisuuksi ja eettisesti tuotettuja tuotteita, ohjaa asiakkaita ostamaan suoraan tuottajalta jotta tuotteen alkuperä on selvillä. Lisäksi lampaanliha kasvattaa koko ajan suosiotaan ja kaikki myytävissä oleva suomalainen lampaanliha menee kaupaksi. Tämä on hyvä uutinen toimeksiantajan kannalta ja antaa oman painoarvonsa lammastuotteen laajennukseen liittyvään päätöksen tekoon. Vaikka laskelmat näyttävät negatiivisilta juuri nyt, voivat lupaukset paremmasta tulevaisuudesta olla kokeilemisen arvoisia.

## 6 POHDINTA

Valmiin työn tavoitteena oli tuottaa toimeksiantajan yritykselle toimiva liiketoimintasuunnitelma. Tavoite toteutui ja toimeksiantajalla on käytössään valmis liiketoimintasuunnitelma, jonka avulla se voi harjoittaa liiketoimintaansa. Tavoitteena oli myös helpottaa Metsätyö Vääräkosken päätöksentekoa liittyen sen harjoittamaan lammastalouteen. Työ konkretisoi kirjalliseen muotoon kaikki kulut, joita laajennukseen on mennyt, ja mitä lisäkustannuksia se vielä vaatisi kannattavuuden parantamiseksi. Näiden avulla toimeksiantaja pystyy pohtimaan, onko laajennus kannattavaa pitää yrityksessä ja vaatiiko se lisäsijoittamista menestyäkseen.

Työn tuli myös vastata kysymykseen, miten lammastalouteen laajentuminen vaikuttaisi puunkorjuuta harjoittavan yrityksen kannattavuuteen. Työtä analysoimalla voi todeta, ettei laajennuksella ole juuri merkitystä yrityksen tämän hetkiseen kannattavuuteen. Laajennukseen liittyvät tulot ja menot ovat niin pieniä verrattuna päätoimialan liikevaihtoon, ettei laajennus vaikuta yrityksen talouteen millään tavalla. Päätoimialalla kyseessä ovat kymmenentuhannet eurot ja liikevaihto on yli 150 000 euroa, kun lampaiden kohdalla kyse on korkeintaan paristuhannesta eurosta. Lammaslaajennus on vielä tällä hetkellä laskelmien mukaan tappiollinen noin 937 euroa, mutta on huomioitava että laskelmissa ovat mukana alkuinvestoinnit, joten kulut ovat huomattavasti suurempia kuin jatkossa. Näin ollen tilannetta on tarkasteltava uudelleen parin vuoden päästä kun laskelmissa ovat mukana enää juoksevat kulut. Tuolloin tulotkin ovat jo toteutuneita tuloja eikä niitä tarvitse arvioida. Karkeasti arvioiden, kun alkuinvestointeja ei ole mukana laskelmissa, on laajennus kannattava. Tulevaisuuden kannattavuutta tukee myös tämän hetkinen maataloustukien täysi puuttuminen tuloista. Tukien kanssa toimintaan tulee huomattavasti enemmän tuottoja alkuinvestointien jäädessä lisäksi pois kuluista.

Työn tekeminen oli hyvin haastavaa rajallisen ajan vuoksi. Työn tekeminen pääsi alkamaan vasta lähiopetuksen loputtua tammikuussa 2014. Koulun jälkeen siirryin suoraan työharjoitteluun, jonka ohessa aloitin tämän työn tekemisen. Koulun ja työn ohessa pyöritin puolisoni kanssa maatilaa, joten kirjoittamiseen ei juuri jäänyt aikaa. Välillä voimavarat tuntuivat loppuvan, kun kirjoittamiseen oli otettava aikaa nukkumiselta. Stressiä lisäsi myös maaliskuussa alkaneet karitsoinnit, jotka eivät aina menneet hyvin. Haasteista suurin oli siis aika. Työn tulokseen olen kuitenkin erittäin tyytyväinen.

## LÄHTEET

- Berry, T. 2008. The Plan-As-You-Go Business Plan. United States; Entrepreneur Media Inc.
- Eriksson, P. & Koistinen, K. 2005. Monenlainen tapaustutkimus. Helsinki: Kuluttaja-tutkimuskeskus
- Hankala, E. Lampuri. 2014. Haastattelu 4.4.2014. Wiljakan tila, Ikaalinen. Haastattelija Johanna Kaiponen
- Hirvijoki, A. 2014. Lampuri. Haastattelu 9.4.2014. Hirvijoen tila, Ylöjärvi. Haastattelija Johanna Kaiponen
- Hesso, J. 2013. Hyvä Liiketoimintasuunnitelma. Kauppakamari.
- Jylhä, E., Paasio, A. & Strömmer R. 1997. Menestyvä yritys. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Kakko, K. 2010. Ole muodissa mukana – Aloita käsityöharrastus! Päivitetty 2.3.2010. Tulostettu 4.11.2013. <http://www.terve.fi/vanhemmuus-ja-kasvatus/ole-muodissa-mukana-aloita-kasityoharrastus>
- Kallio, J., Ripatti E. & Tanni K. 2008. Oma yritykseni. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Lehtipuro, K., Kangasaho, E. & Niemelä, T. 1999. Uskalla sinäkin – käytännön tietoa yrittäjäksi aikovalle. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Patentti- ja rekisterihallitus. 2013. Yksityisen elinkeinoharjoittajan muutosilmoitus. [verkkodokumentti]. Päivitetty 18.6.2013. Luettu 2.12.2013. Saatavissa <http://www.prh.fi/fi/kaupparekisteri/yeh/muutokset.html>
- ProAgria Maaseutukeskusten liitto. 2007. Lampaankasvattajan käsikirja. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- ProAgria Pirkanmaa. 2006. Hyvä tapa toimia lammasketjussa. Helsinki: Libris Oy.
- Tiainen, P. 2012. Talouskatsaus joulukuussa 2012. Päivitetty 22.12.2012. Tulostettu 1.11.2013. <http://keskustelu.kauppalehti.fi/5/i/keskustelu/thread.jspa?threadID=219647&tstart=0>
- Viiala, S. Lampuri. 2014. Haastattelu 2.4.2014. Viialan tila, Muhos. Haastattelija Johanna Kaiponen

**LIITTEET**

## Liite 1. Kustannuslaskelma

Lammas	Heinä	Osto	Aidat	Lääkkeet*	Kuivike	Kivennäinen	Rypsi	Tarvikkeet**	Kaura	Sprayfo	Lisäravinteet***	Yhteensä
<b>1</b>	56,88	50	101,14	9,97	7,69	5,00	-	4,08	7,88	-	3,05	<b>245,69</b>
<b>2</b>	56,88	50	101,14	9,97	7,69	5,00	-	4,08	7,88	-	3,05	<b>245,69</b>
<b>3</b>	56,88	130	101,14	38,96	7,69	5,00	7,09	4,08	7,88	-	18,05	<b>376,77</b>
<b>4</b>	56,88	140	101,14	9,97	7,69	5,00	7,09	4,08	7,88	-	3,05	<b>342,78</b>
<b>5</b>	56,88	50	101,14	9,97	7,69	5,00	7,09	4,08	7,88	-	3,05	<b>252,78</b>
<b>6</b>	56,88	50	101,14	9,97	7,69	5,00	7,09	4,08	7,88	-	3,05	<b>252,78</b>
<b>7</b>	56,88	50	101,14	9,97	7,69	5,00	7,09	4,08	7,88	-	3,05	<b>252,78</b>
<b>8</b>	56,88	-	-	-	7,69	5,00	7,09	10,58	-	17,64	3,05	<b>107,93</b>
<b>9</b>	56,88	-	-	-	7,69	5,00	7,09	10,58	-	17,64	3,05	<b>107,93</b>
<b>10</b>	56,88	-	-	-	7,69	5,00	7,09	10,58	-	17,64	3,05	<b>107,93</b>
<b>11</b>	56,88	-	-	-	7,69	5,00	7,09	10,58	-	17,64	3,05	<b>107,93</b>
<b>12</b>	56,88	50	101,14	-	-	5,00	-	4,08	7,88	-	3,05	<b>228,03</b>
											<b>Yhteensä</b>	<b>2629,04</b>

\* Lääkkeet sisältävät Axilur-sisäloishäädön, Coopersec-ulkoloishäädön ja Jodix-joditabletit, sekä lampaalle numero 3 Pro Rumen pötsilääkkeen

\*\* Tarvikkeet sisältävät lämpölampun karitsoille ja ruokinta-astiat kaikille lammaille

\*\*\* Lisäravinteissa ovat suolakivet, vitamiiniliuos ja lampaalle numero kolme Farmarin Seosmelassi

## Liite 2. Tulobudjetti

Lammas	Taljat	Myynti	Liha	Langat	Yhteensä €
1	-	-	-	17,41	<b>17,41</b>
2	45	-	235,2	17,41	<b>297,61</b>
3	-	-	-	17,41	<b>17,41</b>
4	-	-	-	17,41	<b>17,41</b>
5	45	-	235,2	17,41	<b>297,61</b>
6	50	-	235,2	17,41	<b>302,61</b>
7	-	-	-	17,41	<b>17,41</b>
8	60	-	151,2	17,41	<b>228,61</b>
9	-	70	-	17,41	<b>87,41</b>
10	-	70	-	17,41	<b>87,41</b>
11	-	70	-	17,41	<b>87,41</b>
12	65	-	151,2	17,41	<b>233,61</b>
<b>Yhteensä €</b>	<b>265</b>	<b>210</b>	<b>1008</b>	<b>208,9</b>	<b>1691,92</b>

### Liite 3. Haastattelukysymykset

1. Onko lammastilan pitäminen ollut sinulle selkeä valinta alusta alkaen?
2. Kuinka olet päätenyt lampuriksi?
3. Jos et pitäisi lampaita tai joutuisit luopumaan lampaista, olisiko jotain toista eläinrotua, jota voisit pitää niiden sijasta tai niiden rinnalla? (yritystarkoituksessa, ei lemmikinä)
4. Minkä rotuisia lampaita sinulla on ja miksi olet valinnut kyseisen rodun?
5. Onko lampaanpito sinulle työ vai harrastus?
6. Paljonko tilallanne on lampaita?
7. Onko mielestäsi lampaiden määrällä merkitystä lammastilan kannattavuutta ajatellen?
8. Millaisena pidät lammastilojen taloudellista tilannetta tällä hetkellä? (onko lampaasta saataville tuotteille kysyntää, kohtaavatko kysyntä ja tarjonta)
9. Entä tulevaisuudessa, onko kannattavuus kasvussa vai laskussa?
10. Onko tarkoituksenas lähitulevaisuudessa laajentaa lammastoimintaa vai pysyykö toiminta samankokoisena?
11. Millainen elinkaari lampeilla on tilallanne?

## Liite 4. Liiketoimintasuunnitelmapohja

### Sisällys

1. Tiivistelmä
2. Perustiedot yrityksestä
3. Liikeidea ja visio
4. Tuotteet
5. Markkinat
6. Markkinointi
6. Asiakkaat
7. SWOT-analyysi
8. Henkilöstö

### Liitteet

- kassavirtalaskelma
- budjetti