

Jenni Kämäräinen

**LUONNONKASVIEN KOSMETIIKKAKÄYTÖN HAASTEET PIENYRITTÄJÄN
NÄKÖKULMASTA**

LUONNONKASVIEN KOSMETIIKKAKÄYTÖN HAASTEET PIENYRITTÄJÄN NÄKÖKULMASTA

Jenni Kämäräinen
Opinnäytetyö
Syksy 2015
Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma

Tekijä: Jenni Kämäräinen

Opinnäytetyön nimi: Luonnonkasvien kosmetiikkakäytön haasteet pienyrittäjän näkökulmasta

Työn ohjaajat: Kaisu Sipola ja Johanna Kinnunen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2015

Sivumäärä: 73 + 11 liitesivua

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää luonnonkasvien kosmetiikkakäytön haasteita pienyrittäjän näkökulmasta ja löytää niihin ratkaisuja. Selvityksen toimeksiantajia olivat Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin ERIKA-hanke sekä Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen LAPPI LUO II- hanke, joka oli Lapin luonnontuote- ja elintarvikealaa vuosina 2011-2015 kehittävä kattohanke. ERIKA-hankkeessa Ruralia-instituutti ja Oulun ammattikorkeakoulu selvittivät vuonna 2014 yhteistyössä erikoiskasvien liiketoiminnan kehittämisen haasteita ja etsivät niihin ratkaisuja. Suomalaisilta luonnontuotealan yrittäjiltä toivottaisiin uusia tuoteinnovaatioita, kansainvälistä markkinointia ja kotimaisten resurssien hyödyntämistä.

Selvitystä varten haastateltiin touko-kesäkuussa 2014 puhelimitse 18 pienyrittäjästä, jotka käyttivät kosmetiikassaan suomalaisia luonnonkasveja. Haastattelut olivat puolistrukturoituja. Haasteiden kartoituksen ja yrityksiltä saatujen ratkaisuehdotusten lisäksi saatiin uutta tietoa luonnonkasveja kosmetiikassaan käyttäneiden yritysten koosta, toiminnasta ja luonnonkasvien käytöstä.

Haastateltujen mukaan luonnonkasvien kosmetiikkakäyttö lisääntyy tulevaisuudessa ympäristötietoisuuden ja luonnonmukaisuuden arvostuksen kasvaessa. Kysyntään vastaaminen ei ole kuitenkaan helppoa. Uuden kosmetiikkalainsäädännön (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista) vaatimusten täyttäminen on pienyrityksille haasteellista. Yrityksiä koskeva lainsäädäntö tulisi koota yhteen paikkaan ja siitä pitäisi olla selkeämpi ohjeistus. Tuotteiden turvallisuusselvitysten ja – arviointien teettäminen tulisi helpottaa pienyritysten osalta. Elintarvikkeeksi hyväksytyt raaka-aineet olisi hyvä sallia myös kosmetiikkakäytössä.

Luonnonkasviraaka-aineiden riittämätön saatavuus oli ongelma etenkin kasvua tavoittelevilla yrityksillä. Luonnonkasviraaka-aineiden korjuuteknologia on kehittymätöntä eikä Suomessa ole ammattimaisia sopimustuottajia. Myös luonnontuotealan eri toimijoiden järjestäytymättömyys vaikeuttaa alan kasvua. Luonnontuotealalle tulisikin perustaa valtakunnallinen yhteistyöorganisaatio. Alan eri toimijoiden ammattimaisuutta tulisi lisätä ja jalostusta monipuolistaa.

Markkinointi ja kilpailu ulkomaisia yrityksiä vastaan olivat haasteita lähes kaikissa yrityksissä. Ratkaisuja kilpailussa pärjäämiseen voisivat olla mm. valtakunnallinen kosmetiikka-alan yritysten yhteinen tiedotus- ja verkkokauppaportaali sekä pienyritysten yhteisten tuotesarjojen kehittäminen. Valtion tulisi olla aloitteellisempi kasvuyritysten tukemisessa, kuten suomalaisten yritysten yhteismarkkinoinnin mahdollistamisessa ulkomaisilla messuilla. Vientitukien saanti tulisi mahdollistaa myös mikroyrityksille. Tärkeimpien luonnon raaka-aineiden ja niiden hoitavien vaikutusten tutkimustuloksista olisi apua kosmetiikkatuotteiden markkinoinnissa, siksi tällaisiin tutkimuksiin tulisi saada rahoitusta.

Asiasanat: luonnonkasvit, luonnontuotteet, kosmeettiset tuotteet, yritystoiminta

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Agricultural and Rural Industries

Author: Jenni Kämäräinen

Title of thesis: The challenges of entrepreneurs specializing in nature-based cosmetics

Supervisors: Kaisu Sipola and Johanna Kinnunen

Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2015 Number of pages: 73 + 11

The object of this thesis was to find out the challenges of entrepreneurs specializing in nature-based cosmetics and to find solutions to these problems. Natural plants in entrepreneurship: EU Novel Foods Regulation regarding products based on natural plants (ERIKA) was a project of Ruralia Institute (University of Helsinki) and the first principal of this report. Ruralia Institute and Oulu University of Applied Sciences researched the challenges of natural plants in entrepreneurship in cooperation in 2014. New innovations, international marketing and an exploitation of the national resources are hoped for from Finnish entrepreneurs. LAPPI LUO II-project was the second principal of this report. It was the project of MTT Agrifood Research Finland in 2011-2015.

Eighteen companies were interviewed to this report by telephone in May and in June 2014. These companies used Finnish natural plants in their cosmetics. Interviews were half-structured. In this report were found out the challenges and the opinions of the companies and also an new information of the size, the action and the natural plant using of the companies.

According to the firms using wild plants in cosmetic products will grow, because environmental consciousness and the appreciation of naturalness will increase more and more in future. The biggest challenges of the entrepreneurs specializing in nature-based cosmetics were mainly the new demands of legislation of cosmetics (EU Cosmetic Products Regulation (EC) No 1223/2009). Many companies had difficulties in mastering legislation, in entering to Cosmetic Products Notification Portal (CPNP) and in having experts do a safety report and a safety assessment. The requirements of the legislation were difficult to fulfil and they were too expensive. Guidance with legislation should be more unambiguous. Safety reports and safety assessments should be easier to small companies.

Startup firms had problems in the availability of raw materials based on wild plants, undeveloped technology in wild plant harvesting and lack of suppliers of raw material. Also lack of cooperation in natural product field was a problem. Diversification of the processing of wild plants and further processing would be important. Marketing and competition with foreign companies were other challenges of the companies. Depending on a firm the problems were lack of time, money and know-how. A common national webstore portal of cosmetics companies and a common line of nature-based cosmetics of small businesses would be possible solutions. The government should support startup firms more actively. Also it should be possible for small enterprises to get export subsidy. The state should also enable joint marketing with Finnish companies in international fairs. Sponsoring of research of the most important wild plants would be important. Marketing would be easier if current test results could be shown.

Keywords: wild plants, natural products, cosmetic products, nature-based cosmetics, entrepreneurship

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	7
2 SELVITYKSEN TAUSTAA	8
2.1 Erikoiskasvien liiketoiminnan kehittämisen haasteet -hanke	8
2.2 Lapin luonnontuote- ja elintarvikealaa kehittävä kattohanke LAPPI LUO	8
2.3 Kosmetiikka-asetus	9
2.5 Aiemmat tutkimukset	12
3 AINEISTO JA MENETELMÄT	13
4 TULOKSET	15
4.1 Haastateltujen yritysten taustatietoja	15
4.2 Luonnonkasvien käyttö yritysten kosmetiikkatuotteissa	18
4.3 Yritysten toimintatavat kosmetiikan valmistajina	23
4.4 Kosmetiikka-alan liiketoiminnan haasteet ja niiden mahdollisia ratkaisuja	27
4.4.1 Kilpailu	30
4.4.2 Markkinointi	33
4.4.3 Lainsäädännön vaatimukset	36
4.4.4 Luonnonkasviraaka-aineiden hyödyntäminen	44
4.4.5 Tiedon puute	50
4.4.7 Tuotekehitys	53
4.4.8 Muut haasteet	54
4.5 Yritysten toiminnan edistäminen ja tukeminen	55
4.5.1 Alihankintaketjun kehittäminen	56
4.5.2 Markkinointi	57
4.5.3 Koulutus	57
4.5.4 Lainsäädännön vaatimukset	59
4.5.5 Tuotekehitys	59
4.5.6 Rahoitus	59
4.5.7 Pakkausten suunnittelu	60
4.5.8 Muut esille tulleet tuen tarpeet	60

4.6 Alan tulevaisuuden näkymät	63
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	65
6 POHDINTA	69
LÄHTEET	72
LIITE 1	74
LIITE 2	78

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä kartoitetaan pienyritysten näkökulmasta luonnonkasvien kosmetiikkakäytön haasteita ja etsitään niihin ratkaisuja. Selvityksessä haastatellaan puhelimitse pienyrityksiä, jotka käyttävät kosmetiikkatuotteissaan suomalaisia luonnonkasveja. Tarkoituksena on muun muassa selvittää, onko yrityksillä vaikeuksia Euroopan Unionissa 11.1.2010 voimaan tulleen kosmetiikka-asetuksen (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista) vaatimusten noudattamisessa. Asetusta on sovellettu pääasiallisesti 11.7.2013 alkaen. Asetuksessa vaaditaan muun muassa, että jokainen kosmeettinen valmiste tulee rekisteröidä EU:n komission rekisteriin ja valmisteesta on tehtävä turvallisuus selvitys, jonka arvioi pätevä arvioija. Selvityksessä kartoitetaan myös muita yritystoimintaan liittyviä haasteita.

Selvityksen toimeksiantajina ovat Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin Erikoiskasvien liiketoiminnan kehittämisen haasteet (ERIKA) -hanke sekä Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskussen (MTT) – nykyisen Luonnonvarakeskuksen – Lapin luonnontuote- ja elintarvikealaa kehittävä kattohanke (LAPPI LUO II). Hankkeita rahoitetaan Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahastosta (maaseuturahasto). LAPPI LUO -hanketta rahoittaa myös Lapin elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Oulun ammattikorkeakoulu (Oamk) toimii ERIKA-hankkeen osatoteuttajana.

Selvityksen hyödynsaajina ovat suomalaisten kosmetiikkayritysten lisäksi luonnonkasveja hyödyntävät yritykset, neuvonta-, koulutus- ja viranomaissektorit. Liiketoiminnallisten haasteiden kartoitus auttaa kohdentamaan kehittämistoimenpiteitä yritysten kannalta merkittävimpiin ongelma-kohtiin.

Käsitteellä luonnonkasvi tarkoitetaan tässä selvityksessä Suomen luonnonvaraisia tai luonnosta viljelyyn otettuja luonnonmarjoja ja -yrtejä. Myös terva, mahla, pihka sekä hoito- ja kylpyturve ovat mukana selvityksessä. Selvityksessä sivutaan myös muita viljeltyjä kasveja, kuten porkkanaa, minttua ja mansikkaa. Kosmeettisia valmisteita ovat kosmetiikka-asetuksen mukaan aineet tai seokset, jotka on tarkoitettu ihmiskehon ulkoisten osien tai hampaiden ja suuontelon limakalvojen puhdistamiseksi, tuoksun muuttamiseksi, hajujen poistamiseksi, ulkonäön muuttamiseksi, suojaamiseksi tai kunnossa pitämiseksi (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista, art. 2.1.a).

2 SELVITYKSEN TAUSTAA

2.1 Erikoiskasvien liiketoiminnan kehittämisen haasteet -hanke

Tämä selvitys oli osa Erikoiskasvien liiketoiminnan kehittämisen haasteet (ERIKA) -hanketta. ERIKA oli vuonna 2014 toteutettu projekti, jossa Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti ja Oulun ammattikorkeakoulu yhteistyössä selvittivät uuselintarvikeasetuksen ja - ohjeistuksen yritysvaikutuksia, luonnonkasvien elintarvikekäyttöä muissa EU-maissa, eri EU-maiden käytäntöjä ja valvontaohjeistoja, luonnontuotteiden verotuskäytäntöjä, yrittäjäkoulutuksen järjestelmän ja - rekisterin merkitystä sekä luonnontuotteiden kosmetiikkakäytön ongelmia pienyrittäjien näkökulmasta. Suomalaisilta luonnontuotealan yrittäjiltä toivotaan uusia tuoteinnovaatioita, kansainvälistä markkinointia ja kotimaisten resurssien hyödyntämistä, sillä kysyntä luonnonkasveihin perustuville elintarvikkeille ja -kosmetiikalle on jatkuvasti vahvistumassa. (Erikoiskasvien liiketoiminnan kehittämisen haasteet 2014.) ERIKA -hankkeessa tehtyjen selvitysten tavoitteena oli saada tietoa luonnontuotealan kehittämistä varten.

Projektisuunnittelija Johanna Kinnunen Oulun ammattikorkeakoulusta toimi selvityksen tekijän pääasiallisena ohjaajana toimeksiantajien osalta touko-kesäkuun ajan. Hän antoi neuvoja muun muassa haastattelulomakkeen ja haastattelujen suhteen sekä opasti raportin kirjoittamisessa.

2.2 Lapin luonnontuote- ja elintarvikealaa kehittävä kattohanke LAPPI LUO

Luonnontuote- ja elintarviketoimialojen kehittämishanke LAPPI LUO - työohjelma oli EU:n maaseuturahaston ja Lapin ELY -keskuksen rahoittama MTT Rovaniemen hallinnoima hanke, joka oli toinen tämän opinnäytetyön selvitysosuuden toimeksiantajista. LAPPI LUO oli Lapin luonnontuote- ja elintarvikealaa kehittävä kattohanke, joka edisti Lapin alueellisen maaseudun kehittämissuunnitelman 2007 – 2013 toteutumista luonnontuotealan ja elintarvikealan osalta. LAPPI LUO II -jatkohankkeen toiminta-aika oli 1.4.2011 - 28.2.2015. Hankkeen tavoitteena olivat muun muassa Lapin luonnontuote- ja elintarvikealan toimintaedellytysten edistäminen, alan tiedon lisääminen, kehittämistyön ohjauksen vahvistaminen sekä yrittäjyyden ja työmahdollisuuksien lisääminen. (Luonnonvarakeskus 2014, viitattu 24.1.2015.)

2.3 Kosmetiikka-asetus

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista tuli voimaan 11.1.2010 ja sitä on sovellettu pääasiallisesti 11.7.2013 alkaen. Asetus on sellaisenaan voimassa kaikissa EU:n jäsenvaltioissa. (Tukes 2015, viitattu 28.4.2015.) Keskeisimmät muutokset aiempaan lainsäädäntöön verrattuna liittyvät muun muassa vastuuhenkilön ja jakelijan velvollisuuksiin, ilmoitusmenettelyyn ja tuotetietoihin (turvallisuus selvitys ja turvallisuusarvioinnin tekijä) (Tiivistelmä EU:n kosmetiikka-asetuksen (EY) N:o 1223/2009 keskeisistä asioista 2013, viitattu 16.4.2015).

Markkinoille saa tuoda vain sellaisia kosmeettisia valmisteita, joille on nimetty vastuuhenkilö. Vastuuhenkilön velvollisuus on varmistaa, että tuote on kosmetiikka-asetuksen vaatimusten mukainen (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista, art. 4.1.–4.2.) Vastuuhenkilö voi olla kosmeettisen valmisteen valmistaja, maahantuoja tai jakelija. Vastuuhenkilö voi olla myös yhteisöön sijoittautunut henkilö, joka on valmistajan tai EU/ETA-maahantuojan kirjallisella sopimuksella nimeämä ja suostunut vastuuhenkilöksi kirjallisesti. (Tiivistelmä EU:n kosmetiikka-asetuksen (EY) N:o 1223/2009 keskeisistä asioista 2013, viitattu 16.4.2015.) Jakelijalla tarkoitetaan toimitusketjuun kuuluvaa luonnollista henkilöä tai oikeushenkilöä, joka asettaa kosmeettisen valmisteen saataville yhteisön markkinoilla, mutta ei ole valmistaja eikä maahantuoja. (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista, art.2.1.)

Vastuuhenkilön tulee ennen tuotteen markkinoille saattamista toimittaa valmisteen tuotetiedot sähköisesti EU:n komissiolle (sama, art.13.1.). Kaikki markkinoilla olevat kosmetiikkatuotteet tulee ilmoittaa komission tietokantaan Cosmetic Products Notification Portal (CPNP) osoitteessa <https://webgate.ec.europa.eu/cpnp>. Tämä koskee myös jo markkinoilla olevia tuotteita, jos niitä saatetaan markkinoille vielä 11.7.2013 jälkeen. Vaatimus koskee myös tuotteita, jotka on ilmoitettu Turvallisuus- ja kemikaalivirastolle (Tukes) vanhan lainsäädännön vaatimusten mukaisesti. (Tiivistelmä EU:n kosmetiikka-asetuksen (EY) N:o 1223/2009 keskeisistä asioista, viitattu 16.4.2015.) Vastuuhenkilön on pidettävä yllä kosmeettisen valmisteen tuotetietoja markkinoille saattamisesta lähtien 10 vuoden ajan (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista, art.11.). Toimivaltaisten viranomaisten pyynnöstä vastuuhenkilöiden ja jakelijoiden on tarvittaessa kolmen vuoden ajalta nimettävä jakelijat ja vastuuhenkilöt, joille he ovat toimittaneet kyseistä kosmeettista valmistetta (sama, art 7.).

Kosmetiikkatuotteet on valmistettava hyvän tuotantotavan mukaisesti (sama, art.8.). Näytteenotto ja analyysi tulee tehdä luotettavalla ja toistettavalla tavalla (sama, art.12.1.). Hyvästä tuotantotavasta on saatavina suomenkielinen ohje Suomen Standardisoimisliitto SFS:stä. ”Ohjeet koskevat mm. kosmeettisten valmisteiden tuotantoa, tarkastusta, varastointia ja toimittamista.” (Tukes 2015, viitattu 28.4.2015.)

Kosmeettisen valmisteen turvallisuusselvityksen tulee sisältää muun muassa seuraavat tiedot: kosmeettisen valmisteen määrällinen ja laadullinen koostumus, fysikaaliset tai kemialliset ominaisuudet ja säilyvyys, mikrobiologinen laatu, epäpuhtaudet, jäämät sekä pakkausmateriaalia koskevat tiedot. Selvityksessä on myös kerrottava tavanomainen ja kohtuullisesti ennakoitavissa oleva käyttö sekä kosmeettiselle valmisteelle altistuminen eli käyttöalue, käyttöpinta-ala, käyttömäärä, käytön kesto ja tiheys, tavanomainen ja kohtuullisesti ennakoitavissa oleva altistumistapa ja kohderyhmät. Turvallisuusselvityksessä tulee myös ilmoittaa aineiden toksikologinen profiili, ei-toivotut vaikutukset ja vakavat ei-toivotut vaikutukset ja muut asiaankuuluvat tiedot, kuten vapaaehtoisilla henkilöillä tehtyjen tutkimusten tulokset. (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista, LIITE 1.)

Tuotteen turvallisuusarviointi tehdään turvallisuusselvityksen pohjalta. Turvallisuusarvioija tekee päätelmät siitä, onko kosmeettinen valmiste turvallinen ihmisten terveydelle tavanomaisissa tai kohtuudella ennakoitavissa olosuhteissa käytettynä. Päätelmä tulee perustella tieteellisellä päätelyllä. Arvioinnin tulee sisältää arvioivan henkilön nimi ja osoite sekä todistus hänen pätevydestään. (sama, LIITE 1.) Turvallisuuden arvioijalla tulee olla ”farmasian, toksikologian tai lääketieteen alalta tai vastaavalta tieteenalalta teoreettisten ja käytännönopintojen tutkintotodistus tai muu muodollista kelpoisuutta osoittava asiakirja” (sama, art. 9.2.).

Kosmeettisen valmisteen pakkauksessa tulee olla seuraavat pakolliset tiedot:

- vastuuhenkilön nimi tai toiminimi sekä osoite
- sisältö sekä paino tai tilavuus
- vähimmäissäilyvyysaika (kuukausi ja vuosi)
- käytössä noudatettavat erityiset varotoimenpiteet
- kosmeettisen valmisteen eränumero tai tunniste
- kosmeettisen valmisteen tarkoitus
- luettelo valmisteen ainesosista (jonka edellä oltava termi ”ingredients”)

(Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista, art.19.1.)

Tietojen tulee olla pakkauksessa sekä suomeksi että ruotsiksi (Tiivistelmä EU:n kosmetiikka-asetuksen (EY) N:o 1223/2009 keskeisistä asioista 2013, viitattu 16.4.2015).

Tarkempia tietoja kosmetiikka-asetuksesta löytyy muun muassa Turvallisuus- ja kemikaaliviraston internet-sivuilta <http://www.tukes.fi/fi/Toimialat/Kemikaalit-biosidit-ja-kasvinsuojeluaineet/Teollisuus-ja-kuluttajakemikaalit/Kosmetiikka/>

Kyseiseltä sivustolta löytyy linkki *Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukseen (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista*. Kooste keskeisimmistä asioista löytyy kohdasta *Tiivistelmä EU:n kosmetiikka-asetuksen (EY) N:o 1223/2009 keskeisistä asioista*. Myös esimerkiksi Helsingin Rurallia-instituutin raportissa 103 *Luonnosta kauneutta, Luonnontuotteiden hyödyntämiseen liittyvät osaamistarpeet kauneudenhoitoalalla* (Partanen 2013, 13–16) kerrotaan nykyisestä kosmetiikkalainsäädännöstä.

2.4 Laki kosmeettisista valmisteista

Suomessa on voimassa laki kosmeettisista valmisteista 492/2013. Jos kosmetiikka-asetuksen 2 artiklassa tarkoitettu maahantuoja, valmistaja, jakelija tai 4 artiklassa tarkoitettu vastuuhenkilö (toiminnanharjoittaja) ei noudata EU:n kosmetiikka-asetuksen säännöksiä, valvontaviranomainen voi kieltää toiminnanharjoittajaa jatkamasta tai toistamasta säännösten vastaista menettelyä ja määrätä toiminnanharjoittajan tekemään välttämättömät toimenpiteet riskin poistamiseksi. Valvontaviranomainen voi myös itse toteuttaa tällaiset toimenpiteet toiminnanharjoittajan kustannuksella tai määrätä toiminnanharjoittajan muutoin täyttämään tässä laissa tai EU:n kosmetiikka-asetuksessa säädetyt velvoitteet. (Laki kosmeettisista valmisteista 492/2013, 3:7 §.)

Valvontaviranomainen voi kieltää toiminnanharjoittajaa saattamasta lainsäädännön vastaista kosmeettista valmistetta markkinoille ja määrätä toiminnanharjoittajan tehokkaasti ja välittömästi poistamaan tällaiset valmisteet markkinoilta. Valvontaviranomainen voi myös keskeyttää valmistuksen tai tuotannon siltä osin kuin se on välttämätöntä riskin torjumiseksi. Valvontaviranomaisen on toimittava asiassa kiireellisesti. (Laki kosmeettisista valmisteista 492/2013, 3:7 §.) ”Lainsääd-

dännön kosmeettisille valmisteille asettamien velvoitteiden noudattamista valvovia viranomaisia ovat Suomessa Tukes ja Tulli.” Tukes valvoo markkinoilla olevia valmisteita ja Tulli kosmetiikan maahantuontia ETA-alueen ulkopuolelta. (Tukes 2015, viitattu 28.4.2015.)

2.5 Aiemmat tutkimukset

Luonnonkasvien kosmetiikkakäyttöä pienyrittäjien näkökulmasta ei ole aiemmin juurikaan selvitetty. Viime aikoina on tehty joitakin selvityksiä, jotka liittyvät luonnonkasvien kosmetiikkakäyttöön ja haasteisiin yritystoiminnassa. Kosmetologeilta ja kampaajilta on tiedusteltu muun muassa luonnonkasvien käytöstä. Vastausten mukaan näiden alojen pienyrittäjille ja kouluihin tarvitaan koulutusta siitä, miten lainsäädännölliset asiat hoidetaan pienimuotoisessa kosmetiikan valmistuksessa ja miten turvallisuus tällöin varmistetaan hyvien tuotantotapojen mukaisesti. Luonnosta saatavien raaka-aineiden turvallisuuden ja soveltumismahdollisuuksien tutkimusta erilaisilla menetelmillä pidettiin tärkeänä, samoin luonnon raaka-aineisiin liittyvän perinnetiedon oikeellisuuden selvittämisestä. (Partanen 2013, 49.)

Myös luonnontuotteiden käyttöä hyvinvointituotteissa ja -palveluissa sekä kosmetiikka-alalla on kartoitettu Etelä-Pohjanmaalla, Lapissa ja Pohjois-Pohjanmaalla. Kartoituksen mukaan luonnonkosmetiikan kysyntä on Suomessa vähäistä muuhun Eurooppaan verrattuna, ja luonnontuoteperäisten hyvinvointi- ja kosmetiikkatuotteiden käyttöä pitäisikin pyrkiä lisäämään. Kauneudenhoitoalan yritykset, kosmetologit ja parturi-kampaajat ovat kiinnostuneita lisäämään suomalaisiin luonnontuotteisiin perustuvien tuotteiden käyttöä. Luonnontuotealan tietämys erityisesti tuoteturvallisuuden ja lainsäädäntöön liittyen on yrityksissä vähäistä. Jotkut hyvinvointipalveluyritykset hyödyntävät toiminnassaan vain valmiina ostettuja kosmetiikkatuotesarjoja, toiset puolestaan hyödyntävät hoitopalveluissaan itse valmistamiaan hoitotuotteita, kuten erilaisia yrttiöljyjä, -voiteita sekä -kylpysekoituksia. (Kinnunen, Manninen & Peltola 2014, 8, 11, 24.)

Luonnontuotealan innovaatioverkosto ja toimialan uudet mahdollisuudet – eli LT-INNO-hankkeessa toteutetuissa nykytilaselvityksissä sekä työpajoissa on arvioitu luonnontuotealan kehittämistarpeita. Luonnontuotealan haasteina mainittiin muun muassa kotimaisen raaka-aineen saatavuus ja alhainen jalostusaste, tutkimustiedon ja teknologian puute ja hidas käyttöönotto, alhainen toimijoiden verkostoituminen, markkinoille pääsy, yrittäjätaitojen puute sekä lainsäädännölliset epäselvyydet. (Vaara & Miina 2014, 13.)

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa luonnonkasvien kosmetiikkakäytön haasteita pienyritysten näkökulmasta sekä löytää niihin ratkaisukeinoja. Tavoitteena oli haastatella kahtakymmentä kosmetiikkaa valmistavaa yritystä, jotka käyttävät kosmetiikkatuotteissaan suomalaisia luonnonkasveja tai tervaa, mahlaa, pihkaa tai hoito- ja kylpyturvetta. Haastateltaviksi valittiin pääasiassa pienyrityksiä, joiden tiedettiin tai oletettiin käyttävän kosmetiikkatuotteissaan suomalaisia luonnonkasveja. Myös muutamia isompia kosmetiikka-alan yrityksiä pyydettiin vertailun vuoksi mukaan selvitykseen.

Selvitykseen valittujen yritysten yhteystiedot saatiin pääasiassa Luonnontuotealan innovaatioverkosto ja toimialan uudet mahdollisuudet (LT-INNO) -hankkeessa kootuista luonnontuotealan yritysluetteloista. Oulun ammattikorkeakoulu on toiminut kyseisessä hankkeessa osatoteuttajana. Yhteystietoja saatiin selville jonkin verran myös muiden kontaktien kautta. Selvityksessä lähestyttiin yhteensä 31 eri yritystä joko sähköpostilla tai sähköpostin ja puhelimen välityksellä. Etukäteen ajateltiin, että haastattelujen ajankohta oli huono yritysten kevätkiireiden takia. Yritykset kokivat ilmeisesti aiheen tärkeäksi, koska eri puolilta maata saatiin yhteensä 18 haastateltavaa.

Yrityksiin lähetettiin ensin haastattelupyynnö sähköpostitse. Jos yrityksen edustaja ei heti vastannut viestiin, hänelle soitettiin. Tällä tavoin haastateltavia saatiin paljon enemmän kuin jos olisi jätetty ainoastaan haastattelupyynnö sähköpostiin. Haastatteluun suostuneille lähetettiin haastattelulomake etukäteen tutustuttavaksi. Haastattelut tehtiin puhelimitse haastattelulomakkeen (Liite 1) pohjalta. Ajankohta oli toukokuun puolivälistä kesäkuun alkuun vuonna 2014. Haastattelumenetelmänä käytettiin puolistrukturoitua haastattelua. Haastattelulomakkeessa oli niin suljettuja kuin avoimiakin kysymyksiä. Yrityksille annettiin paljon mahdollisuuksia avoimiin vastauksiin, jotta saataisiin etenkin mahdollisia ratkaisuja yritysten ongelmiin. Monien kysymysten pohjalta haastatellut saivat vapaasti kertoa ajatuksiaan. Vastaukset kirjattiin puhelun aikana ylös ja tarkistettiin heti puhelun jälkeen. Haastattelulomakkeen valmiit pohjat nopeuttivat kirjoittamista. Puhelinhaastattelujen kesto oli haastatellusta riippuen 20 – 70 minuuttia. Keskimäärin haastattelun pituus oli noin 40 minuuttia. Kolme yritystä osallistui selvitykseen vastaamalla haastattelurungon kysymyksiin sähköpostitse.

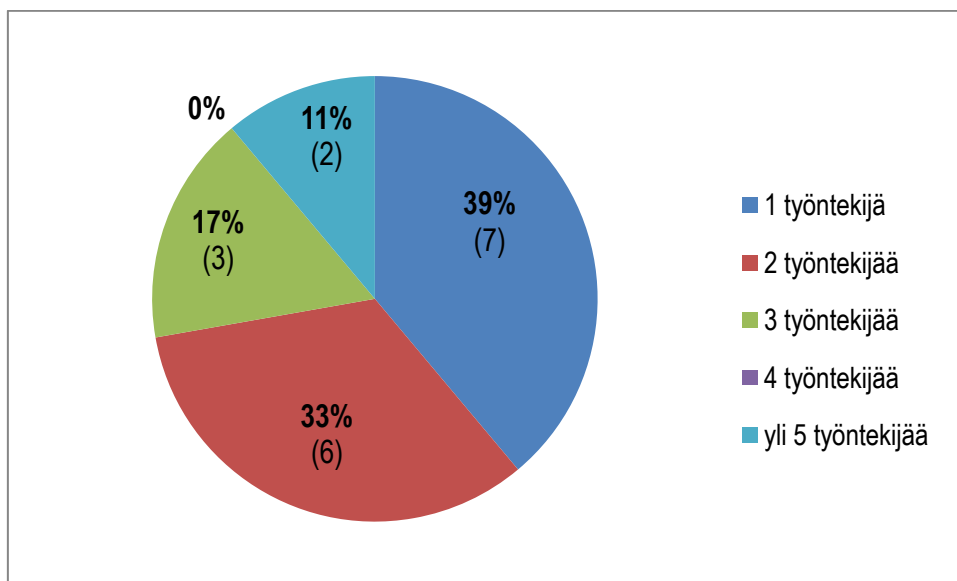
Vastauksista koostettiin raportti kesäkuun 2014 loppuun mennessä ja toimitettiin toimeksiantajille, jotka julkaisivat sen liitteenä Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin raportissa 146 *No saako sitä väinönputkea käyttää vai ei? Luonnontuotealan yrittäjien haasteita* (Keskinarkaus, Kinnunen, Kämäräinen & Tikkanen-Kaukanen 2014, 55–83). Selvitystä jatkettiin tämän jälkeen opinnäyte-työksi, jolloin siihen sisällytettiin muun muassa teoriaosuus, pohdinta ja liitteet.

4 TULOKSET

4.1 Haastateltujen yritysten taustatietoja

Vakituisten työntekijöiden määrä

Yrityksissä oli vakituista työntekijöitä pääosin yhdestä kolmeen. Seitsemässä yrityksessä oli vakituista työntekijänä vain yrittäjä itse. Kolmanneksella yrityksistä oli puolestaan kaksi vakituista työntekijää. Vain kahdessa yrityksessä oli yli viisi vakituista työntekijää. (Kuvio 1.) Selvitykseen osallistuneet yritykset olivat siis mikroyrityksiä kahta lukuun ottamatta. Monet mainitsivat, että yrityksissä oli etenkin sesonkiaikoina myös määräaikaista työntekijöitä tai perheenjäseniä apuvoimana.

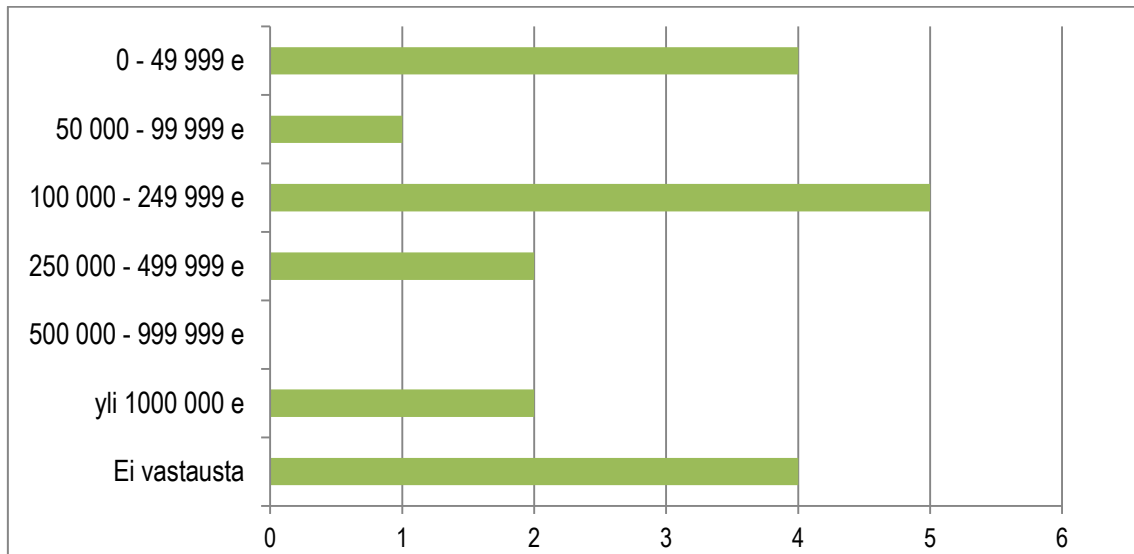


KUVIO 1. Vakituisten työntekijöiden määrä haastatelluissa yrityksissä prosentteina ja suluisissa lukumäärinä. (n = 18)

Liikevaihto

Yritysten liikevaihto vaihteli paljon. Muutamissa yrityksissä liikevaihto oli alle 50 000 euroa. Melkein kolmanneksella liikevaihto oli 100 000 - 249 999 euroa. Vain kahden yrityksen liikevaihto oli

yli miljoona euroa. Haastatelluista neljä ei kertonut liikevaihtoaan. (Kuvio 2.) Kolme liikevaihtonsa kertomatta jättäneistä yrityksistä valmisti kosmetiikkaa vain vähän muun työnsä ohella, yhdellä niistä kosmetiikan valmistus oli vasta aluillaan. Neljäs liikevaihtonsa kertomatta jättäneistä yrityksistä mainitsi liikevaihtonsa olevan alle 500 000 euroa.



KUVIO 2. Yritysten liikevaihtojen jakaantuminen (n = 18)

Keskeisimmät tuotteet ja palvelut

Puolella yrityksistä kosmetiikkatuotteiden valmistus ei ollut pääasiallinen elinkeino. Se oli esimerkiksi pieni osa liiketoimintaa, sivutoiminen työ tai harrastus. Nämä yritykset keskittyivät päätoimeenaan muiden kuin kosmetiikkatuotteiden tuottamiseen ja valmistamiseen. Tuotteiden raaka-aineet olivat lähinnä kasvi- tai eläinperäisiä. Osalla päätyönä oli erilaisten hoitopalveluiden tarjoaminen.

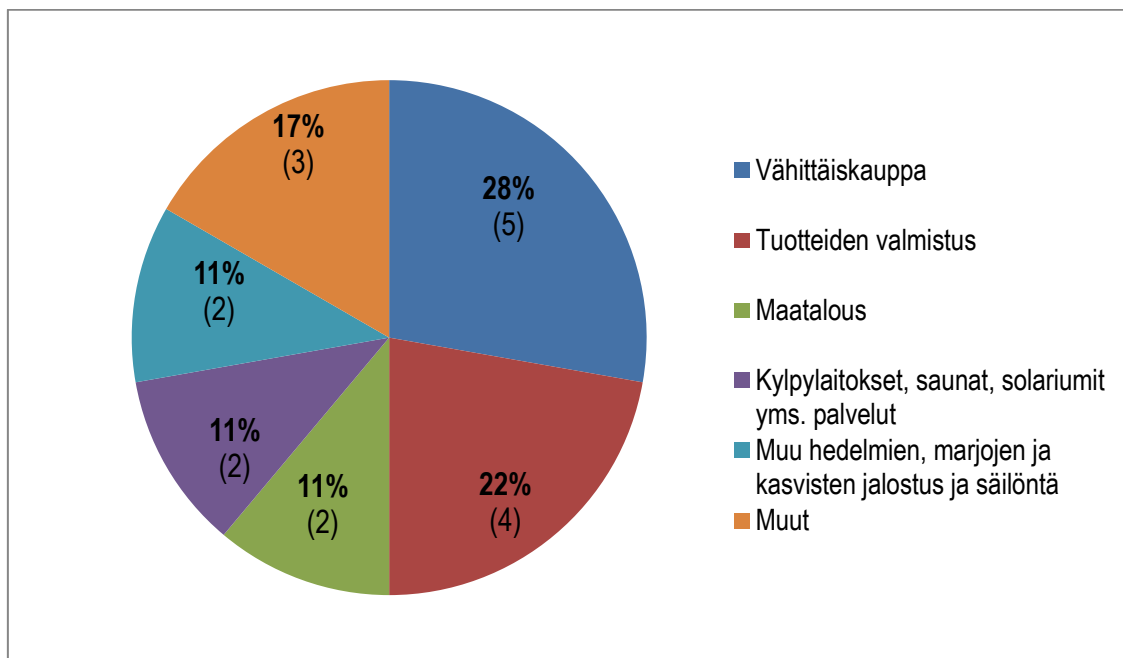
Puolet yrityksistä keskittyi liiketoiminnassaan etupäässä kosmetiikkatuotteiden valmistukseen ja myyntiin. Tosin näilläkin yrityksillä saattoi olla kosmetiikkatuotteiden valmistuksen ohella muuta liiketoimintaa, esimerkiksi viljelyä, muiden tuotteiden valmistusta, kouluttamista tai hoitopalveluita.

Haastateltujen yritysten keskeisimpiä tuotteita tai palveluita olivat muun muassa kosmetiikkatuotteet, hemmottelutuotteet, käsityöt, sisustustarvikkeet, luonnontuotteista valmistetut elintarvikkeet tai muut elintarvikkeet, hoitopalvelut ja kouluttaminen. Yrityksistä neljä mainitsi järjestävänsä kou-

lutuspalveluita ja neljä kertoi tarjoavansa yrityksessään hoitoja, joissa käyttää itse valmistettuja luonnonkasveja sisältäviä kosmetiikkatuotteita.

Päätoimialat

Yritykset olivat päätoimialoiltaan hyvin erilaisia. Päätoimialojen perusteella ei voi tehdä johtopäätöksiä siitä, millaiset yritykset valmistavat kosmetiikkatuotteita päätoimisesti. Viidellä yrityksellä oli päätoimialana vähittäiskauppa, monilla erityisesti luontaistuotteiden vähittäiskauppa. Neljällä yrityksellä oli päätoimialana tiettyjen tuotteiden valmistus (hajuvedet ja hygieniatuotteet, muut puutuotteet; korkki-, olki- ja punontatuotteet, saippua ja pesu-, puhdistus- ja kiillotusaineet ja muualla luokittelemattomat ei-metalliset mineraalituotteet). Muita yritysten päätoimialoja olivat maatalous, kylpylaitokset, saunat, solariumit yms. palvelut sekä muu hedelmien, marjojen ja kasvien jalostus ja säilöntä. Kolmella yrityksellä oli päätoimialana joku muu kuin edellä mainitut alat. (Kuvio 3.) Niiden toimintaan liittyi päätoimialan mukaan testausta ja analysointia, muotoilua ja luonnontuotteiden keruuta.

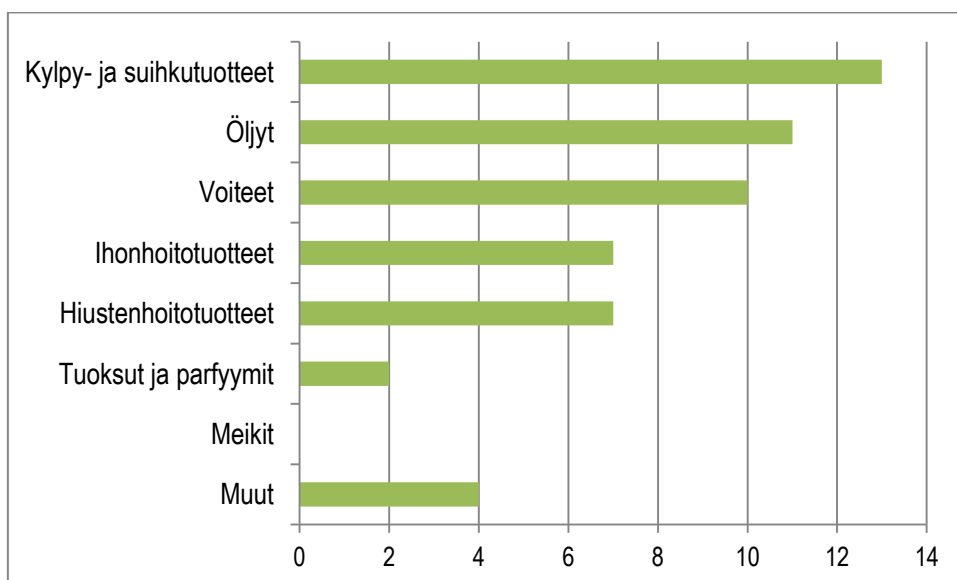


KUVIO 3. Yritysten päätoimialat (Muut = testaus ja analysointi, muotoilu, luonnontuotteiden keruu). Ympyrädiagrammin sisällä olevat luvut tarkoittavat yritysten määrää prosentteina ja suluissa olevat yritysten määrää. (n = 18) (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä, viitattu 14.6.2014.)

4.2 Luonnonkasvien käyttö yritysten kosmetiikkatuotteissa

Luonnonkasvien käyttö eri tuoteryhmissä

Luonnonkasveja käytettiin enimmäkseen kylpy- ja suihkutuotteissa, öljyissä ja voiteissa. Kylpy- ja suihkutuotteet olivat ehkä suosituimpia siksi, että helposti valmistettavat palasaippuat ja kuivatut yrtit yrttikylpyinä luettiin tähän tuoteryhmään. Yli kolmannes käytti luonnonkasveja myös ihonhoitotuotteissa sekä hiustenhoitotuotteissa. Tuoksujen ja parfyymien osalta käyttö oli vähäistä. Kukaan ei käyttänyt luonnonkasveja meikeissä. Neljä haastateltua mainitsi käyttävänsä luonnonkasveja muissa kuin edellä mainituissa tuoteryhmissä. (Kuvio 4.) Muita käyttökohteita olivat mm. saunalöylytuoksut, yrttikääreet, hierontatuotteet ja uutteen.

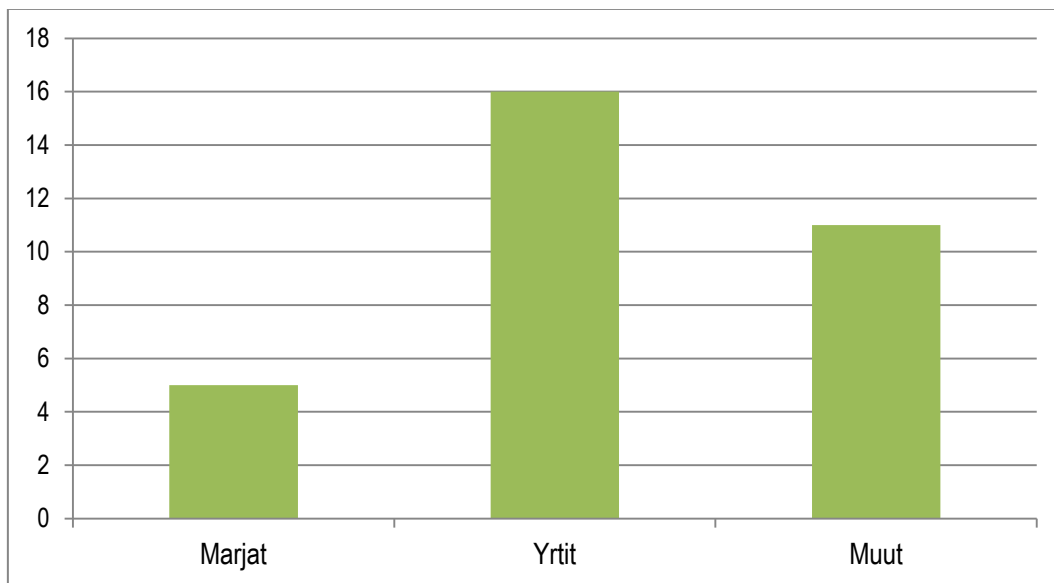


KUVIO 4. Luonnonkasveja sisältävät tuoteryhmät. (Muut = saunalöylytuoksut, yrttikääreet, hierontatuotteet ja uutteen) Luvut tarkoittavat yritysten määrää. Tuoteryhmiä oli mahdollista valita useampia. (n = 18)

Käytetyimmät luonnonkasvit ja erikoisluonnontuotteet

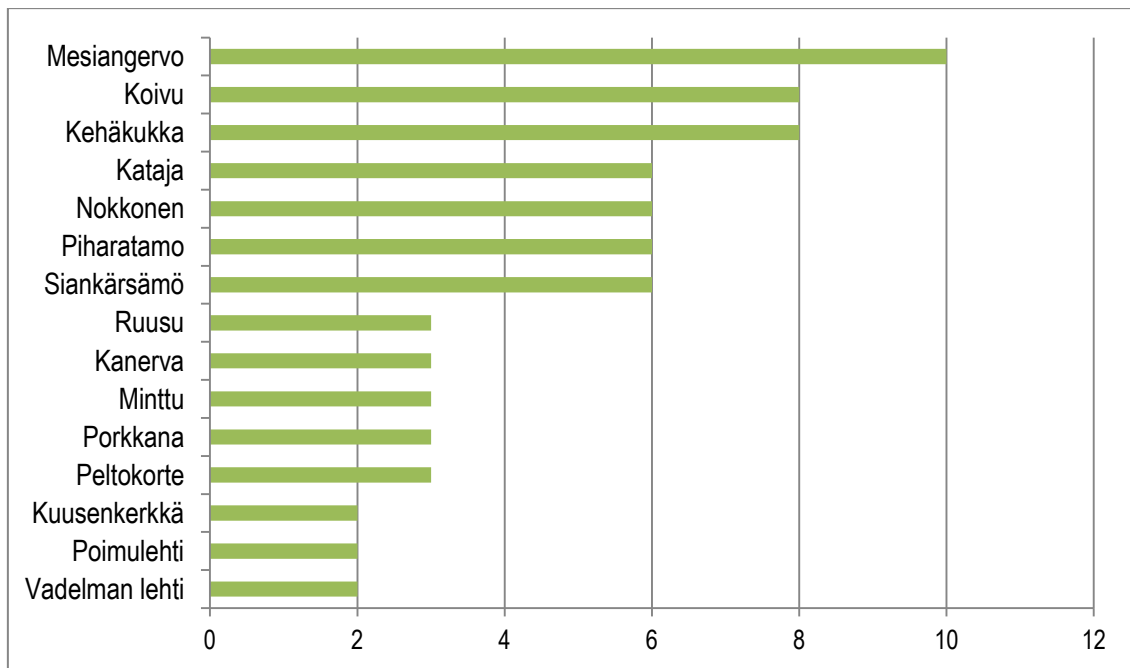
Suurin osa, 16 yritystä, käytti kosmetiikassaan yrttejä. Marjoja käytti viisi ja erikoisluonnontuotteita eli turvetta, pihkaa, tervaa, mahlaa tai koivutislettä 11 yritystä. (Kuvio 5.) Kolmannes yrityksistä käytti kosmetiikassaan vain yrttejä. Ne valmistivat kosmetiikkaa muun työnsä ohessa. Kaksi yri-

tystä käytti vain erikoisluonnontuotteita. Nämä yritykset olivat erikoistuneet tietyn luonnontuotteen jalostamiseen ja kehittivät niistä erilaisia tuotteita. Neljä yritystä käytti kosmetiikassaan niin yrtejä, marjoja kuin erikoisluonnontuotteitakin. Niillä oli varsin monipuolinen tuotevalikoima; joko paljon erilaisia tuoteryhmiä (pääosin öljyt, voiteet, kylpy- ja suihkutuotteet sekä hiustenhoitotuotteet) tai erilaisia muunnelmia samasta tuoteryhmästä. Loput yrityksistä käyttivät kosmetiikassaan joko yrtejä ja marjoja tai yrtejä ja erikoisluonnontuotteita.



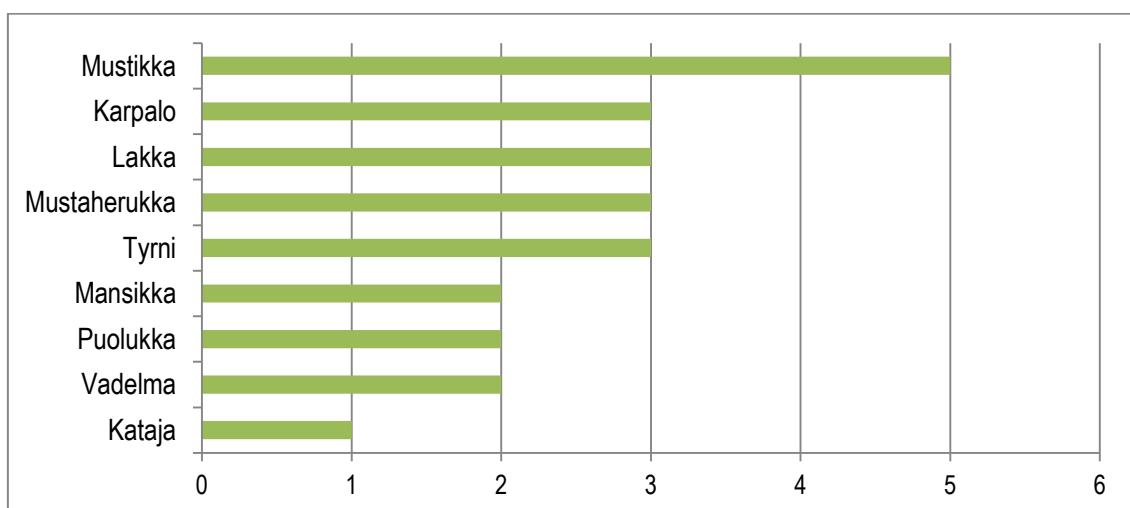
KUVIO 5. Erilaisten luonnontuotteiden esiintyminen yritysten kosmetiikkatuotteissa. Luvut kuvaavat yritysten määrää. Vastaajien oli mahdollista valita useita vaihtoehtoja. (n = 18)

Kasvilajeittain tarkasteltuna käytetyin yrtti oli mesiangervo. Yli puolet mainitsi käyttävänsä sitä kosmetiikkatuotteissaan. Koivua ja kehäkukkaa käytettiin toiseksi eniten. Myös kataja, nokkonen, piharatamo ja siankärsämä olivat suosittuja: kolmannes käytti niitä. (Kuvio 6.) Vähemmän käytettyjä yrtejä, joita ei ole mainittu kuviossa 6, olivat hamppu, keto-orvokki, maarianheinä, maitohorsma, mäkikuisma, niittyhumala, pihatatar, pihatähtimö, pihlaja, piparminttu, poimulehti, punaapila, rohtoraunioyrtti, rosmariini, ruusunjuuri, sitruunamelissa, suopursu, timjami, voikukka ja väinönputki.



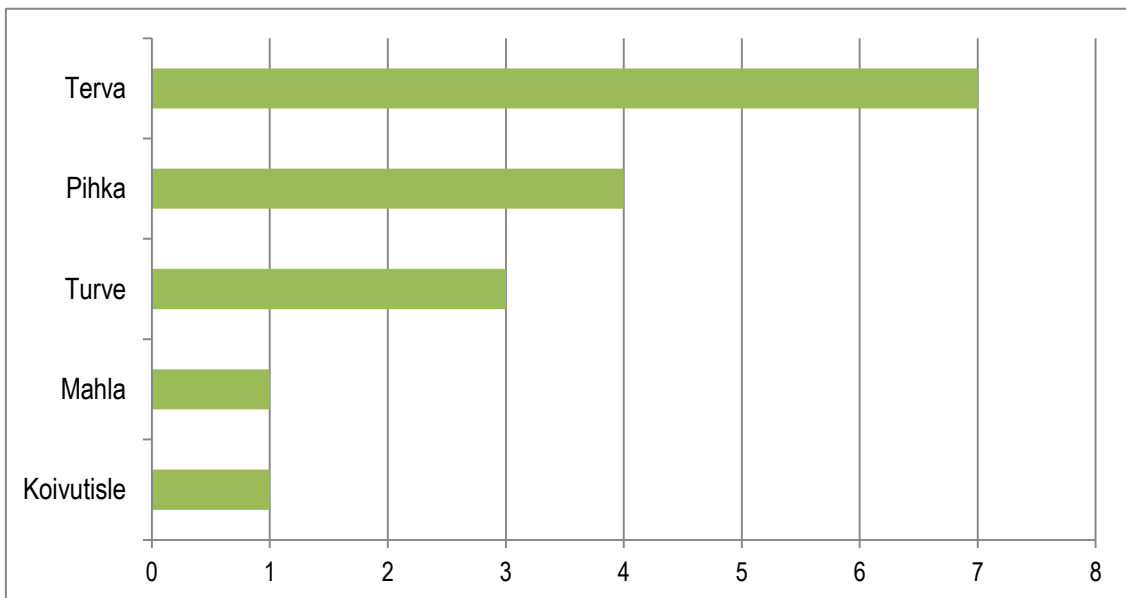
KUVIO 6. Käytetyimmät yrtit yrityksissä, jotka käyttivät kosmetiikassaan yrtejä. Luvut kuvaavat yritysten määrää. Vastaajilla oli mahdollisuus mainita kaikki käyttämänsä yrtit. (n = 16)

Suosituin marja oli mustikka. Viisi yritystä käytti sitä kosmetiikassaan. Tyrniä, karpaloa, mustaherukkaa ja lakkaa käytettiin muutamissa yrityksissä. Vähemmän käytettyjä marjoja olivat mansikka, puolukka, vadelma ja kataja. (Kuvio 7.)



KUVIO 7. Eri marjalajien käyttö yrityksissä, jotka käyttivät kosmetiikkatuotteissaan marjoja. Luvut kuvaavat yritysten määrää. Vastaajat saivat mainita kaikki käyttämänsä marjalajit. (n = 5)

Erikoisluonnontuotteista suosituin raaka-aine oli terva. Sitä käytti noin kolmannes yrityksistä. Pihkaa ja turvetta käytettiin jonkin verran. Yksi yritys käytti mahlaa, samoin koivutislettä käytti yksi yritys. (Kuvio 8.)



KUVIO 8. Erikoisluonnontuotteiden käyttö niitä käyttäneiden yritysten kosmetiikkatuotteissa. Luvut kuvaavat yritysten määrää. Vastaajien oli mahdollista mainita kaikki käyttämänsä erikoisluonnontuotteet. (n = 11)

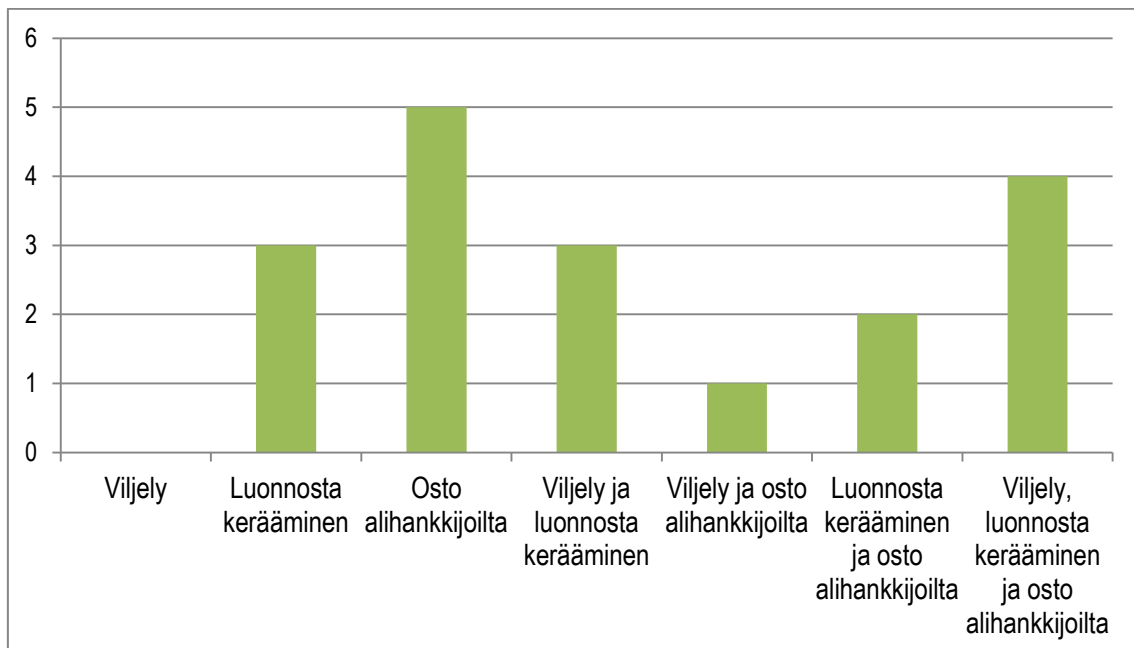
Luonnonkasviraaka-aineen alkuperä

Lähes kaikki yritykset käyttivät kosmetiikkatuotteissaan pääsääntöisesti suomalaisia luonnonkasviraaka-aineita. Kaikilla yrityksillä se ei kuitenkaan ollut mahdollista tiettyjen raaka-aineiden tai jalosteiden riittämättömän saatavuuden takia, joten luonnonkasveja jouduttiin hankkimaan myös ulkomailta. Keski-Euroopasta ostettiin yrteistä laventelia ja kortetta "värin antajiksi" ja Englannista alkoholiin uutettuja yrttitinktuuroita. Viljeltyjä marjoja, esimerkiksi tyrniä, herukoita, vadelmaa ja mansikkaa, jouduttiin hankkimaan ulkomailta, koska Suomesta niitä ei ollut saatavissa kyseisen yrityksen käyttöön riittävää määrää. Vaikka nämä yritykset hankkivat osan luonnonkasviraaka-aineistaan ulkomailta, ne kertoivat pyrkivänsä silti käyttämään mahdollisuuksien mukaan suomalaisia luonnonkasviraaka-aineita.

Etenkin luonnonkasveja hoidoissaan käyttävät pienyrittäjät kertoivat, että asiakkaita kiinnostaa, mistä kosmetiikassa käytettävät kasvit on kerätty. Niiden tulisi olla kotimaisia ja mieluiten paikallisia, esimerkiksi lappilaisia. Kiinnostus puhtaita suomalaisia luonnonkasveja kohtaan on lisääntynyt.

Luonnonkasviraaka-aineen hankinta

Kahdeksan yritystä hankki luonnonkasviraaka-aineensa vain yhdellä tavalla, yleisimmin hankkimalla kaiken alihankkijoilta, mutta myös luonnosta itse keräämällä. Toiseksi yleisintä oli hankkia raaka-aineet niin viljelemällä, luonnosta keräämällä kuin alihankkijoiltakin. Yli puolet yrityksistä hankki luonnonkasviraaka-aineensa usealla eri tavalla. Luonnonkasviraaka-aineen hankintatavoista luonnosta kerääminen ja ostaminen alihankkijoilta olivat suosituimpia. 12 yritystä hankki raaka-aineensa jommallakummalla tavalla. Kahdeksassa yrityksessä raaka-ainetta viljeltiin itse. Viljely ei ollut millään yrityksellä ainut tapa hankkia raaka-ainetta, vaan sen lisäksi kerättiin kasveja luonnosta tai ostettiin alihankkijoilta. (Kuvio 9.)



KUVIO 9. Luonnonkasviraaka-aineiden hankintatavat yrityksissä. Luvut kuvaavat yritysten määrää. (n = 18)

Vähän kosmetiikkaa valmistavat yritykset, lähinnä yrtejä tuotteissaan käyttävät, hankkivat raaka-aineensa pääosin itse keräämällä ja viljelemällä. Niillä ei ollut vähäisen valmistusmäärän vuoksi tarvetta hankkia raaka-ainetta alihankkijoilta.

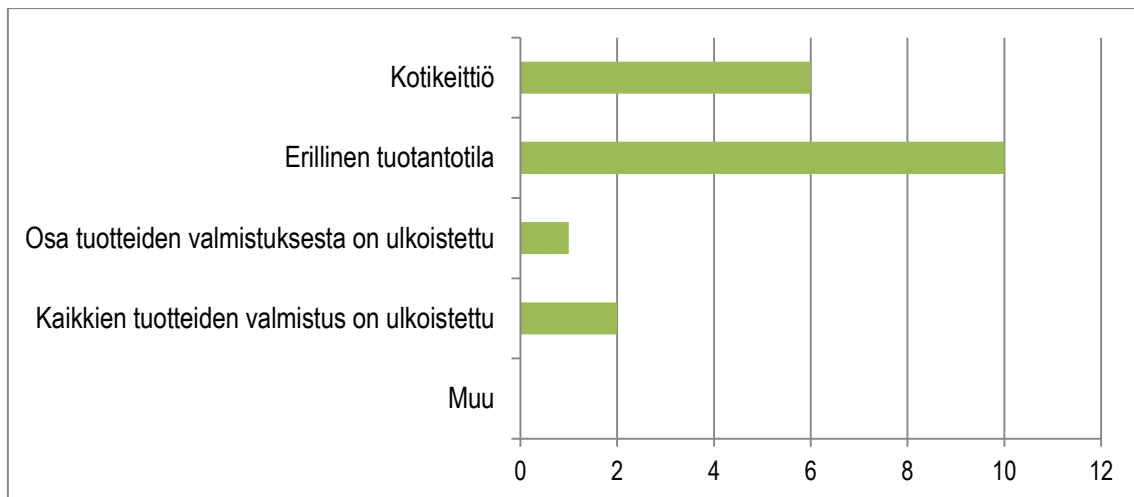
Yritykset, jotka keskittyivät pääosin kosmetiikan valmistukseen, hankkivat yhtä yritystä lukuun ottamatta luonnonkasviraaka-aineensa alihankkijoilta. Osa ainoastaan alihankintana luonnonkasviraaka-aineensa hankkivista yrityksistä joutui ostamaan kasviraaka-ainetta myös ulkomailta. Osa kosmetiikan valmistukseen keskittyvistä yrityksistä hankki raaka-ainetta alihankinnan lisäksi keräämällä luonnosta (viisi yritystä) ja myös viljelemällä (kolme yritystä). Useaa eri hankintatapaa käyttävistä yrittäjistä kaksi kertoi, että hankkisi kaikki raaka-aineensa mieluiten alihankkijoilta. Toisen yrittäjän mukaan raaka-aineita joutuu viljelemään ja keräämään itse, koska ei voi luottaa, että sopimustuottajilta saisi raaka-ainetta riittävästi ja luotettavasti vuodesta toiseen. Toinen tyytyi viljelemään ja keräämään raaka-ainetta itse, koska koki, että alihankkijoilta olisi liian monimutkaista ja hidasta hankkia raaka-aineita.

Yritysten mainitsemia alihankkijoita olivat muun muassa erilaiset yritykset, kuten mehujen valmistajat, muut jalostajat, viljelijät, metsänomistajat, metsänhoitoyhdistykset, keruuorganisaatiot, poimijat, 4H-yhdistykset ja esimerkiksi kesälomalla olevat opettajat.

4.3 Yritysten toimintatavat kosmetiikan valmistajina

Tuotantotilat

Yli puolella (10 yritystä) oli tuotteiden valmistamiseen erillinen tuotantotila (Kuvio 10). Näillä yrityksillä kosmetiikan valmistus oli yleensä laajamittaisempaa ja liikevaihto suurempaa. Kolmanneksessa yrityksistä kosmetiikkatuotteet valmistettiin kotikeittiössä. Nämä käyttivät kosmetiikassaan lähinnä yrtejä ja kosmetiikan valmistus oli melko vähäistä. Kaksi yritystä oli ulkoistanut tuotteidensa valmistuksen täysin. (Kuvio 10.) Kummankin liikevaihto oli 100 000 ja 500 000 euron välillä. Toinen tuotantonsa ulkoistaneista yrityksistä oli pelkästään kosmetiikkaa myyvä yritys, toinen keskittyi pääosin elintarvikkeiden myyntiin. Yksi yritys oli ulkoistanut osan tuotteidensa valmistuksesta, mutta valmisti tuotteensa kuitenkin yleensä omissa tuotantotiloissaan (Kuvio 10). Eräs yrittäjä kertoi, ettei voi vielä ulkoistaa tuotantoaan. Ulkoistus on kuitenkin tavoitteena tulevaisuudessa.



KUVIO 10. Yritysten tuotantotilat. Luvut kuvaavat yritysten määrää. Yritysten oli mahdollista valita useampi kuin yksi vaihtoehto. (n = 18)

Laadunvalvonta

Pienimmissä ja määrällisesti vähän kosmetiikkaa valmistavissa yrityksissä laatua valvottiin yleensä omavalvonnalla tai aistinvaraisesti. Tuotantotilat olivat yleensä kotikeittiössä. Hygienia saattoi olla esim. maalaisjärkeen perustuvaa, kuten puhtaiden astioiden ja tilojen käyttöä. Monet saippuaa valmistavat kertoivat mittaavansa happamuutta (pH). Osa pienyrittäjistä oli teetättänyt lisäksi raaka-aineista laborioritestejä tai tutkituttanut tuotteidensa reseptit asiantuntijalla. Jotkut kokivat laadunvalvonnan helpoksi, koska laatua pystyi itse valvomaan alusta loppuun. Osa vähäisiä määriä kotikeittiössään kosmetiikkaa valmistavista yrittäjistä koki laadunvalvonnan aika haastavaksi. Eräs yrittäjä kuvaili laadunvalvontaa työlääksi, koska siinä täytyi olla niin tarkkana. Haastavana pidettiin myös viranomaisten vaatimuksia erillisistä tuotantotiloista. Jotkut kokivat tarvitsevänsä laadunvalvonnassa koulutusta.

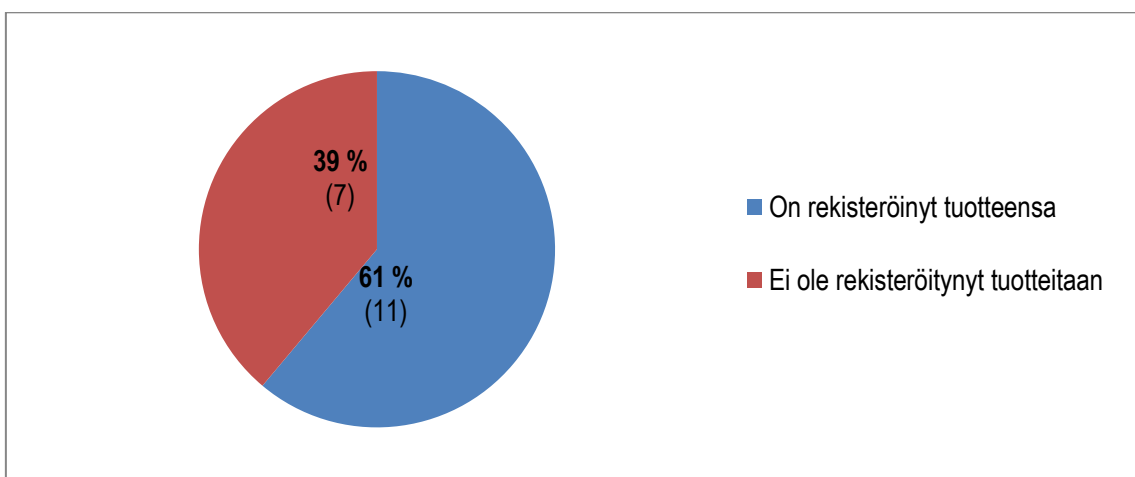
Omavalvonta tai aistinvarainen tarkkailu kuului myös isompien yritysten laadunvalvontaan. Ne keskittyivät pääasiassa kosmetiikan valmistukseen ja niillä oli erillinen tuotantotila tai ulkoistettu tuotanto. Osa oli ulkoistanut laborioritesteiden teon. Muutama isompi yritys mainitsi tuotteidensa laadunvalvonnan olevan jatkuvaa. Yksi haastateltu kertoi, että vettä sisältävistä valmistuseristä otetaan mikrobiologiset näytteet ennen myyntiin laittamista ja uusille tuotteille teetetään säilyvyystesti ja turvallisuuden arviointi. Monilla yrityksillä oli raaka-aineille sertifikaatit. Joku mainitsi GMP-standardin, eli hyvät tuotantotavat (GMP, ISO 22716:2007). Osa kertoi käyttävänsä elintarvikehy-

väksytyjä raaka-aineita ja luomuraaka-aineita. Moni haastateltu kertoi, että tuotteiden laatu on tutkitutettu asiantuntijoilla ja näytteistä tai raaka-aineista on tehty tutkimuksia tai laboratoriotestejä. Tuotteita on myös esim. testattu yrittäjän perheen lapsilla. Eräs yrittäjä mainitsi, että mikrobiologiset tutkimukset ovat tarpeellisia kosmetiikassa, ongelmana on vain niiden kalleus.

Alihankkijoilta raaka-aineita ostaneet yrittäjät kiinnittivät laatuun huomiota aistinvaraisesti. Alihankkijoilta vaadittiin myös todisteet raaka-aineen alkuperästä, esimerkiksi luomukelpoisuudesta. Joku mainitsi käyttävänsä koulutettuja poimijoita. Moni luonnonkasveja keräävä tai keräyttävä sanoi merkitsevänsä joka raaka-aine-erän tarkasti ylös ja käyttävänsä tuotteisiin aina vanhimmat yrteit ensin tai vain saman satokauden yrtejä.

Tuotteiden rekisteröinti kosmetiikkarekisteriin

Reilusti yli puolet yrityksistä oli rekisteröinyt kosmetiikkatuotteensa EU:n komission kosmeettisten valmisteiden ilmoitusportaaliin CPNP:hen. Yrityksistä seitsemän ei ollut rekisteröitynyt portaaliin. (Kuvio 11.) Syitä kosmetiikkatuotteiden rekisteröimättä jättämiseen oli useita. Suurin osa rekisteröinnin laiminlyönneistä oli yrityksiä, jotka valmistivat kosmetiikkatuotteita vain vähän. Vähäisen valmistusmäärän vuoksi yrittäjät eivät kokeneet rekisteröintiä tarpeelliseksi. Erään yrittäjän tuotteet ovat kuivattuja yrtejä, ja hänelle oli kerrottu monta vuotta sitten, että niitä ei määritellä kosmetiikkatuotteeksi. Hän oli siitä huolimatta harkinnut rekisteröintiä.

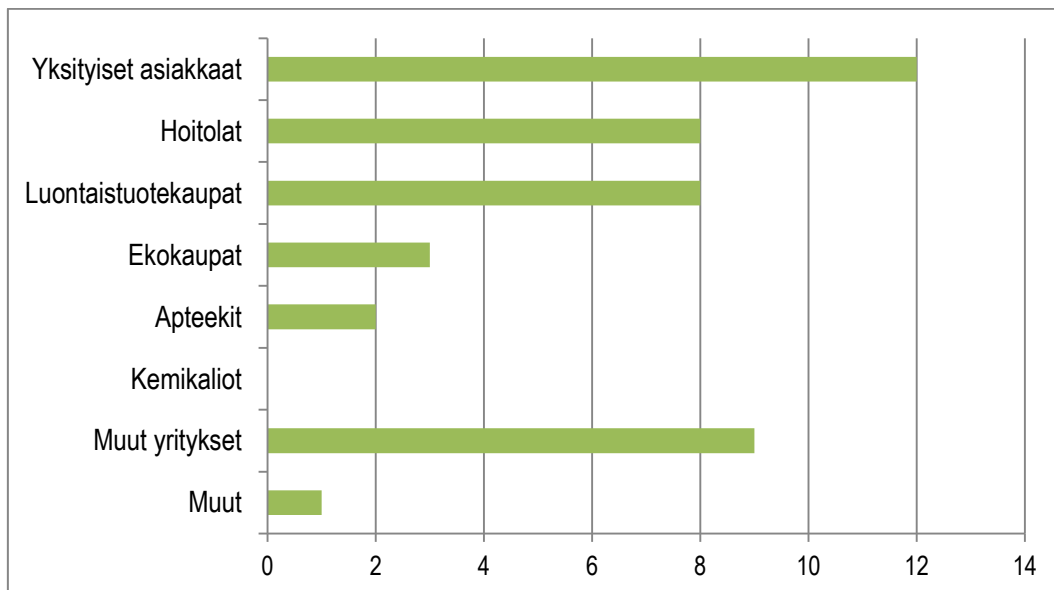


KUVIO 11. Kosmetiikkatuotteiden rekisteröinti CPNP:hen. Ympyrädiagrammin sisällä olevat luvut tarkoittavat yritysten määrää, tummennetut prosentteina ja suluissa olevat lukumäärinä. (n = 18)

Eräs haastateltu aikoi rekisteröityä CPNP:hen, jos alkaa tulevaisuudessa valmistaa tuotteita muulloinkin kuin satunnaisesti. Muutamassa yrityksessä rekisteröinti oli kuulemma vasta tekeillä. Eräs yrittäjä kertoi, ettei ole vielä jaksanut rekisteröityä, mutta on kyllä jo tulostanut ohjeet ja rekisteröinyt tuotteensa Turvallisuus- ja kemikaaliviraston (Tukes) ylläpitämään rekisteriin. Toinen yrittäjä oli vasta aloittamassa tuotantoa, eikä tiennyt rekisteröinnistä. Monilla yrittäjillä ei vaikuttanut olevan tietoa uudesta kosmetiikkarekisteristä ja sen vaatimuksista. He luulivat, että aikaisempi tuotteiden rekisteröinti Turvallisuus- ja kemikaaliviraston ylläpitämään kansalliseen rekisteriin riittää. Neljällä ei ollut tietoa, että kosmetiikatuotteiden rekisteröiminen CPNP:hen on pakollista.

Yritysten pääasialliset asiakkaat

Yli puolet yrityksistä myi tuotteitaan suoraan yksityisille asiakkaille ja lähes puolet luontaistuotekauppoihin sekä hoitoloihin. Puolella yrityksistä asiakkaina oli muita kuin edellä mainittuja yrityksiä, esimerkiksi museoita, kampaamoja ja luontokeskuksia. Yksi yritys myi tuotteitaan kouluihin. (Kuvio 12.)



KUVIO 12. Yritysten kosmetiikatuotteiden pääasiallisten asiakkaiden jakaantuminen. (Muut = koulut). Luvut kuvaavat yritysten vastausten lukumäärää. Vastaajien oli mahdollista valita useita eri vaihtoehtoja. (n = 18)

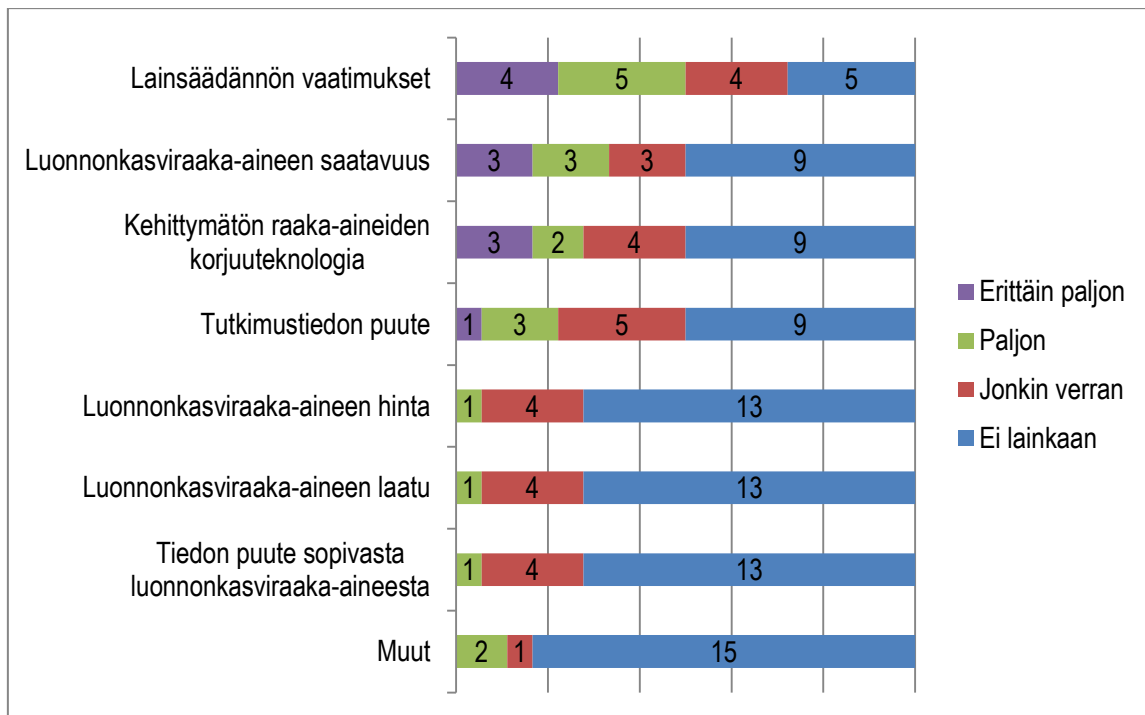
Kosmetiikkaa vähän valmistavat yritykset myivät tuotteensa lähinnä yksityisille asiakkaille, mutta jonkin verran myös muille yrityksille. Osa oli kokeillut myyntiä tavallisissa kaupoissa, osa luontaistuotekaupoissa, mutta tuotteet eivät olleet menneet niissä kaupaksi. Yrittäjien mukaan kilpailu on kovaa luontaistuotekaupoissa, ja tavallisissa kaupoissa myyjillä ei ole riittävästi asiantuntemusta esitelläkseen luonnonkasveista valmistettuja kosmetiikkatuotteita. Yritystuotteet ovat erään yrittäjän mukaan ”puhumalla myytäviä tuotteita”. Vähän kosmetiikkaa valmistavilla on ehkä helpointa myydä tuotteita vain yksityisille asiakkaille, koska tällöin tuotteita ei tarvitse valmistaa suuria määriä.

Yritykset, jotka olivat keskittyneet pääasiassa kosmetiikan valmistukseen, myivät tuotteitaan yleensä useampaan eri paikkaan, lähinnä yksityisille asiakkaille, luontaistuotekauppoihin, hoitoloihin, ekokauppoihin ja muihin yrityksiin. Näiden joukossa oli kuitenkin myös yrityksiä, jotka keskittivät tuotteidensa myynnin vain muille yrityksille.

4.4 Kosmetiikka-alan liiketoiminnan haasteet ja niiden mahdollisia ratkaisuja

Haasteet luonnonkasvien käytössä

Yrityksiltä kysyttiin, mitkä asiat vaikeuttivat suomalaisten luonnonkasvien käyttöä kosmetiikkatuotteiden raaka-aineena. Niille annettiin valmiita vaihtoehtoja, joiden haastavuutta ne saivat arvioida. Vastaukset on koottu kuvioon 13. Yritykset saivat myös määritellä mahdollisia muita haasteita. Niitä pyydettiin lisäksi kertomaan, millä keinoin vaikeudet on nykyisin ratkaistu tai mitkä voisivat olla hyviä tapoja niiden ratkaisemiseksi. Ongelmat ratkaisuehdotuksineen on esitelty tarkemmin luvuissa 4.4.1 - 4.4.8.



KUVIO 13. Vaikeudet suomalaisten luonnonkasvien käytössä. Kuviossa esitellään, missä määrin tietyt asiat vaikeuttivat suomalaisten luonnonkasvien käyttöä haastatelluissa yrityksissä. Luvut sarakkeissa tarkoittavat yritysten määrää. (Muut = luonnontuotealan toimijoiden järjestäytymättömyys, prosessintuntemuksen puute, resurssien puute) (n = 18)

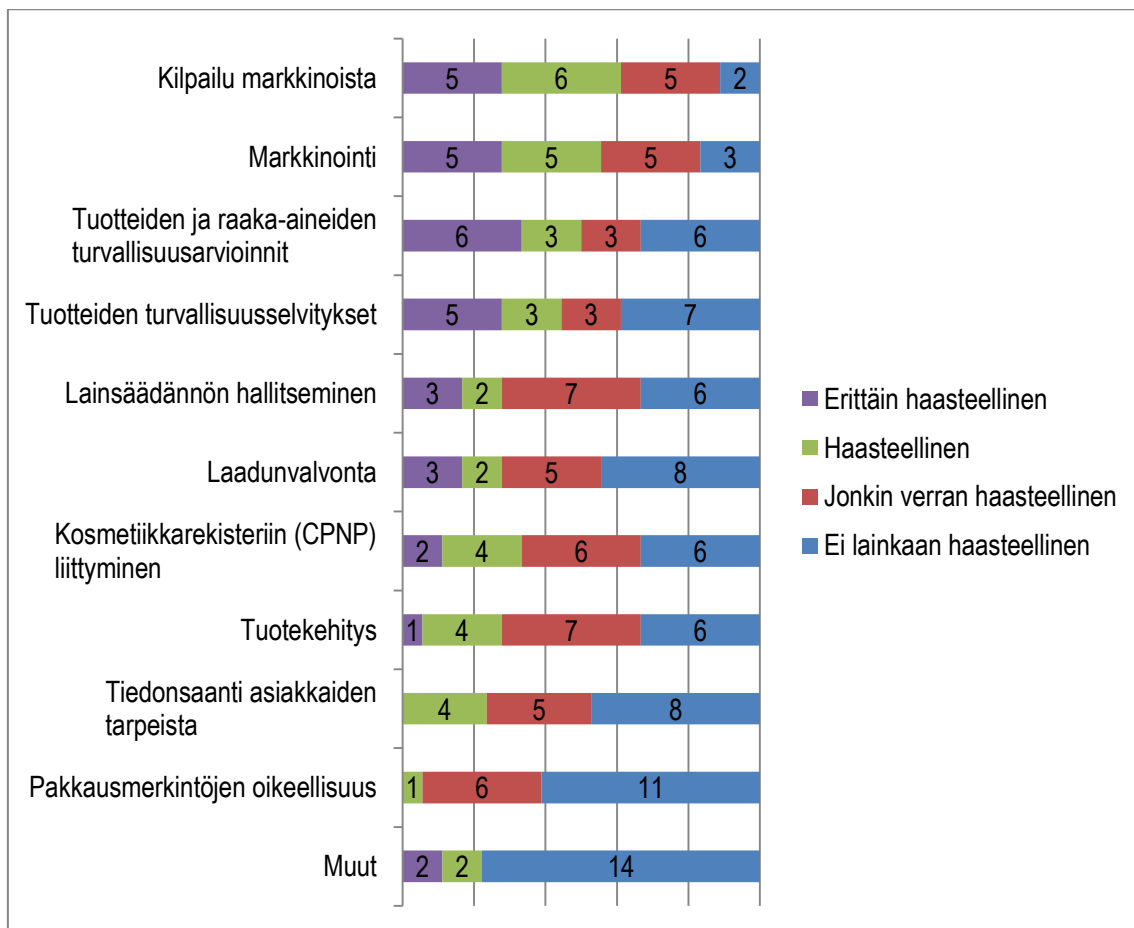
Luonnonkasvien kosmetiikkakäytön kannalta merkittävimpiä haasteita näyttivät olevan lainsäädännön vaatimukset, luonnonkasviraaka-aineen saatavuus ja kehittymätön raaka-aineiden korjuuteknologia. Puolet vastaajista koki lainsäädännön vaatimukset haastaviksi tai erittäin haastaviksi. Kolmanneksessa yrityksistä luonnonkasviraaka-aineen saatavuus näytti vaikeuttavan suomalaisten luonnonkasvien käyttöä paljon tai erittäin paljon. Juuri nämä yritykset tavoittelivat liike toiminnalleen kasvua. Puolella yrityksistä ei ollut saatavuuden kanssa mitään ongelmaa. Nämä yritykset valmistivat kosmetiikkaa määrällisesti vähän. Kehittymätön raaka-aineiden korjuuteknologia haittasi vain viittä yritystä. (Kuvio 13.)

Tutkimustiedon puute luonnonkasvien todennetuista vaikutuksista ja turvallisuudesta haittasi muutamia yrityksiä paljon tai erittäin paljon, mutta puolelle yrityksistä siitä ei ollut ongelmaa. Luonnonkasviraaka-aineen hinta ja laatu sekä tiedon puute sopivasta luonnonkasviraaka-aineesta eivät olleet suurimmalle osalle lainkaan ongelmallisia, mutta oli niitäkin, joilla oli näissä asioissa haasteita. (Kuvio 13.) Muutamit yritykset mainitsivat edellä mainittujen lisäksi muitakin

luonnonkasvien käyttöön liittyviä ongelmia. Ne on esitelty tarkemmin luvussa 4.4.4 kohdassa ”Muut luonnonkasvien käyttöön liittyvät haasteet”.

Yritysten muut haasteet

Yrityksiä pyydettiin määrittelemään, kuinka haasteellisina ne kokivat tietyt yritystoimintaan liittyvät asiat. Vastaukset kysymyksiin on koottu kuvioon 14. Yrityksiltä kysyttiin myös, mitkä voisivat olla hyviä tapoja kyseisten haasteiden ratkaisemiseksi tai millä keinoin kyseiset ongelmat on nykyisin yrityksessä ratkaistu. Ongelmat ratkaisuihin on esitelty tarkemmin luvuissa 4.4.1 - 4.4.8.



KUVIO 14. Haasteet yrityksissä. Kuviossa esitellään, kuinka haasteellisina yritykset kokivat yrityksessään tietyt asiat. Luvut sarakkeissa tarkoittavat yritysten määrää. (Muut = tuotanto, vaikeus saada tuotepakkauksia pienissä erissä, tuotantoprosessiin tarvittavien laitteiden vaikea löydettävyys, vaikeus löytää pakkauslaitteita) (n = 18)

Yritystoiminnassa haastavimpana koettiin kilpailu markkinoista ja markkinointi sekä tuotteiden ja raaka-aineiden turvallisuusarvioinnit ja turvallisuus selvitykset. Kilpailu markkinoista ja markkinointi olivat yli puolelle yrityksistä haasteellisia tai erittäin haasteellisia. Samoin tuotteiden ja raaka-aineiden turvallisuusarvioinnit sekä turvallisuus selvitykset olivat haasteellisia tai erittäin haasteellisia noin puolelle yrityksistä.

Haasteita vaikuttaisi olevan myös lainsäädännön hallitsemisessa, kosmetiikkarekisteriin liittymisessä ja laadunvalvonnassa. Lainsäädännön hallitseminen ja laadunvalvonta olivat erittäin haasteellisia tai haasteellisia viidelle yritykselle ja kosmetiikkarekisteriin liittyminen koettiin haasteellisenä tai erittäin haasteellisenä kuudessa yrityksessä. Myös tuotekehitys sekä tiedonsaanti asiakkaiden tarpeista aiheuttivat joillekin ongelmia. Muut mainitut haasteet on esitelty luvussa 4.4.8.

4.4.1 Kilpailu

Kilpailu markkinoilla oli haasteellista niin pienemmille kuin isommillekin yrityksille. Yli puolet yrityksistä koki kilpailun haasteelliseksi tai erittäin haasteelliseksi (Kuvio 14). Kilpailuun liittyvät ongelmat ja niiden ratkaisuehdotukset on tiivistetty luetteloon tämän luvun loppuun.

Ongelmat

Kosmetiikka-alalla nähtiin olevan erittäin paljon kilpailua. Monet mainitsivat, että ulkomaisia isoja tuotemerkejä on tullut viime vuosina markkinoille todella paljon, eivätkä suomalaiset yritykset ole pystyneet vastaamaan lisääntyneeseen kilpailuun riittävän hyvin. Eräs yrittäjä oli myynyt kosmetiikkatuotteitaan apteekeissa. Hän koki kilpailun ulkomaisten yritysten kanssa erittäin haastavaksi. Ulkomaiset tuoteperheet ovat laajempia, minkä vuoksi ne pärjäävät kilpailussa paremmin.

Erään yrittäjän mukaan esimerkiksi hoitoloissa käytetään mieluummin laajoja tuotesarjoja kuin ostetaan tuotteita usealta eri yritykseltä. Hoitoloiden kosmetiikkatuotteet ovat pääosin ulkomaisia, koska Suomessa ei tehdä laajoja hoitotuotesarjoja. Yrittäjä arveli brändäämisen ja riittävän rohkeiden yrittäjien puuttumisen olevan syitä siihen, että suomalaisia isoja hoitotuotesarjoja ei vielä ole markkinoilla. Hänen mukaansa suomalaisilta kosmetiikka-alan yrittäjiltä puuttuu halu laajentaa liiketoimintaansa isompaan mittakaavaan. Kosmetiikkayrittäjät tekevät asioita liikaa itsekseen. Yritysten tulisi hänen mukaansa tehdä keskenään enemmän yhteistyötä.

Erään päätoimenaan kosmetiikkaa valmistavan yrittäjän mukaan myös isot yritykset, muun muassa päivittäistavara-kaupat, ostavat mieluiten ulkomaisia luonnonkosmetiikkasarjoja eivätkä arvosta kotimaisia tuotteita. Ratkaisua tähän ongelmaan ei kuulemma löydy helposti.

Pienten suomalaisten kosmetiikka-alan yritysten ongelmina nähtiin myös huono markkinoiden tuntemus sekä hidas reagointi kysyntään. Ulkomaiset suuryritykset ovat tietoisempia trendeistä ja pystyvät muokkaamaan tuotteensa nopeasti niiden mukaisiksi. Pieniltä suomalaisilta yrityksiltä nopea reagointi kysyntään ei onnistu, joten ne jäävät kilpailussa alakynteen.

Pienimmät yritykset, jotka tekivät tuotteita vähän ja myivät niitä yksityisille asiakkaille, kokivat, että kilpailu luontaistuotekaupoissa on kovaa. Siellä tuotteet eivät ole menneet hyvin kaupaksi. Erään yrittäjän mukaan käsityönä tehtyjen kosmetiikkatuotteiden arvoa eivät kaikki asiakkaat ymmärrä. Käsintehdyin tuotteen hintaa ei voi verrata ulkomaisten halpatuotteiden hintoihin. Käsityön arvostus on hänen mukaansa kuitenkin kasvamassa.

Hyväksi koetut ratkaisut

Asiakkaiden tarpeiden tunteminen nähtiin tärkeänä, jotta heille osattaisiin tarjota oikeanlaista tuotetta. Kilpailua ei nähty ongelmana, kun oli sijoittunut hyvin markkinoille eli löytänyt hyvän markkinaraon, jossa ei ole muita kilpailijoita. Esimerkiksi eräällä yrityksellä oli saippuulle aivan erilainen myyntikanava kuin muilla saippuan valmistajilla.

Myös omaperäisen tuotteen ja palvelun nähtiin olevan valtti kilpailussa pärjäämisessä. Jos tuote on niin ainutkertainen, ettei kukaan muu vielä valmista sellaista, kannattaa sille hankkia tuotesuoja. Sen hankkimisen nähtiin parantavan yrityksen kilpailuasemaa markkinoilla, koska tuotesuoja estää muita yrityksiä kopioimasta ideaa. Parilla yrityksellä luonnosta kosmetiikkatuotteeseen saatava raaka-aine oli niin erityinen, ettei kilpailu sen takia ollut niin kovaa. Joidenkin erikoisluonnontuotteiden kuten turpeen kohdalla etuna nähtiin sopivan raaka-aineen löytämisen vaikeus. Erään erikoisluonnontuotetta kosmetiikassaan käyttävän yrityksen kilpailuetuna oli ainutlaatuinen valmistustekniikka.

Ratkaisuehdotukset

Kilpailussa pärjäämiseen tuli yrityksiltä paljon erilaisia ratkaisuehdotuksia. Suomella olisi mahdollisuuksia hyvään brändiin, koska puhtaita luonnonkasviraaka-aineita on todella paljon. Japanissa ja Saksassa voisi pärjätä korostamalla suomalaista eksotiikkaa. Hyvään brändiin ja tuotteiden ammattimaiseen ulkonäköön tulisi panostaa, jotta voitaisiin pärjätä kilpailussa ulkomaisia yrityksiä vastaan. Kotimaisia puhtaasti tuotettuja tuotteita on tällä hetkellä vähän tarjolla, mutta niille nähtiin olevan suurta kysyntää. Erään pienyrittäjän mukaan ulkomaisia tuotteita on paljon, mutta kotimaisuus olisi Suomessa valtti. Luonnonkasviraaka-aineiden korjuuteknologiaa, alihankintaketjua ja jalostusta olisi kehitettävä, jotta raaka-ainetta saataisiin riittävästi suurtenkin yritysten käyttöön. Kasvupyrkimyksiin, lähinnä viennin edistämiseen, tarvittaisiin rahoitusta niin valtiolta, Innovaatiorahoituskeskukselta (Tekes) kuin muiltakin rahoittajilta.

Kosmetiikka-alan yrittäjien pitäisi alkaa ajatella liiketoimintaa isommassa mittakaavassa ja tehdä enemmän yhteistyötä keskenään. Erään ehdotuksen mukaan pienet yritykset voisivat tehdä yhteistä tuotesarjaa. Yritysten yhteistyöllä saataisiin isompia tuotesarjoja ja suurempaa volyymia. Näin voitaisiin pärjätä kilpailussa paremmin ulkomaisille yrityksille. Toinenkin ehdotus käsitteli tätä asiaa: ”Olisi hyvä, jos Suomessa olisi enemmän kosmetiikkayrityksiä, jotka käyttävät suomalaisia kasveja ja suomalaista osaamista. Mitä enemmän niitä on, sitä suuremmalla volyymilla voidaan tulla ulospäin markkinoille.”

Ongelmia

- ulkomaisille yrityksille ei pärjätä kilpailussa (suuret tuotesarjat, halvemmat hinnat, parempi ulkonäkö ja markkinointi)
- laajojen suomalaisten hyvin brändättyjen tuotesarjojen puute
- suomalaisten pienyritysten huono markkinoiden tuntemus ja hidas reagointi kysyntään
- tuen puute viennissä ja markkinoinnissa (mm. vientituet, muu rahoitus)
- alihankintaketjun kehittymättömyys

Ratkaisuja

- tuotteiden ulkonäköön panostaminen
- tuotteiden brändäys
- kasvuyritysten tukeminen (valtio, muut rahoittajat)
- erilaisten myyntikanavien löytäminen, omaperäiset tuotteet
- pienyritysten yhteiset tuotesarjat

Mahdollisuuksia

- suomalaiset puhtaat raaka-aineet ja eksotiikka
- käsityön arvostuksen nouseminen

4.4.2 Markkinointi

Yrityksistä reilusti yli puolet piti markkinointia haastavana tai erittäin haastavana. Syitä olivat muun muassa osaamisen, ajan tai rahan puute sekä lainsäädännön esteet. Vain kolmelle yritykselle markkinointi ei ollut lainkaan ongelma. (Kuvio 14.) Ne kokivat osaavansa markkinoinnin riittävän hyvin ja pärjäävänsä kilpailussa. Yrityksen koolla ei ollut merkitystä siinä, miten haastavana markkinointi koettiin. Markkinointiin liittyvät ongelmat ja niiden ratkaisuehdotukset on tiivistetty luetteloon tämän luvun loppuun.

Ongelmat

Markkinointi koettiin monessa yrityksessä kaikkein haastavimmaksi asiaksi. Siihen ei muun toiminnan ohessa yleensä ehditty panostaa riittävästi. Monet mainitsivat, että varsinkin yksinyrittävät naiset tekevät asioita liikaa yksinään, ja markkinointi jää sen takia helposti vähemmälle. Monilla isommilla yrityksillä oli markkinointiin ammattilaisia, mutta useat niistä kokivat markkinoinnin haastavaksi lähinnä ulkomaisten kilpailevien yritysten takia.

Monille oli haasteellista tietoisuuden levittäminen yrityksen kosmetiikkatuotteista ja niiden hyvistä ominaisuuksista. Asiakkaat ovat niin tottuneita käyttämään vanhoja tuotteitaan, että on haaste

saada heidät kokeilemaan uutta. Markkinointi vaatii paljon varoja. Etenkään uusilla toimijoilla ei ole varaa suuriin mainoksiin esimerkiksi televisiossa.

Lainsäädännön nähtiin vaikeuttavan markkinointia. Jotkut pienyrittäjät ja osa suuremmistakin toimijoista koki vaikeaksi sen, miten löytää tietoa siitä, millaisilla lauseilla tuotteita saa markkinoida. Myönteisten tuotetekstien tekeminen koettiin vaikeaksi. Tuotteiden vaikutusten todentamista tieteellisesti pidettiin yksittäiselle yrittäjälle lähes mahdottomana.

Monet yritykset tarvitsisivat ulkomaanvientiin apua ja tukea valtion taholta. Useat yritykset halusivat kasvaa keskisuuriksi. Se vaatisi vientiä, joka ei kuitenkaan ole monelle yritykselle mahdollista pääosin sen vuoksi, että mikroyrityksille ei myönnetä vientitukea. Muutama yrittäjä piti tukien hakemista liian työläänä ja aikaa vievänä. Tukien haku ei saisi viedä liikaa aikaa, jotta yrityksillä olisi aikaa keskittyä varsinaiseen työhön.

Hyväksi havaitut ratkaisut

Erään yrittäjän mukaan yritys voi menestyä, jos kaikki asiat suunnitellaan tarkoin ja toteutetaan hyvin. Yritystoiminta ei saa tukeutua pelkästään erilaisiin tukiin. Oikean kohderyhmän löytämistä kosmetiikkatuotteille pidettiin tärkeänä. Oikeat asiat pitäisi saada markkinoinnissa oikealla tavalla esille, jotta asiakas kiinnostuisi tuotteesta.

Yrityksillä oli monenlaisia jo hyväksi havaittuja ratkaisuja tai ehdotuksia markkinoinnin haasteiden ratkaisemiseksi. Hyväksi markkinointiratkaisuiksi oli koettu yhteismarkkinointi muiden alan yritysten kanssa esimerkiksi Internetissä, yhteisosastot messuilla ja erilaisissa tapahtumissa. Yhteismarkkinoinnin mainittiin tulevan halvemaksi ja olevan huomattavasti helpompaa kuin yksinään markkinointi. Yhteismarkkinointi koettiin järkeväksi toteuttaa mieluiten muiden samantyyppisten yritysten kanssa. Esimerkkinä mainittiin Pro Luonnonkosmetiikka ry:n yritykset.

Markkinointiosuuskunnan perustamista pidettiin mahdollisena ratkaisuna monen pienen yrittäjän tuotteiden markkinoimiseksi. Yhdessä yhteisen tuotemerkin alla markkinoiminen voisi olla helpompaa. Tällaista toimintaa oltiin aloittelemassa jo pienten yritysten kesken.

Etenkin hoitopalveluihin keskittyneillä pienillä yrityksillä ”puskaradio” tuntui olevan hyvä markkinointikanava. Lisäksi usea pienyrittäjä kertoi tekevänsä tuote-esittelyjä esimerkiksi kotikutsuilla,

yri­tysten vir­kistys­il­lois­sa ja muis­sa tapahtumis­sa. Tääl­laiset suora­myynnit koettiin pienyri­tyksis­sä erit­tein hyvik­si keinoik­si saada sekä tuotteita kaupattua että samalla palautetta tuotteista. Kotikut­sut olis­ivat kuulemma jopa kannattavampia kuin messuilla käynnit, jos niihin vain olisi enemmän aikaa.

Ulkomaisista messuista oli hyviä kokemuksia. Ulkomaille haluavan pienen yrityksen kannattaa erään yrittäjän mukaan etsiä sieltä toiminnan alkuvaiheessa pieniä tai keskisuuria yrityskontakteja. Yrityksen kannattaa mahdollisuuksien mukaan hoitaa kontaktit itse. Ulkomaille vietyjen tuotteiden tulee ehdottomasti olla laadukkaita ja visuaalisen näköisiä. Agentit tai pr-toimistot ovat hyviä tuotteiden markkinoijia ulkomailla, koska markkinoiden ja asiakkaiden kartoittamisen lisäksi ne hankkivat asiakkaita. Samalla rahalla konsultti vasta kartoittaa sopivia markkinoita. Toisenkaan yrittäjän mukaan konsultista ei ole ulkomaan markkinoiden kartoituksessa hyötyä. Yksi yritys oli Skype:n avulla tehnyt tuotteitaan ja hoitojaan tutuiksi aina ulkomaita myöten.

Ratkaisuehdotukset

Markkinoinnin huippuosaajia tarvittaisiin tällekin alalle. Nykyään osaavimmat ovat kuulemma vain isojen yritysten käytössä. Pienyrityksille ehdotettiin ”yhteismarkkinointigurua”.

Kosmetiikka-alan pienyritykset voisivat markkinoida tuotteitaan yhteistyössä muiden paikallisten – esimerkiksi kansanperinteeseen ja käsitöihin liittyvien – yritysten kanssa. Yhteistyön alkuunpanijoina voisivat olla joko kunkin paikkakunnan yritysten kehittämisen huolehtivat tahot tai markkinointiin liittyvät hankkeet. Yrityksillä olisi hyvä olla paljon erilaisia yhteisiä markkinointipaikkoja, mm. yhteiset markkinointipaikat Internetissä. Valtakunnallinen ratkaisu markkinointiin voisi olla luonnonkasveja käyttävien kosmetiikka-alan yritysten yhteinen tiedotus- ja verkkokauppaporttaali.

Valtiolta yrittäjät toivoivat parempaa tukea ja kannustusta myös markkinointiin. Monet yrittäjät toivoivat mahdollisuutta päästä valtion tuen avulla kansainvälisille messuille, esimerkiksi Biofach-messuille. Biofach ja Vivaness ovat kansainvälisiä luomualan messuja, joissa Suomi ei ole ollut riittävän näkyvästi esillä. Tähän toivottaisiin muutoksia. Liitteessä 2 on kerrottu mm. miten eri maiden yritykset ovat olleet Biofach-messuilla esillä ja mitä parannettavaa Suomella olisi, kun sen messunäkyvyyttä verrataan muihin maihin. Messukatsauksen mukaan suomalaisten yritysten pitäisi olla kansainvälisillä messuilla runsaslukuisemmin esillä. Tuotteiden tulisi olla myös pitem-

mälle jalostettuja. Tuotteistaminen olisi tärkeää. Yrittäjille ja kerääjille pitäisi jakaa tietoa siitä, miten biobrändi rakennetaan, koska pienyrittäjillä ei itsellään riitä aikaa tiedonhakuun. Liite 2 on saatu yhdeltä haastattelulta (Heinonen 2014).

Suomella olisi mahdollisuuksia hyvään brändiin, koska se on tuhansien järvien maa, jolla on paljon hyviä luonnonkasviraaka-aineita. Erään haastattelun mielestä suomalaisia tuotteita ja yrityksiä kannattaisi markkinoida ulkomaisilla messuilla Suomi-brändin alla. Yrityksiä pitäisi tukea rahallisesti maabrändiin liittymisessä tai liittyminen ei saisi ainakaan olla liian kallista. Päättäjien kannattaisi käydä tutustumassa Biofach-messuihin. Lapin, Kainuun ynnä muiden maakuntien kannattaisi lähteä yhteistyössä tai osastoittain esimerkiksi Biofach-messuille tai Pohjoismaissa järjestettävälle messuille.

Markkinoinnin haasteet ratkaisuehdotuksineen

Ongelmia	Ratkaisuja
<ul style="list-style-type: none"> • ajan, rahan ja osaamisen puute • kilpailu ulkomaisia yrityksiä vastaan • Suomi ei ole riittävästi esillä kansainvälisillä messuilla • valtion tuen puute • lainsäädännön vaatimukset tuoteteksteistä ja väittämistä 	<ul style="list-style-type: none"> • pienyritysten yhteistyö (markkinointiosuuskunnat, ”yhteismarkkinointiguru”) • pienyrityksillä kotikutsut ym. suoramyyniti • yhteismarkkinointi (messut ja monet muut, uudetkin markkinointipaikat) • valtakunnallinen, kosmetiikka-alan yritysten yhteinen tiedotus- ja verkkokauppaportaali • ulkomaan vientiin agentit tai pr-toimistot, ei konsultteja • yhteismarkkinointi ulkomaisilla messuilla Suomi-brändin alla (valtion aloitteellisuus ja tuki tärkeää) • vientitukien myöntäminen myös mikroyrityksille

4.4.3 Lainsäädännön vaatimukset

Lainsäädännön vaatimukset

Haastatteluun osallistuneista yrityksistä puolet koki lainsäädännön vaatimusten vaikeuttavan luonnonkasvien käyttöä paljon tai erittäin paljon (Kuvio 13). Lainsäädännön vaatimukset näyttivät olevan haasteellisia niin pienille kuin joillekin suurillekin yrityksille. Eniten ne näyttivät kuitenkin

vaikeuttavan pienimpiä yrityksiä, joilla kosmetiikan valmistus ei ollut päätoimista. Lainsäädäntöön liittyvät ongelmat ja niiden ratkaisuehdotukset on tiivistetty tämän luvun loppuun luetteloon.

Ongelmat

Lainsäädännön vaatimukset ja niiden tulkitseminen saivat yrityksiltä paljon kritiikkiä. ”EU:n säädöksiä tulkitaan Suomessa turhan tarkasti, missään muualla ei olla näin tarkkoja.” ”Lainsäädännöllä pyritään tappamaan kaikki yritystoiminta, ettei kukaan mitään yrittäisi eikä maalla pärjättäisi.”

Nykyisen kosmetiikka-asetuksen säädösten (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista) nähtiin vaikeuttavan pienten yritysten syntyä ja toimintaa. Asetuksen vaatimusten selvittäminen ja noudattaminen (muun muassa turvallisuus selvitykset ja –arvioinnit) vievät pienyrittäjiltä paljon aikaa ja tulevat kalliiksi. Jos pienyritykset toimisivat täysin kaikkien kosmetiikka-asetuksen säädösten mukaan, niiden toiminnasta tulisi kannattamatonta. Kosmetiikan valmistuksen tulisi olla mahdollista myös pienimuotoisesti, esimerkiksi muun työn ohessa. ”Pienyrityksetkin ovat tärkeitä työllisyyden kannalta, eivät vain isot.”

Monet pienet ja isommatkin yritykset pitivät aikaisempaa kosmetiikkalainsäädäntöä parempana ja sen vaatimuksia helpompina. Lainsäädännön myönnettiin kuuluvan toki asiaan, sillä tuotteiden turvallisuutta pidettiin tärkeänä. Nykyisiä lainsäädännön vaatimuksia monet yritykset pitivät liian vaativina ja kalliiksi tulevina. Turvallisuus selvitykset vievät myös turhan paljon aikaa, jos yrityksellä on paljon kosmetiikkatuotteita.

Lääkelainsäädäntöä kritisoitiin. Lain mukaan tuote pitää rekisteröidä lääkkeeksi, jos sillä mainostetaan olevan parantavia vaikutuksia. Lääkelainsäädäntö estää markkinointia myös sellaisten tuotteiden kohdalla, jotka eivät sisällä lääkeluettelon kasveja. Pienillä yrityksillä ei ole varaa rekisteröidä kosmetiikkatuotteitaan lääkkeiksi. Jotkut haastatellut epäilivät, että lainsäädännön taustalla on iso bisnes, jossa vain raha määrää. Kemikaalit, lääkkeet ym. ovat laillistettuja, koska niiden valmistajilla on valtaa ja rahaa. ”Tässä on iso raha vaan taustalla, ihmisten terveydellä ei ole mitään väliä.” Erään yrittäjän mukaan luonnontuotteita sisältävien valmisteiden tutkimukset ovat kalliimpia kuin synteettisesti valmistettujen tuotteiden. Monien luonnonkasvien käytöstä on tietoa satojen vuosien ajalta, mutta tätä ei oteta huomioon niiden turvallisuuden arvioinnissa. Pelkäs-

tään luonnonkasveja sisältävien kosmetiikkatuotteiden markkinoinnissa pitäisi saada käyttää tutkimustietoa ja havaittuja vaikutuksia, vaikka ei rekisteröisikään niitä lääkkeiksi.

Ratkaisut

Valtaosa haastatelluista sanoi, että kosmetiikkalainsäädäntöä pitäisi höllentää pienten yritysten ja luonnonkasvien osalta. Jos pienyritys käyttää tuotteissaan vain vaarattomia raaka-aineita, olisi monien yrittäjien mukaan hyvä, ettei tuotteista tarvitsisi tehdä tutkimuksia tai analyysejä. Muukaan lainsäädäntö ei saisi olla niin tiukkaa pienyritysten kohdalla. Pienimuotoisesti kosmetiikkaa valmistavia yrityksiä helpottaisi se, ettei valmistukseen tarvitsisi erillisiä tuotantotiloja, koska niiden rakentaminen tulee liian kalliiksi.

Byrokratiaa pitäisi vähentää ja ”maalaisjärki pitäisi ottaa käyttöön”. Moni sanoi, että helpottaisi paljon, jos elintarvikkeeksi hyväksytyt raaka-aine sallittaisiin myös kosmetiikkakäyttöön. Pelkätään luonnonkasveja sisältäviä kosmetiikkatuotteita ei pidetty niin vaarallisina kuin synteettisesti valmistettuja kosmetiikkatuotteita. Sekä Euroopan unionin että Suomen byrokratiaa pitäisikin yrittäjien mielestä vähentää etenkin luonnontuotteiden osalta.

Luonnontuoteyritysten pitäisi yhdistää voimansa. Jos yrittäjät pyrkivät yksinään tuomaan lainsäädännöllisiä ongelmia ja viranomaisten toimintaan liittyviä epäkohtia esille, he joutuvat helposti leimatuiksi. Erään yrittäjän mukaan ”yksittäin ollaan viranomaisten hampaissa”. Luonnontuotealan yrittäjillä voisi olla vetäjä tai organisoija, joka kartoittaisi lainsäädäntöön liittyviä epäkohtia. Tällä tavoin luonnontuotealan yritykset voisivat paremmin ”painostaa viranomaisia lainsäädännön muuttamiseksi”. Vetäjä voisi olla palkallinenkin henkilö, koska palkkaaminen tulisi yhdessä halvemmaksi. Myös poliittisiin päättäjiin tulisi olla yhteydessä lainsäädännöllisten ongelmien tiimoilta.

Lainsäädännön hallitseminen

Ongelmat

Lainsäädännön hallitsemisessa tuntui olevan paljon vaikeuksia. Viisi yritystä koki lainsäädännön hallitsemisen haasteelliseksi tai erittäin haasteelliseksi ja seitsemän jonkin verran haasteelliseksi. Vain kolmanneksella yrityksistä ei ollut ongelmia lainsäädännön hallitsemisessa. (Kuvio 14.)

Monet pienyrittäjät kokivat vaikeaksi sen, että lainsäädäntö pitää itse selvittää ja hallita. Tukea toivottiin muun muassa lainsäädännöllisen tiedon parempaan saatavuuteen ja tulkintaan. ”Lainsäädäntö on aika tarkkaa, paljon mitään kasveja ei uskalla käyttää. Kauheasti pitäisi tietää ja ymmärtää.” Lainsäädännön tulisi olla niin yksiselitteistä, ettei se jättäisi tulkinnanvaraa. Erään pienyrittäjän mukaan ongelma on, että missään ei lue selkeästi, mitä tuoteturvallisuus selvityksen tekeminen käytännössä tarkoittaa. Esimerkiksi ”kuinka pitkälle pitää pystyä selvittämään raaka-aineiden alkuperä? Mitä esim. ’vähäinen määrä’ käytännössä tarkoittaa?”

Monilla yrittäjillä oli ollut etenkin ennen kosmetiikka-asetuksen voimaan tuloa tiedon puutetta uudesta kosmetiikkalainsäädännöstä. Yrittäjien mukaan on melko vaikea saada apua lainsäädännöllisiin asioihin liittyen. Monet viranomaisetkaan eivät ole tienneet asioista, tai jos ovat tienneetkin, eivät ole kertoneet. Erästä yrittäjää oli vaikeuttanut se, että Tukes ei ollut suostunut antamaan neuvoja suullisesti. Suuri paperimäärä ja linkit eivät auttaneet tilanteessa, jossa tietoa tarvittiin heti. Viranomaisilla on ollut lainsäädäntöön eri paikkakunnilla erilaisia tulkintoja, mikä on aiheuttanut lisää hämmennystä. Ongelmana on ollut myös se, että eri tahojen edustajat ovat antaneet ristiriitaista tietoa. ”Viranomaisten tulisi olla sitä varten, että he tietävät asioista ja jakavat tietoa riittävästi ja asiallisesti.”

Ratkaisuehdotukset

Kaiken kosmetiikkayrityksiä koskevan lainsäädännön tulisi olla saatavilla samasta paikasta Internetissä. Lainsäädännöllisten asioiden hallitsemista helpottaisi myös, jos kosmetiikka-alan yritystoimintaan liittyvän lainsäädännön hallitsisi yksi henkilö. Häneltä saisi apua ja tietoa kaikissa lainsäädäntöön liittyvissä asioissa eikä jokaista säädöstä tarvitsisi tiedustella eri ihmiseltä. Kosmetiikkalainsäädännöstä tulisi olla suomenkielinen, selkeä ja ymmärrettävä ohjeistus, joka ei jättäisi tulkinnanvaraa. Tämän ohjeistuksen pitäisi löytyä Internetistä helposti.

Viranomaisillekin kaivattiin enemmän osaamista ja auttamishalua lainsäädännön hallitsemisen suhteen. Eri kunnissa tulkinnat saattavat olla hyvinkin erilaisia. Vastaukset lainsäädännöllisiin asioihin tulisi saada samasta paikasta ja mieluiten samalta ihmiseltä, jotta aikaa ei menisi näihin asioihin turhan kauan.

Lainsäädännöllisiin asioihin toivottiin myös asiantuntijapalvelua. Tietty taho voisi selvittää pienyrittäjälle lainsäädännön vaatimukset ja laittaa ne kuntoon kohtuullisella hinnalla. ”Arktiset Aromit - tyyppinen organisaatio olisi hyvä myös kosmetiikkapuolelle.” Yksi haastateltu kertoi, että Tekno-

kemian yhdistys ry auttaa jäseniään muun muassa lainsäädännöllisissä asioissa. Lainsäädännöstä tarvitaan koulutuksia ja kursseja niin yrittäjille kuin viranomaisillekin.

Kosmetiikkarekisteriin (CPNP) liittyminen

Suurin osa koki EU:n komission kosmeettisten valmisteiden ilmoitusportaaliin eli kosmetiikkarekisteriin liittymisen vähintään jonkin verran haastavaksi. Kolmasosa yrityksistä koki, ettei liittymisessä ole lainkaan ongelmaa. (Kuvio 14.) Usealle rekisteröinnit suorittaneelle yritykselle kosmetiikkarekisteriin liittyminen oli tuottanut ainakin jollakin tavalla päänvaivaa. Osalle se oli ollut haastavaa, osalle ei. Etenkin pienillä yrityksillä oli ollut ongelmia, mutta myös isommille yrityksille rekisteröiminen oli ollut jonkin verran haastavaa. Rekisteröimättömistä yrityksistä suurin osa koki, että CPNP:hen liittyminen on vaikeaa tai erittäin vaikeaa. Oli myös yrityksiä, joiden mielestä siinä ei tule olemaan mitään ongelmaa.

Monilla yrittäjillä ei ollut paljoakaan tietoa kosmetiikkarekisteristä. He eivät joko olleet rekisteröineet tuotteitaan kosmetiikkarekisteriin tai olivat antaneet sen tehtäväksi jollekin toiselle henkilölle yrityksessä. Moni yrittäjä kertoi jonkun perheenjäsenensä auttaneen rekisteröimisessä. Kaikki eivät tieneet, että rekisteröityminen on pakollista. Osa haastatelluista ei tiennyt, että kosmetiikkarekisteriin liittyminen on ilmaista. Yritysten kosmetiikkarekisteriin liittymisestä kerrottiin myös luvussa 4.3.

Ongelmat

Kosmetiikkarekisteriä pidettiin liian monimutkaisena ja kankeana. Monen yrityksen rekisteröintiä vaikeutti portaalin englanninkielisyys. Erään yrittäjän mukaan myös suomenkieliset ohjeet rekisteröintiin - ”tulostettuna kahden senttimetrin paksuinen paperinivaska” - olivat epäselviä. Monen yrittäjän mielestä rekisteröinnissä oli vaikeita termejä ja paljon turhia kysymyksiä. ”Tuskaista touhua, kun kaikki mahdollinen pitää laittaa.” ”Oikeasti CPNP on tarkoitettu isoille yrityksille, jotka käyttävät vaarallisia kemikaaleja.” Eräs yrittäjä arveli, että ajan ja tiedon puute kosmetiikkalain valmistelussa on ollut luultavasti syynä lainsäädännön ja myös kosmetiikkarekisterin monimutkaisuuteen.

Kosmetiikkarekisteriin rekisteröityminen oli ollut ongelmallista erään yrityksen kosmetiikkatuotteiden ulkomaiselle jakelijalle. Tämä ei ollut huomannut rekisteröityä tuotteiden jakelijaksi, vaan oli

pyrkinyt vahingossa tuotteiden vastuuhenkilöksi. Tämän asian selvittelyyn yrittäjä olisi tarvinnut nopeasti apua viranomaisilta, mutta ei ollut sitä saanut.

Ratkaisuehdotukset

Tuotteiden rekisteröintiä CPNP:hen pitäisi yksinkertaistaa. CPNP:n tekemisessä olisi monen yrittäjän mukaan pitänyt käyttää maalaisjärkeä. Portaali voisi olla pienille tai vain luonnonkasveja käyttäville yrityksille helpompi. Niille voisi olla portaalissa oma kanava tai ohikulkureitti. Niiden ei tarvitsisi käydä läpi sellaisia asioita, jotka eivät niiden toimintaan kuulu. Portaalista saisi tulla rekisteröineelle yritykselle jonkinlaista palautetta rekisteröinnin jälkeen. Aikaisempaa Tukesin rekisteröintiä pidettiin hyvänä.

Jotkut yritykset toivoivat opastusta kosmetiikkarekisteriin liittymisessä, jotta tiedot tulisivat sinne oikein kirjatuiksi. Toisten yrittäjien ehdotusten mukaan rekisteröinnissä niin kuin muissakin lainsäädännöllisissä asioissa voisi tehdä yhteistyötä muiden yritysten kanssa tai palkata henkilön, joka tekisi yrittäjän puolesta tuotteiden rekisteröinnit ynnä muut lainsäädännön vaatimat asiat.

Tuotteiden turvallisuusselvitykset

Lähes puolet yrityksistä koki tuotteiden turvallisuusselvitykset haasteellisiksi tai erittäin haasteellisiksi. Tässä joukossa oli pääosin pieniä tai vähän kosmetiikkaa valmistavia yrityksiä, mutta myös muutamia isompia yrityksiä. Pienimmät yritykset, jotka eivät olleet vielä tehneet turvallisuusselvityksiä, pitivät niitä vaikeina ja halusivat niihin opastusta. Monet yritykset olisivat kaivanneet turvallisuusselvitysten tekemisessä apua silloin, kun niiden tekeminen oli ajankohtaista. Yrityksistä kolmasosa ei pitänyt turvallisuusselvityksiä lainkaan haasteellisina. (Kuvio 14.) Suurin osa selvitykset helpoiksi kokeneista yrityksistä oli jo liittynyt kosmetiikkarekisteriin ja tehnyt turvallisuusselvitykset. Pari näistä yrityksistä ei ollut kuitenkaan liittynyt kosmetiikkarekisteriin, koska ei tiennyt sen olevan pakollista. Niillä ei luultavasti ollut oikeaa käsitystä myöskään uusista vaativammista turvallisuusselvityksistä.

Ongelmat

Turvallisuusselvitysten teettämisen nähtiin tulevan yrityksille kalliiksi. Monen yrittäjän mukaan pienyritysten toiminnasta tulee kannattamatonta, jos ne tekevät vaadittavat turvallisuusselvitykset.

Eräs pienimuotoisesti kosmetiikkaa valmistava yrittäjä ”löisi hanskat tiskiin”, jos sen pitäisi tehdä rekisteröinnit, turvallisuusselvitykset ynnä muut. ”Moni tekee töitä pimeänä tämän takia” arveli eräs haastatelluista.

Kosmetiikkatuotteilleen turvallisuusselvitykset teettäneet yritykset kertoivat, että selvitykset olivat olleet todella aikaa vieviä sekä kalliita. ”Kauhea työ ja hinta, kun on paljon tuotteita.” Eräs pienyrittäjä, joka oli tehnyt tarvittavat selvitykset ja arvioinnit lainmukaisesti, maksoi niistä ”viiden vuoden tulojen verran”. Toisen yrittäjän mukaan selvitys tuntui aluksi haastavalta, mutta kun ilmeni, että tuotteen materiaali on yleisesti hyväksytty turvallinen luonnontuote, josta on tutkimukset tehty, ongelmaa ei enää ollut. Kolmas yrittäjä sanoi, että luomuraaka-aineet eivät ole ongelmallisia turvallisuuden suhteen.

Suomalaisia viranomaisia pidettiin kosmetiikkalainsäädännön tulkinnassa muiden EU-maiden viranomaisia tarkempina. Kaikilla EU-mailla on sama lainsäädäntö, mutta luultavasti muualla kuin Suomessa katsotaan lakia sormien läpi.

Turvallisuusselvitysten tulkinnassa oli edelleen epäselvyyksiä. ”Monilla pienyrittäjällä loppuu työ, jos tuotteilta vaaditaan samat tuoteanalyysit kuin suuryrityksiltä.” ”Kosmetiikka-asetus jättää paljon tulkinnanvaraa. Jostain pitäisi löytyä selkeät tiedot, miten asiat saa käytännössä tehdä.” Tukselilta yrittäjät eivät ole harmikseen saaneet apua. Euroopan Unionikaan ei tue selvitysten teossa.

Ratkaisuehdotukset

Turvallisuusselvitysten tekoon kaivattiin koulutustilaisuuksia ja yhteistyötä muiden yritysten kanssa. Turvallisuusselvityksiä koskeva ohjeistus ei saisi myöskään jättää tulkinnanvaraa. Yrityksille pitäisi antaa selkeät toimintamallit, joiden mukaan toimia. Turvallisuusselvitysten tekoa helpottaisi paljon, jos elintarvikkeeksi hyväksytty raaka-aine sallittaisiin myös kosmetiikkakäyttöön.

Erään yrittäjän ehdotuksen mukaan joku voisi tehdä turvallisuusselvitykset yrittäjien puolesta samaan tyyliin kuin tilitoimistolle ulkoistetaan kirjanpito. Moni muukin yrittäjä kertoi, että voisi palkata asiantuntijan tekemään kaikki lainsäädäntöön liittyvät selvitykset. palvelun hinnan tulisi kuitenkin olla kohtuullinen. Turvallisuusselvitysten ja arviointien hinnoittelun pitäisi olla monen mielestä riskiperusteista. Turvallisuusriski on pienyritysten tuotteilla huomattavasti pienempi kuin

isojen yritysten tuotteilla. Pienemmiltä yrityksiltä ei siis pitäisi periä turvallisuus selvitysten teosta yhtä paljon kuin isoilta.

Tuotteiden ja raaka-aineiden turvallisuusarvioinnit

Kolmasosa piti turvallisuusarviointeja erittäin haastavina. Haastavia tai jonkin verran haastavia ne olivat kolmasosalle yrityksistä. (Kuvio 14.)

Suurin osa piti ongelmallisimpana turvallisuusarvointien kalleutta. Etenkään pienyrityksillä ei ole niihin varaa, koska silloin niiden toiminnasta tulee kannattamatonta. Moni yrittäjä sanoi, että turvallisuusarvointien pitäisi olla halvempia pienyrityksille. Turvallisuusarvioijilla voisi olla riskiperusteinen hinnasto, eli pienille yrityksillä ja niille, jotka käyttävät vain puhtaita luonnontuotteita, arvoinnit olisivat halvempia.

Myös sopivien turvallisuusarvioijien löytyminen oli ollut monelle haastavaa. ”Vaikea löytää, jos ei satu tuttavissa olemaan sopivaa arvioijaa.” Moni haastatelluista sanoi, että helpottaisi paljon, jos turvallisuusarvioijat voisi löytää helposti samasta paikasta, esimerkiksi Internetistä samoilta kotisivuilta. Voisiko turvallisuusarvioinneista tiedottaa Suomen Proviisoriyhdistykselle ja tehdä yhteistyötä sen kanssa, kysyi eräs yrittäjä.

Pakkausmerkintöjen oikeellisuus

Kolmasosa koki pakkausmerkintöjen oikeellisuuden mm. tuotetiedoista ja väittämistä jonkin verran haastavaksi. 11 yritystä koki, ettei niillä ole ollut pakkausmerkintöjen oikeellisuuden kanssa mitään ongelmaa. (Kuvio 14.) Haastatellut yritykset kertoivat löytäneensä hyvin tiedot vaadittavista pakkausmerkinnöistä, tuotetiedoista ja sallituista väittämistä. Monella oli tiedossa, ettei pakkausyksissä saa olla terveystähtiä. Erään haastatellun mukaan ”lain porsaanreiät on vain löydettävä.”

Lainsäädännön hallitsemiseksi tarvitaan

- koulutusta ja selkeämpää ohjeistusta yrittäjille
- koulutusta viranomaisille, koska säädösten tulkinnassa ei saisi olla eroja eri henkilöiden kesken
- kosmetiikka-alalle esim. ”Arktiset Aromit - tyyppinen organisaatio, joka voisi mm. selvittää pienyrittäjille lainsäädännön vaatimukset ja laittaa ne kuntoon kohtuullisella hinnalla
- paikka, josta kosmetiikka-alan yritykset löytävät nopeasti yritystoimintaansa liittyvän lainsäädännön selkeästi ilmaistuna

Kosmetiikkarekisteriin liittymistä helpottaisi

- pienyritysten ja vain luonnonkasveja käyttävien yritysten tuotteiden rekisteröinnin yksinkertaistaminen (esim. ohikulkureitti)
- palautteen saaminen rekisteröinnin jälkeen
- parempi ohjeistus

Turvallisuusselvitysten ja – arviointien helpottamiseksi tarvittaisiin

- selkeämpi ohjeistus
- yhteistyötä kosmetiikka-alan yritysten kesken
- turvallisuusarvioijien helpompaa löydettävyyttä
- kohtuullista hintaa niiden ulkoistamiselle (riskiperusteinen hinnasto: pienille ja pelkkiä luonnontuotteita käyttäville yrityksille halvempi)

Liiallisesta byrokratiasta johtuvien ongelmien vähentämiseksi vaadittiin

- että elintarvikkeeksi hyväksytty raaka-aine sallittaisiin myös kosmetiikkakäyttöön
- luonnonkasvien ym. tuotteiden markkinoinnin helpottamista sallimalla niiden tutkittujen vaikutusten mainitseminen tuotepakkauksessa
- organisoijaa, joka kartoittaisi lainsäädäntöön liittyviä epäkohtia

4.4.4 Luonnonkasviraaka-aineiden hyödyntäminen

Luonnonkasviraaka-aineen saatavuus

Luonnonkasviraaka-aineen saatavuus vaikeutti suomalaisten luonnonkasvien käyttöä toiseksi eniten; kolmasosa yrityksistä mainitsi, että se vaikeuttaa paljon tai erittäin paljon. Puolella luonnonkasviraaka-aineen saatavuudessa ei kuitenkaan vaikuttanut olevan lainkaan vaikeuksia. (Kuvio 13.) Luonnonkasvien saatavuudessa ongelmaa ei ollut yrityksillä, joilla oli riittävästi omaa raaka-ainetuotantoa, riittävä luonnonkasviraaka-aineiden alihankintaketju tai jotka eivät halunneet lisätä tuotantomääräänsä. Monet näistä olivat pienyrityksiä, joiden tuotantomäärät olivat melko pieniä. Luonnonkasvien saatavuus näyttäisi rajoittavan yritysten kasvua. Luonnonkasviraaka-

aineen saatavuus oli nimittäin haasteellista juuri niillä yrityksillä, jotka hankkivat raaka-aineensa alihankkijoilta, pyrkivät suuriin tuotantomääriin ja halusivat viedä kosmetiikkatuotteita ulkomaille. Luonnonkasviraaka-aineiden saatavuuteen liittyvät ratkaisuehdotukset on tiivistetty luetteloon Luonnonkasviraaka-aineen saatavuus – osion loppuun.

Ongelmat

Monen yrittäjän mukaan syitä kotimaisen luonnonkasviraaka-aineen riittämättömään saatavuuteen olivat luonnonkasvien kehittymätön korjuuteknologia sekä sopimusviljelijöiltä ja luonnonkasvien kerääjiltä puuttuva ammattimaisuus. Ammattimaisuus tarkoittaa suurten raaka-aineiden tuottamista, sitoutuneisuutta ja luotettavuutta. Kosmetiikkavalmistajat eivät saa raaka-ainetta siinä määrin kuin haluavat. Tämä oli erittäin suuri ongelma etenkin yrityksille, jotka halusivat kasvattaa tuotantomääriään ja kansainvälistyä. Myös joidenkin pienempien yritysten toimintaa helpottaisi laadukkaiden suomalaisten raaka-aineiden hyvä ja helppo saatavuus. Tällöin ne ehtisivät keräämisen ja viljelyn sijaan keskittyä enemmän muihin yritystoimintaa edistäviin asioihin kuten tuotekehitykseen ja markkinointiin.

Kysyntää olisi erityisesti suomalaisista luonnonkasveista valmistetuille jatkojalosteille. Puuttuvina jalosteina mainittiin eteeriset öljyt, marjojen siemenöljyt ja -kuorikerrokset, alkoholiin uutetut yrttinktuurat ja yrttien öljyutokset. Eräs yritys joutui ostamaan ulkomailta viljeltyjä marjoja (tyrni, herukat, vadelma ja mansikka), koska ei saanut niitä riittäviä määriä Suomesta. Yritys ei kuitenkaan käyttänyt kaikkia edellä mainittuja marjaraaka-aineita kosmetiikan valmistukseen. Toinen yritys teki eteerisiä öljyjä jonkin verran itse, koska ei saanut haluamiaan öljyjä muualta.

Ratkaisuehdotukset

Haastateltujen mukaan tarvittaisiin valtakunnallinen yhteistyöorganisoija tai -organisaatio, joka organisoisi eri tahoja yhteistyöhön luonnonkasvien saatavuuden parantamiseksi.

Raaka-aineiden alkutuotannon ammattimaistamiseksi luonnonkasviraaka-aineen kerääjille ja myyjille pitäisi järjestää koulutuksia, joissa heitä opastettaisiin yrittäjyystaidoissa. Luonnon-tuotealan kerääjille ja myyjille olisi erään yrittäjän mukaan erittäin tärkeää opettaa, mitä käsite *liiketoimintamalli* tarkoittaa.

Tekijän huomautus: Liiketoimintamalli- käsitettä ei ole selkeästi määritelty. Keskeistä liiketoimintamallissa ovat kuitenkin asiakkuusstrategian osatekijät - kenelle, mitä ja miten – sekä sisäiset voimavarat. ”Vain asiakkaiden tarpeiden, toiveiden ja odotusten palveleminen luo kestävän perustan liiketoiminnalle.” (Saarelainen 2013, 16 – 23.)

Suomen Luontoyrittäjyysverkosto ry:n alihankintapörssi sai kehitysehdotuksia. Raaka-aineiden myyjiltä puuttuu siellä luotettavuustakuu. Esillä tulisi olla myös myytävien raaka-aineiden laadun kriteerit: esimerkiksi keruuseen tarvittavat sopimukset, maininta myyjän ammattimaisuudesta sekä raaka-aineiden jäljitettävyys- ja turvallisuustiedot.

Suomalaisten luonnonkasviraaka-aineiden verkkokauppa Internetissä oli yksi kehitysehdotus. Erään yrittäjän mukaan raaka-ainehankinnat alihankkijoilta vievät paljon aikaa. Raaka-aineita voisi ostaa enemmänkin, jos ostaminen olisi helppoa ja nopeaa. Verkkokaupassa tulisi ilmoittaa raaka-aineiden laadun lisäksi niiden hintatiedot, määrät ynnä muut. Luonnonkasviraaka-aineille olisi tarvetta niin kuivattuna kuin pitemmälle jalostettunakin.

Yritysten mukaan pitäisi saada luotettavia luonnonkasviraaka-aineiden sopimustuottajia, jotka toimittavat laadukkaita raaka-aineita tarvittaessa suuriakin määriä. Raaka-aineiden saatavuuden on oltava turvattu näiltä sopimustuottajilta vuodesta toiseen. Kosmetiikka-alan yritysten ja myös muiden luonnontuotealan yritysten yhteistoiminta raaka-aineiden hankinnassa voisi kannustaa sopimustuottajia tuottamaan luonnonkasviraaka-ainetta luotettavasti ja suuremmalla volyyymilla. Raaka-aineen ostajilla pitäisi lisäksi olla tarve samoille kasveille.

Yhteistyö muiden yritysten kanssa voisi olla yksi ratkaisu, jos pienyrittäjän tietyille tuotteille tulee niin paljon kysyntää, ettei hänen ole mahdollista omin voimin kerätä riittävää määrää raaka-ainetta tai valmistaa riittävää määrää tuotteita. Toisilta yrittäjiltä voisi ostaa raaka-ainetta ja myös mahdollisesti kiireapua valmistukseen. Tällainen yhteistyökuvio on ajatuksena muutamilla haastatelluista pienyrittäjistä, jotka ovat perustaneet keskenään markkinointiosuuskunnan.

”Potentiaaliset luontoyrittäjät eivät kohtaa kunnolla kosmetiikka-alan yrittäjiä.” Kosmetiikka-alan yrittäjien ja luonnonkasveja työkseen keräävien luontevia kohtaamispaikkoja toivottiin järjestettäväksi esimerkiksi hankkeiden puitteissa.

Luonnonkasvien korjuuteknologian kehittäminen nopeuttaisi keräämistä ja sitä kautta lisäksi raaka-aineiden parempaa saatavuutta. Myös jalostukseen tarvittaisiin kehittelyä. Kaikilla yrityksillä ei ole mahdollisuutta käyttää luonnonkasveja pelkästään kuivattuna, vaan niiden pitäisi olla pitemmälle jalostettuja.

Ratkaisut luonnonkasviraaka-aineiden saatavuuteen

Keinot luonnonkasviraaka-aineen saatavuuden parantamiseksi

- Kerääjien koulutus (yrittäjyystaidot, raaka-aineiden laatu)
- Yhteistyö yrittäjien kesken raaka-ainehankinnoissa
- Kohtaamispaikat raaka-aineen myyjille ja ostajille
- Ammattimaiset sopimustuottajat
- Luontoyrittäjyysverkoston alihankintapörssin kehittäminen (luotettavuus- ja laatutakuu, jäljitettävyyss- ja turvallisuustiedot)
- Valtakunnallinen yhteistyöorganisoija tai – organisaatio luonnonkasvien saatavuuden parantamiseksi
- Luonnonkasviraaka-aineiden verkkokauppa
- Korjuuteknologian kehittäminen (rahoitus ja yritysten yhteistyö asiantuntijoiden kanssa)
- Jalostuksen kehittäminen

Kehittämätön raaka-aineiden korjuuteknologia

Puolet yrityksistä ei pitänyt korjuuteknologiaa ongelmana (Kuvio 13). Monet yritykset olivat niin pieniä, että korjuun käsityövaltaisuus ei haitannut, koska niillä ei ollut tarvetta saada suuria määriä raaka-ainetta. Monet pienyrittäjät totesivat, että jos he lisäisivät tuotantaan, korjuuteknologian puutteet olisivat iso ongelma. Joillakin yrityksillä oli luonnonkasvien suhteen omaa tuotantoa ja siihen sopivaa korjuuteknologiaa. Turve ja koivutisle eivät haasteltujen mukaan kaivanneet erityistä korjuuteknologiaa.

Viittä yritystä kehittämätön raaka-aineiden korjuuteknologia haittasi paljon tai erittäin paljon (Kuvio 13). Korjuuteknologian kehittymättömyyden näkivät ongelmana lähinnä isoimmat yritykset, joilla ei ollut omaa tuotantoa, sekä pienemmät yritykset, joilla on tulevaisuudessa kasvupyrkimyksiä. Monien pienten luonnonkasvien viljelyä harjoittaneiden yritystenkin mukaan korjuuteknologiassa on kehitettävää. Näissä yrityksissä korjuu on varsin käsityövaltaista. Eräs yrittäjä mainitsi, että esimerkiksi siankärsämön korjuuteknologiaa pitää kehittää. Suuren kuitupitoisuutensa vuoksi se on haastava korjattava. ”Kun tuotantomäärää aletaan tulevaisuudessa nostaa, pitää alkaa kehittää parempaa korjuuteknologiaa.” Toisen yrittäjän mukaan korjuuteknologian kehittymättömyys on

ongelma luonnonkasveilla, joita ei viljellä. Isompien volyymien tuottaminen ei onnistu, koska raaka-ainetta ei saada kerättyä riittävästi. Korjuuteknologian kehittämiseen tarvitaan rahoitusta. Vaikeutena nähtiin se, että tuotteille pitää ensin olla suuri kysyntä ja sen jälkeen on vasta mahdollista kehittää kallista teknologiaa.

Yritysten yhteistyö teknologian asiantuntijoiden kanssa on tärkeää. Hankkeiden avulla voidaan saada asiantuntijoita ja erikokoisia yrityksiä kehittämään yhdessä korjuuteknologiaa.

Erään yrittäjän mukaan Suomessa eri alojen verkostot löytänevät toisensa hyvin, mutta ulkomaisen korjuuteknologiatiedon löytäminen on vaikeampaa. Hänen mukaansa ulkomaan opintomatkoilta voi saada uusia ideoita myös korjuuteknologiaan.

Luonnonkasviraaka-aineen laatu

Yrityksillä ei ole ollut yleensä ongelmia luonnonkasviraaka-aineen laadussa, kun ne ovat ostaneet kasveja alihankintana. Kaikki eivät kuitenkaan olleet tyytyväisiä. Yhden yrityksen mukaan luonnonkasviraaka-aineen laadussa on ollut paljon puutteita ja neljän yrityksen mukaan puutteita on ollut jonkin verran. (Kuvio 13.) Raaka-ainetoimittajilla on ollut puutteita raaka-aineen hygieenisessä käsittelyssä, jäljitettävyyss- ja turvallisuustiedoissa sekä lupien todentamisessa. Esimerkiksi lupapaperit pihkan keruuseen ovat puuttuneet.

Laatua pidettiin erittäin tärkeänä asiana. Luonnonkasviraaka-aineen laatu vaihtelee vuosittain. Huonoista sääoloista johtuen kasveissa voi olla laatuongelmia. Monet pienyrittäjät kokivat, että kun tuotteen valmistaa itse alusta loppuun, se on varmasti laadukasta. Itse tehtyjä tuotteita ja paikallisia raaka-aineitakin pidettiin myyntivalttina. Monet keräsivät tai viljelivät kasvinsa itse, koska halusivat käyttää tuotteissaan vain paikallista kasviraaka-ainetta.

Kerääjien kouluttaminen oikeaoppiseen keräämiseen ja raaka-aineiden säilyttämiseen olisi yhden yrittäjän mukaan edelleen tärkeää. Myös kerääjien koulutus liiketoimintaosaamisesta olisi tarpeellista. Luontoyrittäjyysverkosto voisi olla tässä aktiivinen. Erään yrittäjän mukaan luonnonkasviraaka-aineen korkeana säilyvää laatua voitaisiin varmistaa perustamalla alueellisia varastotiloja, esimerkiksi kylmätiloja ja pakastamoja.

Luonnonkasviraaka-aineen hinta

Yhden yrittäjän mukaan hinta vaikeutti paljon luonnonkasvien käyttöä. Muutamat olivat sitä mieltä, että luonnonkasviraaka-aineen hinta vaikeutti käyttöä jonkin verran (Kuvio 13). Ongelmana nähtiin suomalaisten kerääjien suurempi palkkakustannus verrattuna halpamaiden työntekijöiden palkkoihin. Suomalaisen työvoiman käyttö pienentää yrityksen tuotteesta saamaa katetta ja heikentää yrityksen kilpailuasemaa markkinoilla. Ongelmaa ei kuitenkaan olisi, jos suomalaiset arvostaisivat suomalaista osaamista ja laadukkaita kosmetiikkatuotteita ja valitsisivat ulkomaisen sijaan suomalaisen tuotteen.

Haastatelluista 13 oli sitä mieltä, että suomalaisen raaka-aineen hinta ei vaikeuttanut lainkaan luonnonkasvien käyttöä (Kuvio 13). Monet pienet yritykset hankkivat raaka-aineensa joko luonnosta itse keräämällä tai viljelemällä. Ne kertoivat, että hinta ei tämän takia ole ongelma, kun raaka-aineiden määrätkin ovat heillä aika pieniä. Toisaalta mainittiin, että omalle raaka-aineellekin kertyy paljon hintaa, kun sitä kerätään kerralla vähän. Suurin osa raaka-aineet alihankintana hankkivista yrityksistä oli valmiita maksamaan hyvän hinnan ja myös kuulemma maksoivat suomalaisesta laadukkaasta raaka-aineesta paljon. Tällöin yrittäjät saavat alihankkijoilta myös helpommin ja enemmän luonnonkasviraaka-ainetta. Kun tuotteet ovat hyvin brändättyjä, niillä saa olla hintaa. Tällöin raaka-aineen hinta ei ole mikään ongelma. Raaka-aineiden hintojen polkemista ei pidetty hyvänä asiana. Poimijoidenkin pitää saada työstään riittävä palkka.

Muut luonnonkasvien käyttöön liittyvät haasteet

Luonnonkasvien käytön vaikeutena mainittiin myös tiedon puute monipuolisesta teknologiasta, joka sopisi luonnonkasvien jalostukseen. Prosessintuntemukseen tarvittaisiin koulutusta esimerkiksi siinä, miten tuotteeseen saataisiin kasviraaka-aineen parhaat ominaisuudet.

Erään yrittäjän mukaan ongelma on se, että raaka-aineet ja jalostus ovat toisistaan liian hajallaan. Raaka-aineiden hankkiminen ja tuotanto ovat yrittäjälle sen vuoksi todella työläitä ja vaativat ”älytöntä säätöä”.

Järjestäytymättömyyden puute luonnontuotealan yritysten kesken nähtiin ongelmallisena. Kaikkien luonnontuotealan ihmisten kesken toivottiin enemmän verkostoitumista. Luontoyrittäjyysver-

kostolle toivottiin entistä enemmän painoarvoa. Sitä pidettiin hyvänä tahona levittämään tietoa moneen suuntaan - niin yrittäjille, viranomaisille kuin tiedotusvälineillekin.

Eräs yritys mainitsi resurssien puutteen rajoittavan mahdollisuutta käyttää kosmetiikan ainesosiin aikaa ja muita resursseja, koska kosmetiikkatuotteet eivät ole yrityksen päätuoteryhmä.

4.4.5 Tiedon puute

Yrityksiltä kysyttiin, miten paljon niiden toimintaa vaikeuttivat tutkimustiedon puute (Kuvio 13), tiedon puute sopivasta luonnonkasviraaka-aineesta (Kuvio 13) ja tiedonsaanti asiakkaiden tarpeista (Kuvio 14).

Tutkimustiedon puute

Tutkimustiedon puute esimerkiksi luonnonkasvien todennetuista vaikutuksista ja turvallisuudesta haittasi erittäin paljon tai paljon vain muutamia yrityksiä, mutta puolelle siitä ei ollut mitään ongelmaa (Kuvio 13). Tutkimustiedon puutteisiin liittyvät ongelmat ja ratkaisut on tiivistetty luetteloon Tutkimustiedon puute – osion loppuun.

Ongelmat

Moni haastatelluista sanoi, ettei luonnonkasvien todennetuista vaikutuksista ja esimerkiksi turvallisuudesta ole riittävästi luotettavia tutkimustuloksia. Mainintoja esimerkiksi kasvien hyvistä vaikutuksista ei voi käyttää markkinoinnissa, jos tutkimukset eivät ole riittävän luotettavia. Kasveista on saatavilla paljon perinnetietoa, mutta niistä kaivattiin enemmän ajankohtaisempaa ja luotettavampaa tietoa.

Osa yrityksistä kaipasi tutkimustietoa tuotteistaan tai raaka-aineistaan. Ongelmana on kuitenkin tutkimusten kalleus. Monissa yrityksissä tutkimusta oli tehty itse. Valtion haluttomuus osallistua tutkimusten rahoittamiseen koettiin ongelmalliseksi. Eräs haastatelluista mainitsi, että luonnon tuotteiden tutkimus on kalliimpaa kuin synteettisesti valmistettujen tuotteiden. Tämä johtuu siitä, että luonnontuotteissa on enemmän erilaisia ainesosia kuin synteettisesti valmistetuissa tuotteis-

sa. Jos haluaisi tutkia kaikki luonnontuotteen tai kasvin terveysvaikutukset, jokaiselle ainesosalle pitäisi tehdä erikseen oma tutkimus.

Eräs yrittäjä sanoi: ”Vaikka monella kasvilla ei ole lääketieteellistä näyttöä sen terveysvaikutuksista, käytännön näyttöä on saatu sitäkin enemmän.”

Ratkaisut

Yrittäjiltä kysyttiin hyväksi havaittuja ratkaisuja ongelmiin tai mahdollisia ratkaisuideoita. Monen yrittäjän toiveena oli, että luonnonkasveista tuotettaisiin luotettavaa tutkimustietoa, jota voisi hyödyntää kosmetiikkatuotteiden markkinoinnissa.

Luotettavan tutkimustiedon tulisi olla myös helposti löydettävissä samasta paikasta. ”Tutkimuksia tulee seurata kaiken aikaa, on oltava ajan hermolla.” Yrittäjillä ei ole aikaa etsiä tietoa hajanaisista lähteistä. Erään yrittäjän toiveena oli, että kansainvälinen yhteisö dokumentoisi luonnonkasvien turvallisuudesta tehtyjä tutkimuksia. Nämä tutkimustulokset voisi saada esimerkiksi Pro Luonnonkosmetiikka ry:ltä.

Suomen valtion pitäisi osallistua enemmän yritysten omien tutkimusten rahoitukseen. Eräs yrittäjä oli saanut rahoituksen tuotteidensa tutkimiseksi ulkomailla, mutta kaipasi myös suomalaista tutkimusta ja rahallista tukea siihen: ”Suomalaiset viranomaiset nukkuvat täysin.” Toisen yrittäjän mielestä tärkeimmistä suomalaisista luonnon raaka-aineista tarvittaisiin valtion rahoittamaa kotimaista ja tieteellistä tutkimusta. Tutkimuksissa tarvittaisiin myös yhteistyötä lääketieteellistä tutkimustyötä tekevien kanssa. Tutkimustuloksia esimerkiksi raaka-aineiden hoitavista vaikutuksista voitaisiin hyödyntää kosmetiikkatuotteiden tuotetiedoissa ja markkinoinnissa.

Tutkimustiedon puutteeseen liittyvät ongelmat ja ratkaisuehdotuksineen

Tutkimustuloksia kaivataan <ul style="list-style-type: none">• todennetuista vaikutuksista• hoitavista vaikutuksista• turvallisuudesta• omista tuotteista tai raaka-aineista	Ongelmiksi koetaan <ul style="list-style-type: none">• luotettavien tutkimusten puute ja niiden kalleus• se, ettei perinnetietoa saa hyödyntää markkinoinnissa• tutkimustiedon hajanainen sijainti
Ratkaisuja voisivat olla <ul style="list-style-type: none">• valtion osallistuminen kotimaisten tutkimusten rahoitukseen• yhteistyö lääketieteellistä tutkimustyötä tekevien kanssa• markkinoinnissa hyödynnettävissä olevan tutkimustiedon löytyminen samasta paikasta	

Tiedon puute sopivasta luonnonkasviraaka-aineesta

Tiedon puute sopivasta luonnonkasviraaka-aineesta ei ollut lainkaan ongelma 13 yritykselle, loppuille se oli jonkin verran haasteellista (Kuvio 13). Tiedon löytämiseksi on vain oltava oma-aloitteinen ja yhteistyössä muiden kanssa. Erilaisista koulutuksista voi myös olla apua. Jotkut yritykset kertoivat keskittyvänsä vain luonnonkasveihin, joista niillä oli asiantuntijuutta, eivätkä kokeneet tarvetta lisätä asiantuntemustaan muiden kasvien osalta.

Tiedonsaanti asiakkaiden tarpeista

Tiedonsaanti asiakkaiden tarpeista oli haasteellista tai jonkin verran haasteellista puolelle yrityksistä. Lopuilla siinä ei ollut lainkaan ongelmaa. (Kuvio 14.) Erään yrittäjän mukaan on haastavaa, koska aina ei voi tietää, mikä menee kaupaksi mihinkin aikaan vuodesta. Yrityksillä oli monia keinoja kartoittaa asiakkaiden tarpeita. Kontaktit asiakkaiden kanssa erilaisissa tapahtumissa sekä asiakkaiden kohtaaminen yrityksessä olivat myös tärkeitä. Etenkin yritykset, jotka tarjosivat ihmisille hoitopalveluita, saivat kuulemma helposti ihmisten tarpeet selville hoidon aikana ja pystyivät sen perusteella mainostamaan omia kosmetiikkatuotteitaan. Etenkin suuremmissa yrityksissä markkinointitutkimuksista ja gallupien tekemisestä voisi yrittäjien mukaan olla apua asiakkaiden tarpeiden kartoittamisessa.

4.4.6 Laadunvalvonta

Lähes kolmasosa yrityksistä piti laadunvalvontaa erittäin haastavana tai haastavana (Kuvio 14). Erään yrittäjän mukaan luonnonraaka-aineen käyttö on tuotteissa siinä mielessä haasteellista, että raaka-aine ei ole koskaan tasalaatuista. Kosmetiikkatuotteiden valmistusreseptejä täytyykin muokata aina raaka-aine-erän laadun mukaan. Tämän takia luonnonkasviraaka-aine on teollisia raaka-aineita haastavampi.

Eräs pienyrittäjä sanoi laadunvalvonnan olevan hygienian osalta liiallista nimenomaan viranomaisten taholta. Hänen mukaansa laadunvalvonnassa pitäisi ottaa maalaisjärki käyttöön. Kosmetiikkatuotteiden valmistukseen pitäisi käydä tuotantotilaksi kotikeittiö, jossa on normaali kotikeittiön hygieniat. Yritysten keruuhjeet saivat myös kritiikkiä: ne pitää kerätä kertakäyttöhansikkaat kädessä, mutta huomioimatta jää, että ulkona kasvaessaan kasvit ovat täysin luonnon armoilla. Toisen yrittäjän mukaan laadunvalvontaan liittyvät mikrobiologiset tutkimukset ovat tarpeellisia ja jopa pakollisia kosmetiikassa. Ongelmana on vain niiden kalleus. Eräs yrittäjä kuvaili laadunvalvontaa työlääksi, koska siinä täytyy olla niin tarkkana. Osa haastatelluista haluaisi laadunvalvonnasta koulutusta.

4.4.7 Tuotekehitys

Yrityksiä pyydettiin arvioimaan tuotekehitystään esimerkiksi riittävän asiantuntemuksen, tilojen, laitteiden ja lainsäädännön kannalta. Tuotekehityksen koki haasteelliseksi tai erittäin haasteelliseksi lähes kolmasosa yrityksistä ja jonkin verran haasteelliseksi yli kolmasosa haastatelluista. Loput kokivat, ettei siinä ole mitään ongelmaa (Kuvio 14). Tuotekehitykseen liittyvät ongelmat ja ratkaisut on tiivistetty luetteloon luvun loppuun.

Monella yrittäjällä oli paljon ideoita uusista tuotteista, mutta niiden toteuttamista pidettiin vaikeana resurssien puutteen vuoksi. Usealla pienyrittäjällä tuotekehitystä rajoittivat rajalliset työtilat. Myös ajanpuute oli monessa yrityksessä esteenä tuotekehitykselle. Tuotekehitystä pidettiin haasteellisena, koska uusia tuotteita pitää olla koko ajan kehittelemässä. Kosmetiikkapuolella tuotekehitystä pitäisi erään yrittäjän mukaan alkaa tehdä uudestaan, koska kilpailu on koventunut. Kymmenen vuotta sitten ei ollut vielä paljon tuotesarjoja, mutta nykyään ulkomaisia tuotteita on tullut todella paljon. Ulkomaiset sarjat ovat isoja ja hyvin brändättyjä, tunnettuja tuotemerkkejä. Suomalaiset

tuotteet eivät ole yhtä ammattimaisen näköisiä. Tarpeeksi isoja suomalaisia tuotesarjoja ei ole, esimerkiksi hoitotuotesarjat puuttuvat kokonaan.

Lainsäädännön nähtiin estävän tuotekehitystä, koska kaikkia tuotteita ei pystytä sen takia kehittämään. Tuotekehitystä vaikeuttavat myös tuotekehitykseen liittyvän lainsäädännön hankala löydettävyys ja lainsäädännön tulkintaongelmat.

Erään yrittäjän mukaan ”tuotekehitys ei ole ongelma, kun lukee tutkimuksia ja kokeilee tuotteista erilaisia kombinaatioita.” Muutamilla haastatelluilla oli yritysten välinen yhteistyö tuotekehityksessä aluillaan. Erään yrittäjän mukaan ratkaisu tuotekehitystä rajoittaviin liian pieniin työtiloihin voisi olla ainakin osittainen tuotteiden valmistuksen ulkoistaminen. Koulutusta tarvittaisiin etenkin erilaisista valmistusprosesseista. Asiantuntemusta ja laitteita tarvittaisiin tuotteiden valmistusprosessissa. Uusien tuotteiden kehittämiseksi yhteistyö esimerkiksi prosessitekniikan alan asiantuntijoiden kanssa olisi tärkeää.

Tuotekehityksen ongelmat ja mahdolliset ratkaisuehdotukset

Ongelmia tuotekehityksessä	Ratkaisuja
<ul style="list-style-type: none">• ajan puute• rajalliset työtilat• lainsäädäntö (estää uusien ideoiden toteuttamista, hankala löydettävyys, tulkintaongelmat)	<ul style="list-style-type: none">• osittainen tuotteiden valmistamisen ulkoistaminen• valmistusprosessien koulutus• yhteistyö asiantuntijoiden kanssa (esim. prosessitekniikka)

4.4.8 Muut haasteet

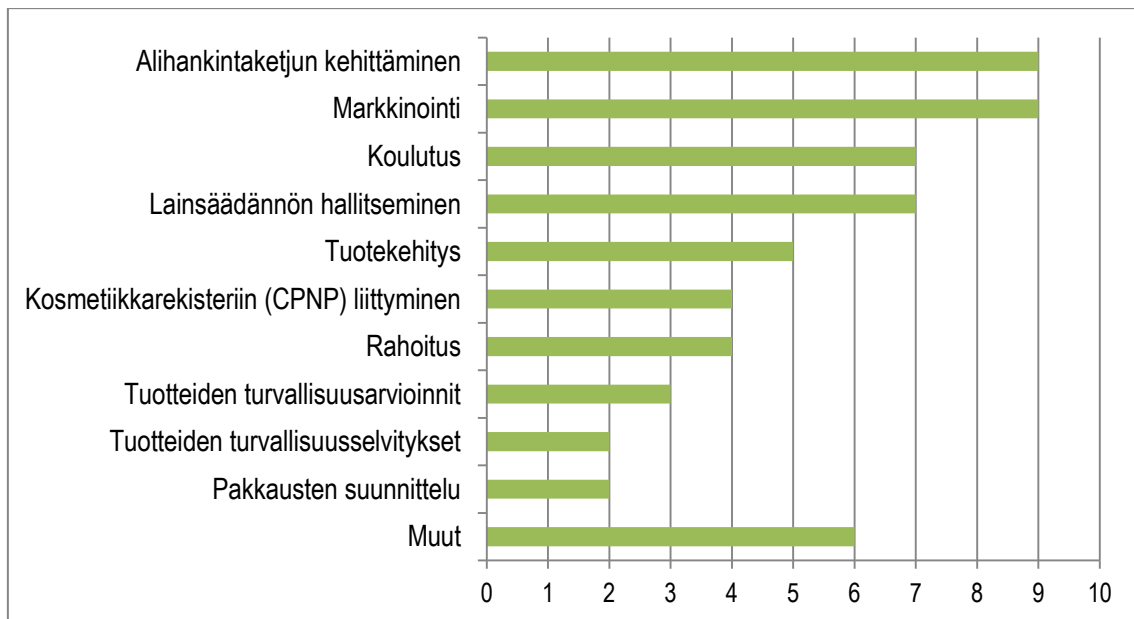
Yritysten tuotannon saamista tuotantotehokkaaksi pidettiin haastavana. Oikeita työtapoja ja riittävää nopeutta pidettiin tuotannossa kannattavuuden kannalta olennaisina asioina. Niissä nähtiin vielä kehittämisen tarvetta.

Parilla yrityksellä oli vaikeuksia löytää tuotantoprosessiin ja pakkaamiseen tarvittavia laitteita, esimerkiksi pakkauskoneita. Internetistä laitteiden löytäminen koettiin hankalaksi. Erään yrittäjän mukaan tuotannon apuvälineitä myyvät yritykset eivät ole kovin halukkaita palvelemaan pieniä yrityksiä.

Eräs pienyrittäjä kertoi, että on vaikeaa ostaa tuotepakkauksia pienemmissä erissä. Kerralla pitäisi ostaa niin paljon tuotepakkauksia, ettei niille kaikille ole pienessä yrityksessä käyttöä. Pienet yritykset ovat tässä asiassa huonommassa asemassa kuin isommat, sillä ne joutuvat muun muassa pientoimituslisien vuoksi maksamaan pakkausmateriaaleista suhteessa enemmän kuin isommat yritykset.

4.5 Yritysten toiminnan edistäminen ja tukeminen

Yrityksiltä tiedusteltiin, missä asioissa ja millä keinoin niitä voitaisiin tukea parhaiten. Ne saivat valita annetuista vaihtoehdoista korkeintaan viisi vaihtoehtoa tai määritellä itse muita tuen kohteita. Puolet yrityksistä kaipasi tukea sekä alihankintaketjun kehittämiseen että markkinointiin. Yli kolmasosa tarvitsi koulutusta ja apua lainsäädännön hallitsemisen ja lähes kolmasosa tarvitsi apua tuotekehitykseen. Osa mainitsi tuen tarpeen kohteena kosmetiikkarekisteriin liittymisen sekä rahoituksen, osa tuotteiden turvallisuusarvioinnit ja tuotteiden turvallisuus selvitykset sekä tuotepakkausten suunnittelun. Muita tukitarpeita mainitsi kolmasosa haastatelluista. (Kuvio 15.)



KUVIO 15. Yritysten tuen tarpeet. (Muut = mm. yritysten viennin edistäminen, vientituet mikroyrityksille, yritysten verotuksen vähentäminen (arvonlisävero ja perintövero), yhteistyön lisääminen eri toimijoiden välille, luonnontuotteiden valvonnan siirtäminen Turvallisuus- ja kemikaalivirastolta (Tukes) Luonnonvarakeskukselle, tärkeimpien luonnon raaka-aineiden tutkimukset ja hoitavien vaikutusten selvitykset) (n = 18)

4.5.1 Alihankintaketjun kehittäminen

Alihankintaketjun kehittäminen oli yrittäjien mielestä tärkeimpiä keinoja, joiden avulla yrityksiä voitaisiin tukea. Puolet haastatelluista kertoi sen olevan yritykselleen erittäin tärkeää (Kuvio 15). Alihankintaketjun kehittämistarpeet on tiivistetty luetteloon luvun loppuun. Haastatelluissa oli yrittäjiä, jotka halusivat säilyttää tuotantonsa käsityömäisenä. Käsityötä pidettiin myyntivalttina lähinnä tuotteiden korkean laadun takia. Heikin olivat kuitenkin sitä mieltä, että alihankintaketjua pitää kehittää.

Rahtivalmistusta moni yritys piti hyvänä ideana. Siinä kosmetiikkaa enemmän valmistavalle yritykselle lähetetään raaka-aineet, pakkaukset ja etiketit. Takaisin yritys saa valmiit tuotteet, jotka täytyy enää markkinoida. Kosmetiikkatuotteiden rahtivalmistus voisi yrittäjien mukaan olla askel pienemmästä valmistuksesta suurempaan tuotantoon. Tuotannon ulkoistus vähentäisi työmäärää, ja yrittäjä voisi keskittyä tuotannon sijaan paremmin muihin asioihin.

Luotettavia luonnonkasviraaka-aineen sopimustuottajia tarvittaisiin enemmän. Joillakin yrityksillä oli tavoitteena lopettaa oma viljely ja ostaa kaikki luonnonkasviraaka-aineet sopimustuottajilta. Raaka-aineen viljelijöitä pitäisi tukea. Tästä aiheesta on kerrottu jo aikaisemmin luvussa 4.4.4.

Tuotteiden jalostusta pitäisi monipuolistaa. Mitä paremmin jalostusyrietykset raaka-aineita jalostavat, sen parempi. Jalostetuille tuotteille olisi kysyntää varsinkin kasvavissa kosmetiikka-alan yrityksissä. Ne tekisivät mielellään yhteistyötä jalostusyrietysten kanssa erilaisten jalosteiden kehityksessä.

Yhtenä toiveena oli, että Suomeen saataisiin niin sanottuja täyden palvelun ”yrittaloja”, jotka jalostavat ja valmistavat luonnonkasviraaka-aineet sellaiseksi, kuin asiakas – tässä tapauksessa kosmetiikka-alan yrittäjä – haluaa. Osa yrityksistä haluaisi teettää tuotteiden valmistuksen alihankintana.

Alihankintaketjun kehittämistarpeet

Alihankintaketjun kehittämiseksi tarvittaisiin

- lisää rahtivalmistusta
- luotettavia luonnonkasviraaka-aineen sopimustuottajia ja niiden tukemista
- jalostuksen monipuolistamista esim. yhteistyössä jalostusyrietysten ja kosmetiikka-alan yritysten kesken
- täyden palvelun ”yrittaloja”

4.5.2 Markkinointi

Alihankintaketjun kehittämisen lisäksi yritykset kaipaivat eniten tukea ja apua markkinointiin. Puolet yrityksistä toivoisi tukea markkinointiin. (Kuvio 15.) Markkinointiin liittyvistä tuen tarpeista kerrotaan luvussa 4.4.2. Aihetta sivutaan myös luvussa 4.4.1.

4.5.3 Koulutus

Yli kolmasosa yrityksistä piti koulutusta itselleen tärkeänä tukitoimena (Kuvio 15). Koulutuksia kaivattiin hyvin erilaisiin asioihin. Yrietysten erilaiset koulutustarpeet on tiivistetty luetteloon luvun

loppuun. Lainsäädännöllisiin asioihin liittyvää opastusta tarvittaisiin edelleen. Ne yritykset, jotka eivät olleet vielä liittyneet kosmetiikkarekisteriin, kaipasivat apua tuotteiden rekisteröintiin ja turvallisuus selvityksiin. Koulutusta kaivattiin uusista asioista, esimerkiksi markkinoille tulleista uudentyyppisistä raaka-aineista ja tuotantomenetelmistä. Tarpeellisina aihepiireinä mainittiin uuttaminen, eteeriset öljyt, säilöntäongelmat, luonnonkasvien hyödyntäminen ja yrttien käyttö luonnonkosmetiikassa. Eräs yrittäjä mainitsi tarvitsevansa koulutusta markkinoinnista sekä liiketoimintaosaamisesta. Koulutuksen järjestäminen nähtiin tarpeelliseksi niin kosmetiikka-alan yrittäjille, kasvien kerääjille kuin viranomaisillekin.

Tärkeänä pidettiin, että ei tarvitsisi osallistua koulutukseen, joka ei ole itselle tarpeellista, vaan voisi valita koulutustarjonnasta vain ne osiot, mitä tarvitsee. Koulutus ei saisi olla liian aikaa vievää. Erään yrittäjän mukaan sitä pitäisi järjestää vain yksittäisinä päivinä. Toisen yrittäjän mukaan esimerkiksi neljä tuntia voisi olla sopiva aika, hänellä ei ole aikaa koko päivän koulutuksiin. Koulutus ei saisi olla liian kallista. Sen yhteydessä olisi hyvä verkostoitua muiden toimijoiden, esimerkiksi luonnonkasvien kerääjien, muiden yrittäjien ja korkeakoulujen tutkijoiden kanssa.

Riippuen koulutuksen aiheesta kouluttajia voisivat olla esimerkiksi ProAgria kasveihin liittyvissä asioissa, seudulliset kehittämisorganisaatiot tai yhtiöt esim. markkinointiin ja yritystoimintaan liittyvissä asioissa ja korkeakoulut voisivat olla järjestämässä koulutusta teknologiasta. Toiveena oli, että koulutusta järjestettäisiin niin suomeksi kuin ruotsiksikin tai että suomenkielisiin koulutuksiin olisi mahdollista saada tarvittaessa ruotsin kielen tulkki.

Koulutustarpeet ja tavat

<p>Yritysten kaipaamat koulutusaiheet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lainsäädäntö (mm. kosmetiikkarekisteri, turvallisuus selvitykset) • Markkinointi • Liiketoimintaosaaminen • (Uudet) raaka-aineet ja tuotantomenetelmät • Laadunvalvonta • Kerääjien koulutukset liiketoimintaosaamisessa • Viranomaisten kouluttaminen (kosmetiikka-asetus) 	<p>Koulutuksen tulisi olla</p> <ul style="list-style-type: none"> • päiväkoulutusta tiettyihin asioihin • kohtuullisen hintaista • osittain ruotsinkielistä
--	---

4.5.4 Lainsäädännön vaatimukset

Yli kolmasosa yrityksistä mainitsi tarvitsevansa tukea lainsäädännön hallitsemiseen, muutamat kosmetiikkarekisteriin liittymiseen ja tuotteiden turvallisuusarviointeihin ja kaksi yritystä tuotteiden turvallisuus selvityksiin (Kuvio 15). Yritysten tarvitsemista erilaisista lainsäädäntöön liittyvistä tuen tarpeista kerrotaan luvussa 4.4.3.

4.5.5 Tuotekehitys

Lähes kolmasosa mainitsi tarvitsevansa tukea tuotekehitykseen (Kuvio 15). Tuotekehityksen tuen tarpeista kerrotaan luvussa 4.4.7.

4.5.6 Rahoitus

Neljä yritystä kertoi, että rahoituksen saaminen yritystoimintaan olisi tärkeää (Kuvio 15). Rahoitusta kaivattiin tuotetutkimukseen, markkinointiin, tuotantoon, laitteisiin, jalostukseen ja vientipyrkimyksiin. Alalle toivottaisiin rahoittajia, mutta myös valtion tulisi osallistua alan yritysten tukemiseen. ”Bisnesmiehet vaativat isoa tuottoa nopeasti, joten yhteistyö heidän kanssaan olisi vaikeaa.” Tekesin naisyrittäjälainoja pidettiin yritystoiminnan alussa hyvinä, mutta tukea kaivattiin myös tuotantoon.

Muutamit yritykset rahoittivat melkein kaiken itse, mikä tarkoittaa joillakin käytännössä sitä, että yrittäjä tekee 14 tunnin työpäiviä, ei pysty maksamaan itselleen palkkaa ja ”kaikki kulutus kotona on nollassa”.

Erään yrittäjän mukaan luonnontuotteiden tutkimukset ovat kalliimpia kuin muiden kemiallisten aineiden tutkimukset, koska luonnontuotteissa on niin paljon ainesosia. Jokaiselle ainesosalle pitäisi tehdä erikseen oma tutkimus. Jos tutkimuksen rahoittaa yksittäinen yritys, se tulee todella kalliiksi. Tämän vuoksi rahoittajien saaminen olisi tärkeää.

Suomalaisten luonnonkasvien jalostuksen tukeminen ja kehittäminen esimerkiksi valtion taholta olisi tarpeellista. Moni pieni yritys pääsisi alkuun ja voisi hankkia luonnonkasvien jalostamiseen tarvittavia laitteita tuen avulla.

Vientituet kiinnostivat monia. Ne olisivat monelle selvitykseen osallistuneelle mikroyritykselle tarpeellisia, jos niitä olisi vain mahdollista saada. ”Vientiponnistelujen konkreettinen eli rahallinen tukeminen olisi a ja o!”

4.5.7 Pakkausten suunnittelu

Kaksi yrittäjää mainitsi tarvitsevansa tukea pakkausten suunnitteluun (Kuvio 15). Toisen mukaan asiantuntemus niin pakkaustekniikassa kuin pakkaamisessakin on tärkeää, mutta siinä on jatkuvasti kehittämistarvetta. Toinen yrittäjä kertoi, että pakkausten suunnitteluun olisi hyvä saada apua. Suunnittelu ei vain saisi maksaa kovin paljon.

Monet mainitsivat, että suomalaisten kosmetiikkatuotteiden pakkausten visuaalisessa ilmeessä on usein parantamisen varaa, koska ne eivät näytä tarpeeksi ammattimaisilta. ”Jos ulkomaille aikoo viedä tuotteita, niiden ulkonäön tulee olla viimeisen päälle.” Tuotteilla pitäisi myös olla sertifiikatit. Esim. pakkausmateriaalien tulisi olla FSC - sertifioituja. Jotkut yrittäjät olivat sitä mieltä, että pakkausten suunnitteluunkin olisi hyvä saada tukea valtiolta kosmetiikkatuotteiden ulkomaan viennin edistämiseksi.

Monet pienyritykset eivät erityisesti panostaneet tuotteidensa ulkonäköön. Syynä mainittiin suunnittelupalveluiden kalleus. ”Huippusuunnittelijoita on, mutta kuka pienyrittäjä maksaa heille hirveästi?” Useat isommat yritykset ostivat suunnittelupalvelun ammattilaisilta. Ne eivät pitäneet asiaa ongelmallisena.

4.5.8 Muut esille tulleet tuen tarpeet

Kolmasosa yrityksistä otti esiin muita kuin edellä mainittuja tuen tarpeita (Kuvio 15). Ne on kerrottu tiivistettynä luettelossa luvun lopussa.

Suomen valtiolle annettiin kovaa kritiikkiä pienyritysten huomioimatta jättämisestä. Yrittäjyyteen pitäisi lannistamisen sijaan kannustaa. Halu yrittäjyyteen on yrittäjien mukaan laskenut. Yrittäjäksi ei ryhdytä, koska se ei ole kannattavaa korkean verotuksen vuoksi. Verotusta tulisi ehdottomasti vähentää. Valtion tulisi käyttää rahat järkevämmiin: vähemmän lainsäädäntöä, virkamiehiä ja kou-

lutusta, enemmän konkreettisia tukitoimia yrityksille. Valtion tulisi tehdä yrityksille kyselyitä, jotta saataisiin selville, mitä ne todella tarvitsevat.

Erään yrittäjän mielestä pieniltä yrityksiltä, joiden liikevaihto on esimerkiksi alle 200 000 euroa, pitäisi poistaa arvonlisäverovelvollisuus. Yrittäjän mukaan arvonlisäverovelvollisuuden rajaa nostamalla saataisiin suuri määrä ihmisiä työllistettyä. Valtio saisi tuloja enemmän työllistämisen kautta kuin ankarasti verottamalla.

Tekijän huomautus: Nykyään arvonlisäveroa ei tarvitse maksaa, jos liikevaihto jää tilikauden aikana alle 8 500 euron (Verohallinto, viitattu 19.6.2014).

Yritysten perintöverojen poistamista pidettiin tärkeänä, jotta perheyrityksiä ei myytäisi ulkomaille tai niiden toimintaa lopetettaisi sukupolvenvaihdosten yhteydessä. Suomalaisten työllistymisen kannalta kumpaakaan näistä vaihtoehtoista ei nähty hyvänä asiana. Mallia tulisi ottaa Ruotsista, jossa yrityksiltä ei peritä perintöveroa. Yritysten perintöveron poistamisen ajateltiin Suomessakin lisäävän työllisyyttä.

Luonnontuotteille vaadittiin höllennystä, koska niihin liittyvät ”lupamenettelyt” eivät ole Tukesissa edistyneet. Luonnontuotteiden valvonta ehdotettiin siirrettäväksi Luonnonvarakeskukselle.

Tekijän huomautus: Nykyään Tukes ja Tulli ovat kosmeettisia valmisteita valvovia viranomaisia, joiden tehtävänä on valvoa lainsäädännön asettamien velvoitteiden noudattamista (Tukes 2015, viitattu 16.4.2015).

Vientitukien kohdistamista mikroyrityksille pidettiin tärkeänä. Ehdotusta perusteltiin sillä, että myös monilla pienyrityksillä, joilla on pieni liikevaihto, on halua kasvaa keskisuureksi yritykseksi. Pienistä yrityksistä ”voi tulla uusi Nokia”, jos niitä tuetaan kasvupyrkimyksissä. ”Isoja yrityksiä tuetaan, lopulta nämä rahat menevät kuitenkin ulkomaille. Pienillä yrityksillä niin ei kävisi.” Vientituen saaminen olisi erittäin suuri asia pienyrityksille. Jos kosmetiikka-alan yritys haluaa laajentua, sen pitää pyrkiä ulkomaan vientiin, koska markkinat ovat Suomessa liian pienet.

Mikroyrityksille pitäisi kohdistaa muitakin tukitoimia. Joka kunnassa tulisi lisäksi olla asiantuntija tai neuvoja, joka tukee ja opastaa pienyrityksiä ulkomaille viennissä. Pienyritysten toiminnan edistäminen keskisuuriksi olisi tärkeää. Haastateltujen mukaan yritykset yleensä lopettavat toimintan-

sa sen takia, etteivät saa minkäänlaista tukea. Etenkin yksin yrittävät lopettavat herkemmin, mutta perheyrietykset ovat yleensä hyvin sitkeitä ja yritteliäitä. Yrityksiä pitäisi tukea myös tuotteiden lanseeraukseen liittyvissä asioissa.

Tekijän huomautus: Lanseeraus on kyseessä silloin, kun yritys pitää tuotettaan uutena ja laskee sen markkinoille tavoitellen kaupallista menestystä. Tuote voi olla joko täysin uusi tai uudistettu. Lanseerausta voi olla myös vanhan tuotteen vieminen markkinoille, joilla yritys ei ole aiemmin markkinoinut kyseistä tuotetta. (Rope 1999, 18.)

Eri toimijoiden välistä yhteistyötä pitäisi lisätä yritysten toiminnan kehittämiseksi. Esimerkiksi Pohjois-Suomen raaka-aineen toimittajien ja Etelä-Suomen yritysten keskinäiset kokoontumiset olisivat tärkeitä. Hankkeet voisivat järjestää tapahtumia, jotka yhdistävät esimerkiksi keräilijät, yrittäjät, korkeakoulut ja yliopiston biokemian osaajat. Näihin tilaisuuksiin ei kaivata puhujiksi ”hypettäjiä, jotka vain naurattavat yleisöä”, vaan luennoitsijoilla pitää olla tietoa, jolle kuulijoilla on käytännössä tarvetta. Tämä tieto ei saa olla liian helposti löydettävissä esimerkiksi Internetistä. Kokoon-tumisissa olisi hyvä puhua eri toimijoiden tarpeista ja ongelmista. Tapahtumiin ei tarvita kalliita puhujia, vaan alan toimijat; yritykset, neuvojat ja asiantuntijat riittävät. Tapahtumissa pitää olla aitoa ihmisten kohtaamista; ”suoraa kontaktointia”. Eri toimijoiden yhdistäjinä voisivat olla hankkeiden lisäksi esimerkiksi elinkeinoelämän asiantuntijat, TE - toimistot ja kunnat.

Tärkeimpien suomalaisten luonnonkasviraaka-aineiden tutkimukset ja selvitykset raaka-aineiden hoitavista vaikutuksista olisivat tärkeitä kosmetiikka-alalle. Yrttien, marjojen ym. analysointi sekä hoitovaikutusten testaus valtion sponsoroimana auttaisi kaikkia alan yrittäjiä.

Muut tuen tarpeet

Yritysten toimintaa helpottavat asiat

- Rahoitusta tuotetutkimukseen, markkinointiin, tuotantoon, laitteisiin, jalostukseen ja vientipyrkimyksiin (valtio ym.)
- Yritysten perintöveron poistaminen
- Arvonlisäverovelvollisuuden poistaminen pienyrityksiltä
- Lanseerauksessa tukeminen
- Yritysten viennin edistäminen
- Vientitukien ynnä muiden tukien kohdistaminen myös mikroyrityksille
- Yhteistyön lisääminen luonnontuotealan ja muiden toimijoiden välille
- Luonnontuotteiden valvonnan siirtäminen Luonnonvarakeskukselle
- Tärkeimpien luonnonkasviraaka-aineiden tutkimukset ja hoitavien vaikutusten selvitykset

4.6 Alan tulevaisuuden näkymät

Yrityksiltä kysyttiin, millaisena ne näkevät tulevaisuutensa ja minkälainen sija suomalaisilla luonnonkasveilla on tulevaisuudessa niiden kosmetiikkatuotteissa. Niiltä tiedusteltiin myös näkemyksiä kosmetiikka-alan tulevaisuudesta.

Monen yrityksen mukaan toimintaympäristössä on tällä hetkellä paljon ongelmia, mutta jos ja kun niistä selviydytään, tulevaisuus kosmetiikka-alalla tulee olemaan positiivinen. Ongelmallisena nähtiin muun muassa valtion tuen puuttuminen ja lainsäädännön tiukkenevat vaatimukset. Kasvua tavoittelevat yritykset kaipasivat valtion tukea ulkomaan vientiin ja markkinointiin. Pienyritysten asemaan toivottiin lainsäädännön osalta helpotuksia. Yritykset toivoivat, että yhteiskunta kannustaisi yrittäjyyteen nykyisen lannistamisen sijaan. Osa näki, että yritysten tulevaisuus riippuu pitkälti yrittäjistä. Tulevaisuus on positiivinen, jos yrittäjät tekevät työnsä hyvin ja saavat ihmiset innostumaan suomalaisista kosmetiikkatuotteista.

Moni yrittäjä oli epä tietoinen yrityksensä tulevaisuudesta. Yrityksen tulevaisuuden nähtiin riippuvan hyvin paljon siitä, millaiseen suuntaan kosmetiikka-ala ja siinä toimiminen kehittyi, vaikeutuivatko vai paranevatko toimintaedellytykset. Osa epä tietoisista oli vasta aloittamassa yritystoimintaa kosmetiikka-alalla ja testaamassa yritysideaansa.

Osa pienyrittäjistä aikoi jatkaa yrityksensä toimintaa samalla tavalla kuin aikaisemminkin. Heillä oli tarkoituksena työllistää itsensä ja perheensä, mutta ei suurempia kasvutavoitteita. Pari yrittäjää kertoi jäävänsä lähivuosina eläkkeelle. Näiden yritysten jatkajista ei ollut tietoa.

Useammalla yrityksellä oli tarkoituksena laajentua pienestä toimijasta isoksi yritykseksi. Näiden yritysten tavoitteena oli valmistaa erittäin laadukasta ja hyvin brändättyä kosmetiikkatuotesarjaa, joka on tulevaisuudessa tunnettu maailmalla. Osa oli jo ulkoistanut tuotantonsa, toisilla se oli vasta tavoitteena. Moni toivoi yhteiskunnalta tukea kasvupyrkimyksiinsä. Monet yrittäjät kokivat, että Suomessa yritysten toimintaedellytykset ovat entisestään heikentymässä. Ruotsiin tai Norjaan muuttamistakin eräs yrittäjä piti tulevaisuudessa yhtenä vaihtoehtona, jos pienyritysten toimintaedellytykset Suomessa eivät muutaman vuoden kuluessa kehity parempaan suuntaan.

Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että luonnonkasvien kosmetiikkakäyttö tulee tulevaisuudessa lisääntymään. Alalla on heidän mukaansa tulevaisuudessa entistä enemmän kilpailua.

Ympäristötietoisuus, luonnonmukaisuuden arvostus ja sitä kautta luonnonkosmetiikka-ala tulee tulevaisuudessa kasvamaan entistä enemmän. Asiakaskunnan nähtiin vaativan tulevaisuudessa entistä laadukkaampia ja eettisempiä tuotteita. Yritysten olisi vastattava tähän ja tuotettava edelleen puhtaita ja laadukkaita, sertifioituja suomalaisia kosmetiikkatuotteita. Usea haastateltu sanoi, että suomalaisten pitäisi arvostaa ja ostaa enemmän suomalaisia kosmetiikkatuotteita, koska ne ovat paljon puhtaampia ja parempia kuin monet ulkomailta tuodut kosmetiikkatuotteet.

Suurin osa yrityksistä käytti pelkästään suomalaisia luonnonkasveja, mutta kaikilla se ei ollut mahdollista riittämättömän saatavuuden vuoksi. Suomalaisia luonnonkasveja haluttiin käyttää tulevaisuudessa entistä enemmän. Luonnonkasvien korjuuteknologian ja alihankintaketjun kehittämistä pidettiin sen vuoksi tärkeänä. Myös luonnonkasvien jalostukseen tulisi lisätä resursseja.

Melkein kaikki näkivät alan tulevaisuuden hyvänä, jos ongelmia saadaan poistettua ja alaa kehitettyä. Suurimpina ongelmina nähtiin byrokratia, lainsäädännön kiristyneet vaatimukset, valtion tuen ja kannustuksen puuttuminen sekä kehittymätön alihankintaketju.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyönä tehdyn selvityksen tarkoituksena oli kartoittaa luonnonkasvien kosmetiikkakäytön haasteita pienyrittäjien näkökulmasta. Toimeksiantajina olivat Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin ERIKA-hanke ja Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen, nykyisen Luonnonvarakeskuksen, LAPPI LUO II -hanke. Selvityksessä haastateltiin 18 yritystä, joissa oli pääosin 1 - 3 päätoimista työntekijää. Puolet yrityksistä valmisti kosmetiikkatuotteita päätoimisesti, puolet muun työnsä ohessa. Pienimmät yritykset valmistivat kosmetiikkaa vain vähän ja käyttivät kosmetiikkaan pääosin yrtejä. Isommat ja päätyönään kosmetiikkaa valmistavat yritykset olivat joko keskittyneet tiettyihin raaka-aineisiin tai tuotteisiin tai ne valmistivat useampia eri tuoteryhmiin kuuluvia kosmetiikkatuotteita monista eri raaka-aineista.

Suurimpia luonnonkasvien kosmetiikkakäytön haasteita vaikuttivat olevan kosmetiikkalainsäädännön vaatimukset. Monilla yrityksillä oli haasteita niin lainsäädännön hallitsemisessa, kosmetiikkarekisteriin liittymisessä kuin tuotteiden turvallisuusselvityksissä ja – arvioinneissakin. Monet pitivät lainsäädännön vaatimusten täyttämistä liian vaativana, aikaa vievänä ja kalliina. Toisaalta osa yrityksistä haluaisi ulkoistaa yrityksensä lainsäädännön hallinnan kokonaan. Tuotteiden turvallisuusselvitysten ja – arviointien teettämisen tulisi olla pienyrittäjille nykyistä helpompaa ja halvempaa. Lainsäädäntöä pitäisi höllentää luonnonkasvien kohdalla. Esimerkiksi elintarvikkeeksi hyväksytyt raaka-aineet tulisi sallia myös kosmetiikkakäyttöön.

Luonnonkasviraaka-aineiden saatavuudessa vaikutti olevan ongelmia etenkin kasvua tavoittelevilla yrityksillä. Kehittymätön raaka-aineteknologia nähtiin näissä yrityksissä kasvun esteenä ja osasyynä raaka-aineen riittämättömyyteen. Muita mainittuja ongelmia olivat muun muassa luonnontuotealan eri toimijoiden järjestäytymättömyys ja yhteistyön puute sekä ammattimaisten luonnonkasviraaka-aineiden sopimustuottajien puuttuminen. Yritysten mukaan ratkaisuja näihin ongelmiin voisivat olla valtakunnallisen yhteistyöorganisaation perustaminen, alan eri toimijoiden ammattimaisuuden kasvattaminen, rahtivalmistus, raaka-aineiden verkkokauppa ja korjuuteknologian sekä jalostuksen kehittäminen. Puolet haastatelluista piti alihankintaketjun kehittämistä yrityksensä kannalta tärkeänä.

Muista yritysten kokemista haasteista suurimpia olivat selkeästi markkinointi ja kilpailu markkinoista. Puolet yrityksistä kertoi tarvitsevänsä apua markkinoinnissa. Haasteita markkinoinnissa olivat yrityksestä riippuen ajan, rahan ja osaamisen puute. Ulkomaisille yrityksille ei pärjätä kilpai-

lussa, koska niillä on suuret tuotesarjat, parempi brändi ja enemmän varaa markkinointiin. Ratkaisuja markkinoinnin ja kilpailun haasteisiin olisivat yritysten mukaan esimerkiksi valtakunnallinen kosmetiikka-alan yritysten yhteinen verkkokauppaportaali sekä pienyritysten yhteisten tuotesarjojen kehittäminen. Valtion tulisi olla aloitteellisempi kasvuyritysten tukemisessa. Sen pitäisi myöntää vientitukea myös mikroyrityksille, auttaa rahallisesti esim. brändäyksessä ja mahdollistaa suomalaisten yritysten yhteismarkkinointi ulkomaisilla messuilla esimerkiksi Suomi-brändin alla. Valtion tulisi sponsoroida myös tärkeimpien luonnon raaka-aineiden tutkimuksia ja hoitavien vaikutusten selvityksiä. Ajankohtaisista tutkimustuloksista olisi apua kosmetiikkatuotteiden markkinoinnissa. Raaka-aineisiin liittyvää tutkimusta pidettiin myös aiempien selvitysten mukaan tärkeänä (ks. Partanen 2013, 49; Vaara & Miina 2014, 13).

Osa yrittäjistä koki tarvitsevansa koulutusta esimerkiksi lainsäädännöllisistä asioista, markkinoinnista, laadunvalvonnasta, uusista tuotantomenetelmistä ja erilaisten tuotteiden valmistusprosesseista. Myös aiemmissa tutkimuksissa (ks. Partanen 2013, 49; Kinnunen, Manninen & Peltola 2014, 8, 11, 24) kävi ilmi, että luonnontuotealan yrityksiin kaivattaisiin koulutusta luonnon raaka-aineiden tuoteturvallisuudesta ja niitä koskevasta lainsäädännöstä.

Osa yrityksistä halusi jatkaa pienyrityksinä. Ne toivoivat, että myös niillä olisi tulevaisuudessa riittävät toimintaedellytykset valmistaa kosmetiikkatuotteita joko perheyriksenä tai pelkästään sivutoimisesti. Lainsäädännön kiristyneet vaatimukset nähtiin uhkana ja esteenä yritystoiminnalle. Muutamilla pienyrityksillä oli tavoitteena kasvaa kosmetiikka-alalla isoksi toimijaksi. Ne pitivät tuotteiden brändäystä ja ulkomaan markkinoille pääsemistä erittäin tärkeänä. Esteenä nämä yritykset näkivät valtion tuen puuttumisen niin tuotteidensa viennin edistämisessä kuin osaksi markkinoinnissakin. Suurin osa yrityksistä näki alan tulevaisuuden hyvänä, jos ongelmia saadaan poistettua ja alaa kehitettyä. Kosmetiikka-ala nähtiin kasvavana alana.

Tämän selvityksen perusteella kosmetiikka-alan pienyrittäjillä, jotka käyttävät kosmetiikassaan luonnonkasveja, lienee samantyyppisiä ongelmia kuin muillakin luonnontuotealan yrityksillä. Ongelmia ovat tämän selvityksen ja aiempien tutkimusten perusteella mm. luonnonkasviraaka-aineiden saatavuus, tutkimustiedon ja teknologian puute ja hidas käyttöönotto sekä lainsäädännölliset haasteet (Vaara & Miina 2014, 13). Kosmetiikkaa valmistavilla yrityksillä on kuitenkin erityisiä ongelmia kosmetiikkalainsäädäntöön liittyen, muun muassa kosmetiikkarekisteriin liittymisessä sekä turvallisuus selvityksissä ja – arvioinneissa.

Tämä selvitys oli osa ERIKA-hanketta, jonka tavoitteena oli lisätä suomalaisten luonnontuotealan yrittäjien kansainvälistä markkinointia, uusia tuoteinnovaatioita ja kotimaisten resurssien hyödyntämistä. Tämän selvityksen tulosten mukaan osa yrityksistä on halukkaita ulkomaisille markkinoille, mutta ne tarvitsevat siihen tukea. Uusien tuoteinnovaatioiden kehittämistä taas haittaa muun muassa viranomaisten kireä lainsäädännön tulkinta. Kotimaisten resurssien hyödyntäminen vaatii luonnonkasviraaka-aineiden alihankintaketjun kehittämistä: esimerkiksi uutta ja tehokasta korjuuteknologiaa, osaavia raaka-aineiden sopimustuottajia ja jalostuksen monipuolistamista. Alalle tulisi saada rahoittajia, sillä ilman rahoitusta pienyritysten on vaikea kasvaa suuremmiksi. Yritysten markkinointiosaamista tulee lisätä tuntuvasti, jotta suomalaisten luonnonkasveista valmistettujen kosmetiikkatuotteiden kilpailukyky vahvistuu ja vienti ulkomaille saadaan kasvuun. Tuloksista kävi ilmi, että alalla on paljon mahdollisuuksia ja yrittäjillä on uskoa tulevaisuuteen, mutta yritysten toimintaympäristöä tulee parantaa ja luonnontuotealaa kehittää ja kasvattaa. Yritysten kehittämisehdotuksia on kohdennettu eri toimijoille alla olevaan luetteloon.

KOSMETIIKKA-ALAN PIENRYITYSTEN ANTAMIA KEHITTÄMISEHDOTUKSIA

<p>VALTION YLIN JOHTO JA ERI VIRANOMAISTAHOT (MM. TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ (TEM), SOSIAALI- JA TERVEYS-MINISTERIÖ (STM), TU-KES)</p>	<p>Byrokratian vähentäminen (kosmetiikka-asetuksen tulkinta)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elintarvikkeeksi hyväksytyjen raaka-aineiden salliminen myös kosmetiikkakäyttöön • Markkinoinnin helpottaminen sallimalla luonnonkasvien tutkittujen vaikutusten mainitseminen tuotepakkauksissa, <p>Pienyritysten verotuksen helpottaminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • perintövero, arvonnisävero <p>Viennin edistäminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vientitukien ym. tukien kohdistaminen myös mikroyrityksille • Yritysten yhteismarkkinoinnin mahdollistaminen ulkomaisilla messuilla Suomi-brändin alla <p>Luonnonkasvien tutkimusten rahoitus</p>
<p>NEUVONTA JA KOULUTUS</p>	<p>Yrityksille koulutusta ja neuvontaa</p> <ul style="list-style-type: none"> • lainsäädännöstä (mm. kosmetiikkarekisteri, turvallisuusselvitykset) • markkinoinnista • liiketoimintaosaamisesta • (uusista) raaka-aineista ja tuotantomenetelmistä • laadunvalvonnasta <p>Luonnonkasvien kerääjille ja tuottajille koulutusta liiketoiminta-osaamisesta, viljelystä jne.</p> <p>Viranomaisille koulutusta kosmetiikka-asetuksesta, yhteiset toimintatavat</p>
<p>TUTKIMUS JA KEHITTÄMINEN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tärkeimpien luonnonraaka-aineiden tutkimukset ja hoitavien vaikutusten selvitykset • Luonnonkasviraaka-aineiden jalostuksen monipuolistaminen (mm. jalostusasteen nostaminen) • Luonnonkasvien korjuuteknologian kehittäminen (rahoitus ja yritysten yhteistyö asiantuntijoiden kanssa)
<p>LUONNONTUOTEALAN EDUNVALVONTA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Valtakunnallinen yhteistyöorganisoija tai – organisaatio luonnonkasvien saatavuuden parantamiseksi • Ammattimaisten sopimustuottajien kouluttaminen • Valtakunnallinen kosmetiikka-alan yritysten yhteinen tiedotus- ja verkkokauppa, jonka tavoite on alan kasvun vauhdittaminen (mm. yhteistyö eri toimijoiden välillä, markkinointi, lainsäädännön ja tutkimustulosten koonti, koulutus, lobbaus)
<p>LUONNONKASVIRAACA-AINEIDEN VÄLITYSPORRAS, ALIHANKKIJAT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kohtaamispaikat raaka-aineen myyjille ja ostajille • Luonnonkasviraaka-aineiden verkkokauppa (luotettavuus- ja laatutakuu, jäljitettävyys- ja turvallisuustiedot) • Luonnonkasvien jalostusasteen nostaminen

6 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa luonnonkasvien kosmetiikkakäytön haasteita pienyrittäjien näkökulmasta. Erityisesti haluttiin selvittää, miten uuden kosmetiikka-asetuksen (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista) vaatimukset koettiin yrityksissä. Kartoituksen pohjaksi haastateltiin touko- ja kesäkuussa 2014 puhelimitse 18 yritystä, jotka käyttivät kosmetiikkatuotteissaan suomalaisia luonnonkasveja.

Selvityksellä oli varsin nopea aikataulu, sillä se tuli lähettää toimeksiantajille (ERIKA-hanke ja LAPPI LUO II -hanke) kesäkuun 2014 loppuun mennessä. Tämän jälkeen työtä jatkettiin vielä opinnäytetyöksi asti. Työ selvityksen parissa lähti varsinaisesti käyntiin toukokuussa 2014. Sitä ennen, huhtikuussa, oli aikaa lähinnä aiheeseen tutustumiseen. Opinnäytetyön suunnitelmaseminaarissa saatiin hyvin palautetta kysymyslomakkeesta ja sitä kehitettiin myös ohjaajilta saadun palautteen perusteella. Kysymyslomaketta testattiin tämän jälkeen kahdella testihaastattelulla ja korjattiin saadun palautteen mukaan.

Yritysten toimintaympäristöön, esimerkiksi lainsäädäntöön, olisi voinut tutustua vielä paremmin jo ennen haastattelukysymysten laadintaa ja tarkentaa haastattelukysymysten sanamuotoja. Monet kysymykset olivat avoimia, joten yrityksiltä saatiin niihin monenlaisia vastauksia. Esimerkiksi yritysten laadunvalvonnasta olisi voinut vaatia tarkempiakin tietoja. Olisi ollut lisäksi mielenkiintoista selvittää, kuinka monet haastatellut yritykset valmistavat sertifioitua luonnonkosmetiikkaa ja millaisia erityishaasteita näillä yrityksillä on luonnonkasvien käytössä. Luonnonkasvien käyttö kosmetiikassa ei tarkoita sitä, että tuote olisi luonnonkosmetiikkaa. Aidolle luonnonkosmetiikalle on omat sertifikaattinsa. (Partanen 2013, 29–30.) Selvityksen nopea aikataulu oli yksi syy siihen, ettei haastattelukysymysten laadintaan ja haastattelujen suunnitteluun kuitenkaan jäänyt paljon aikaa.

Selvityksen tulokset saatiin laskemalla haastateltujen yritysten antamia numeroarvioita ja kokoaamalla kommentit haasteista ja ratkaisuehdotuksista. Yritykset saivat kertoa haasteisiin mahdollisia ratkaisuja ja määritellä myös itse haastattelulomakkeessa mainitsemattomia haasteita ja antaa niihin ratkaisuehdotuksia. Eniten kommentoineet yrittäjät saivat selvityksessä ratkaisuehdotuksilleen enemmän painoarvoa, koska kaikki eivät ehdottaneet haasteisiin ratkaisuja. Kaikki haastatellut arvioivat kuitenkin jokaista kysymyslomakkeessa mainittua haastetta numeroarvioin, joten

johtopäätökset yritysten suurimmista haasteista pitänevät paikkansa. Haastattelukysymysten joukossa ei välttämättä ollut kaikkia oleellisia haasteita, joten joku ongelma saattoi tämän takia jäädä vähemmälle huomiolle. Oletettavasti yritysten suurimmat haasteet tuli yhteenvedossa kuitenkin mainittua. Tätä oletusta tukevat aiemmista luonnontuotealaa koskevista selvityksistä saadut tulokset, varsinkin *Luonnontuotealan ennakointi*-raportissa mainitut haasteet (Vaara & Miina 2014, 13). Tässä opinnäytetyössä saatiin selville, mitkä asiat nimenomaan kosmetiikka-alan yritykset kokivat haastavimpana. Haasteita olivat varsinkin lainsäädännön vaatimukset, alihankintaketjun kehittymättömyys ja markkinointi.

Tuloksia ja ratkaisuehdotuksia saatiin kattavasti, koska haastattelut olivat puolistrukturoituja ja avoimet vastaukset olivat etusijalla. Luonnonkasveja kosmetiikassaan käyttävistä yrityksistä saatiin paljon tietoa. Niitä ei ole aiemmin tutkittu tässä mittakaavassa. Toki Kinnusen, Mannisen ja Peltolan raportissa kosmetiikka-alan yrityksiin oli tutustuttu, mutta mukana oli tällöin myös hyvinvointipalveluja järjestäviä yrityksiä, kuten kylpylöitä, hotelleja, maaseutumatkailuyrityksiä sekä erilaisia hoitoloita (Kinnunen, Manninen & Peltola 2014, 14). Tietoa saatiin tässä selvityksessä lisää esimerkiksi yritysten koosta, yritystoiminnan laajuudesta, käytetyimmistä kasveista, yleisimmistä tuoteryhmistä ja asiakaskunnasta. Näitä tietoja voidaan hyödyntää alan kehittämisessä.

Luonnonkasveja käyttävien kosmetiikka-alan yritysten olisi hyvä saada yhteinen valtakunnallinen organisoija, kuten haastatellut yritykset ehdottivat. Organisoituneella toimijalla olisi yksittäisiä yrityksiä paremmat mahdollisuudet myös kehittää ja kasvattaa alaa. Alan tiedotus paranisi ja yritysten yhteistyö lisääntyisi. Organisaatio auttaisi yrityksiä jakamalla niille tietoa esimerkiksi koulutuksista, luotettavista tutkimuksista, lainsäädännöstä ja turvallisuus selvitysten tekijöistä. Epäkohtien esilletuonti viranomaisille ja poliittisille päättäjille olisi helpompaa. Yksi organisaation tärkeimpiä tehtäviä olisi yritysten markkinoinnin helpottaminen mm. yhteisen verkkokaupan avulla.

Uusi idea kosmetiikkatuotteiden markkinointiin voisi olla markkinointi niin sanotuilla kotikutsuilla. Yritykset voisivat kouluttaa asiantuntevia myyjiä tekemään tuote-esittelyjä muun muassa kotikutsuilla niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Tässäkin yritykset voisivat yhdistää voimansa. Myyjät voisivat esitellä ja myydä usean eri yrityksen tuotteita tai pienyritysten yhteisiä tuotesarjoja.

Voisivatko pienyritykset olla myös enemmän tekemisissä erilaisten oppilaitosten kanssa ja hyödyntää opiskelijoiden osaamista esimerkiksi pakkausten suunnittelussa tai korjuuteknologian kehittä-

lemisessä? Yhteistyö oppilaitosten kanssa ei varmaankaan tulisi yrittäjille liian kalliiksi ja samalla opiskelijat saisivat oikeita työtehtäviä ja arvokasta työkokemusta.

LÄHTEET

Erikoiskasvien liiketoiminnan kehittämisen haasteet 2014. Helsingin yliopisto. Ruralia-instituutti. Esite. <https://www.facebook.com/uuselintarvike?fref=ts>

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1223/2009 kosmeettisista valmisteista.

Heinonen, P. 2014. Katsaus Biofach – ja Vivanness- messuihin 13.2.2014. Tekijän hallussa.

Keskinarkaus, S., Kinnunen, J., Kämäräinen, J. & Tikkanen-Kaukanen, C. 2014. No saako sitä väinönputkea käyttää vai ei? Luonnontuotealan yrittäjien haasteita. Raportteja 146. Helsingin yliopisto, Ruralia – instituutti. Viitattu 31.1.2015, <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja146.pdf>

Kinnunen, J., Manninen, O. & Peltola, R. 2014. Luonnontuotteet hyvinvointi- ja kosmetiikka-alalla. Raportteja 130. Helsingin yliopisto, Ruralia - instituutti. Viitattu 30.12.2014, <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja130.pdf>

Laki kosmeettisista valmisteista 492/2013.

Luonnonvarakeskus 2014. Viitattu 24.1.2015, <https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/hankkeet/lappiluo>

Partanen, B. (toim.) 2013. Luonnosta kauneutta. Luonnontuotteiden hyödyntämiseen liittyvät osaamistarpeet kauneudenhoitoalalla. Raportteja 103. Helsingin yliopisto. Ruralia-instituutti. Viitattu 6.4.2015, <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja103.pdf>

Rope, T. 1999. Lanseerausmarkkinointi. Porvoo: WSOY, 18.

Saarelainen, E. 2013. Kohti menestyvää liiketoimintamallia. Helsinki: Suomen Liikekirjat, 16 – 23.

Tiivistelmä EU:n kosmetiikka-asetuksen (EY) N:o 1223/2009 keskeisistä asioista 2013. Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes. Viitattu 16.4.2015 <http://www.tukes.fi/fi/Toimialat/Kemikaalit-biosidit-ja-kasvinsuojeluaineet/Teollisuus-ja-kuluttajakemikaalit/Kosmetiikka/>

Tukes 2015. Kosmetiikka. Turvallisuus- ja kemikaalivirasto. Viitattu 28.4.2015, <http://www.tukes.fi/fi/Toimialat/Kemikaalit-biosidit-ja-kasvinsuojeluaaineet/Teollisuus--ja-kuluttajakemikaalit/Kosmetiikka/>

Vaara, M. & Miina, S. 2014. Luonnontuotealan ennakointi. Raportteja 144. Helsingin yliopisto, Ruralia - instituutti. Viitattu 30.1.2015, <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja144.pdf>

Verohallinto 2013. Arvonlisäverotus. Viitattu 19.6.2014, http://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä (YTJ). Viitattu 14.6.2014, www.ytj.fi

KOSMETIIKKASELVITYKSEN HAASTATTELUKYSYMYKSET



YRITYSHAASTATELU - LUONNONKASVIEN KOSMETIIKKAKÄYTTÖ

Selvityksessä kartoitetaan luonnonkasvien kosmetiikkakäytön ongelmia pienyritysten näkökulmasta ja etsitään niihin ratkaisumahdollisuuksia. Tavoitteena on edistää yritysten liiketoimintaa. Selvityksen toimeksiantaja ovat *Erikoiskasvien liiketoiminnan kehittämisen haasteet* (ERIKKA) – hanke sekä *Lapin luonnontuote- ja elintarvikealaa kehittävä* (LAPPI LUO II) –kattohanke. Hankkeita rahoitetaan Maaseuturahastosta.

Luonnonkasveilla tarkoitetaan tässä selvityksessä Suomen luonnonvaraisia tai viljeltyjä marjoja ja yrtejä. **Myös** terva, mahla, pihka sekä hoito- ja kylpyturve kuuluvat kyselyn piiriin.

Kosmeettisia valmisteita ovat kosmetiikka-asetuksen mukaan aineet tai seokset, joita käytetään ihmisen kehon ulkoisten osien tai hampaiden ja suuontelon limakalvojen puhdistamiseksi, tuoksun muuttamiseksi, hajujen poistamiseksi, ulkonäön muuttamiseksi, suojaamiseksi tai kunnossa pitämiseksi.

Haastatteluun osallistuneiden yritysten tietoja ei julkisteta eikä haastatteluvastauksia yhdistetä tiettyihin yrityksiin. Haastattelut tehdään puhelimitse touko-kesäkuussa 2014 tämän haastattelulomakkeen pohjalta.

Lisätiedot: Jenni Kämäräinen tai Johanna Kinnunen

PERUSTIETOJA YRITYKSESTÄ

1. Yrityksen koko

- a) vakituisten työntekijöiden määrä
- b) liikevaihto

2. Mitkä ovat yrityksenne keskeisimmät tuotteet ja palvelut?

LUONNONKASVIEN KÄYTTÖ KOSMETIIKKATUOTTEISSA

3. Missä tuoteryhmissä käytätte luonnonkasveja?

- a) öljyt
- b) voiteet
- c) kylpy- ja suihkutuotteet (kuorinnat, saippuat ym.)
- d) ihonhoitotuotteet
- e) hiustenhoitotuotteet (shampoot, hoitoaineet ym.)
- f) meikit
- g) tuoksut ja parfyymit
- h) muut, mitkä?

4. Mitä luonnonkasveja pääosin käytätte kosmetiikkatuotteissa?

- a) marjat:
- b) yrtit:
- c) muut:

5. Käytättekö pääsääntöisesti suomalaisia luonnonkasviraaka-aineita?

- a) kyllä
- b) ei, miksi?

6. Miten hankitte luonnonkasviraaka-aineet?

- a) itse viljelemällä
- b) luonnosta itse keräämällä
- c) ostamalla alihankkijoilta, keneltä?

YRITYKSEN TOIMINTA

7. Millaiset tuotantotilat yrityksellänne on?

- a) kotikeittiö
- b) erillinen tuotantotila
- c) osa tuotteiden valmistuksesta on ulkoistettu
- d) tuotteiden valmistus on ulkoistettu
- e) muu, millainen?

8. Miten kosmetiikkatuotteidenne laatua valvotaan yrityksessänne?

9. Oletteko rekisteröineet kosmetiikkatuotteenne EU:n komission kosmeettisten valmisteiden ilmoitusportaaliin (CPNP:hen)?

- a) kyllä
- b) ei

10. Keitä ovat yrityksenne kosmetiikkatuotteiden pääasialliset asiakkaat?

- a) yksityiset asiakkaat
- b) kemikaliot
- c) apteekit
- d) luontaistuotekaupat
- e) hoitolat
- f) muut yritykset
- g) muut, mitkä?

LUONNONKASVIEN KOSMETIIKKAKÄYTÖN HAASTEET

11. Kuinka paljon seuraavat asiat vaikeuttavat **suomalaisten** luonnonkasvien käyttöä kosmetiikkatuotteissa yrityksessänne? (Vastausvaihtoehdot 1= ei lainkaan, 2= jonkin verran, 3= paljon, 4= erittäin paljon) Millä keinoin haasteet on nykyisin ratkaistu tai mitkä voisivat olla hyviä tapoja niiden ratkaisemiseksi?

		V:	Ratkaisut/ratkaisuideat
1	Tutkimustiedon puute (luonnonkasvien todennetut vaikutukset, turvallisuus ym.)		
2	Tiedon puute sopivasta luonnonkasviraaka-aineesta		
3	Luonnonkasviraaka-aineen saatavuus (oikeaan aikaan, oikea määrä)		
4	Luonnonkasviraaka-aineen laatu		
5	Luonnonkasviraaka-aineen hinta		
6	Kehittymätön raaka-aineiden korjuuteknologia		
7	Lainsäädännön vaatimukset		
8	Joku muu, mikä?		

12. Kuinka haasteellisina koette yrityksessänne seuraavat asiat? (Vastausvaihtoehdot 1= ei lainkaan, 2= jonkin verran, 3= paljon, 4= erittäin paljon) Millä keinoin haasteet on nykyisin ratkaistu tai mitkä voisivat olla hyviä tapoja niiden ratkaisemiseksi?

		V:	Ratkaisut/ratkaisuideat
1	Tiedonsaanti asiakkaiden tarpeista		
2	Tuotekehitys (esim. asiantuntemus, tilat, laitteet, lainsäädäntö)		
3	Laadunvalvonta		
4	Markkinointi		
5	Kilpailu markkinoista		
6	Lainsäädännön hallitseminen		
7	Kosmetiikkarekisteriin (CPNP) liittyminen		
8	Tuotteiden turvallisuus selvitykset		
9	Tuotteiden ja raaka-aineiden turvallisuusarvioinnit		
10	Pakkausmerkintöjen oikeellisuus (mm. tuotetiedot, väittämät)		
11	Joku muu, mikä?		

13. Missä asioissa yrityksenne toimintaa voitaisiin tukea parhaiten ja millä keinoin? Valitse vaihtoehdoista tärkeimmät (tai määrittele itse), korkeintaan 5 kohdetta.

		Tärkeimmät	Keinot
1	Koulutus		
2	Tuotekehitys (esim. asiantuntemus, tilat, laitteet ym.)		
3	Alihankintaketjun kehittäminen		
4	Rahoitus (tuotetutkimus, investoinnit)		
5	Markkinointi		
6	Pakkausten suunnittelu (design)		
7	Lainsäädännön hallitseminen		
8	Kosmetiikkarekisteriin (CPNP) liittyminen		
9	Tuotteiden turvallisuus selvitykset		
10	Tuotteiden turvallisuusarvioinnit		
11	Joku muu, mikä?		

14. Millaisena näette yrityksenne ja luonnonkasvien kosmetiikkakäytön tulevaisuuden?

KIITOS VASTAUKSESTA!

KATSAUS BIOFACH- JA VIVANESS-MESSUIHIN 2014

Nurnberg 13.2.2014, Pekka Heinonen

BIOFACH ja VIVANESS 2014

Saksassa on käynnissä vuotuiset **luomumessut** Biofach 2014 ja näiden yhteydessä myös **luomukosmetiikan** messut Vivaness 2014. <http://www.biofach.de/en/>
<http://www.vivaness.de/en/>

Luomu on etenemässä voimalla ja eri yritykset ja myös maat ovat hakemassa siitä omaa osuuttaan kansainvälisillä markkinoilla. Tai ainakin melkein kaikki maat. Suomi on taas kerran jäämässä 3. tai 4. luokan raaka-ainetoimittajaksi - jos sitäkään, kun katsoo millä tavalla yhdeksän suurta näyttelyhallia on täytynyt toinen toistaan upeammista osastoista, joissa on sekä nähtävää että maistettavaa. Seuraavat kuvat puhuvatko puolestaan:

Ranskalaisia **luomuyrityksiä** oli lukemattomia ja lähes kaikilla oli tällainen yhtenäinen FRANCE -banneri yläpuolellaan:



Itävallan **luomuyrityksillä** oli yhtenäinen näkyvyys kahdeksan ison AUSTRIA -bannerin alla



Vastaavat isot osastot olivat luonnollisesti kaikilla tärkeimmillä Euroopan mailla kuten Italialla, Espanjalla, Saksalla ja myös kauempaa tulleilla mailla kuten Intialla ja Kiinalla, joiden **luomuyritykset** ja -brandit ovat tulossa voimalla EU:n ja USA:n markkinoille.

Pienemmätkään maat eivät halua jäädä osattomiksi kasvavista luomumarkkinoista, jos katsoo miten ne ovat esillä:

PUOLA:



ROMANIA: Höylättyä 2"x4" käyttäen on saatu ihan näyttävä Luomuyritysten osasto



Ukrainan ja taustalla Unkarin luomuyritysten laajat osastot:



Egyptillä oli useita vaaleasta puusta yhtenäisellä ilmeellä toteutettua luomuyritysten osastoa:



Vaan yksi oli joukosta poissa. Suomen luomuosastoa ei näyttelyhalleissa näkynyt.

Muutamilla yrityksillä oli onneksi joitain tuotteita esillä:

Fazerin "mylly ja sekoitukset" -osastolla oli muutama lasipurkki luomukauraa:



Samoin Helsingin myllyllä oli tarjolla luomukaurapuuroa:



Finnamyl esitteli luomuperunajauhoa.



Kovin on suomalainen luomutarjonta köyhänlaista ja se tuskin rävyttää maailman luomujälleenmyyjien silmät seljälleen ainakaan positiivisesti. Todennäköisesti ainut odotus on, että tällä tavalla esillä olevat tuotteet saa vain paljon halvemmalla kuin muualta, jos niitä nyt yleensä uskaltaa luomuna ostaa!

Missä on suomalainen puhdas luonto? Tuhannet kimaltelevat järvet? Tunturipurojen raikkaat vedet kaloineen? Metsien marjat ja marjatuotteet? Metsien sienet? Riista ja luomuliha? Puhtaan maan viljatuotteet? Niin missä? Onko niitä olemassakaan?

Elintarvikkeiden **luomujuna** on lähtenyt jo kauan sitten asemalta ja nyt olisi korkea aika ottaa se ainakin EU-tasolla kiinni niin perustuotannossa, tuotesuunnittelussa kuin markki- noinnissakin!

Yhteenvetona Biofach 2014 -messujen havainnot voisi kiteyttää seuraavasti:

Suomen koko koulujärjestelmässä, EU-maataloustukien kohdentamisessa ja uusien liiketoimintojen kehittämisessä on jäänyt huomaamatta ja päivittämättä ainakin seuraavat asiat:

- Neuvostoliiton hajoaminen ja EU:n tuomat muutokset Suomen liiketoimintaympäristössä. käsite "liiketoimintaympäristö" on ehkä vieras sana suomalaisessa kouluopetuksessa??
- ilmastomuutoksen vaikutukset ja ekologisuuden merkityksen kasvu
- miten seurataan ja analysoidaan liiketoimintaympäristön muutoksia ja mietitään mitä uusia mahdollisuuksia ne tuovat tai mitä vaikutuksia niillä on nykyiseen strategiaan.
- miten analysoidaan eri markkina-alueilla todelliset asiakatarpeet
- miten rakennetaan eheä, ymmärrettävä ja kiinnostava brändi, joka puhuttelee haluttua asiakasryhmää, ja sitten suunnitellaan siihen sopivat tuotteet
- miten yritys, yrityksen brändi ja sen tuotteet esitellään kansainvälisillä markkinoilla mm. alan messuja hyödyntäen.

Vivaness 2014 -messujen ja **luomukosmetiikan** puolella oli kaksi mutta valitettavasti vain kaksi ilahduttavampaa kohtaamista:

Mellis oy esittelee saunaan tarkoitettuja luomutuotteita:



Aamumaa oy on mukana uusien yritysten Breeze -esittelyssä yhdessä saksalaisen jälleenmyyjänsä Hilla Naturkosmetik kanssa ja tuo maailman luomutuotteiden jälleenmyyjille nähtäville ekologisia design -lahjoja, joiden aiheet ovat suomalaisesta eläinkunnasta.

