



LUONTO, MAASEUDUN AARREAITTA

Maaseutuyrittäjyyden ominaispiirteitä

Päivi Kultalahti

Opinnäytetyö
Elokuu 2012
Liiketalouden koulutusohjelma
Uudistuvan yritystoiminnan,
markkinoinnin ja talousjohtamisen
suuntautumisvaihtoehto

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu

Liiketalouden koulutusohjelma

Uudistuvan yritystoiminnan, markkinoinnin ja talousjohtamisen suuntautumisvaihtoehto

KULTALAHTI, PÄIVI:

Luonto, maaseudun aarreaitta

Maaseutuyrittäjyyden ominaispiirteitä

Opinnäytetyö 29 sivua, josta liitteitä 1 sivu

Elokuu 2012

Tässä opinnäytetyössä selvitettiin, mitä luontoyrittäminen on ja miten se eroaa maaseudulla olevasta tavallisesta yritystoiminnasta. Opinnäytetyössä selvitettiin myös mahdollisuutta alkaa luontoyrittäjäksi, voisiko luontoyrittäminen olla yksi vaihtoehto yrittäjyyttä pohtiessa. Tietoa kerättiin erilaisista tutkimustuloksista ja luontoliiton sivuilta. Työssä käytettiin myös SWOT-analyysiä.

Luontoyrittäjä on suhteellisen tuore ilmaisu yrittäjälle, vaikka tämän alan yrittäjyydellä on maaseudulla jo pitkät perinteet. Viime vuosina on syntynyt yrittäjyyttä, joka hyödyntää luontoa aikaisempaa monipuolisemmin. Luontoa säästävien tuotteiden ja palveluiden kysyntä on lisääntynyt ja tämä voi hyödyntää muutosvaiheessa elävää maaseutua. Suomen monipuolisesta luonnosta löytyy paljon mahdollisuuksia luonnon antimiin perustuvalla yritystoiminnalla.

Työn tuloksena selvisi se, että luonnontuotealalle on kysyntää. Päätoimisesti alalla työskentely varmistaa hyvän laadun ja varman toimituksen sekä luo alalle positiivisen imagon. Tässä imagon luonnissa ammattimaisuus ja koulutus ovat tärkeimpiä asioita.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Innovative Business, Marketing and Financial Management

KULTALAHTI, PÄIVI:

Nature, the Treasure Trove of the Countryside
The Features of Rural Entrepreneurship

Bachelor's thesis 29 pages, appendix 1 page
August 2012

The purpose of this thesis was to find out what nature entrepreneurship is and how it differs from the ordinary business activities in rural areas. This thesis also examines the possibility of starting as a nature entrepreneur. Could the nature entrepreneurship be one option when considering entrepreneurship? The information was collected from the results of different surveys and the website of the Finnish Nature League. The thesis also exploited SWOT analysis.

Nature entrepreneur is a relatively new expression of an entrepreneur although entrepreneurship in this sector has a long tradition in rural areas. During the last few years entrepreneurship has emerged that benefits the diversity of nature. The demand for nature-friendly products and services has been increasing and this can be helpful to rural areas. The versatile nature of Finland provides many opportunities for business activities based on nature produce.

The result of this thesis clearly showed that there is demand for natural product industries. Full-time working in the field ensures good quality and secures deliveries as well as creates a positive image. Professionalism and training are the most important things in making an image.

Key words: rural business, nature entrepreneurship

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	MAASEUTUALUEIDEN ELINKEINOT.....	6
	2.1 Mielikuva maaseudusta.....	6
	2.2 Rakennemuutos.....	7
	2.3 Yritystoiminta.....	7
	2.3.1 Monialaiset tilat.....	8
	2.3.2 Kasvavia aloja.....	9
3	LUONNONTUOTEALA.....	12
	3.1 Luontoyrittäjyyteen liittyviä mielikuvia.....	12
	3.2 Luontoyrittäjyyden määritelmä.....	13
	3.3 Luonnontuotealan monipuolisuus.....	13
	3.4 Kehitysnäkymät.....	15
4	TOIMIALAT.....	16
	4.1 Keruutuoteala.....	16
	4.2 Matkailuala.....	17
	4.3 Muita aloja.....	17
5	SWOT-analyysi.....	19
	5.1 Luonnontuotealan SWOT-analyysi.....	20
	5.2 Tulkinnat.....	22
	5.2.1 Vahvuuksien hyväksi käyttäminen.....	22
	5.2.2 Heikkouksien muuttaminen vahvuuksiksi.....	22
	5.2.3 Tulevaisuuden mahdollisuuksien hyödyntäminen.....	23
	5.2.4 Uhkien välttäminen.....	24
6	POHDINTA.....	25
	LÄHTEET.....	27
	LIITTEET.....	29
	Liite 1. Luontoyrittäjän tarina.....	29

1 JOHDANTO

Suomessa lähes puolet ihmisistä asuu maalla, joten maaseutu ja luonto ovat kiinteästi osa suomalaisuutta. Työssä käydään usein keskuksissa asuinpaikkakunnan ulkopuolella. Vastaavasti näissä keskuksissa asuvat etsivät maaseudulta erilaisia virkistys- ja liikuntamahdollisuuksia. Metsien ja vesistöjen läheisyydestä etsitään myös rauhaa ja hiljaisuutta. Ruuan ja puun tuottamisessa maaseutu on tärkeässä roolissa. Lisäksi maaseudulta saadaan erilaisia tuotteita ja palveluja.

Maaseudulla on tapahtunut viime vuosikymmenten aikana merkittävä rakennemuutos, jonka myötä on syntynyt monipuolista yritystoimintaa. Suuri osa maatiloista saa lisäuloja muusta yritystoiminasta. Tällainen monialayrittäjyys antaa tiloille mahdollisuuden saada toimeentulonsa rakennemuutoksesta aiheutuvassa paineessa. Kaikilla ei ole haluja eikä ehkä mahdollisuuksiakaan laajentaa tilakokoa. Usein luontoyrittäjänkin on monialayrittäjä ja toiminnot ovat pienimuotoisia. Käsiyömyisyys, yksilöllisyys, paikallisuus ja kotimaisuus liitetään luontoyrittäjyyteen. Käsitteenä luontoyrittäjä on vielä aika tuntematon, vaikka luomu ja luonto ovat nousevia trendejä.

Miten luontoyrittäminen eroaa muusta maaseudulla tapahtuvasta pienyrittämisestä? Mitkä vaatimukset tekevät yrityksestä luontoalayrityksen? Voiko luontoyrittämisellä ansaita elannon ympäri vuoden? Tässä opinnäytetyössä pohdin näitä kysymyksiä. Olen ollut yrittäjänä puutarha-alalla vuosia sitten ja luonto sekä luonnon tarjoamat antimet ovat aina kiinnostaneet minua. Tämä opinnäytetyö antoi minulle mahdollisuuden paneutua tähän kiinnostavaan aiheeseen.

2 MAASEUTUALUEIDEN ELINKEINOT

2.1 Mielikuva maaseudusta

Mielikuvaan maaseudusta liittyvät pellot, navetat ja lehmät laitumella. Osa tätä luontoa ovat myös metsät ja järvet. Monelle kaupungissa asuvalle maaseutu tarkoittaa pientä kylää ja perinteistä maalaistaloa. Omat juuret ja vanhempien juuret voivat olla lähtöisin tällaisesta paikasta. Siellä ehkä vierailtaan pari kertaa vuodessa. Monelle maaseutu on mökkiloma jossain luonnon rauhassa. Tämä maaseutuidylli voi olla juuri se vetovoima, joka houkuttaa asumaan ja elämään maaseudulle.

Suomen itsenäisyyden rahasto Sitra (2011) esitti uusimmassa tutkimuksessaan, että kaupunki ja maaseutu mielletään usein vastakkaisiksi paikoiksi, jossa maaseudulla asuvat ihmiset ovat enemmän tai vähemmän kaupunkilaisia rauhallisempia, hidastahtisempia ja hieman kehityksessä ”jäljessä”. ”Modernissa” kaupungissa kaikki muuttuu vauhdilla kun taas maaseudulla muutokset tulevat viiveellä. Tutkimuksen mukaan mielikuvat maaseudusta ja maalaisista eivät ole muuttuneet ajan myötä. Kaupunkien ulkopuolella asuvat leimataan usein enemmän tai vähemmän tyhmiksi ja ennakkoluuloisiksi, kelkasta pudonneiksi ihmisiksi. (Alasuutari & Alasuutari 2011, 33, 35.)

Yleisesti ajateltuna mielikuva maaseudusta vaikuttaa siihen, miten vetovoimaisena kaupungin ulkopuolista aluetta pidetään. Mielikuva vaikuttaa myös maaseudun kehittämishalukkuuteen. Mielikuvaa maaseudusta on ollut vaikea muuttaa, kuten Sitran tekemä tutkimus osoitti. Tässä Sitran tutkimuksessa kartoitettiin ihmisten välisiä keskusteluja esimerkiksi yleisillä keskustelupalstoilla. Keskusteluissa tuotiin usein esille se, että juuri yrittäjyys edistää maaseudun toimivuutta. Yrittäjät luovat sosiaalisia verkostoja ja vuorovaikutusta maaseudulle. Maaseudulla asuvista jo suurin osa käy töissä kaupungissa ja kasvukeskuksissa. Nämä uudet asukkaat eivät ole enää niin kiinnostuneita maaseudun kehittämisestä, koska heillä ei maaseudulle muuttaessa ollut tarkoituksenakaan saada kaikkia palveluja läheltä. Eivätkä maaseudun rauhaan muuttaneet välttämättä halua lähelleen naapureita. (Alasuutari & Alasuutari 2011, 35.) Maaseudun kehittämisessä yrittäjyyttä tulisi edistää ja saada mielikuva maaseudusta positiivisemmaksi. Tässä kehityksessä maaseutu tarvitsee eri alojen osaajia.

Maaseudun ja kaupungin vastakkainen ajattelutapa on jo ainakin politiikassa saatu pois-tettua ja sen ansiosta Suomessa perustieverkosto on suhteellisen hyvässä kunnossa ja toimiva infrastruktuuri on kaikkien alueitten saavutettavissa. Tämä mahdollistaa asumi-sen myös syrjäseuduilla. Asumattomia alueita löytyy enää vain Itä- ja Pohjois-Suomesta. Maaseutu jaetaan yleensä kaupunkien läheiseen maaseutuun, joka on halu-tuinta asuinalueita. Ydinmaaseutuun, joissa on toimivia maatiloja ja monipuolista yri-tystoimintaa. Sekä syrjäiseen maaseutuun, joissa käydään vain virkistäytymässä. Syrjäi-sillä maaseuduilla on luontoa tai luonnontuotteita hyödyntävää yritystoimintaa, näillä alueilla palvelujen tarjonta on edelleen haasteellista. (Vihinen 2012.)

2.2 Rakennemuutos

Suomalainen maaseutu ei ole enää samanlainen kuin se on ollut monen lapsuudessa. Perinteisen karjanhoidon ja viljan viljelyn lisäksi on maataloille muodostunut myös mo-nenlaista yritystoimintaa. Maaseudulla väestön ikärakenne vanhenee, kun nuoret muut-tavat isompiin kasvukeskuksiin, joko opiskelemaan tai työpaikan perässä. Nuoret eivät ole enää kiinnostuneita jatkamaan maataloilla ja maaseudun koneellistuminen on muu-tenkin vähentänyt työvoiman tarvetta.

Rakennemuutos on ollut maataloilla voimakkaampaa kuin monilla muilla aloilla. Maati-lojen lukumäärä on vähentynyt kiihtyvällä vauhdilla viime vuosina. Kun tilojen keski-koko on suurentunut ja tuottavuus noussut, niin samanaikaisesti monet tilat ovat lopet-taneet toimintansa. Peltojen käytössä on tapahtunut myös muutosta, nurmialan piene-nemisen myötä viljelyala on kasvanut selvästi. Tukimuutokset, markkinahintojen kehi-tys ja maatalojen rakenteessa tapahtunut muutos ovat olleet kasvun taustalla. (Niemi 2010, 7.) Monilla maataloilla ei ole halua tai edes mahdollisuutta kasvattaa tilakokoa. Niinpä monialayrittäjyydestä on tullut yksi tärkeimmistä vaihtoehdoista, kun tiloille etsitään uusia toimeentulolähteitä. Nykyisessä maaseutuyrittäjyydessä ei voi tukeutua ainoastaan metsään, peltoon ja eläimiin. Näiden peruselementtien lisäksi tarvitaan myös tietoa, taitoa, yhteistyötä ja jopa kansainvälisyyttä.

2.3 Yritystoiminta

Lypsykarjatalous on edelleen maataloudessa tärkein tulonlähde ja toisena tulee sianliha-tuotanto. Maatilat saavat tuloja myös metsästä, joka on olennainen osa maataloa. Maa-

seudulla tapahtuva yritystoiminta tapahtuu yleensä tilan ympärillä, koska maatilalta löytyvät kaikki koneet ja tilat toiminnan aloittamiseen. Koneurakointi on yleisin yritysmuoto. Maaseudun pienyritystoiminta työllistää usein joukon muita ihmisiä yrittäjän lisäksi. Pienyritykset voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään. Maa- ja metsätaloutta harjoittaviin perustuotantotiloihin, monialaisiin maataloihin joissa harjoitetaan perustuotannon lisäksi muuta yritystoimintaa sekä ilman maatilakytettä toimiviin pienyrityksiin, joihin kuuluvat myös monen eri alan palveluyritykset. (Rantamäki–Lahtinen 2010, 16.)

Vuonna 2010 arvioitiin maaseudulla olevan reilu 140 300 pienyritystä, joista perustuotantotiloja oli 32 prosenttia, monialaisia tiloja 14 prosenttia ja muita pienyrityksiä oli vähän yli puolet. Taloustaantumien aikoihin vuonna 2009 lopettaneiden yritysten määrä kasvoi ja aloittaneiden määrä väheni. EU-aika on Suomessa näkynyt nopeana maaseudun rakennemuutoksena, jossa markkinahinnat ovat vaihdelleet rajusti. (Rantamäki–lahtinen 2012, 9.)

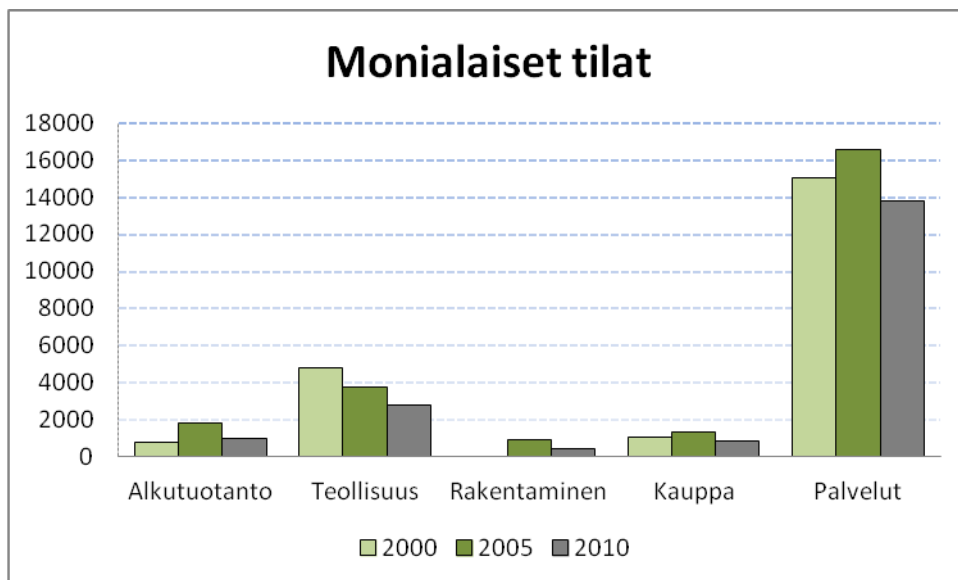
2.3.1 Monialaiset tilat

Joillakin maataloilla on ollut muuta yritystoimintaa jo useamman sukupolven ajan. Suurin osa on aloittanut muun yritystoiminnan vasta viime aikoina. Nykyään jo joka kolmas maatila on monialainen. Erityisen yleistä monialaisuus on kasvinviljelytiloilla tai erikoiskasvintuotantoon suuntautuneilla tiloilla sekä hevosaloilla. Viljelijä on keskimäärin 51-vuotias ja vastuuhenkilöistä noin puolella on maatalous- tai puutarha-alan koulutus. Tila sijaitsee usein kaupungissa tai sen läheisyydessä. Monialaisia tiloja löytyy myös harvaan asutuilta alueilta, mutta tällaisilla syrjäseuduilla yritysten määrä on ollut laskussa. Tilojen kehityksissä on myös paljon alueellisia eroja. Monialaisia tiloja on eniten Varsinais-Suomessa ja Etelä-Pohjanmaalla. Noin 40 prosentilla yritystoiminnan liikevaihto jää alle 10 000 euroon. Liikevaihdon pienuuden vuoksi se on vain täydentämässä maataloutta. (Matilda 2012.)

Monialaisuudessa on omat etunsa ja haittansa. Kun yritystoiminta hajautetaan eri sektoreille, riski on pienempi ja yrityksen kannattavuus paranee. Mutta haasteita voi tulla yrityksen johtamisen suhteen. Voimavarojen kohdentaminen oikeisiin asioihin kokonaisuuden kannalta voi olla haastavaa. Yrittäjän oma osaaminen punnitaan, riittääkö osaaamista ja aikaa kaikkien osa-alueiden hoitamiseen yrityksessä. Yrityksen menestymiseen vaikuttaa myös se, voiko vastuita jakaa muitten kanssa. Heikoimmin menestyneissä

yrittäjissä on yleensä vain yksi henkilö joka vastaa lähes kaikesta. (Riusala & Siirilä 2009, 57.)

Maatilan koon kasvaessa osa töistä teetetään enenevässä määrin ulkopuolisilta ostettui-
na urakointipalveluina ja tämän ohella myös kirjanpito- ja suunnittelupalvelut ostetaan
muilta maaseudun yrittäjiltä. Muita kasvavia aloja ovat bioenergia, hyvinvointi- ja he-
vosyrittäjyyden palvelut sekä maatilamatkailu. Lähiruoka-ajattelu voi antaa elinmah-
dollisuuden maatiloille ja niiden verkostoille, koska siinä hyödynnetään mahdollisim-
man paljon oman alueen raaka-aineita ja resursseja. (MTK 2012.)



KUVIO 1. Monialaiset tilat toimialoittain vuosina 2000, 2005 ja 2010. Tike (Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus)

Alkutuotannossa suurimmat toimialat ovat poronhoito ja turkistarhaus. Vuodesta 2005 määrät ovat hieman pudonneet, osittain 2000 luvun lopun taantumaksi. Urakointi on suurin yksittäinen toimiala palvelualalla. Urakoinnilla tarkoitetaan maatalousko-
neurakointia, metsäkoneurakointia, bioenergiaurakointia, maanrakennuspalveluita sekä
teiden aurausta ja kunnossapitoa. (Niemi & Ahlstedt 2012, 11.)

2.3.2 Kasvavia aloja

Maaseudun kasvavia aloja ovat esimerkiksi koneurakointi, bioenergia, hyvinvointi- ja
hevosyrittäjyyden palvelut, maaseutumatkailu, elintarvikkeiden jalostus sekä luonnon
moninaiskäyttöön perustuva yritystoiminta. Bioenergia alan työllisyysvaikutukset ovat

merkittävät. Maaseudulla sijaitsee lähes kaikki uusiutuvat energiavarat kuten esimerkiksi metsäenergia, peltoenergia, kotieläinten lanta, turve, tuulivoima ja maalämpö. EU velvoittaa uusiutuvan energiakäytön lisäämistä. (Yrittäjyyden teemaryhmä 2010, 37, 41.)

Maaseudulla kotieläintuotannossa hevostalous on ainoa ala, joka on kasvussa. Hevostalous työllistää etenkin alasta kiinnostuneita nuoria. Alalle tulee jatkuvasti uusia yrittäjiä ja harrastajia. Hevostoiminta mahdollistaa samalla myös muuta yritystoimintaa, esimerkiksi rehun ja hevostarvikkeiden tuotannossa. Hevostaloudessa yritykset tarjoavat monipuolisia palveluita. Esimerkiksi hevosten valmennus, koulutus, ratsastus ja hevosmatkailu ovat osa tämän alan yritysten toimintaa. Ala luo maaseudulle uusia työpaikkoja menetettyjen tilalle ja mahdollistaa elinkeinonhankinnan monialaisilla tiloilla. (Saastamoinen 2010, 2,3.)

Kaupungistuminen, väestön ikääntyminen ja kiinnostus hyvinvointiin ja terveyteen ovat lisänneet kiinnostusta luonto- ja maaseutumatkailuun. Ulkomaiset matkailijat ovat löytäneet myös Suomen luonnon ja sen suhteen kasvunäkymät ovat hyvät. Ala edellyttää palvelujen kehittämistä ja markkinointia. Ikääntyvä väestö tarjoaa työtä myös maaseudun palveluyrityksille, kun kunnat ovat ulkoistaneet palveluja yksityissektorille. Hoiva-alan työllistävä vaikutus on huomattava. (Yrittäjyyden teemaryhmä 2010, 37, 38.)

Suurin osa elintarvikealan yrityksistä sijaitsee maaseudulla. Kaupunkien läheisillä maaseuduilla on tapahtunut kasvua näillä aloilla ja tulevaisuuden odotteet ovat hyvät vaikeasta kilpailutilanteesta huolimatta. Tähän on vaikuttanut kuluttajien kiinnostus lähiruusta. Vähittäiskaupat ja keittiöt tarjoavat yhä enemmän oman alueen tuotteita asiakkailleen. Luonnontuotealalla on myös paljon mahdollisuuksia, kuten elintarvike-, kosmetiikka- ja rohdosalloilla. Lisäksi näiden yhdistäminen erilaisiin hoitopalveluihin ja matkailuun antaa uusia ulottuvuuksia. Tämä vaatii yhteistyötä eri toimijoiden kanssa, liiketoiminnan asiantuntijoita sekä alan tutkimustoimintaa ja kehittämistä.

(Yrittäjyyden teemaryhmä 2010, 47, 51, 53.)

Luonnonmukaisesti tuotettu eli luomu on yhdessä lähiruuan kanssa niin suosittuja, että voidaan jo kysyä, miten kysyntään vastataan. Kotimaista luomua ei ole vielä tarpeeksi saatavilla, joten ulkomailta joudutaan tuomaan luomua tyydyttämään tätä kysyntää. Tulevaisuuden tavoitteena on, että kotimaista luomuruokaa olisi tarjolla kaikille sitä halua-

ville. Maabränditoimikunta on tehnyt esityksen, jonka mukaan luomutuotantoa tulisi kehittää vuoteen 2030 mennessä 50 prosenttia. Tehtävä on haastava, mutta ei mahdoton toteuttaa. (Cronberg 2011, 3.) Luomualan toimijat perustivat 2011 Pro Luomu ry:n edistämään Suomen luomumarkkinoiden kehittymistä ja kasvua. Ohjelma ulottuu vuoteen 2015 asti ja tavoitteena on saada markkinat kolminkertaistumaan. Varsinkin pääkaupunkiseudulla luomutuotteiden kysyntä on kasvanut viime vuosina. Maailman ja Euroopan luomutilastoissa Suomi on luomun kulutuksessa vielä kaukana muista. (Luomualan kasvu- ja kehitysohjelma 2011.)

Lähiruusta puhutaan usein samassa yhteydessä luomun kanssa, ne jopa mielletään samaksi asiaksi. Lähiruoka on tavalliseen tapaan tuotettua ruokaa, jota ei ole kuljetettu pitkiä matkoja. Suosimalla lähiruokaa tuetaan paikallista työllisyyttä ja elintarvikeomavaraisuutta. (Cronberg 2011, 21.) Luonnosta saatavat keruutuotteet ovat usein lähiruokaa ja EU:n säädöksiä noudattamalla myös luomua.

3 LUONNONTUOTEALA

Ihmisten ympäristötietoisuus, terveysajattelun lisääntyminen sekä yleensä pehmeitten arvojen nousu ovat lisänneet luontoalan kasvunäkymiä. Luonnonläheisyys ja terveellisyys ovat alan vahvuutena. Alalla pärjääminen vaatii asiakkaiden tarpeiden tuntemista niin kuin muussakin yrittämisessä. Luontoyrittäjyyttä pidetään merkittävänä ja kasvavana elinkeinona, joka on vielä pienimuotoista ja usein myös sivutoimista. Alaan liitetään myös epäammattimaisuus ja tämä onkin keskeinen epäkohta mihin imagoa luodessa kannattaa kiinnittää huomiota. (Matilainen & Aro 2002, 9, 10.)

3.1 Luontoyrittäjyyteen liittyviä mielikuvia

Ihmiset tekevät valintoja ja päätöksiä paljolti mielikuvien perusteella. Luontoyrittäjän menestyminen alalla on paljolti kiinni juuri näistä mielikuvista ja alan imagosta. Matilainen ja Aro (2002) ovat tehneet tutkimuksen luontoyrittäjyyden herättämistä mielikuvista, niin kuluttajien kuin yrittäjienkin keskuudessa. Tutkimuksen mukaan luontomatkailuyrittäjää pidettiin palveluulttiimpana kuin alan käsityö- tai elintarvikeyrittäjää. Mutta alan elintarvikeyrittäjää pidettiin ammattimaisimpana yrittäjänä, kun yleensä taas koulutusta ja liiketalouden osaamista ei pidetty alalla kovin korkeana. (Matilainen & Aro 2002, 10, 14.)

Kuluttajat mielsivät luonnontuotteet yleensä ympäristöystävällisiksi, turvallisiksi, kotimaisiksi tuotteiksi. Ne miellettiin myös terveellisiksi, idearikkaiksi ja omaleimaisiksi tavallisiin tuotteisiin verrattuna. Negatiivisina mielikuvina olivat tuotteen kalleus, tuotevalikoiman suppeus ja markkinoinnin puute. Alaa pidettiin, niin kuluttajan kuin yrittäjänkin puolelta harrastelijamaisena ja sivutoimisena puuhasteluna. Yleinen mielipide oli kuitenkin, että alalla voisi toimia päätoimisesti ja ammattimaisesti. Suomen luontoa pidettiin voimakkaasti mahdollisuutena, jopa kansainvälisille markkinoille. Alaa pidettiin tulevaisuuden kasvavana alana. (Matilainen & Aro 2002, 40, 84.)

Luonnontuotteen mielikuvan luonnissa kannattaa miettiä, mitä arvoja halutaan tuotteeseen liittää. Mielikuvan täytyy perustua tosiasioihin, varsinkin laadun ja ympäristöystävällisyyden suhteen. Luonnontuotteeseen voidaan haluta liittää erikoistuotteen leima. Mielikuvaa luotaessa on pohdittava, onko tuotteesta todella kilpailemaan tavallisen tuot-

teen kanssa. Luonnontuote mielletään lähes automaattisesti erikoisryhmille suunnatuksi tuotteeksi, jonka seurauksena tuote voidaan kokea liian erikoisena.

3.2 Luontoyrittäjyyden määritelmä

Luontoyrittäjyydellä tarkoitetaan yrittäjyyttä, missä hyödynnetään luonnonantimia sekä yrittäjyyttä, mikä perustuu luonnon tarjoamiin elämyksiin suomalaisessa luonnossa. Ympäristövastuullisuus on lähtökohtana luontoyrittäjyydessä. Ympäristövastuullisuus pitää sisällään niin luonnon kestävän käytön kuin paikallisten asukkaiden ja kulttuurin huomioon ottamisen yrityksen toiminnassa. Keskeisessä osassa luontoyrittäjyydessä on alkuperäinen suomalainen tuote, johon usein liitetään paikallisuus ja yksilöllisyys sekä käsityömäisyys. Tuotteet tai niiden raaka-aineet ovat keskeisiltä osin peräisin luonnosta ja niissä hyödynnettävien kasvien tai eläinten tulee olla sopeutuneita Suomen luontoon. Tuotteitten alkuperä on voitava todentaa. (Rutanen & Luostarinen 2000, 12.)

Erityisesti luonnon aineettomien arvojen ja uusiutuvien luonnonvarojen kestävä käyttö on luontoyrittäjyydessä keskeisessä osassa. Uusiutumattomia luonnonvaroja käytetään säästäen sekä luontoa mahdollisimman vähän kuluttaen ja jälkiä jättämättä. Toiminta ei saa haitata muuta virkistystoimintaa tai paikallisten asukkaiden elämää. Tavoitteena luontoyrittäjyydessä on hyödyntää kutakin raaka-ainetta sille luontevimmin sopivampaan käyttötarkoitukseen. Ala on hyvin monimuotoinen, joka muodostuu sekä palveluiden ja tuotteiden tarjoajista. (Rutanen & Luostarinen 2000, 12.)

3.3 Luonnontuotealan monipuolisuus

Suurimpia luonnontuotealalla toimivia yrityksiä ovat muutamat marjojen ostoa, pakastamista ja vientiä harjoittavat yritykset. Yleensä yritykset ovat pieniä perheyriksii, jotka työllistävät vain pari henkilöä. Vaikka yritykset ovat pääasiassa pieniä, työllistävä vaikutus on huomattava yritysten määrän ansiosta. Marjojen ja sienten jatkojalostusta harjoittavien yritysten määrä on kasvanut viimeisten kahdenkymmenen vuoden ajan. Monimuotoinen ala koostuu useista erilaisista toimialoista, kuten esimerkiksi elintarvike-, käsityö- ja matkailuyrityksistä, jotka tarjoavat sekä palveluja että tuotteita. Erikoistuotteena ovat tulleet muun muassa metsämarjoista valmistetut tilaviinit, jotka myydään pääasiassa kotimaan markkinoille. Kerääminen, alihankinta, jalostaminen ja palveluksi

tuotteistaminen kuuluvat luontoyrittäjyyteen. Toimintaan saadaan tehokkuutta jalostusastetta nostamalla. (Suomen luontoyrittäjäverkosto ry 2012.)

Toimialan ja hyödynnettävien luonnonvarojen mukaan luontoyrittäminen on mahdollista jakaa seuraavasti:

- Luonnonmarjojen, -sienien, – yrttien yms. keruutuotteiden hyödyntäminen sekä viherrakentaminen joka hyödyntää luonnonkasveja.
- Matkailu (esim. luonto-, elämys- ja metsästysmatkailu) ja muut elämyspalvelut.
- Puun ja puista saatavien tuotteiden jalostaminen.
- Riistan, kalojen ja rapujen hyödyntäminen.
- Turpeen ja kiven sekä muiden maaperäainesten hyödyntäminen.
- Vesivarojen sekä lumen ja jään hyödyntäminen.
- Muut luontoon tukeutuvat palvelut, muun muassa ympäristön siistiminen ja rai-vaus, virkistyspalvelut ja luontoon liittyvä sisältötuotanto. (Rutanen & Luostarinen 2000, 12.)

Luontoyrittäjyydessä on tavallista monialayrittäjyys ja nämä pienyrittäjät tarvitsevat alalla yhteistyötä muiden osaajien kanssa. Tämä ketju muodostuu yrittäjistä, tutkijoista, kouluttajista sekä kaupan ja markkinoinnin osaajista. Näiden verkostojen muodostuminen on tärkeää alan yritystoiminnan kehittymisen kannalta. Toimiala- ja aluekohtaisia eroja on runsaasti. Yksin toimimisen perinteet, kilpailu ja kateus ovat olleet verkostoitumisen esteenä. Uudet yrittäjät ovat halukkaampia verkostoitumaan kuin vanhat. Eniten on edistytty luontomatkaillussa markkinoinnin ja alihankinnan suhteen, monissa yrityksissä toiminnat tapahtuvat jo yhteisen yritysnimen alla. Tuotekehityksessä ja markkinoinnissa on saatu hyviä tuloksia yhteistyön ja toimivien verkostojen avulla. (Rutanen & Luostarinen 2000, 36, 37.)

Alan yritysten lukumäärästä ei ole saatavana tarkkoja seurantatietoja. Virallinen toimialaluokitus ei tunnista alan yrityksiä luokitustietojen hajanaisuuden takia, joten luonnontuotealan teemaryhmä on tehnyt alasta erillisselvityksen. Heidän saamiensa tietojen mukaan yrityksiä on noin 900, joista runsaat 500 yritystä toimii marja- ja sienialalla. Lähes 300 yritystä toimii erikoisluonnontuotealalla ja noin 100 yritystä on yrttejä kerääviä, viljeleviä ja jatkojalostavia. Näistä ainoastaan osa yrityksistä käytti suomalaisia luonnonyrttejä. Suomessa on vain kymmenkunta luonnontuotteita jalostavia teollisuusyrityksiä. Ne käyttävät suuren osan marja- ja sienialan poimitusta sadosta vaikka nii-

denkin osalta tuonti ulkomailta on lisääntynyt. Kausiluontoisuus kuuluu alaan ja sen takia toiminta on usein sivutoimista tai monialayrittäjyyttä. Ala työllistää noin 1200 yrittäjää tai työntekijää vuosityöpaikoiksi laskettuna. (Sievinen 2010, 18.)

3.4 Kehitysnäkymät

Luontoyrittäjyys on Suomen kaikissa maakunnissa kehittymässä positiiviseen suuntaan. Vahvuuksina ovat kullekin alueelle ominaiset luonnon erityispiirteet ja -kohteet, jotka vaihtelevat suuresti maakunnittain. Suuren kaupungin läheisyys voi yrittäjälle olla vahvuus hyvän tavoitettavuuden suhteen, mutta toisaalta kaupungin elinkeinot voivat vähentää luontoyrittäjyyden painoarvoa ja kilpailu voi olla kovempaa. (Rutanen & Luostarinen 2000, 24.) Vaikka luontoyrittäjyydessä nähdään mahdollisuuksia aikaisempaa enemmän, alan ongelmana on yhä arvostuksen puute muuhun yritystoimintaan verrattuna. Alalla saadut hyvät esimerkit ovat kylläkin viime aikoina nostaneet myönteisesti ilmapiiriä.

Alalla tuotetut tuotteet ja palvelut ovat usein hyödynnettävissä lähialueilla jolloin säästetään kuljetuskustannuksilta ja tuotteen laatu säilyy hyvänä. Näitä seikkoja käytetään markkinoinnissa hyödyksi. Yleisesti ottaen luontoyrittäjyys on nähtävä yritystoimintana, jonka on oltava kannattavaa, vaikka tuotto-odotukset vaihtelevat alalla hyvinkin paljon. Joillekin yrittäjille pääasiallinen tavoite voi olla eläminen sopusoinnussa luonnon ja ympäristön kanssa.

4 TOIMIALAT

Luontoyrittäjän tyypillisenä asiakkaana pidetään usein kiireistä liike-elämän parissa työskentelevää, keski-ikäistä kaupunkilaista. Maatilamatkailutiloilla asiakkaina on usein lapsiperheitä. Ulkomaalaisten asiakkaiden osuus on yleisesti kasvamassa.

4.1 Keruutuoteala

Luonnontuotealasta tulevat ensimmäisenä mieleen marjat ja sienet sekä muut luonnosta kerättävät tuotteet. Alkutuotannossa luonto on keskeinen asia. Kun tuotteen jalostusaste nousee, voi myös elintarvikeyrittäjä olla luontoyrittäjä. Luontoyrittäjän määrittelyssä ratkaisevaa on, että luonnosta saadulla raaka-aineella on erityinen merkitys tuotannossa. (Rutanen & Luostarinen 2000, 18.) Keruutuotealaan kuuluvat luonnontuotteiden keruu, niiden välittäminen ja jalostus. Tuotteita hyödynnetään enimmäkseen elintarvikkeina, kosmetiikassa, lääkeaineina tai koristeina. Jos luonnonkasveja käytetään viherrakentamisessa, voidaan sitäkin pitää luontoyrittäjyytenä. (Suomen luontoyrittäjätverkosto ry 2012.)

Keruutuotteita ovat muun muassa yleisimmät Suomen luonnossa kasvavat ja syötävät marjat ja sienet, luonnosta kerättävät tai puoliviljeltävät luonnonyrtyt sekä erikoistuotteet kuten esimerkiksi mahla ja pettu. Ennen keräämistä kannattaa selvittää kuuluuko tuote jokamiehenoikeudella kerättäviin. Jokamiehenoikeudella tärkeimpien kaupallisten luonnontuotteiden, kuten marjojen ja sienien kerääminen on sallittua ilman maanomistajan lupaa. Erikoisluonnontuotteet, kuten esimerkiksi jäkälän, sammaleen, tuohen, paju-
jen, varpujen, käpyjen sekä yrttikasvien keräämiseen pitää saada lupa maanomistajalta. Luontomatkailuun on myös suositeltavaa hankkia lupa, vaikka vapaa liikkuminen luonnossa on yksityishenkilölle pitkälti sallittua. Tämän lisäksi on syytä selvittää lajikohtaisesti, voiko tuotetta kerätä luonnosta. Jokamiehenoikeudet ovat tärkeässä osassa raaka-
aineen hankinnassa luonnontuotealalla, mutta maanomistajan luvalla kerättävien materiaalien osuus on ollut nousussa. (Suomen luontoyrittäjätverkosto ry 2012.)

Suomen metsien puhtaus ja harva asutus takaavat sen, että kerättävät tuotteet ovat puhtaita. Vaikkakaan tuotteet eivät välttämättä aina täytä EU:n asettamia luomukriteereitä, jotka edellyttävät poimijan sitoutumista luomuohjeisiin ja keräämistä virallisesti hyväk-

sytyltä alueelta. Kasvituotannon tarkastuskeskus (KTTK) valvoo luomukeruuotteita. Luonnonyrtytien keruu ja käyttö ovat lisääntyneet viime vuosina. Luonto tarjoaa tuoreita ja ravintorikkaita salaatti-, mauste- ja yrttijuoma-aineita kerättäväksi keväällä ja alkukesästä. Nämä luonnossa kasvaneet yrtit sisältävät huomattavasti enemmän ravintoaineita kuin tavalliset viljellyt salaattikasvit. Kuluttajille yrtit myydään kuivattuina ja valmiiksi tuotteiksi jalostettuina. (Suomen luontoyrittäjät ry 2012.)

4.2 Matkailuala

Maaseutumatkailuyritykset toimivat usein kestävän matkailun mukaisesti, vaikka sitä ei paljoakaan mainosteta. Kestävässä matkailussa on otettu huomioon ympäristövastuullisuus siten, että ympäristön laatu ja paikalliskulttuuri tulevat säilymään entisellään. Matkailijat hakevat maaseudulta aitoutta, paikallisuutta ja luonnon kauneutta. Myös paikalliset pienyritykset saavat heistä asiakkaita. (Blinnikka 2012, 8, 17, 31.) Maaseutumatkailu auttaa säilyttämään luonnon koskemattomuuden, koska luonnonkaunis paikka vetää matkailijoita.

Maaseudulle on kehittynyt monipuolinen matkailupalvelutarjonta, joka tarjoaa majoitusta, ruoka- ja kokouspalveluita sekä erilaisia ohjelmalveluita. Yritykset ovat pääasiassa perheyrityksiä. Green Care toiminta on myös voimakkaasti nousussa. Green Care toiminnalla edistetään ihmisten hyvinvointia ja elämänlaatua. Toiminnassa hyödynnetään luonnon antimia ja maaseudun resursseja. Tavoitteena on ehkäistä ihmisen vieraantumisen luonnosta. Toiminta luo uusia mahdollisuuksia maataloille ja maaseutuyrityksille. (Green Care Finland Ry 2012.)

4.3 Muita aloja

Pienimuotoinen puusepänteollisuus on luontoyrittäjyyttä kun tuotteiden valmistuksessa käytetään kotimaisia puulajeja. Puun ulkonäköä ja erityisominaisuuksia käytetään valmistuksessa hyödyksi. Tällaisia tuotteita ovat esimerkiksi erilaiset käyttö- ja koriste-esineet sekä huonekalut. Tuotteet ovat yksilöllisiä ja käsityömäisiä. Erikoispuiden hyödyntämisessä on runsaasti uusia mahdollisuuksia. (Suomen luontoyrittäjät ry 2012.)

Ravustus, kalastus ja riistan metsästys kuuluvat osana maaseutumatkailuun. Metsästysseurat saavat rahoitusta toiminnalleen riistan metsästysmatkailun kautta ja se tuo toimintaa syrjäisemmille alueille. Metsästysmatkailu toimii myös sellaisena vuodenaikana, kun muun matkailun parissa on hiljaista. (Keskinarkaus, Matilainen & Kurki 2009, 51.) Maaseutumatkailun räätälöityihin ohjelmapalvelukokonaisuuksiin voi sisällyttää kalastusta ja ravustusta. Näistä voi myös omatoimimatkailija saada elämyksiä matka kohteissa. (Suomen luontoyrittäjät ry 2012.)

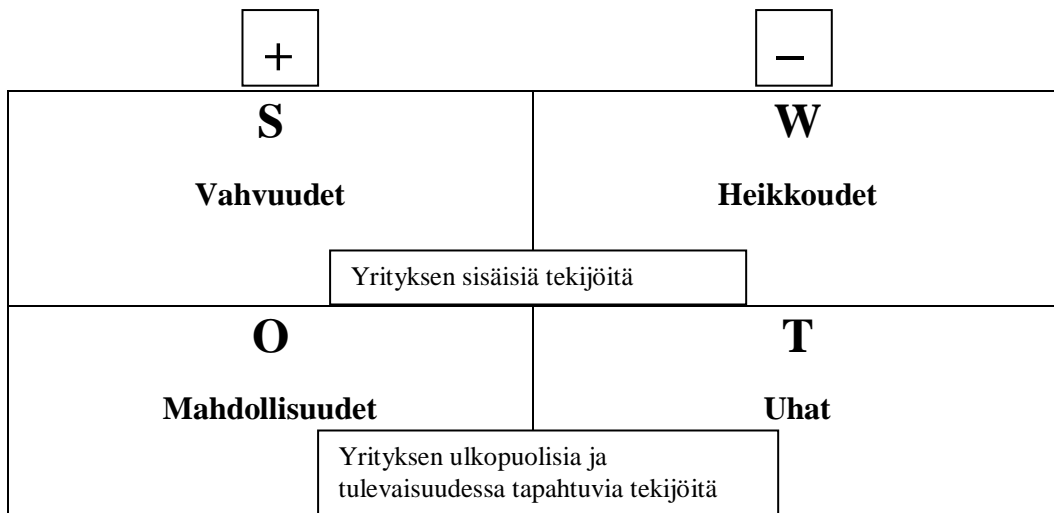
Turpeen käyttö on hyvin monipuolista luonnontuotealalla. Suomessa riittää turvemaita, vaikka suurin osa turpeesta käytetään energiantuotannossa. Energiakäytön lisäksi turvetta hyödynnetään kasvualustana, kuivikkeina, tekstiileissä, kylpylähoidoissa ja erilaisissa hoitotuotteissa. (Suomen luontoyrittäjät ry 2012.)

Maaseutuyrittäjien työllisyyden parantamiseksi on luonto- ja maisemapalveluteemaryhmän tavoitteena kehittää luonto- ja maisemapalveluihin liittyvää yrittäjyyttä. Luonto- ja maisemapalvelut pitävät sisällään luonnon ja kulttuurimaiseman hoidot ja käyttöön liittyvät palvelut. Ala huolehtii esimerkiksi luontoreittien huollosta ja matkailualueiden maisemanhoidosta. Tämän alan palvelujen kehittäminen vaatii uusia keinoja ja malleja monen eri tahon yhteensovittamiseksi. (Suomen luontoyrittäjät ry 2012.)

5 SWOT-analyysi

Yrityshankkeen arvioinnissa SWOT-analyysi on erittäin yleinen ja myös käyttökelpoinen tapa. Mutta analyysia tehdessä ei välttämättä tunnisteta tarpeeksi hyvin todellisia vahvuuksia ja heikkouksia. Eikä myöskään mahdollisuuksia ja uhkatekijöitä. Syyt ja seuraukset voivat myös sekoittuvat keskenään.

SWOT nelikenttäanalyysi esitetään yleensä seuraavasti:



KUVIO 2. SWOT-analyysi

SWOT-analyysikaavion vasemmalle puolelle tulevat myönteiset asiat ja oikealle puolelle negatiiviset asiat. Alapuoleinen rivi kuvaa yrityksen ulkopuolisia ja ylärivi sisäisiä asioita. SWOT-analyysin pohjalta voidaan tehdä seuraavia päätelmiä:

- Miten vahvuuksia voidaan käyttää hyväksi?
- Miten heikkoudet muutetaan vahvuudeksi?
- Miten tulevaisuuden mahdollisuuksia hyödynnetään?
- Miten uhat vältetään? (Hoffrén 2002, 35.)

5.1 Luonnontuotealan SWOT-analyysi

Analyysi perustuu lukemiini lähteisiin ja myös omaan kokemukseen.

Vahvuudet

Jokamiehenoikeudet

Laaja ja vaihteleva luonto

Vuodenaikojen vaihtelu

Hiljaisuus, luonnonrauha ja väljyys

Harva asutus

Puhdas maaperä, vesistö ja ilma

Keruutuotteiden puhtaus ja aromikkuus

Vaikuttavien aineiden suuret pitoisuudet

Raaka-ainevarantojen runsaus ja monipuolisuus

Neuvonta- ja koulutusjärjestelmä

Luonnonmarjojen ja -sienien verovapaus

Turvallinen yhteiskuntarakente

Suomalainen luontosuhde

Maaseudun kulttuurimaisema ja kansanperinne

Mahdollisuudet monipuoliseen elämys- ja aktiviteettitarjontaan

Heikkoudet

Sesonkiluontoisuus ja sen lyhyys

Satokauden vaihtelut

Sää

Herkkä luonto

Toimijoiden hajanaisuus

Tuotekehittely

Tuotteiden laatu

Pitkät etäisyydet, tieverkostojen kunto

Tuotteiden vähäinen menekki

Koulutus, heikko tietämys

Vähäinen yrittäjäosaaminen

Kateus ja yhteistyön puute

Jalostus ja kylmävarastointi

Ei selkeitä laatustandardeja
Luonnontuotealan arvostus, harrastelijamaisuus
Suuryritykset suosivat isoja yrityksiä
Keruuorganisaation puute

Mahdollisuudet

Verkostoituminen muiden yrittäjien kanssa
Tietoverkot
Luonnonmukaisuus ja ympäristöystävällisyys
Luonnontuotteiden kytkennät luonto- ja elämysmatkailuun
Raaka-aine varat
Tunnettavuuden lisääntyminen
Terveelliset ruokailutottumukset
Terveysvaikutteiset tuotteet
Kuluttajien kiinnostus tuotteen alkuperästä
Vähemmän kilpailua
Kansainväliset markkinat
Erikoistuminen
Luova hulluus

Uhat

Herkkä luonto
Ympäristöongelmat
EU avaa markkinat Itä-Euroopan maille
Maaseudun autioituminen
Maaseudun peruspalveluiden väheneminen
Työvoiman saanti
Ajankäytön hallinta
Tutkimustyön vähäiset määrärahat
Viranomaissäädökset
Asiakkaiden riittämättömyys

5.2 Tulkinnat

SWOT analyysin tulkinnan lähtökohtana on kuvata ja ymmärtää luonnontuotealan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja tulevaisuuden uhkia paremmin. Tulkinnat ovat apuna pohdittaessa alan vaatimuksia ja mahdollisuuksia. Analyysien pohjalta tein seuraavia johtopäätöksiä.

5.2.1 Vahvuuksien hyväksi käyttäminen

Luonnon virkistys- ja hyötykäyttö jokamiehenoikeudella mahdollistaa yritystoiminnan suomalaisessa luonnossa ja antaa ainutlaatuisen mahdollisuuden nauttia luonnon antimista. Luonnonmarjojen ja -sienien kerääjä saa myydä tuotteensa verottomana eteenpäin, mutta elinkeinonharjoittaja maksaa myymistään marjoista veron. Suomen laajassa ja vaihtelevassa luonnossa voi päästä kokemaan elämyksiä ympäri vuoden. Vuodenaikeiden vaihtelun vuoksi Suomesta löytyy monenlaisia luontotyyppisiä. Tämä mahdollistaa ympärivuotisen ja monipuolisen matkailun luonnossa. Luonnonmateriaalit kytkeytyvät usein erilaisiin hoitopalveluihin ja matkailuun, joten yhteistyö muiden toimijoiden kanssa laajentaa toimenkuvaa. Asiakkaat odottavat, että luontoyrittäjän tuotteet ja palvelut ovat luonnonmukaisia. Yrittäjä voi käyttää kilpailuvalttina puhdasta ja koskemattomaa luontoa, josta kerätyt tuotteet ovat aromikkaita ja terveellisiä.

5.2.2 Heikkouksien muuttaminen vahvuudeksi

Luontoyrittäjäyys on usein sesonkiluontoista työtä, joka kestää vain vähän aikaa vuodessa. Siksi se on usein osana monialayrittäjäyttä. Yhdistämällä eri luontoyrittäjäyden aloja voidaan alalla työskennellä ympäri vuoden. Esimerkiksi maaseutumatkailuyrityksen toimintaan voisi yhdistää luontomatkailun. Kesä aikana olisi yrttien ja marjojen opastettua keruuta ja käyttöä. Syksy ja talvi aikoina voisi hyödyntää muunlaista elämysmatkailua. Ulkomaiset matkailijat ovat kiinnostuneita Suomen luonnon kauneudesta ja väljyydestä. Jopa villieläinten näkeminen luonnossa voi olla suuri elämys. Huonot sääolosuhteet ja sadon vähäisyys voivat pienentää asiakkaiden kiinnostusta, mutta toiminnalle voisi olla muita vaihtoehtoja tällaisen varalle.

Yrittäjällä voi olla myös ongelmana tuotteen tai palvelun sopiva hinnoittelu, koska alaa pidetään harrastelijamaisena. Päätoimisesti alalla toimimisessa on etuna, että toiminnasta tulee ammattimaisempaa ja alan arvostus lisääntyy. Lisäksi asiakkaat saavat tuotteet ajallaan ja laatu säilyy hyvänä. Sivutoimisella toimijalla laatu saattaa vaihdella paljonkin. Yrittäjä voi myös kehittää itseään koulutuksella työn ohessa, tarjolla on monipuolisia opintoja.

Luontoyrittäjyyden parissa on paljon kiinnostuneita toimijoita, mutta toimijoiden hajainaisuus on esteenä kannattavuudelle. Tämän vuoksi koko toimintaketän kokoaminen ja verkostoituminen on tärkeää alan kehittymiselle. Se tuo arvostusta ja näkyvyyttä alalle muiden maaseutuyrittäjien joukossa. Toimintojen yhdistäminen auttaa myös tutkimustyössä, jota tarvitaan luonnontuotteiden tuotteistamisessa. Yritysrekisteri auttaa yhteistyökumppaneiden löytymisessä ja koulutusohjelmien kohdentamisessa. Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry on koonnut näitä tietoja sivuilleen. Yhdistyksen sivuilla on myös yritysrekisteri ja se auttaa osaltaan yritysten näkyvyyttä, yhteistyötä ja alan arvostusta.

Maaseutumainen sijainti voi olla kilpailuetu, raaka-aine varat tulevat läheltä, varsinkin jos yrityksellä on tavoitteena toimia vain paikallisesti ja pysyä pienenä. Sijainnin merkitys riippuu toimialasta, joillekin on tärkeää olla hyvien valteiden läheisyydessä. Laajentuminen ulkomaille voi antaa yritykselle mahdollisuuden kasvuun, mutta voi samalla olla uhka kiristyvästä kilpailusta. Suuret liikeyritykset haluavat usein isompia tavaran toimittajia ja pienellä yrityksellä ei ole mahdollisuutta kilpailulle.

5.2.3 Tulevaisuuden mahdollisuuksien hyödyntäminen

Luovaa hulluutta tarvitaan, kun kehitellään uusia tuotteita. Ainutlaatuiset tuotteet ja joustava palvelu ovat hyviä valtteja yritykselle. Tuotekehittelyssä kannattaa valmistella uusia toimintamuotoja jatkuvasti, koska tuotteen elinkaari ei välttämättä ole kovin pitkä. Ideoita voi tulla harrastustoimintojen kautta ja keskusteluissa eri tilanteissa. Yksi esimerkki luovasta hulluudesta oli, kun joku keksi pakata valmiin nuotion pahvilaatikkoon ja kutsua sitä valmisnuotioksi. Idea oli hyvä, mutta tuote ei menestynyt pitkään markkinoilla vaikka se sai kansainvälistä mainetta ja voitti palkintoja.

Positiivinen mielikuva alueesta kannattaa käyttää hyväksi markkinoinnissa. Tarinoita ja kertomuksia, jotka ovat hyvin suosittuja, löytyy nykyään monenlaisia. Jokaisella alueella on omat tarinansa, ne luovat oman erikoisuuden leiman. Matkailuyrittämisessä näitä hyödynnetään paljon. Verkostoitumalla muiden tahojen kanssa yritys luo hyvän kilpailuaseman ja kannattavuuden. Alihankinta on hyvä esimerkki tällaisesta yhteistyöstä. Tietoverkot ovat mahdollistaneet sähköisen asioinnin viranomaisten ja muiden tuottajien kanssa syrjäisillä maaseutualueilla. Se on mahdollistanut myös opiskelun erilaisissa oppimisympäristöissä. Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa luo mahdollisuuden myös laajentua ulkomaille. Elintarvikkeiden alkuperäisyys ja terveellisyys ovat tärkeitä asioita imagon luonnissa, niin kotimaisilla, kuin ulkomaisilla markkinoilla.

5.2.4 Uhkien välttäminen

Koulutetun työvoiman saannissa voi olla vaikeuksia, mutta vastaavasti alueella oleva työvoima voi olla sitoutuneempaa työskentelemään omalla paikkakunnallaan. Monialayrittäjyydessä liika hajauttaminen voi tuoda ajankäytössä ongelmia, aika ei riitä kaikkien asioiden hoitamiseen. Vastuiden jakaminen auttaa yrittäjää jaksamaan työssään ja estää uupumisen ja ehkä sairastumisen.

Asiakkaiden riittämättömyys on uhkana monella aloittavalla yrittäjällä. Tehokas viestintä ja kuluttajien tutustuttaminen pienyrittäjien paikallisiin tuotteisiin tuo alalle näkyvyyttä. Asiakkaita on hyvä myös kuunnella riittävästi, asiakaslähtöinen tuote on helppo markkinoida. Ammattimaisuus, yrityksen hyvä maine, palvelun nopeus ja joustavuus luovat hyviä asiakassuhteita yritykselle.

Luontoa pyritään matkailussa suojelemaan merkityillä reiteillä, missä retkeilijät voivat kulkea luonnon häiriintymättä. Suomen herkkä luonto on herättänyt keskusteluja jokamiehen oikeuden laajuudesta ja siitä, että pidetäänkö tätä oikeutta jo liiaksi itsestään selvyytenä. Koska jokamiehen oikeuksista ei ole säädetty omaa lakia, ne ovat alttiita erilaisille tulkinnoille.

6 POHDINTA

Yleensä yrittäjäksi ryhtyminen on monen eri tekijän summa. Yritystoiminta voidaan aloittaa palkkatyön tai maanviljelyn ohella vähitellen, taloudellisesti melko vähäisin panoksin. Yritysideaa halutaan testata käytännössä ennen kuin luovutaan entisestä työstä. Yritystoiminnan aloittamisessa koetaan usein tärkeäksi se, että voi vaikuttaa omaan työskentelyyn ja toteuttaa omia ideoita. Liikeidea voi syntyä odottamattomana yhteen-sattumana, joko harrastustoiminnan ja keskustelujen kautta tai sitten pitkän etsinnän tuloksena. Idea voi olla joko aivan uusi tuote tai parannettu versio jo olemassa olevaan tuotteeseen. Maaseudun yrittäjä on samanlainen kuin mikä tahansa yrittäjä. Yritystoi-minnan aloittamisessa keskeisintä on se, että havaitsee mahdollisuuden ja myös tarttuu siihen.

Kiinnostus luonnontuotealaa kohtaan kasvaa ja alan arvostus on nousussa. Suomessa luonnonvarat ovat maaseudun rikkaus ja alalla hyödynnetään näitä luonnon antimia ympäristövastuullisesti luontoa kunnioittaen. Tuotteet ovat usein paikallisia, yksilöllisiä ja käsityömäisiä. Toimijoita yhdistää kiinnostus luontoon ja ekologinen elämänsenne. Monimuotoinen ala mahdollistaa työskentelyn luonnonmukaisesti ja myös asumisen syrjäisemmällä maaseudulla. Päätoimisesti alalla toimiminen on mahdollista ympäri vuoden, kun yhdistää eri luontoyrittäjyyden toimialoja. Toiminta on silloin myös ammattimaisempaa. Luonnontuotealan yrittäjän on mahdollista saada korkeatasoista koulu-tusta ja ohjausta yrittämiseen eri tahoilta. Luontoyrittäjällä, kuten muillakin yrittäjillä on oltava ammatillisen osaamisen lisäksi taitoa esimerkiksi myynnin, markkinoinnin, tuo-tekehityksen, rahoituksen lisäksi myös verotuksessa ja lainsäädännön asioissa alalla pärjätäkseen. Mutta kaikkea ei tarvitse tehdä itse, hankalat ja aikaa vievät työt voi ul-koistaa alan ammattilaisille, kuten yrityksen kirjanpidon.

Tämän opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoinen projekti. Työn aloitin keväällä 2012 ja tekeminen jatkui koko seuraavan kesän. Kirjallisuutta ja tietoa sain Seinäjoella olevasta Luontoyrittäjiliitosta ja Internetin kautta. Vuosittain ilmestyy monenlaisia ti-lastoja ja tutkimustuloksia maaseudun kehittämisestä ja yritystoiminnasta. Liitteessä on luontoalan yrittäjän kertomus, jossa hyvin tulevat esille yrittäjänä olemisen haasteet.

Minulle yritystoiminnan aloittaminen on ollut aina yhtenä vaihtoehtona työllistymises-sä. Koulutus ja osaaminen ovat ratkaisevia tekijöitä luonnontuote alalla, niin kuin yleen-

sä yrittämisessä. Omalla yrittäjä kokemuksella tiedän, että yrittäminen on kovaa, riskialtista työtä, jossa on monia hyviä puolia sekä myös huonoja puolia. Yhteistyö muiden alan yrittäjien kanssa lisää yrityksen kannattavuutta. Mutta aina ei yhteistyö onnistu. (Liite 1. 2012.)

Yrittäjänä voi menestyä, jos paneutuu riittävästi riskien hallintaan. Menestys riippuu myös yrittäjän kyvystä ja rohkeudesta toteuttaa omia unelmiaan. Pelkkä hyvä liike idea ei riitä, vaan ratkaisevaa on idean toteutus. Onko idea toimiva ja hyväksytäänkö se markkinoilla. Yrittäjänä onnistumiseen vaikuttaa myös monet eri tekijät joihin yrittäjä ei pysty vaikuttamaan.

LÄHTEET

- Alasuutari, P. & Alasuutari, A. 2011. Maaseudun merkitykset Suomalaisessa julkisessa keskustelussa. Diskurssianalyttinen tarkastelu. Helsinki: Sitra. Luettu 14.3.2012.
<http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksi%C3%A4%2050.pdf>
- Blinnikka, P. (toim.) 2012. Maaseutumatkailu - kestävyyslaji. Tampereen Yliopistopaino Oy, Juvenes Print.
- Cronberg, T. 2011. Luomu: Tehtävä Suomelle? Mikkeli: Luomuinstituutti
http://www.muc.fi/wp-content/uploads/2011/10/luomuinstituuttiraportti_www.pdf
- Green Care Finland. Luettu 9.7.2012
<http://www.gcfinland.fi/MitaOnGreenCarePaavalikko?name=Menetelmat&parentName=MitaOnGreenCarePaavalikko&parentSubName=MitaOnGreenCarePaavalikko>
- Hoffrén, S. 2002. Perustettavan yrityksen liiketoimintasuunnitelman laatiminen. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Keskinarkaus, S., Matilainen, P. & Kurki, S. 2009. Metsästysmatkailu ja sen kestävyys valtion mailla. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti.
- Luomualan kasvu- ja kehitysohjelma 2011–2015. Päivitetty luomustrategia 28.6.2011. Luettu 27.6.2012
<http://www.luomu.fi/wp-content/uploads/2011/08/Luomualan-kasvu-ja-kehitysohjelma.pdf>
- Matilainen, A. & Aro, M. 2002. Luontoyrittäjyyteen liittyvät mielikuvat. Helsingin yliopiston maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus, sarja B:24, Seinäjoki.
- Matilda. Maatilarekisteri - Maatilojen rakenne 2011. Luettu 27.6.2012.
<http://www.maataloustilastot.fi/maatilojen-rakenne>
- MTK 15.6.2012. Monialaiset tilat. Luettu 27.6.2012
http://www.mtk.fi/maaseutu/maaseutuyrittajyyys/tietopaketti/fi_FI/maaseutuyrittajyyys/
- Niemi, J. 2010. Suomen maa- ja elintarviketalouden ensimmäiset 15 vuotta Euroopan unionissa. Teoksessa Niemi, J & Ahlstedt, J. (toim.). Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2010. Maatalouden tutkimuskeskuksen julkaisuja, sarja 110. Vammala: Kirjapaino Oy.
- Rantamäki-lahtinen, L. 2010. Maaseudun yrittäjyys. Teoksessa Niemi, J & Ahlstedt, J (toim.). Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2010. Maatalouden tutkimuskeskuksen julkaisuja, sarja 110. Vammala: Kirjapaino Oy.
- Rantamäki-lahtinen, L. 2012. Maaseudun yrittäjyys Teoksessa Niemi, J. & Ahlstedt, J. (toim.). Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2012. Maatalouden tutkimuskeskuksen julkaisuja 112. Vammala: Kirjapaino Oy.
- Riusala, J. & Siirilä, H. 2009. Monialayrittäjyys maaseudun mahdollisuutena. Peura, P. (toim.). Vaasa: Levón-instituutti.

Rutanen, J. & Luostarinen, M. 2000. Luontoyrittäjyys Suomessa. Alueelliset verkostot. Luontoyrittäminen, matkailu- ja maaseutuklusteri - hankkeen loppuraportti. Maatalouden tutkimuskeskuksen julkaisuja, sarja B23. Vammala: Kirjapaino Oy.

Saastamoinen, M. 2010. Hevosalan nykytila, haasteet ja tutkimustarpeet. MTT Kotieläintuotannon tutkimus, hevostalous. Luettu 2.5.2012.
<http://www.smts.fi/jul2010/esite2010/026.pdf>

Sievinen, T. 2010. Luontomatkailun, luonnontuotealan, virkistyskäytön ja metsäkulttuurin seurantamittarit. Metlan työraportteja 152. Vantaa: Metsäntutkimuslaitos. Luettu 27.6.2012. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2010/mwp152.pdf>

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry. n.d. Luettu 12.3.2012.
<http://www.luontoyrittaja.net/147.html>

Vihinen, H. n.d. Suomen alueellisen kehityksen visio ja vaihtoehtoiset skenaariot vuoteen 2020 – Maaseutuvisio 2020. Luettu 27.6.2012.
http://www.tem.fi/files/24529/Hilkka_Vihinen.pdf

Yrittäjyyden teemaryhmä. 2010. Pietarinen, H. (toim.). Julkaisusarja: Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän julkaisuja 1/2010. Vammala: Kirjapaino Oy.

LIITTEET

Liite 1. Luontoyrittäjän tarina.

Haastattelin luontoyrittäjää, joka joutui luopumaan yrittämisestä. Yrittäjä sairastui kuivattujen kasvien pölystä pölyallergiaan. Yritys toimi vuosina 1986 – 2006. Haastattelun tein 26.7.2012.

”Olin maatalousyrittäjä ja aloin hankkia lisätuloja kasvattamalla yrtejä, kuivaamalla ja pussittamalla niitä. Toiminta oli hyvin pientä, tutuille ja heidän tutuilleen myyntiä lähes lahjoitushinnalla. Kävin myös hierontakoulun ja vuosia kävin enimmäkseen ihmisten luona hieromassa. Siitä oli tuloakin. Sitten kävin lisäkoulutusta kasvien jatkojalostamiseen ja rakensin kuivaushuoneen ja voiteiden valmistuspaikan vanhaan navettaan. Kolin luontokeskus oli ensimmäinen asiakas. He ostivat kuivattuja kasveja ja myyntitilillä oli erilaisia teesekeituksia, kylpy-yrttipakkauksia, salvoja ja voiteita. Kävin myös messuilla ja markkinoilla itse myymässä tuotteita. Se oli kaikkein kannattavinta, mutta hoitojärjestelyt eivät onnistuneet viikonloppuisin.

Olen kiinnostunut kasvien käytöstä ja minulla oli vanhempia lapsia joita käytin työvoimana, mahdollisuus käyttää aikaa lasten kanssa ja neuvoa kasvien käyttöä ja opetella tekemään töitä - siinä syyt yrittämiselle. Ei ollut mikään kultakaivos. Rasvoja olisi voinut tehdä suuremmallakin katteella, mutta halusin, että ne ovat todella luonnontuotteita, ei 99 pros. täyteaineita ja muutenkin kaikki oli huippulaatuista, joskus oli ostettava jotain kasvia luontaistuotekaupasta ja kauhistuvin huonoa laatua. Asiakkaita olivat siis ne jotka osasivat arvostaa laatua ja luonnontuotteita. Nyt osataan ehkä arvostaa sitä enemmän kuin 10 vuotta sitten.

Hoidin itse lähes kaiken ja aikaa meni etikettien liimaamiseen ym. paljon. Olisin tarvinnut työntekijän, mutta toiminta oli niin pientä, ettei voinut palkata ketään. Samoilla kurseilla olleet ihmiset yrittivät jotain samoja juttuja kuin minä, mutta eivät halunneet tehdä yhteistyötä. Esim. emulsiovoiteisiin piti ostaa kalliita aineita isoissa pakkauksissa, liian isoissa pieneen toimintaan, mutta eivät halunneet tehdä kimppaostoja.”