

ARKTISET AROMIT RY

Luonnonmarjojen kansantaloudellinen merkitys

Sonja Viljamaa ja Simo Moisio



Arktiset Aromit ry, Oulun yliopisto

Sisältö

1. Johdanto	3
2. Aineisto ja menetelmät	3
3. Kyselyn tulokset.....	4
3.1. Tutkimukseen osallistuneet yritykset.....	4
3.2. Yritysten toimialat	5
3.2.1. Yritysten tuottamat jatkojalosteet	7
3.3. Marjojen käyttö yrityksissä.....	7
3.3.1. Kotimaisten luonnonmarjojen käyttö ja rahallinen arvo	7
3.3.2. Ulkomaisten luonnonmarjojen käyttö yrityksissä	11
3.3.3. Puutarhamarjojen käyttö yrityksissä.....	13
3.4. Yritysten liikevaihdon kehitys.....	15
3.4.1. Kuljetuksen liikevaihto.....	16
3.5. Työntekijät.....	17
3.6. Tuotteiden kuljetus.....	18
3.7. Vienti.....	19
3.8. Yritysten näkemykset luonnontuotealan tulevaisuudesta ja toiminnan kasvattamisesta.....	21
3.9. Luonnonmarjayritysten odotukset ja toiveet Suomen valtiota kohtaan	22
3.10. Luonnonmarja-alan suurimmat esteet.....	22
4. Yhteenveto ja johtopäätökset	24
5. Lähteet.....	26
Liite 1.	27

1. Johdanto

Tämä raportti on katsaus luonnonmarja-alan toimijoista koko maassamme. Luonnontuotealan yritysten työllistävää vaikutusta ja liikevaihtoa ei ole viime vuosina selvitetty tarkkaan. Alalla suoritetaan vuosittain nk. MARS-tutkimus, joka keskittyy tarkastelemaan luonnonmarjojen ja sienten vuosittaisia satoja ja kauppaantulohintoja, mutta joka käsittelee alan työllistävyyttä sekä muita kansantaloudellisia vaikutuksia vain poimijoiden kautta. Tässä tutkimuksessa haluttiin kerätä tietoa myös muuhun kuin poimintaan ja marjojen jälleenmyyntiin keskittyviltä yrityksiltä, joiden toimialoihin ja tuotteisiin kuuluvat mm. matkailu, kosmetiikka, hyvinvointi sekä ravintolisät.

Kyselytutkimuksen pääasiallisena tarkoituksena oli selvittää luonnonmarja-alan työllistävyys, yritysten käytämät marjamäärät ja niiden rahallinen arvo, sekä yritysten liikevaihto. Tutkimuksessa tiedusteltiin myös yritysten edustajien mielipiteitä alan nykytilannetta sekä tulevaisuutta koskien.

Tämä raportti on laadittu Arktiset Aromit ry:n ja Oulun yliopiston yhteistyönä. Kartoituksen toteutukseen Arktiset Aromit ry on saanut osarahoituksen maa- ja metsätalousministeriöltä.

Kiitämme kaikkia kyselyyn osallistuneita yrityksiä.

2. Aineisto ja menetelmät

Tutkimusaineisto kerättiin heinä-syyskuussa 2014. Luonnonmarjojen parissa toimiviin yrityksiin oltiin yhteydessä postitse ja sähköpostitse toimitetun kyselylomakkeen sekä näitä täydentäneen puhelinhaastattelun kautta (liite 1). Kohdeyritykset valittiin Arktiset Aromit ry:n sekä Aitoja Makuja -hakupalvelun yritysluettelosta sekä aiemman tutkimuksen (Häggman, Karppinen ja Leppilampi 2014) liitteenä olleen yrityslistan avulla. Paperinen kyselylomake postitettiin yhteensä 122 yritykselle heinäkuun 2014 alussa ja vastausaikaa annettiin reilut kolme viikkoa. Aiempia vastauksia täydentäneet sähköposti- ja puhelinkyselyt puolestaan suoritettiin heinä-syyskuussa 2014.

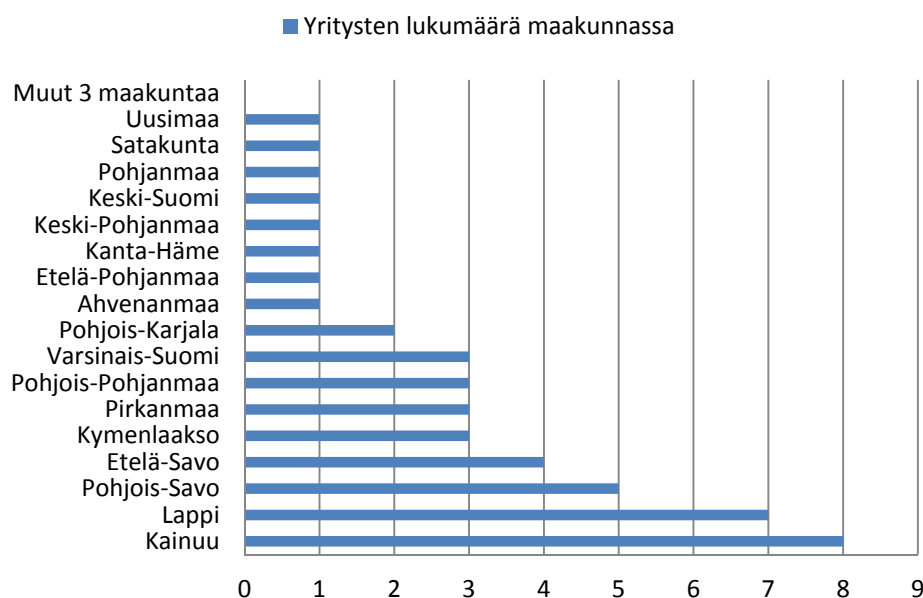
Kyselytutkimuksessa kartoitettiin yritysten käyttämien koti- ja ulkomaisten luonnonmarjojen sekä puutarhamarjojen kilomäärät ja jalostusaste, yritysten vuosittainen liikevaihto, koti- ja ulkomaisten työntekijöiden työllistäminen sekä tuotteiden kuljetukseen ja vientiin liittyviä asioita. Tutkimuksessa selvitettiin myös yrittäjien näkemyksiä luonnontuotealan tulevaisuudesta, haasteista ja kehittämismahdollisuuksista. Kyselytutkimuksen tulokset tarjoavat tietoa alan nykytilasta sekä yritysten toiveista luonnonmarja-alan kehittämisestä Suomessa.

3. Kyselyn tulokset

3.1. Tutkimukseen osallistuneet yritykset

Tavoittelimme tutkimuksessa yhteensä 122 luonnontuotealan yritystä ympäri maan. Haastatteluja tehdessä havaittiin kuitenkin, että listatuista yrityksistä 16 ei toimi lainkaan luonnonmarjatuotteiden tai -palveluiden parissa ja ne olivat päätyneet listallemme joko vanhentuneiden tietojen vuoksi tai erehdyksen kautta. Toimintansa lopettaneita yrityksiä oli listallamme vain yksi, ja kolme muuta yritystä oli listattu kahteen kertaan, sillä ne olivat siirtäneet marjoihin liittyvän toimintansa tytäryrityksen alle.

Kyselytutkimukseen saatiin vastauksia yhteensä 46 yritykseltä (37 %), joiden maantieteellinen jakauma on esitetty kuvassa 1. Kyselyyn osallistui eniten yrityksiä Kainuun (8) ja Lapin (7) maakunnista, muista maakunnista vähemmän. Kyselytutkimukseen ei saatu yhtään vastausta Etelä-Karjalan, Itä-Uudenmaan ja Päijät-Hämeen maakunnissa toimivilta yrityksiltä.



Kuva 1. Luonnonmarjojen kansantaloudellista merkitystä koskevaan kyselyyn vastanneet yritykset maakunnittain vuonna 2014.

Moision vuonna 1999 suorittamassa vastaavassa valtakunnallisessa kyselytutkimuksessa vastauksia saatiin yhteensä 124 yritykseltä. Tässäkin tutkimuksessa tavoitettiin eniten yrityksiä Kainuun maakunnasta (34). Muista maakunnista tavoitettujen yritysten jakauma oli Moision tutkimuksessa samankaltainen kuin tässä tutkimuksessa, vaikka tavoitettujen yritysten määrät olivatkin suurempia. Mikkosen ja Moision vuonna 2012 suorittamassa, Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun maakuntiin keskittyvässä tutkimuksessa puolestaan tavoitettiin yhteensä 59 yritystä, joista 31 sijaitsi Kainuussa ja 28 Pohjois-Pohjanmaalla.

Tavoittelemistamme yrityksistä kymmenen kieltäytyi suoraan vastaamasta kyselyyn. Kieltäytymisen syiksi mainittiin muun muassa työkiireet, liian henkilökohtaisiksi koetut kysymykset sekä yleinen periaatepäätös olla vastaamatta kyselytutkimuksiin.

Tutkimukseen kutsutuista yrityksistä 46 jäi tavoittamatta. Osa hakupalveluissa listatuista yhteystiedoista saattoi olla vanhentuneita tai puutteellisia, jolloin esimerkiksi paperisia kyselytutkimuksia on voinut kadota

väärän postitusosoitteen vuoksi. Puhelinnumeron, sähköpostiosoitteen tai jopa molempien puuttuminen hankaloitti täydennyskyselyn suorittamista joidenkin yritysten kohdalla. Käyttämiemme yrityslistausten ulkopuolelle saattoi jäädä erityisesti toimintansa vasta aloittaneita pieniä paikallisyrittäjiä, joita ei vielä ollut ehditty lisätä hakupalveluihin.

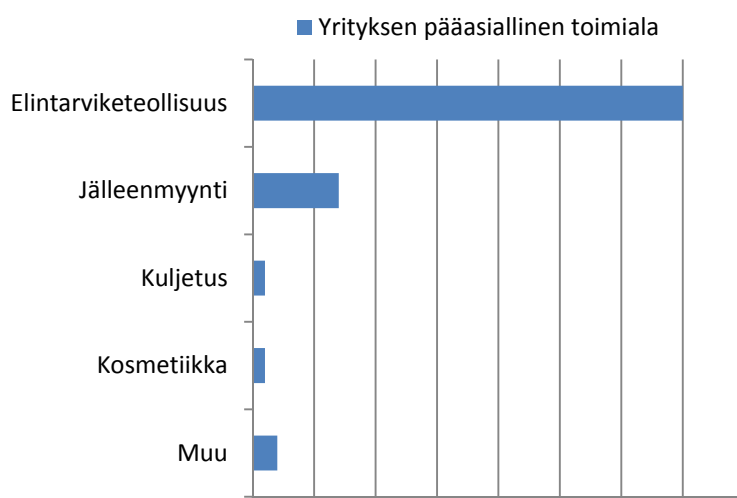
Tutkimuksemme laaja-alaisuuden vuoksi kyselylomake oli pitkä ja vastaajat saattoivat kokea sen täyttämisen vaivalloiseksi. Myös noin 10–15 minuuttia kestänyt puhelinhaastattelu koettiin ajoittain liian pitkäksi. Esimerkiksi yrityksen liikevaihtoa ja käytettyjä marjamääriä koskevat kysymykset on saatettu kokea liian henkilökohtaisiksi huolimatta siitä, että luovutettuja tietoja käsiteltiin luottamuksellisesti ja vastaajien henkilöllisyyksiä tai heidän edustamiaan yrityksiä paljastamatta. Edellä mainittuihin kysymyksiin saattoi olla myös vaikeaa vastata puhelimitse suoritettussa haastattelussa ilman aiempaa valmistautumista, mikä saattaa olla syynä siihen että yritysten tietoja puuttuu joidenkin kysymysten kohdalla.

Erityisesti puhelinhaastatteluja suoritettaessa tavoiteltujen yritysten keskuudessa havaittiin yleistä vastahakoisuutta kyselytutkimuksiin osallistumista kohtaan. Kyselytutkimuksen vastausmäärää saattoivat pienentää myös heinäkuun lomasesonki sekä sen jälkeen alkanut marjojen satokausi, jolloin yrittäjät olivat liian kiireisiä vastataksaan kyselyyn. Vastausprosenttia olisi voitu saada korkeammaksi, jos tutkimus olisi suoritettu esimerkiksi kevättalvella loma- ja marjasesonkien ulkopuolella.

Tulevaisuudessa vastausprosenttia voitaisiin yrittää kasvattaa myös korvaamalla postitse ja sähköpostitse toimitettu lomake esimerkiksi Internet-pohjaisella kyselyllä, jonka täyttäminen ja palauttaminen olisi nopeaa ja helppoa. Tämän toteuttamisessa tulisi huomioida kysyttävän tiedon luottamuksellisuus ja käyttää suojattua yhteyttä sekä luotettavia palveluita. Esimerkiksi liikevaihtotietojen ja marjakilojen kertominen Internetin välityksellä saattaa tuntua yritysten edustajista turvattomalta, mikä saattaisi toisaalta pienentää vastausprosenttia.

3.2. Yritysten toimialat

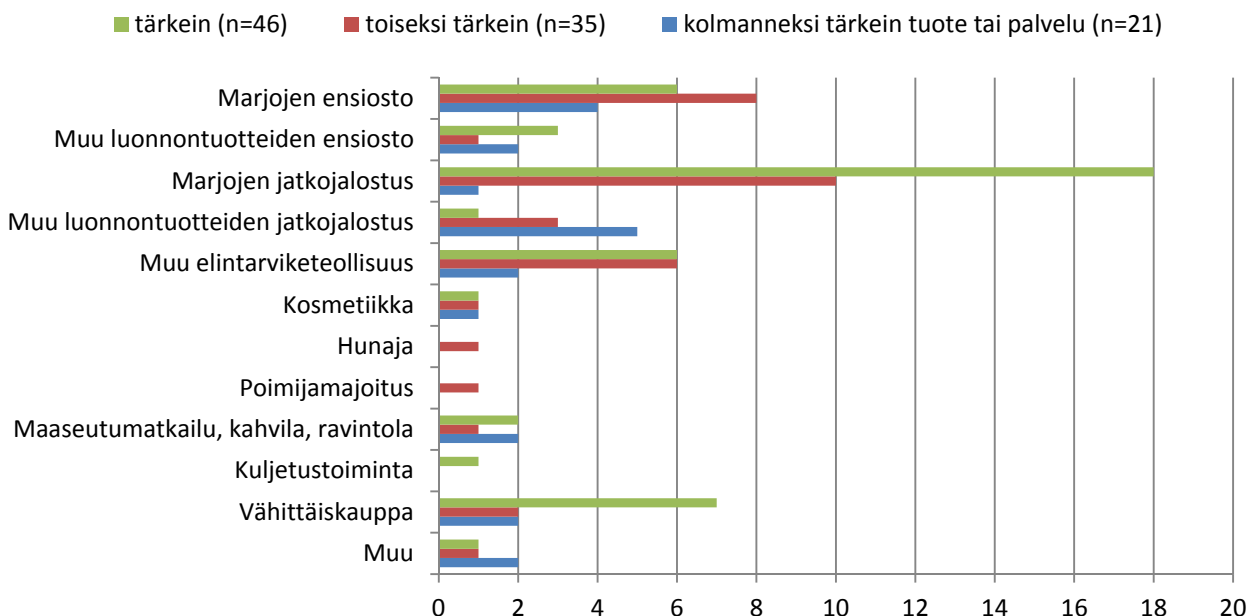
Kyselytutkimukseen vastanneiden yritysten pääasialliset toimialat on esitetty kuvassa 2.



Kuva 2. Kyselytutkimukseen osallistuneiden yritysten pääasialliset toimialat vuonna 2014 (esitetty lukumäärinä, vastaajia yhteensä 46).

Yli 75 % kyselyyn vastanneista yrityksistä (35 yritystä) toimi pääasiallisesti elintarvikealalla. Seuraavaksi yleisin päätoimiala vastanneiden keskuudessa oli jälleenmyynti (7 yritystä). Vastaajien joukossa ei ollut yhtään matkailua tai lääketiedettä pääasiallisena toimialanaan harjoittanutta yritystä.

Kyselyyn osallistuneiden yritysten kolme tärkeintä tuotetta tai palvelua on esitetty kuvassa 3.



Kuva 3. Kyselytutkimukseen osallistuneiden yritysten kolme tärkeintä tuotetta tai palvelua vuonna 2014. n=kysymykseen vastanneiden yritysten määrä.

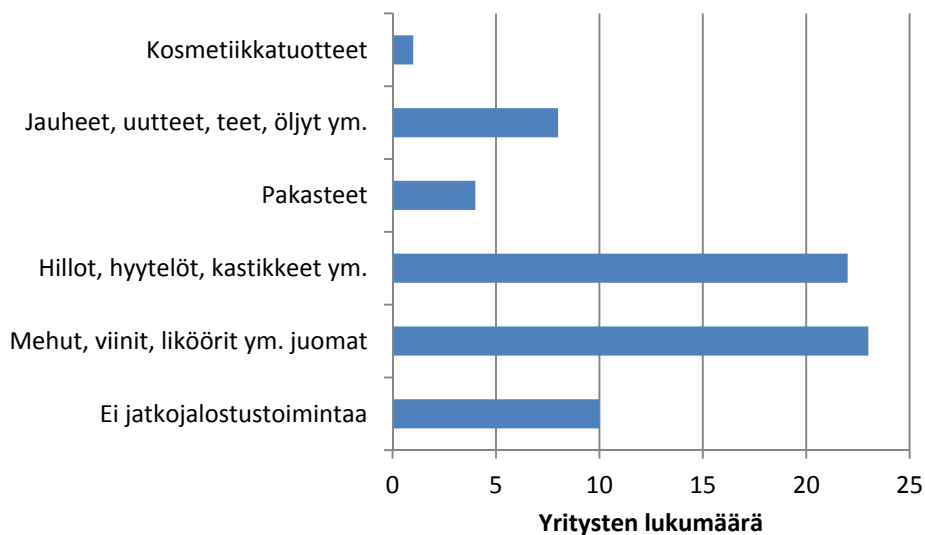
Tutkimukseen osallistuneista yrityksistä 18 (39 %) ilmoitti tärkeimmäksi tehtäväkseen marjojen jatkojalostuksen. Toiseksi yleisin tärkeimmistä toimialoista oli vähittäiskauppa (seitsemän vastaajaa, 15 %) ja kolmanneksi yleisimpänä olivat marjojen ensiostotoiminta sekä muu elintarviketeollisuus (kummassakin näistä kuusi vastaajaa, 13 %).

Marjojen jatkojalostus oli myös yleisin yritysten toiseksi tärkeimmistä toimialoista (10 yritystä, 22 %). Seuraavaksi yleisimpinä olivat marjojen ensiosto (kahdeksan yritystä, 17 %) ja muu elintarviketeollisuus (kuusi vastaajaa, 8 %).

Hunajan tuotanto tai poimijamajoitus eivät olleet yhdenkään kyselytutkimukseen vastanneen yrityksen tärkeimpänä tuotteena tai palveluna. Yksikään kyselyyn osallistuneista yrityksistä ei kyselyn tässä kohdassa maininnut toimivansa käsitöiden, torikaupan tai lääketieteen parissa.

3.2.1. Yritysten tuottamat jatkojalosteet

Tutkimukseen osallistuneista yrityksistä 36 (72 %) toimii puutarha- ja luonnonmarjojen jatkojalostuksen parissa. Yritysten valmistamia jatkojalosteita on esitetty kuvassa 4.



Kuva 4. Tutkimukseen osallistuneiden yritysten valmistamat jatkojalosteet vuonna 2014.

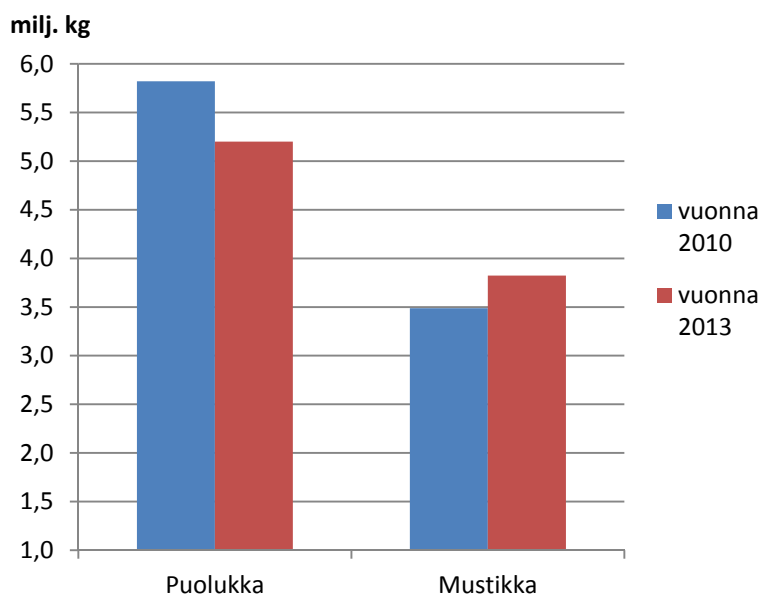
Suosituimpia jatkojalostetyppejä olivat erilaiset juomat (23 yritystä) sekä hillot, kastikkeet ja hyttelöt (22 yritystä). Tutkimukseen osallistuneista yrityksistä kymmenen ei toiminut luonnonmarjojen jatkojalostuksen parissa.

3.3. Marjojen käyttö yrityksissä

3.3.1. Kotimaisten luonnonmarjojen käyttö ja rahallinen arvo

3.3.1.1. Kotimainen puolukka ja mustikka

Puolukka ja mustikka olivat suosituimpia luonnonmarjoja sekä vuonna 2010 että 2013, ja niiden käyttö tutkimukseen osallistuneissa yrityksissä on esitetty kuvassa 5.



Kuva 5. Kotimaisen puolukan ja mustikan käyttö yrityksissä vuosina 2010 ja 2013.

Marjayrityksissä käytetyn puolukan määrä laski aikavälillä 2010-2013. Tutkimukseen osallistuneet yritykset käyttivät vuonna 2010 noin 5,8 miljoonaa kiloa puolukkaa, mikä muodostaa noin 61 % kaikista vuonna 2010 käytetyistä kotimaisista luonnonmarjoista. Vuonna 2013 luku oli hieman pienempi, noin 5,2 miljoonaa kiloa (56 % vuoden 2013 kotimaisista luonnonmarjoista).

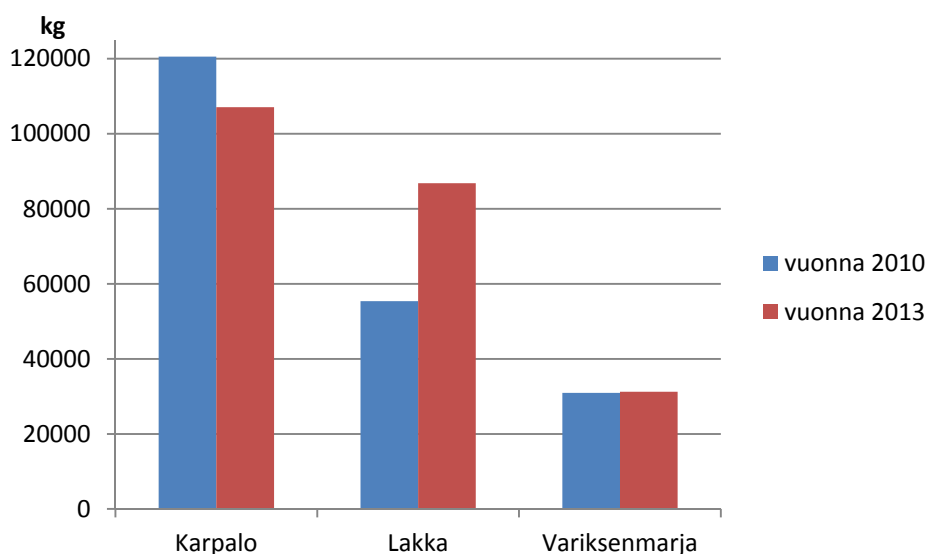
Marjojen ja sienten kauppaantulomääriä käsittelevän MARSİ-raportin mukaan puolukan sato oli vuonna 2010 paikoin runsas, paikoin keskinkertainen. Puolukan keskimääräisenä kilohintana oli 1,33€/kg (Maa- ja metsätalousministeriö 2011), ja tämän avulla voidaan arvioida kyselytutkimukseen osallistuneiden yritysten vuonna 2010 käyttämän puolukan rahalliseksi arvoksi noin 7,74 miljoonaa euroa. Vuonna 2013 puolestaan puolukan sato oli keskimäärin erittäin runsas. Puolukan keskimääräinen kilohinta oli 1,16€/kg (Maa- ja metsätalousministeriö 2014), ja tästä voidaan laskea kyselyyn osallistuneiden yritysten käyttämän marjamäärän rahalliseksi arvoksi noin 6,03 miljoonaa euroa. Lasku yrityksissä käytetyn puolukan määrässä tarkastellulla aikavälillä voisi johtua esimerkiksi lisääntyneestä viennistä ulkomaille.

Marjayrityksissä käytetyn mustikan määrä puolestaan kasvoi tutkimuksessa tarkastellulla aikavälillä. Mustikkaa käytettiin vuonna 2010 3,5 milj. kg (36,6 % kaikista yritysten vuonna 2010 käyttämistä luonnonmarjoista) ja 3,8 milj. kg (41 %) vuonna 2013.

MARSİ-raporttien mukaan mustikkasato oli vuonna 2010 keskinkertainen ja paikoin hyvä, vuonna 2013 puolestaan keskimääräistä parempi (Maa- ja metsätalousministeriö 2011 ja 2013). Tämä selittää hyvin yrityksissä käytetyn marjamäärän kasvua vuosien 2010 ja 2013 välillä. Vuonna 2010 mustikan keskimääräinen kilohinta oli 1,60€ ja vuonna 2013 1,49€, ja näiden avulla laskettuna yrityksissä vuonna 2010 käytetyn mustikan rahallinen arvo on noin 5,58 milj. euroa ja vuonna 2013 käytetyn noin 5,70 milj. euroa.

3.3.1.2. Kotimainen karpalo, lakka ja variksenmarja

Luonnonmarjayritysten käyttämät karpalo-, lakka- ja variksenmarjamäärät on esitetty kuvassa 6.



Kuva 6. Karpalon, lakan ja variksenmarjan eli kaarnikan käyttö yrityksissä vuosina 2010 ja 2013.

Karpaloa käytettiin yrityksissä suomalaisista luonnonmarjoista kolmanneksi eniten vuosina 2010 ja 2013. Tarkastellulla aikavälillä karpalon määrä laski vuoden 2010 noin 120 000 kg:sta vuoden 2013 noin 107 000 kg:aan.

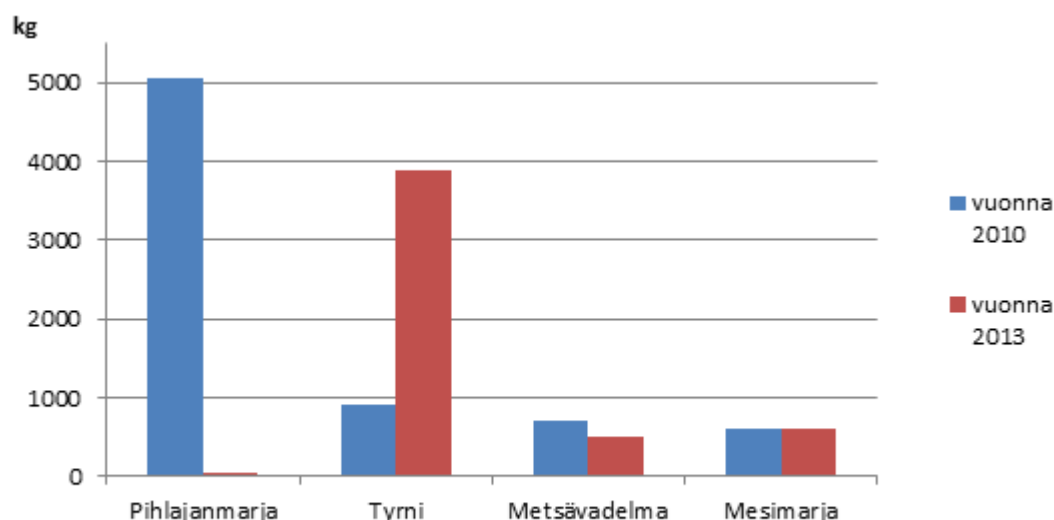
MARSI-raporttien mukaan vuoden 2010 karpalosato oli heikko. Marjan keskimääräinen kilohinta oli 3,96€ (Maa- ja metsätalousministeriö 2011), jolloin tutkimukseen vastanneissa yrityksissä käytetyn marjan rahallinen arvo olisi noin 477 000€. Vuoden 2013 karpalosato puolestaan oli keskinkertainen ja keskimääräisenä kilohintana oli 4,22€ (Maa- ja metsätalousministeriö 2014), jolloin haastateltujen yritysten vuonna 2013 käyttämän karpalon arvo olisi ollut noin 450 000€. Hienoinen lasku yritysten käyttämän kotimaisen karpalon määrässä voisi johtua esimerkiksi ulkomaisen karpalon käytön lisääntymisestä.

Lakan käyttömäärä yrityksissä kasvoi noin 55 000 kg:sta (2010) 87 000 kg:aan (2013). MARSI-raportin mukaan vuoden 2010 lakkasato oli keskinkertainen ja vuoden 2013 hyvä (Maa- ja metsätalousministeriö 2011 ja 2014), mikä selittää hyvin marjan käytön kasvun tarkasteltujen vuosien välillä. Vuonna 2010 lakan keskimääräinen kilohinta oli 8,33€ ja vuonna 2013 8,64€, minkä avulla voidaan arvioida tutkimukseen osallistuneiden yritysten käyttämien marjojen rahalliseksi arvoksi noin 460 000€ vuonna 2010 ja noin 750 000€ vuonna 2013.

Variksenmarjan käytössä tapahtui hienoista nousua. Vuoden 2010 MARSI-raportissa ei kommentoida variksenmarjasatoa, ja vuoden 2013 variksenmarjasadosta ei ole julkaistua tietoa oston vähyyden vuoksi (Maa- ja metsätalousministeriö 2011 ja 2014), joten satomäärän vaikutusta yrityksissä käytetyn marjan määrään ei voida arvioida. Vuonna 2010 variksenmarjan keskimääräinen kilohinta oli 0,76€, joten yritysten käyttämän marjan arvo oli noin 23 500€.

3.3.1.3. Muut kotimaiset luonnonmarjalajit

Muut marjayritysten vuosina 2010 ja 2013 hyödyntämät marjalajit ja niiden kilomäärät on esitetty kuvassa 7.



Kuva 7. Pihlajanmarjan, tyrnin, metsävadelman ja mesimarjan käyttö suomalaisissa marjayrityksissä vuosina 2010–2013.

Pihlajanmarjan käyttö laski haastatelluissa yrityksissä rajusti vuosien 2010 ja 2013 välillä. Vuonna 2010 pihlajanmarjaa käytettiin 5050kg, kun taas vuonna 2013 vastaava määrä oli vain 50kg. Vuoden 2010 MARSİ-raportissa ei kommentoitu pihlajanmarjasatoa, kun taas vuonna 2013 luonnonvaraisen pihlajanmarjasadon mainittiin olleen heikko. Pihlajanmarjan keskimääräinen kilohinta on aiempina vuosina ollut noin 0,75€/kg (Maa- ja metsätalousministeriö 2011 ja 2014), joten tutkimukseen osallistuneiden yritysten ilmoittaman määrän rahallinen arvo olisi noin 3 790€.

Tyrnin kilomäärä puolestaan yli nelinkertaistui (2010: 900kg; 2013: 3900kg) tarkasteltujen vuosien välillä. MARSİ-raporteissa ei kommentoitu luonnonvaraisen tyrnin satoa eikä ilmoitettu keskimääräisiä kilohintoja tutkimuksen kattamalla aikavälillä (Maa- ja metsätalousministeriö 2011 ja 2014), joten luonnontyrnin rahallista arvoa ei voida arvioida. Ulkomailta ostetun sekä kotimaassa viljellyn tyrnin käyttö elintarviketeollisuudessa on hillinnyt luonnontyrnin myyntipointintaa (Maa- ja metsätalousministeriö 2014). Vuosien 2010 ja 2013 välinen ero tutkimusaineistossa voi johtua tyrnin luonnollisesta satovaihtelusta tai siitä, että määrässä on mukana myös viljeltyä tyrniä erityisesti vuoden 2013 osalta. Syynä vuoden 2013 suurempaan tyrnimäärään saattaisi olla myös lisääntynyt kiinnostus luonnontyrniä kohtaan.

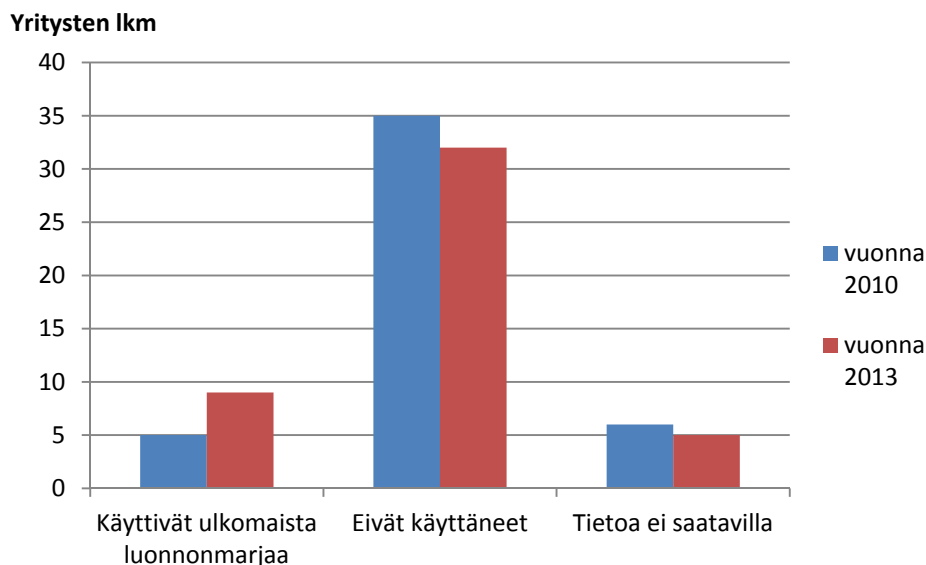
Metsävadelmaa käytetään marjateollisuudessa jonkin verran puutarhavadelman lisänä. Syitä metsävadelman vähäiseen käyttöön ovat esimerkiksi huono säilyvyys, puutarhavadelmaa huonompi satoisuus ja hankala poimittavuus (Maa- ja metsätalousministeriö 2014). Tutkimuksen tarkastelemissa yrityksissä käytetyn metsävadelman määrä laski vuoden 2010 700kg:sta vuoden 2013 500kg:aan. Vuoden 2013 sato oli keskinertainen ja vuoden 2010 satoa ei kommentoitu, joten notkahdus saattaa johtua esimerkiksi huonommasta marjasadosta. Vuonna 2010 metsävadelman keskimääräinen kilohinta oli 4,72€ ja vuonna 2013 6,45€ (Maa- ja metsätalousministeriö 2011 ja 2014), minkä avulla voidaan arvioida marjojen rahalliseksi arvoksi noin 3300€ (2010) ja 3200€ (2013).

Mesimarjan määrä pysyi 600kg:ssa kumpanakin tarkasteltuna vuonna. Vuonna 2010 mesimarjan keskimääräinen kilohinta oli 18,75€/kg ja vuonna 2013 21,59€/kg (Maa- ja metsätalousministeriö 2011 ja 2014), joiden avulla voidaan arvioida marjan rahalliseksi arvoksi noin 11 000€ vuonna 2010 ja hieman alle 13 000€ vuonna 2013.

Yksi tutkimukseen osallistuneista yrityksistä mainitsi hyödyntävänsä myös metsämansikkaa, mutta kilomäärät olivat niin pieniä että ne jätettiin pois yllä olevasta kuvaajasta.

3.3.2. Ulkomaisten luonnonmarjojen käyttö yrityksissä

Ulkomaisia luonnonmarjoja vuosina 2010 ja 2013 hankkineiden yritysten määrä on esitetty kuvassa 8.



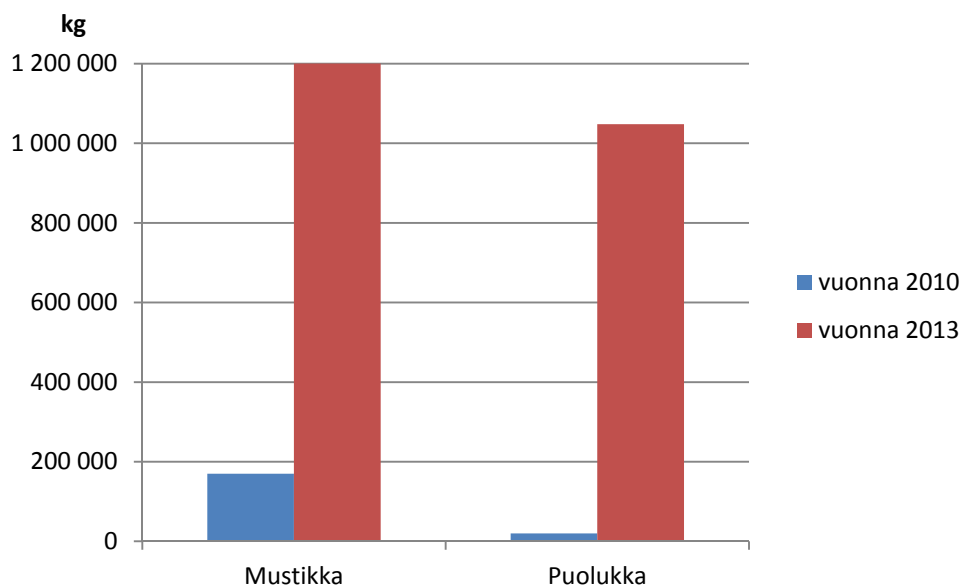
Kuva 8. Ulkomaisten luonnonmarjojen käyttö suomalaisissa yrityksissä vuosina 2010 ja 2013.

Yrityksistä 17 % (5) oli ostanut ulkomaisia luonnonmarjoja vuonna 2010, kun taas vuonna 2013 luku kohosi 24 %:iin (9). Suurimmiksi syiksi ulkomaisten luonnonmarjojen ostoon mainittiin muun muassa kotimaisen marjan pieni sato ja sen riittämättömyys jatkojalostukseen (erityisesti lakka ja karpalo), epävarma saatavuus sekä korkea hinta. Suurin osa haastatelluista yrityksistä kertoi kuitenkin pyrkivänsä kotimaisen marjan käyttöön tuotteissaan, ja usein reaktio kysymykseen ulkomaisen marjan käytöstä olikin jyrkkä ei.

Luonnonmarjoja ostettiin ulkomailta vuonna 2010 yhteensä 488 000kg. Vuonna 2013 määrä oli puolestaan noin 2,67 milj. kg eli lähes 5,5-kertainen vuoden 2010 määrään verrattuna.

3.3.2.1. Ulkomainen puolukka ja mustikka

Myös ulkomaisten marjojen kohdalla puolukka ja mustikka olivat suosituimmat marjalajit. Ulkomaisen puolukan ja mustikan käyttöä yrityksissä on esitelty kuvassa 9.

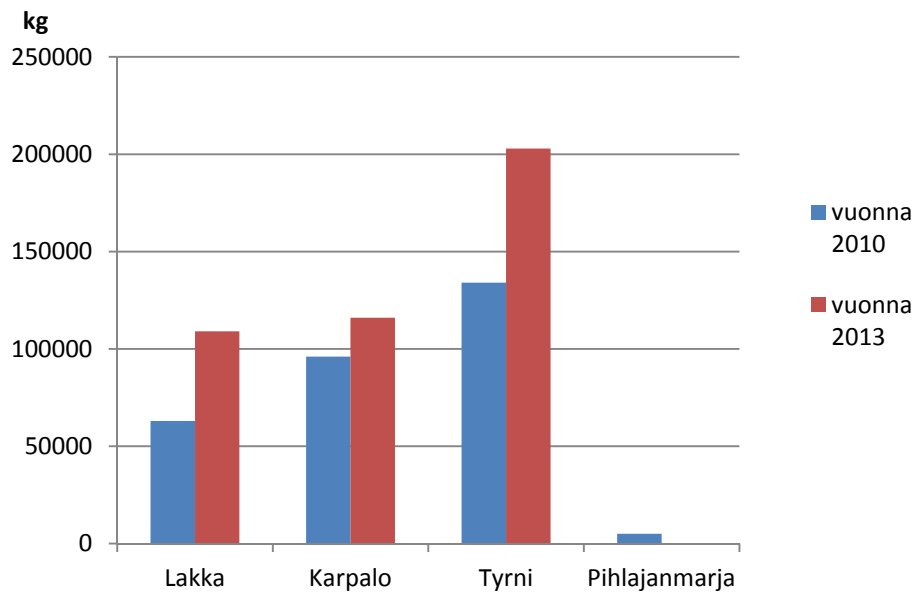


Kuva 9. Ulkomaisen puolukan ja mustikan käyttö yrityksissä vuosina 2010 ja 2013.

Vuonna 2010 ulkomailta hankittiin yhteensä 170 000kg mustikkaa, joka muodostaa 34 % kaikesta tuona vuonna ulkomailta hankitusta marjasta. Ulkomaisen mustikan määrä nousi tästä seitsenkertaisesti vuoteen 2013 mennessä, jolloin sitä ostettiin yhteensä 1,2 milj. kg (45 % vuoden 2013 ulkomaisesta marjasta). Puolukan kohdalla ilmiö on samanlainen, mutta nousu vuoden 2010 20 000 kg:sta vuoden 2013 1,05 milj. kg:aan on jopa 52-kertainen.

3.3.2.2. Muut ulkomailta ostetut luonnonmarjalajit

Kyselyyn osallistuneet yritykset hankkivat ulkomailta myös muita luonnonmarjoja, joiden kilomäärät on esitetty kuvassa 10.

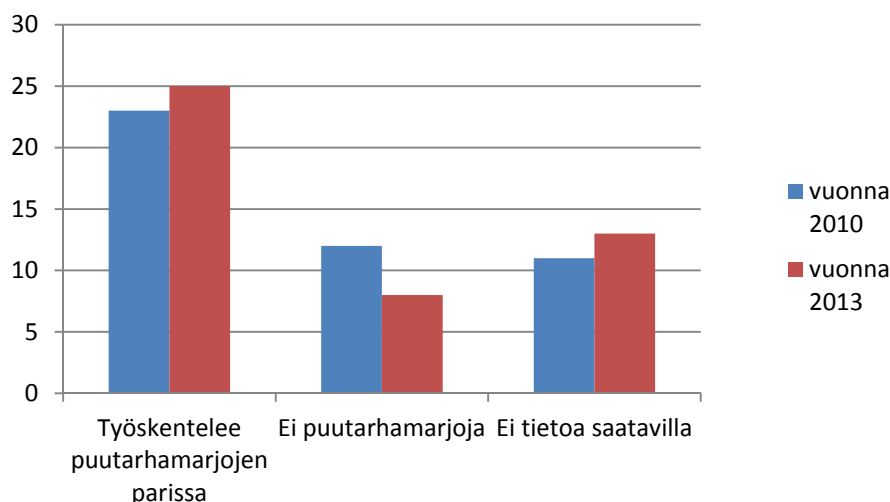


Kuva 10. Ulkomaisen lakan, karpalon, tyrnin ja pihlajanmarjan käyttö marjayrityksissä vuosina 2010 ja 2013.

Vuonna 2013 ostettiin vuotta 2010 enemmän ulkomaista tyrniä, lakkaa ja karpaloa. Ulkomaisen pihlajanmarjan käyttö marjayrityksissä laski vuoden 2010 noin 5000 kg:sta vuoden 2013 0 kg:aan.

3.3.3. Puutarhamarjojen käyttö yrityksissä

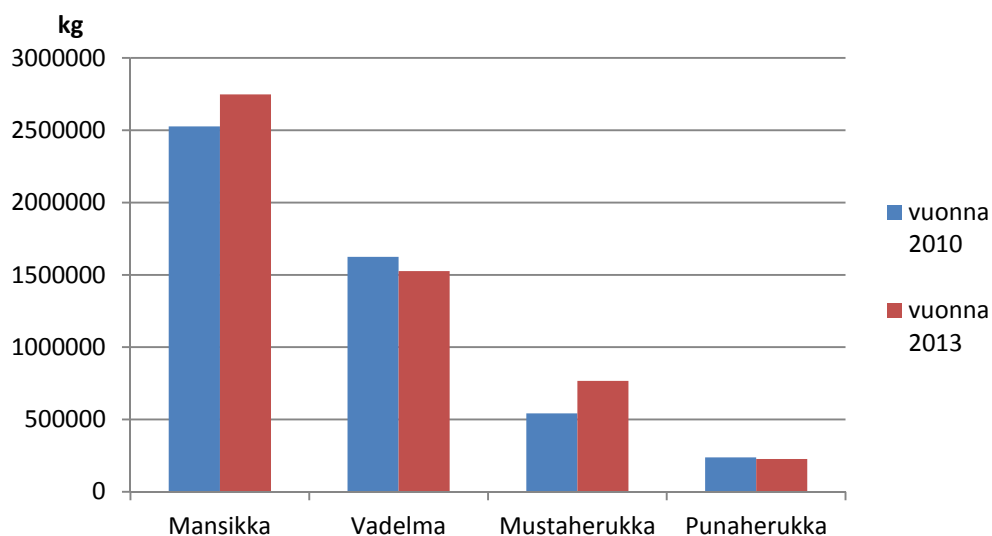
Puutarhamarjojen käyttöä kyselytutkimukseen osallistuneissa luonnonmarjayrityksissä on havainnollistettu kuvassa 11.



Kuva 11. Puutarhamarjojen käyttö luonnonmarjayrityksissä vuosina 2010 ja 2013.

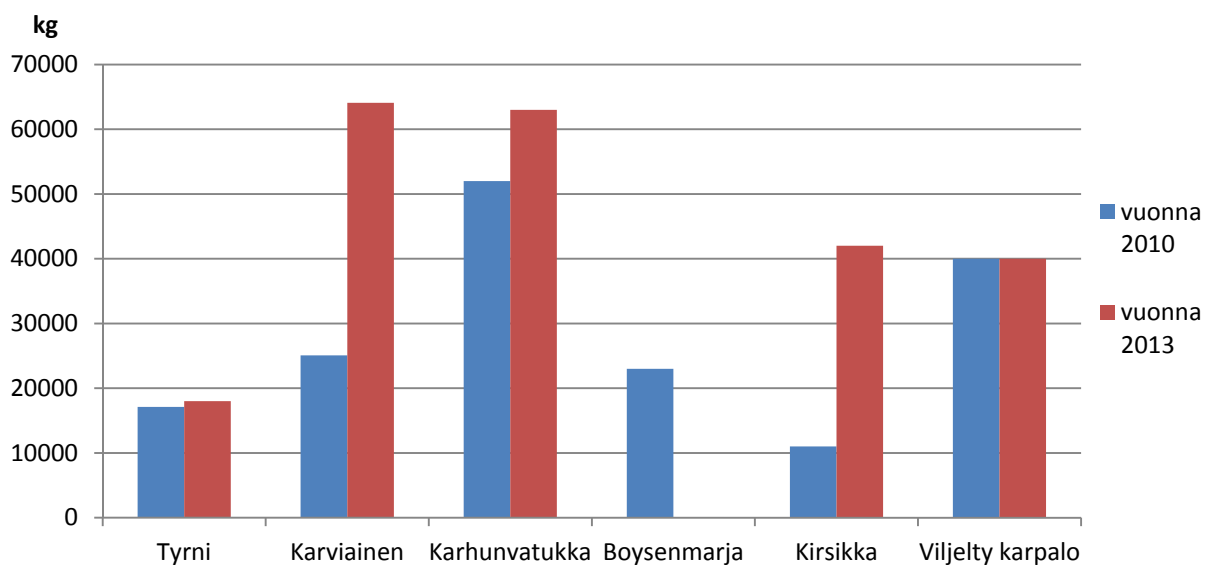
Vuonna 2010 23 yritystä eli puolet vastaajista työskenteli luonnonmarjojen lisäksi puutarhamarjojen parissa. Vuoteen 2013 mennessä lukumäärä oli noussut kahdella (25 yritystä, 54 % vastaajista). Vain luonnonmarjojen parissa työskenteli 12 yritystä vuonna 2010 ja kahdeksan yritystä vuonna 2013. 11 yrityksen tiedot puuttuvat vuodelta 2010 ja 13 vuodelta 2013. Yritysten käyttämät puutarhamarjamäärät vaihtelivat alle sadasta kilosta lähes miljoonaan kiloon. Syinä puutarhamarjojen käyttöön luonnonmarjojen lisäksi voisivat olla esimerkiksi luonnonmarjojen suuret satovaihtelut ja alan epävarmuus.

Eniten yrityksissä käytettyjä puutarhamarjalajeja olivat mansikka, vadelma, mustaherukka ja punaherukka, joiden määrät on esitetty kuvassa 12.

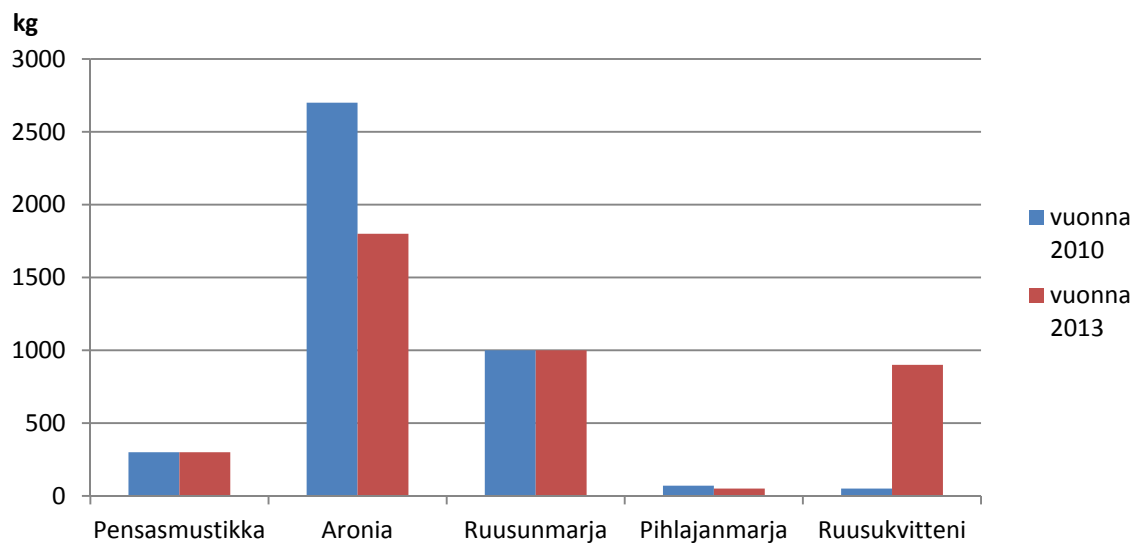


Kuva 12. Mansikan, vadelman, mustaherukan ja punaherukan käyttö luonnonmarjayrityksissä vuosina 2010 ja 2013.

Muita luonnonmarjayrityksissä käytettyjä puutarhamarjoja on esitetty kuvissa 13 ja 14.



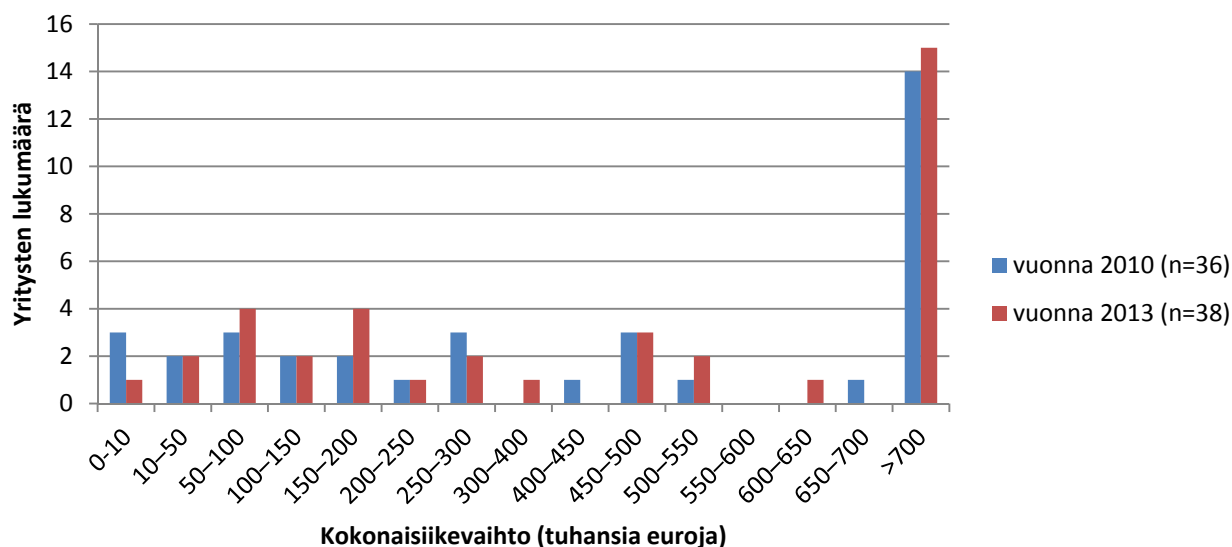
Kuva 13. Tyrnin, karviaisen, karhunvatukan, boysenmarjan, kirsikan ja viljellyn karpalon käyttö luonnonmarjayrityksissä vuosina 2010 ja 2013.



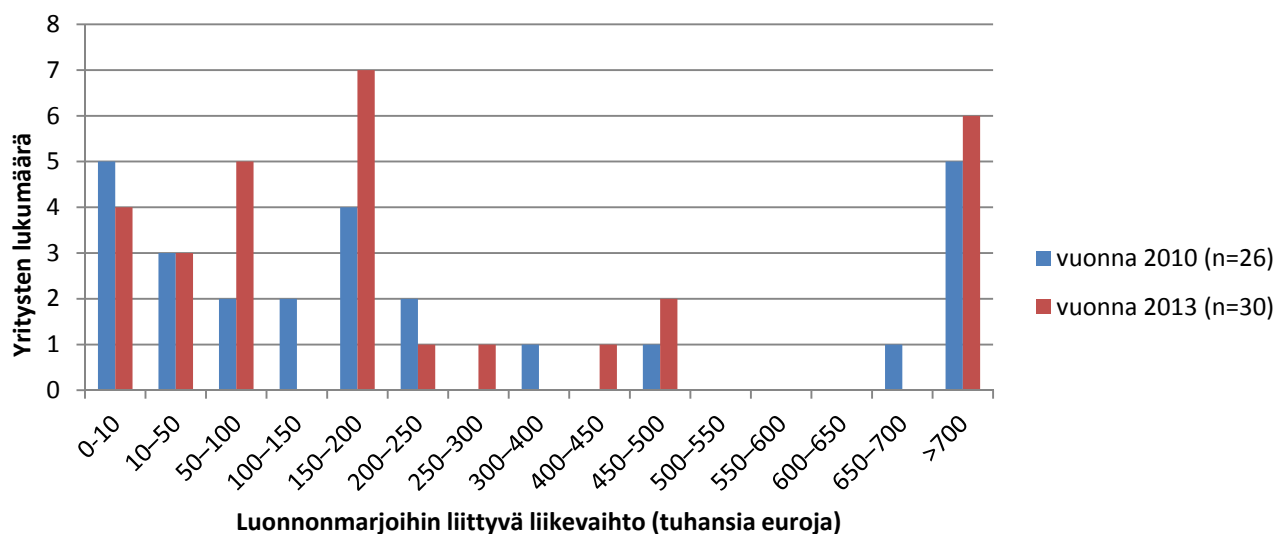
Kuva 14. Pensasmustikan, aronian, ruusunmarjan, pihlajanmarjan ja ruusukvittenin käyttö luonnonmarjayrityksissä vuosina 2010 ja 2013.

3.4. Yritysten liikevaihdon kehitys

Yritysten kokonaisliikevaihtoa sekä marjatuotteiden ja -palveluiden osuutta tästä on havainnollistettu kuvissa 15 ja 16.



Kuva 15. Yritysten kokonaisliikevaihto vuosina 2010 ja 2013. n=kysymykseen vastanneiden yritysten lukumäärä.

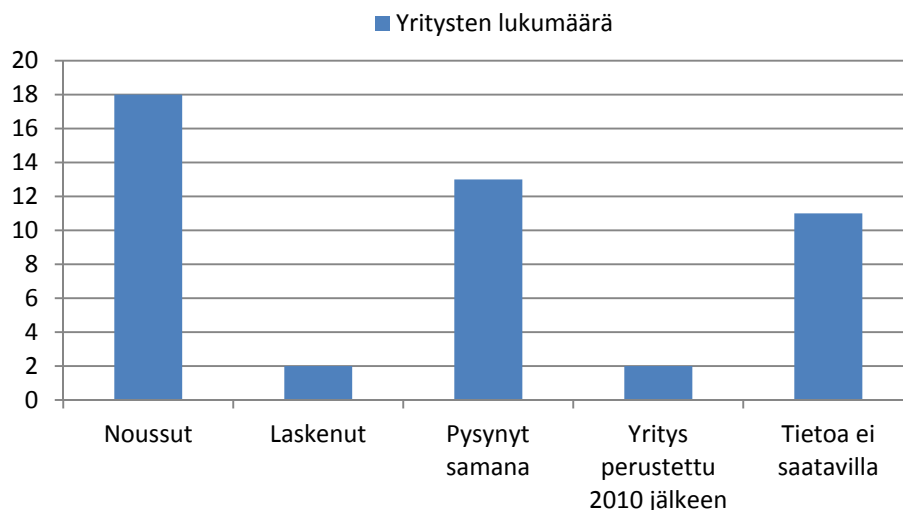


Kuva 16. Yritysten marjatuotteisiin ja -palveluihin liittyvä liikevaihto vuosina 2010 ja 2013.

Pienimpien tutkimukseen osallistuneiden yritysten vuosittainen liikevaihto oli tuhansia tai kymmeniä tuhansia euroja, suurimpien puolestaan miljoonia tai jopa miljardeja euroja. Vastaavasti luonnonmarjatuotteiden ja -palveluiden osuus liikevaihdosta vaihteli muutamista tuhansista euroista kymmeneen miljooniin euroihin.

Tutkimukseen osallistuneiden yritysten yhteenlaskettu liikevaihto vuonna 2010 oli reilut 1,97 miljardia euroa ja vuonna 2013 reilut 2,38 miljardia euroa. Luonnonmarjatuotteiden osuus liikevaihdosta oli yhteensä noin 19,8 miljoonaa euroa vuonna 2010 (noin 1 % vuoden yhteenlasketusta kokonaisliikevaihdosta) ja noin 51,6 miljoonaa euroa vuonna 2013 (noin 2,2 %). Luonnonmarjatuotteiden merkitys on noussut tutkimuksen tarkastelemalla aikavälillä.

Luonnonmarjayritysten liikevaihdon kehitystä tarkastellulla aikavälillä on havainnollistettu kuvassa 17.



Kuva 17. Tutkimukseen osallistuneiden yritysten liikevaihdon kehitys aikavälillä 2010-2013.

Yrityksistä 18 (39 % vastaajista) liikevaihto oli kasvanut vuosien 2010 ja 2013 välillä. Kolmentoista yrityksen (28 %) liikevaihto pysyi tarkastellulla aikavälillä suunnilleen samana ja kahden yrityksen (4 %) liikevaihto oli kääntynyt laskuun. Yhdentoista kyselyyn vastanneen yrityksen (24 %) tiedot olivat puutteelliset eikä niiden perusteella voinut päätellä liikevaihdon muutosta. Kyselyyn osallistuneista yrityksistä kaksi oli perustettu vuoden 2010 jälkeen, eikä niiden liikevaihdon muutosta voitu tarkastella.

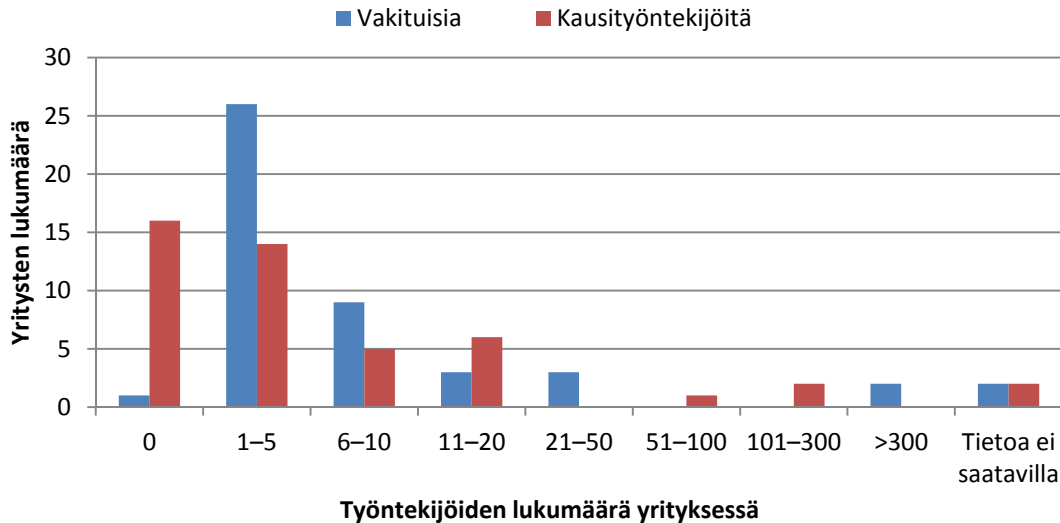
Yrityksistä yksi oli perustettu vuonna 2014, joten sen tietoja ei voitu ottaa lainkaan huomioon tutkimuksemme. Kuusi yritystä jätti kokonaan vastaamatta tutkimuksen liikevaihtoa koskeviin kysymyksiin, sillä he joko eivät osanneet tai halunneet arvioida liikevaihtoaan. Tämän vuoksi tutkimus ei anna tarkkaa kuvaa yritysten liikevaihdosta.

3.4.1. Kuljetuksen liikevaihto

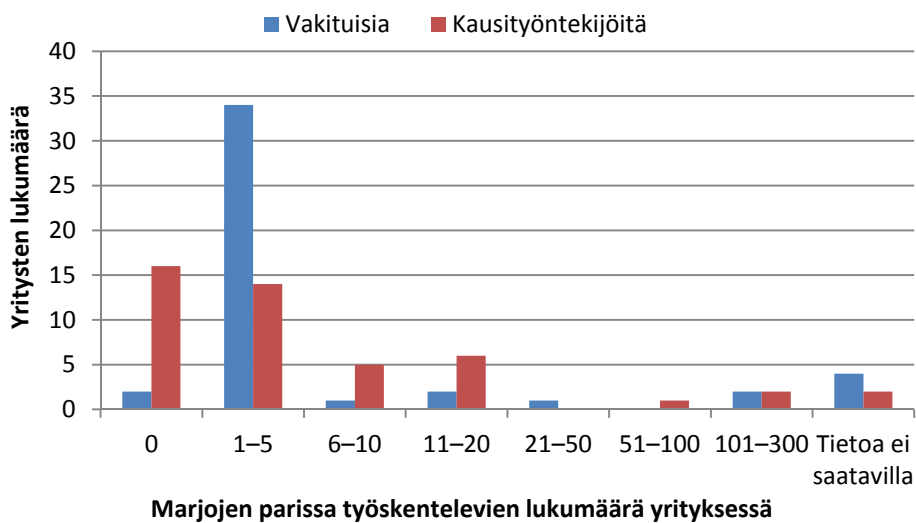
Vain viisi haastatelluista yrityksistä vastasi kysymykseen, joka koski tuotteiden kuljetukseen liittyvää liikevaihtoa vuosina 2010 ja 2013. Olisi epäluotettavaa tehdä johtopäätöksiä näin pienen tietomäärän pohjalta, joten kuljetuksen liikevaihtoa koskeva kysymys jätettiin pois tulosten tulkinnasta. Muut 41 haastateltua yritystä eivät joko halunneet vastata kysymykseen tai eivät osanneet arvioida tuotteidensa kuljetukseen liittyvää liikevaihtoa.

3.5. Työntekijät

Vakituisten ja kausityöntekijöiden määriä haastatelluissa luonnonmarjayrityksissä on havainnollistettu kuvassa 18. Luonnonmarjojen parissa työskentelevien työntekijöiden lukumääriä on puolestaan havainnollistettu kuvassa 19.



Kuva 18. Vakituisten ja kausityöntekijöiden lukumäärät luonnonmarjayrityksissä.



Kuva 19. Luonnonmarjojen parissa työskentelevien työntekijöiden lukumäärä haastatelluissa yrityksissä

Kyselytutkimukseen vastanneet yritykset työllistivät vuosittain yhteensä 6614 vakituista työntekijää, joista luonnonmarjojen parissa työskenteli 660. Vastauksista puuttuvat kahden yrityksen tiedot työntekijöiden kokonaismäärästä ja neljän yrityksen tiedot luonnonmarjojen parissa työskentelevien määrästä, joten yritysten todellinen työllistävyys saattaa olla hieman korkeampi. Tavallisin vakituisten työntekijöiden määrä luonnonmarjayrityksissä oli 1-5 (26 yritystä eli 56 % vastanneista). Suurimmissa tutkimukseen osallistuneissa yrityksissä oli puolestaan 1000–4000 vakituista työntekijää.

Pienissä ja keskisuurissa luonnonmarjayrityksissä (44 vastanneista yrityksistä) oli keskimäärin 6,7 vakituista työntekijää. Heistä luonnonmarjojen parissa työskenteli keskimäärin 3,75 henkilöä.

Haastatellut yritykset työllistivät vuosittain yhteensä 1342 kausityöntekijää, joista luonnonmarjojen parissa työskenteli 1171. Muut kausityöntekijät toimivat esimerkiksi hyllyttäjinä, kaupan, torikojun tai kahvilan myyjinä, tai yrityksen muiden tuotteiden parissa. Kolme kyselyyn osallistuneista yrityksistä ei vastannut kausityöntekijöitä koskevaan kysymykseen, minkä vuoksi todellinen työllistävyys saattaa olla tässäkin hie-
man korkeampi. Tavallisin työllistettyjen kausityöntekijöiden määrä oli 1-5 henkilöä (14 yritystä eli 30 % vastaajista).

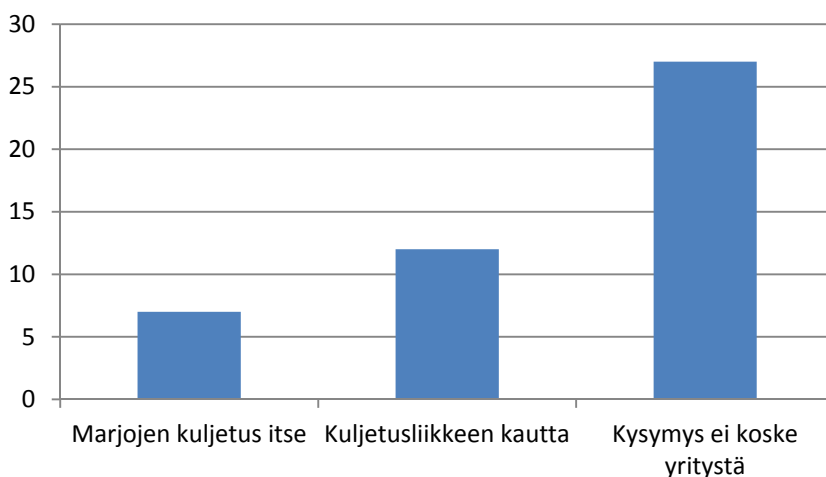
Pienet ja keskisuuret luonnonmarjayritykset (44 vastaajista) työllistivät keskimäärin 32 kausityöntekijää, joista luonnonmarjojen parissa työskenteli 28,5. Suurin osa kausityöntekijöistä työskenteli marjojen poi-
minnan parissa.

Seitsemän kyselytutkimukseen osallistuneista yrityksistä (15 % vastaajista) toimi yhteistyössä marjojen poimijoiden kanssa. Yritykset tarjosivat töitä yhteensä 1193 poimijalle, minkä lisäksi osa yrityksistä mainitsi työllistävänsä vuosittain suuresti vaihtelevan määrän sopimuspoimijoita urakkapalkalla. Yrityksistä kolme tarjosi töitä ulkomaalaisille marjanpoimijoille, joita oli yhteensä 1150 eli 96 % vastauksissa ilmoitetusta poimijoiden kokonaismäärästä. 37 eli suurin osa haastatelluista yrityksistä ei ostanut marjoja suoraan poi-
mijoita. Tässä tutkimuksessa käsitellyt marjanpoimijat eivät olleet työsuhteessa yritykseen, jonka kanssa he toimivat yhteistyössä.

Olisimme halunneet kartoittaa poimijamäärän lisäksi suomalais- ja ulkomaalaispoimijoiden vuotuisia henki-
lötyötuntimääriä ja keskituntipalkkaa. Vain kaksi tutkimukseen osallistuneista yrityksistä vastasi tuntipalk-
kaa koskevaan kysymykseen ja henkilötyötuntimäärää arvioi vain yksi vastaajista. Näin vähäisen vastaus-
määrän vuoksi osio täytyy jättää pois tulosten tulkinnasta.

3.6. Tuotteiden kuljetus

Marjojen kuljetusta metsästä yritykseen on havainnollistettu kuvassa 20.



Kuva 20. Luonnonmarjojen kuljetus metsästä yrityksiin.

Kyselyyn vastanneista yrityksistä seitsemän (15 %) kertoi kuljettavansa marjat itse metsästä yritykseen ja yrityksistä 12 (26 %) käytti tähän muuta kuljetuspalvelua. Yrityksistä 27 (59 %) ilmoitti, ettei kysymys koske-

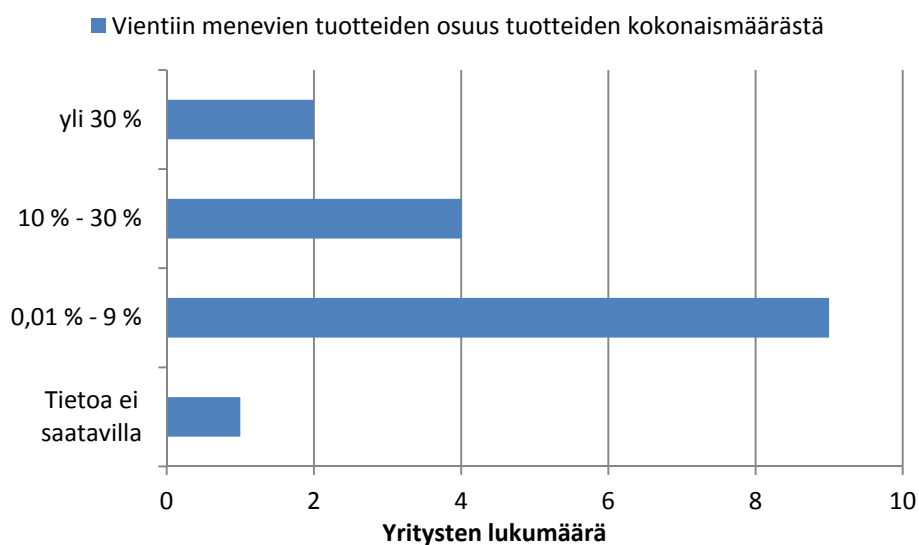
nut heidän toimintaansa. Tähän luokkaan kuuluu esimerkiksi valmiita jatkojalosteita myyviä vähittäiskauppoja.

Puolet kyselytutkimukseen vastanneista yrityksistä (23) kuljetti valmiit marjatuotteensa itse eteenpäin esimerkiksi kauppaan, tukkuun tai vientiin. Heistä yhdeksän käytti tämän lisäksi kuljetusliikkeiden palveluita. Loput vastanneista (23) kuljettivat tuotteitaan eteenpäin vain kuljetusliikkeiden kautta.

Seitsemän kuljetusliikettä käyttäneistä yrityksistä käytti toiminnassaan vain yhtä kuljetusliikettä, 14 käytti kahden tai useamman eri kuljetusliikkeen palveluita ja kaksi vastaajista ei kertonut tarkemmin käyttämistään kuljetuspalveluista. Vain yhden kuljetusliikkeen palveluita käyttäneet yritykset toimivat yhteistyössä suurten ja laajalti tunnettujen kuljetusliikkeiden kanssa. Useamman kuin yhden kuljetusliikkeen palveluita hyödyntäneet yritykset puolestaan työllistivät sekä pieniä paikallisyrityksiä että suuria ja tunnettuja yrityksiä.

3.7. Vienti

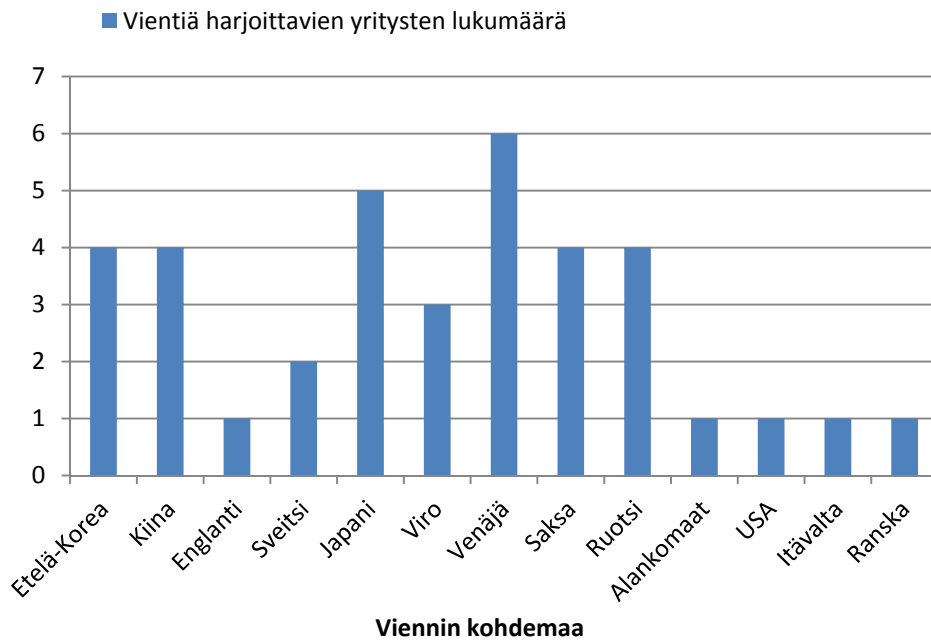
Haastatelluista yrityksistä 16 (35 %) harjoitti tuotteidensa vientiä ulkomaille aikavälillä 2010-2013, kun taas loput 30 (65 %) toimivat vain kotimaassa. Vientiin menevien tuotteiden osuus yritysten tuotteiden kokonaismäärästä on esitetty kuvassa 21.



Kuva 21. Vientiin menevien tuotteiden osuus yritysten valmistamien tuotteiden kokonaismäärästä aikavälillä 2010-2013.

Suurimmalla osalla tutkimukseen osallistuneista yrityksestä vientiin menevien tuotteiden osuus yrityksen koko tuotannosta oli 0,01 % - 9 % (yhdeksän yritystä). Suurimmillaan vientiin menevien tuotteiden osuus oli jopa 75 – 80 % yrityksen tuotteista. Vientiä harjoittavista yrityksistä yhden vientiprosenttitietoja ei ollut saatavilla.

Vientiä harjoittavien yritysten kohdemaat on esitetty kuvassa 22. Kaavio ei kuvaa tuotteiden määrällistä vientiä, sillä sitä ei selvitetty tässä tutkimuksessa.



Kuva 22. Suomalaisen luonnonmarjayritysten viennin kohdemaat vuosina 2010-2013. Kaavio ei kuvaa tuotteiden määrällistä vientiä.

Haastatteluun osallistuneista yrityksistä kolmen vienti suuntautui vain yhteen valtioon, ja kaikkien muiden kahteen tai useampaan. Suosituimpia kohdemaita olivat Venäjä (6 yritystä), Japani (5) sekä Saksa, Ruotsi, Korea ja Kiina (4).

Arktiset Aromit ry:n julkaiseman tiedotteen (Moisio 2014) mukaan pakastettuja ja tuoreita metsämarjoja vietiin ulkomaanmarkkinoille vuonna 2013 yhteensä noin 9,7 miljoonaa kiloa. Määrän rahallinen arvo oli runsaat 25,8 miljoonaa euroa. Marjalajeista vientiin lähti eniten puolukkaa (runsaat 4,9 milj. kg), jota vietiin pääosin Ruotsiin, Saksaan ja Itävaltaan. Mustikan vienti (runsaat 3,2 milj. kg) puolestaan kohdistui suurimmilta osin Kiinaan ja Japaniin. Tiedotteessa ilmoitetut vientiluvut eivät sisältäneet pidemmälle jalostettuihin marjatuotteisiin, kuten juomiin tai kosmetiikkaan, käytettyjä marjamääriä. Tässä tutkimuksessa keräämämme vientitiedot noudattavat Arktisten Aromien tiedotteessa esiteltyjä vientitrendejä.

3.8. Yritysten näkemykset luonnontuotealan tulevaisuudesta ja toiminnan kasvattamisesta

Vuonna 2014 kyselyyn vastanneista yrityksistä 12 (26 %) oli positiivisia tai voimakkaan positiivisia luonnontuotealan tulevaisuutta kohtaan. Positiivista mielialaa herättivät muun muassa viennin kasvuun lähteminen, uusien yritysten perustaminen, yleinen kiinnostus luonnontuotealan toimintaan maassamme sekä suomalaisen raaka-aineen puhtaus. Suurin osa tulevaisuuteen positiivisesti suhtautuvista yrittäjistä mainitsi vastauksessaan kuitenkin sen, että valoisin tulevaisuuden eteen täytyy nähdä vaivaa, tehdä investointeja ja kehittää toimintaansa.

Negatiivisesti tai voimakkaan negatiivisesti alan tulevaisuuteen suhtautui kuusi yritystä (13 %). Huonojen tulevaisuudennäkemyksien syiksi mainittiin muun muassa huono taloustilanne, poimijapula sekä oman jakamisen loppuminen erityisesti pienyrittäjien keskuudessa. 28 eli yli puolet kyselyssä haastatelluista yrityksistä (61 %) ei osannut tai halunnut vastata kysymykseen alan tulevaisuudesta.

Moision aiemmin suorittamassa vastaavassa kyselytutkimuksessa (1999) noin 52 % vastaajista odotti luonnontuotealan tilanteen paranevan tulevaisuudessa, noin 31 % odotti tilanteen pysyvän ennallaan ja 17 % odotti alan tilanteen heikkenevän tulevaisuudessa.

Luonnontuotealan toiminnan kasvattamiseen liittyen voimakkaimmin esille nousivat tuotekehittelyn tärkeys (17 % vastaajista), vienti ulkomaille (17 %) sekä luonnonmarjojen jalostusasteen nostaminen (15 %). Tuotekehittelyyn liittyen haastatellut mainitsivat muista poikkeavien tuotteiden ja pakkausten valmistamisen, ja viennin tärkeimpänä kohteena pidettiin Aasian markkinoita. Monet yrityksistä kertoivat vastauksessaan useamman kuin yhden ehdotuksen luonnontuotealan toiminnan kasvattamiseksi.

Yritysten edustajat listasivat myös seuraavia ehdotuksia luonnontuotealan toiminnan kasvattamiseksi:

- Marjojen jalostaminen lopputuotteeksi saakka kotimaassa, jotta rahat ja työpaikat eivät karkaisi ulkomaille
- Sopivan hintatason määrittäminen
- Tuotteen laadun varmistaminen ja takaaminen, jatkojalosteiden marjapitoisuuden nostaminen
- Tuotantovolyymin kasvattaminen, jotta yksittäisten tuotteiden valmistuskulut sekä myyntihinta saataisi pienemmiksi
- Asiakslähtöisen toiminnan lisääminen, tuotteiden kysynnän kartoittaminen ja suoraan asiakkaan tarpeisiin vastaavien tuotteiden valmistaminen
- Tuotteiden ja raaka-aineen saatavuuden turvaaminen
- Yhteistyön lisääminen sekä luonnontuoteyritysten kesken että muiden alojen yritysten kanssa
- Yhteisten pakastus- ja jatkojalostuspisteiden perustaminen ympäri maan
- Luomutuotannon lisääminen ja siihen panostaminen, luomu-luonnonmarjatuotteiden mahdollisuudet metsien luomusertifiointin kautta
- Yritysten näkyvyyden lisääminen
- Kotimaisen marjan suosiminen raaka-aineena, erityisesti suurissa yrityksissä
- Yritysten välisen kilpailun säilyttäminen ja monopolien välttäminen

3.9. Luonnonmarjayritysten odotukset ja toiveet Suomen valtiota kohtaan

Tutkimukseen osallistuneista yrityksistä 20 (43 %) kannatti erilaisten tukirahojen lisäämistä tai jo olemassa olevien tukien ohjaamista uusiin kohteisiin. Uusiksi tukikohteiksi ehdotettiin mm. raakamarjan ja valmiiden marjatuotteiden varastointia sekä kuljetusta, yritysten investointeja sekä tuotteiden jatkojalostamista, jotta työpaikat pysyisivät Suomessa. Yritysten edustajat ehdottivat, että juuri toimintansa aloittaneille pienyrityksille voitaisiin myöntää starttirahaa sekä tukea työntekijöiden ja poimijoiden palkkaamiseen, jotta toiminnan laajentaminen olisi helpompaa. Tukea toivottiin myös Arktiset Aromit ry:lle ja muille vastaaville luonnontuotealan toimijaverkostoille.

Yrityksistä 11 (24 %) käsitteli vastauksessaan verotusta. Yritysten edustajat mainitsivat vastauksissaan muun muassa arvonlisäveron keventämisen tai ennallaan säilyttämisen sekä keräilytuotteiden verovapaina pitämisen. Juomien parissa toimivat yritykset toivoivat muutoksia virvoitusjuoma- ja alkoholiveroon.

Kuusi yritystä (13 %) toivoi byrokratian yksinkertaistamista, nykyisten jokamiehen oikeuksien säilyttämistä sekä apua luonnonmarja-alaan liittyvässä tutkimuksessa, koulutuksessa ja tiedotuksessa. Yritysten edustajien mielestä marjojen terveysvaikutuksia tulisi tutkia nykyistä enemmän ja niistä tulisi tiedottaa paremmin. Luonnonmarja-alan toimijoille tulisi tarjota koulutusta sekä mahdollisuuksia osallistua yhteisprojekteihin yliopistojen ja muiden tutkimuslaitosten kanssa. Haettavissa olevista apurahoista sekä käynnissä olevista EU-hankkeista kaivataan parempaa tietoa.

Muita yritysten ehdotuksia Suomen valtion vaikutusmahdollisuuksiksi olivat mm.

- Selkeys ja johdonmukaisuus ulkomaalaispoimijoita koskevissa kysymyksissä
- Viennin edistämishankkeen perustaminen, apua viennin kehittämiseen
- Yleishyödyllisen esittelymateriaalin valmistaminen esimerkiksi Arktiset Aromit ry:n ja muiden vastaavien verkostojen avulla

Kahdeksan yritystä (17 % vastanneista) ei osannut sanoa tai ei halunnut ilmaista mielipidettään Suomen valtion vaikutusmahdollisuuksiin liittyen. Yritysten edustajista kolmen (7 %) mielestä Suomen valtio ei voi vaikuttaa luonnontuotealan yritystoiminnan kasvuun mitenkään. Monet yrityksistä kertoivat vastauksessaan useamman kuin yhden ehdotuksen Suomen valtion vaikutusmahdollisuuksiksi, minkä vuoksi esitettyjen prosenttilukujen yhteissumma kohoaa yli sadan.

3.10. Luonnonmarja-alan suurimmat esteet

30 % yrityksistä (14 vastaajaa) piti poimijapulaa alan suurimpana haasteena ja toiminnan laajentumisen esteenä. Yritysten edustajien mukaan nuorisoa ei saada innostettua marjametsään ikääntyvien ja eläkkeelle jäävien poimijoiden tilalle. Tämän vuoksi ulkomaalaispoimijoita tarvitaan kipeästi, mutta heidän palkkaamistaan hankaloittaa tiukka byrokratia. Työvoimakustannusten suuruus mainittiin myös alan suurena haasteena.

Yhdeksän yritystä (19,5 %) piti haastavimpana vuosittaista satovaihtelua ja marjan saatavuuteen liittyvää epävarmuutta. Alaan liittyvä epävarmuus saattaa vähentää myös kiinnostuneiden sijoittajien määrää. Seitsemän yritystä (15 %) piti suurimpana haasteena nykyisin vallitsevaa huonoa markkinatilannetta sekä kovaa

kilpailua. Kotimaisen raaka-aineen korkea hinta nostaa kotimaisten tuotteiden hintaa, mikä puolestaan hankaloittaa kilpailua usein halvempien ulkomaisten tuotteiden kanssa.

Yrityksistä seitsemän (15 %) mainitsi haastattelussa hankaluudet rahoituksen saamisessa. Toiminnan laajentaminen vaatii usein suuria investointeja, joita tulisi uskaltaa tehdä ja joihin yritykset haluaisivat saada rahoitusta.

Muiksi suuriksi luonnonmarja-alan laajentumisen esteiksi listattiin mm.

- Hankaluuden tuotteiden brändäyksessä ja mainonnassa
- Vaikea byrokratia ja jatkuva valvonta
- Kotimaan logistiikka
- Ulkomaan vienti; uskalluksen, taitojen ja kontaktien puuttuminen
- Osaamisen puute eri aloilla, tärkeimpinä markkinointi, vienti ja tuotekehittely
- Luonnontuotealan yritysten yhteistyön vähyys ja/tai puute
- Marjan laadun heikkeneminen ja ympäristön saastuminen
- Kysynnän heikkous
- Tuotekehittelyn puute
- Yleinen negatiivinen asenne luonnontuotealaa kohtaan
- Toiminnan pienimuotoisuus ja laajentamisen hankaluus
- Uskalluksen puute

Monet yrityksistä mainitsivat vastauksessaan useamman kuin yhden esteen luonnontuotealan toiminnan laajenemiselle. Kuusi yritystä (13 %) ei osannut tai halunnut arvioida luonnonmarja-alan suurimpia esteitä.

4. Yhteenveto ja johtopäätökset

Kyselytutkimuksen vastausprosentti jäi melko pieneksi, vain 37 %:iin. Kerätyt tiedot kuvaavat luonnonmarja-alan nykytilannetta ainakin suuntaa-antavasti, sillä kyselyyn osallistui sekä pieniä että suuria yrityksiä lähes kaikista Suomen maakunnista. Kosmetiikka-, käsityö- ja lääketuotteiden sekä kuljetustoimintaa ja torikauppaa harjoittavat yritykset olivat tämän tutkimuksen aineistossa edustettuina huonosti tai ei lainkaan. Elintarvikealalla ja erityisesti luonnonmarjojen jatkojalostuksen parissa toimivat yritykset puolestaan olivat aineistossamme hyvin edustettuina, joten niiden suhteen tietojamme voidaan pitää luotettavina ja yleistettävänä.

Haastatellut marjayritykset hyödynsivät toiminnassaan pääosin suomalaista marjaa. Ulkomaisia luonnonmarjoja hankittiin yleensä halvemman hinnan ja paremman saatavuuden vuoksi erityisesti silloin, jos tietyn marjalajin sato jäi kotimaassa pieneksi. Suosituimpia ja eniten hyödynnettyjä luonnonmarjalajeja olivat mustikka, puolukka ja karpalo. Puolet tutkimukseen osallistuneista yrityksistä toimivat luonnonmarjojen lisäksi myös puutarhamarjojen parissa. Puutarhamarjoista suosituimpia lajeja olivat mansikka, vadelma ja mustaherukka. Puutarhamarjojen suosiota saattaa lisätä niiden usein hieman luonnonmarjoja varmempi satotilanne ja helpompi saatavuus.

Haastatellut yritykset hyödynsivät toiminnassaan yhteensä noin 9,52 miljoonaa kiloa kotimaisia luonnonmarjoja vuonna 2010, kun taas vuonna 2013 määrä oli hieman pienempi, noin 9,25 miljoonaa kiloa. Maa- ja metsätalousministeriön toimittamissa MARSİ-raporteissa (2011 ja 2014) ilmoitettujen luonnonmarjojen keskimääräisten kilohintojen avulla näiden marjamäärien rahalliseksi arvoksi laskettiin vuodelle 2010 yhteensä yli 14,3 miljoonaa euroa ja vuodelle 2013 yli 12,9 miljoonaa euroa. Todellisuudessa yritysten käyttämien marjojen rahallinen arvo on hieman suurempi, sillä MARSİ-raporttien tiedot olivat puutteellisia esimerkiksi luonnontyrnin keskimääräisen kilohinnan suhteen eikä kaikkien marjalajin tietoja siis voitu ottaa mukaan kokonaisarvon laskemiseen.

Vuosien 2010 ja 2013 välinen ero yritysten käyttämissä luonnonmarjamäärissä saattaa johtua osittain luontaisista satovaihteluista, mutta todennäköisimmin se johtunee luonnonmarjojen ja luonnonmarjatuotteiden viennin kasvusta. Arktisten Aromien kotisivuilla julkaistun tiedotteen mukaan (Moisio 2014) suomalaisien luonnonmarjojen vienti nousi ennätyslukemiin vuonna 2013.

Vaara, Saastamoinen ja Turtiainen tarkastelivat tutkimuksessaan (2013) luonnonmarjojen kotitalouspoimintaa vuonna 2011. Heidän mukaansa vuoden 2011 kotitalouspoiminnassa kerättiin talteen 26,5 miljoonaa kiloa luonnonmarjoja ja teollisuuden käyttöön poimittiin 8,4 miljoonaa kiloa. Saastamoisen, Kankaan ja Ahon aiemmassa vastaavassa tutkimuksessa (2000) tarkasteltiin luonnonmarjojen kotitalouspoimintaa vuosina 1997 ja 1998, ja heidän mukaansa kotitaloudet poimivat marjateollisuuden käyttöön 15,4 miljoonaa marjakiloa vuonna 1997 ja 12,8 miljoonaa kiloa vuonna 1998. Tässä tutkimuksessa saatiin selvitettyä vain osa luonnonmarja-alan kokonaisuudesta. Tiedoistamme puuttuvat esimerkiksi poimijoiden harjoittama marjojen suoramyyni sekä marjojen torikauppa, jotka lisäävät jatkojalostusyritysten raaka-aineeksi tarjolla olevan marjan määrää ja tuovat alalle myös lisää työpaikkoja.

Suurimmalla osalla kyselytutkimukseen osallistuneista yrityksistä vuosittainen kokonaisliikevaihto kasvoi tai pysyi samana aikavälillä 2010-2013. Monen yrityksen tiedot olivat kuitenkin puutteelliset, joten tuloksia on syytä tulkita varovaisesti. Tuotteiden kuljetukseen liittyvää liikevaihtoa ei pystytty arvioimaan vähäisten

vastausten vuoksi. Mahdollisissa jatkotutkimuksissa tähän voisi palata, jotta luonnonmarja-alan kokonaistyöllistävyydestä saataisi tarkempia arvioita myös kuljetussektorin suhteen.

Tutkimukseen osallistuneet yritykset työllistivät yhteensä noin 6600 vakituista työntekijää, joista noin kymmenesosa työskenteli luonnonmarjojen parissa. Pienissä ja keskisuurissa marjayrityksissä vakituksia työntekijöitä oli tavallisimmin 1-5. Kausityöntekijöitä työllistettiin yhteensä noin 1300, joista lähes 1200 työskenteli luonnonmarjojen parissa. Tavallisin kausityöntekijöiden määrä oli 1-5 henkilöä.

Haastatellut yritykset tarjosivat töitä hieman yli 1100 poimijalle, joista 96 % oli ulkomaisia. Tämän lisäksi osa yrityksistä mainitsi työllistävänsä sopimuspoimijoita urakkapalkalla, mutta heidän määräänsä ei mainittu vastauksissa. Suurin osa yrityksistä ei toiminut yhteistyössä suoraan poimijoiden kanssa, minkä vuoksi määrät eivät ole yleistettävissä. Tutkimuksessa olisi haluttu kartoittaa myös poimijoiden keskituntipalkkaa ja vuotuisia henkilötyötunteja, mutta vastauksia saatiin erittäin vähän. Asiaan voitaisiin palata mahdollisissa jatkotutkimuksissa.

Yritykset kuljettivat poimittuja marjoja toimitiloihinsa sekä itse että kuljetusyritysten välityksellä. Tasan puolet yrityksistä kuljetti valmiit tuotteensa itse eteenpäin kauppaan, vientiin, tukkuun tai muualle. Osa heistä käytti apunaan myös kuljetusliikkeiden palveluita. Vain yhden kuljetusliikkeen kanssa yhteistyössä toimineet yritykset hyödynsivät suuria ja laajalti tunnettuja kuljetuspalveluita, kun taas useamman kuljetus-toimijan kanssa yhteistyötä tehneet yritykset työllistivät sekä pieniä että suuria kuljetusyrityksiä.

Vain pieni osa tutkimukseen osallistuneista yrityksistä harjoitti tuotteidensa vientiä ulkomaille. Vientiä harjoittavilla yrityksillä vientiin menevien tuotteiden osuus kokonaistuotannosta vaihteli alle 1 %:sta jopa 80 %:iin. Tässä tutkimuksessa ei selvitetty tuotteiden määrällistä vientiä, joten suuretkin prosenttiluvut voivat yrityksen koosta ja tuotantovolyymistä riippuen tarkoittaa vain pieniä määriä tuotteita. Viennin suosituimpia kohdemaita olivat tämän tutkimuksen perusteella Venäjä, Japani, Saksa, Ruotsi, Etelä-Korea ja Kiina. Jatkotutkimuksissa voitaisiin tiedustella myös tuotteiden määrällistä vientiä keskittyen erityisesti jatkojalostettuihin marjatuotteisiin, sillä Arktiset Aromit ry:n kotisivuilla julkaistun raportin mukaan (Moisio 2014) niiden vientiä ei nykyisellään seurata lainkaan.

Suurin osa yritysten edustajista ei ilmaissut näkemyksiään luonnonmarja-alan tulevaisuudesta. Kysymykseen vastanneista suurin osa suhtautui tulevaisuuteen positiivisesti, mutta oli myös sitä mieltä että alalla menestyminen vaatii kovaa työtä. Suomen valtiolta toivottiin erityisesti tukirahojen lisäämistä tai tukien ohjaamista uusiin kohteisiin, arvonlisäveron keventämistä ja byrokratian yksinkertaistamista.

Luonnonmarja-alan vakavimpana haasteena ja suurimpana toiminnan laajentumisen esteenä pidettiin ehdottomasti poimijapulaa. Muihin yritysten edustajien mainitsemiin esteisiin kuuluivat mm. suuret vuosittaiset satovaihtelut ja alan epävarmuus, kova kilpailu, huono markkinatilanne sekä vaikeudet rahoituksen saamisessa. Yrittäjät kokivat oman osaamisensa puutteelliseksi muun muassa markkinointia ja tuotekehitystä koskien.

5. Lähteet

Aitoja Makuja. www.aitojamakuja.fi. Viitattu 2014

Arktiset Aromit ry. www.arktisetaromit.fi. Viitattu 2014.

Häggman H., Karppinen K. ja Leppilampi M. (2014) Luonnonmarjat ja -sienet biotaloudessa. Oulun yliopisto, projekti A32825.

Maa- ja metsätalousministeriö. (2011) MARSİ 2010 Marjojen ja sienten kauppantulomäärät vuonna 2010. Saatavilla: http://www.mmm.fi/attachments/mmm/uutiset/5xh5r2JFz/MARSİ_2010_MMM_rap_Final.pdf. Viitattu 2014.

Maa- ja metsätalousministeriö. (2014) MARSİ 2013 Marjojen ja sienten kauppantulomäärät vuonna 2013. Saatavilla: <http://www.mavi.fi/fi/tuet-ja-palvelut/viljelijä/Documents/marsi%202013.pdf>. Viitattu 2014.

Mikkonen H. ja Moisio S. (2012) Luonnontuotteet Pohjois-Pohjanmaan ja Kainuun yrityksissä. Projektiraportteja. Arktiset aromit ry.

Moisio S. (1999) Luonnontuotealan seurantakysely. Projektiraportteja. Arktiset Aromit ry.

Moisio S. (2014) ”Metsämarjojen vienti kohosi ennätystasolle”. Tiedote, julkaistu 21.3.2014. Arktiset Aromit ry. Saatavilla: <http://www.arctic-flavours.fi/sitenews/view/-/nid/200/ngid/1>. Viitattu 25.10.2014

Saastamoinen O., Kangas K. ja Aho H. (2000) The Picking of Wild Berries in Finland in 1997 and 1998. Scandinavian Journal of Forest Research 15: 645-650.

Vaara M., Saastamoinen O. ja Turtiainen M. (2013) Changes in wild berry picking in Finland between 1997-2011. Scandinavian Journal of Forest Research 28(6): 586-595.

Liite 1.

Luonnonmarja-alan kansantaloudellinen merkitys

(Kyselytutkimus aikaväliltä 2010-2013)

1. Yrityksen tiedot

Yrityksen nimi: _____

Osoite: _____

Puhelin: _____

Vastaajan nimi: _____

Sähköposti: _____

Sijaintimaakunta: _____

2. Tuotteet

Mikä on yrityksenne **pääasiallinen toimiala**? (rasti ruutuun)

- | | |
|------------------------|-----|
| Elintarviketeollisuus | () |
| Matkailu | () |
| Jälleenmyynti | () |
| Kosmetiikka | () |
| Lääketiede | () |
| Kuljetustoiminta | () |
| Jokin muu, mikä? _____ | () |

Millaisten tuotteiden ja tehtävien parissa yrityksenne toimii? (merkitkää liikevaihdon perusteella korkeintaan viisi vaihtoehtoa numerojärjestyksessä; 1 tärkein, 5 vähiten tärkein)

- | | |
|---|-----|
| Marjojen ensiostotoiminta | () |
| Muu luonnontuotteiden ensiostotoiminta (sienet tai yrtit) | () |
| Marjojen jatkojalostus | () |
| Muu luonnontuotteiden jatkojalostus (sienet tai yrtit) | () |
| Luonnontuotteiden kuljetustoiminta | () |
| Poimijoiden majoitus/matkailu | () |
| Hunaja | () |
| Muut elintarviketuotteet | () |
| Kosmetiikkatuotteet | () |
| Käsityötuotteet | () |
| Maaseutu- tai luonnonmatkailu | () |
| Torikauppa | () |
| Vähittäiskauppa | () |
| Muu yritystoiminta, mikä? _____ | () |

Kuinka paljon yrityksenne on käyttänyt seuraavia **luonnonmarjoja** vuosina 2010 ja 2013?

Määrä (kg)

Käyttikö yrityksenne näiden lisäksi **puutarhamarjoja** vuosina 2010 ja 2013?

Ei ()

Määrä (kg)

Marjalaji	Tilanne 2010	Tilanne 2013

Ostitteko vuosina 2010 ja 2013 kotimaisen marjan lisäksi luonnonmarjoja **ulkomailta**?

Kyllä ()

Ei ()

Jos vastasitte kyllä, mitä lajeja ja kuinka paljon?

Marjalaji	Määrä (kg)	
	Tilanne 2010	Tilanne 2013
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Miksi ostitte ulkomaisia luonnonmarjoja?

4. Liikevaihto

Tilanne 2010

Tilanne 2013

Yrityksenne kokonaisliikevaihto (€):

Luonnonmarjojen, -tuotteiden tai
-palveluiden osuus liikevaihdosta (€):

5. Työntekijät

Vakituisten työntekijöiden lukumäärä yrityksessänne: _____

Luonnonmarjojen parissa työskentelevien osuus tästä: _____

Kausityöntekijöiden lukumäärä yrityksessänne: _____

Luonnonmarjojen parissa työskentelevien osuus tästä: _____

Mikäli työskentelette luonnonmarjojen **poiminnan** parissa:

Kuinka monta poimijaa yrityksenne työllistää vuodessa? _____

Suomalaispoimijoiden osuus poimijoiden kokonaismäärästä (lukumäärä): _____

Suomalaispoimijoiden arvioitu henkilötyötuntimäärä vuodessa: _____

Suomalaispoimijoiden arvioitu keskipalkka/h (brutto): _____

Ulkomaalaispoimijoiden osuus poimijoiden kokonaismäärästä (lukumäärä): _____

Ulkomaalaispoimijoiden arvioitu henkilötyötuntimäärä vuodessa: _____

Ulkomaalaispoimijoiden arvioitu keskipalkka/h (brutto): _____

6. Tuotteiden kuljetus ja vienti

Kuljettaako yrityksenne itse marjat metsästä yritykseen?

Kyllä ()

Ei ()

Kysymys ei koske yritystämme ()

Kuljettaako yrityksenne itse marjat ja/tai valmistetut tuotteet yrityksestä edelleen (kauppaan, tukkuun, vientiin, jne.)?

Kyllä ()

Ei ()

Jos vastasitte kyllä, montako henkilöä tuotteiden kuljetus työllistää yrityksestä? _____

Kuljettajien arvioitu henkilötyötuntimäärä vuodessa: _____

Kuljettajien arvioitu keskipalkka/h (brutto): _____

Jos yrityksenne ei kuljeta itse marjoja ja/tai tuotteita eteenpäin, mitä palvelua käytätte? (esim. Matkahuolto, Itella, jne.)

Yrityksenne tuotteiden kuljetukseen liittyvä vuosittainen liikevaihto (€):

Tilanne 2010

Tilanne 2013

Meneekö tuotteitanne vientiin Suomen ulkopuolelle?

Kyllä ()

Ei ()

Jos vastasitte kyllä:

Kuinka suuri osuus tuotteistanne menee vientiin? (%) _____

Mihin maihin vienti kohdistuu? Listatkaa viisi tärkeintä kohdemaata.

7. Lopuksi

Kuinka luonnontuotealan yritykset voisivat kasvattaa toimintaansa? Mitä mahdollisuuksia alalla on tulevaisuudessa?

Kuinka Suomen valtio voisi vaikuttaa luonnontuotealan yritystoiminnan kasvuun?

Mitkä ovat mielestänne tärkeimpiä luonnontuotealan laajentumisen esteitä?

Kiitos vastauksestanne!