



Marja- ja sienialan valtakunnallinen kartoitus

Arktiset Aromit ry

Sisällys

1. Tutkimuksen taustaa	3
2. Kartoituksen tavoitteet	3
3. Tutkimuksen suorittaminen	3
4. Luonnontuotteiden ja kasvien kauppa sekä jatkojalostus	4
5. Luonnontuotteiden vastaanottopisteet ja varastointitilat	4
6. Edulliset majoituspaikat, maaseutumatkailu sekä luontoon liittyvät tapahtumat kunnissa	5
7. Kuntien halukkuus osallistua luonnontuotteiden talteenoton ja käytön edistämiseen	5
8. Erikoistuminen luonnontuotteiden keräämiseen tai viljelyyn	6
9. Pohdinta	6
Liitteet	7
Kyselyn saatekirje	7
Kyselylomake	8

1. Tutkimuksen taustaa

Luonnontuotealalla olisi Suomessa suotuisat kasvunäkymät. Metsissä kasvaa vuosittain ylimäärin sienä ja marjoja, joista kuitenkin vain pieni osa saadaan kerättyä kotitalouksien ja elintarviketeollisuuden tarpeisiin. Ongelmaksi on muodostunut jo nyt nähtävä ja tuleva poimijapula, kun poimintaa harjoittanut väestönosa alkaa ikääntyä. Ulkomaisten poimijoiden tulo maahan luonnontuotteiden satokautena helpottaa poimijapulaa ja lisää talteenottoa luonnontuotteita jalostavien yritysten kasvavaan kysyntään.

Toisaalta poimijoita löytyy myös niiltä paikkakunnilta, joissa luonnontuotteiden ostajia tai heidän vastaanottopisteitään ei ole. Luonnontuotealalla talteenoton edistämisen yksi haaste on saada poimijat ja ostajat kohtaamaan. Varsinkin eteläisessä Suomessa luonnontuotteiden ostajia on harvassa. Tällöin ostajaverkoston puuttuminen ja liian pitkät kuljetusmatkat myyntiä varten muodostavat esteen luonnontuotteiden talteenotolle.

Luonnontuotealan edistämisessä tärkeää on väestön koulutus. Luonnontuotetiedon välittäminen eri ikäryhmille, varsinkin nuorille, edistää osaltaan alan kasvua ja lisää kiinnostusta. Nuorten luonnontuotetietouden kartuttaminen tapahtuu helpoimmin perusopetuksen yhteydessä. Nuorten ja myös taajamien asukkaiden aktivoimiseen olisi tarpeen järjestää ohjattuja poimintaretkiä, jossa kaupunkilaiset saisivat elämyksellisen kosketuksen luontoon ja luonnontuotteiden keruuseen.

Luontomatkailu ja luonnontuotteisiin liittyvät tapahtumat edistävät osaltaan myös luonnontuotealan kehittymistä. Maaseutumatkailu voi hyvin tarjonnassaan hyödyntää myös marjastus- ja sienestysretkiä yhtenä palvelunaan. Puhdas Suomen luonto jokamiehenoikeuksineen houkuttelee varmasti myös ulkomaalaisia joko lomailemaan tai ansaitsemaan luonnontuotteiden keruulla.

2. Kartoituksen tavoitteet

Kyselyn tavoitteena oli kartoittaa Suomessa toimivia luonnontuotteiden ostajia. Tarkoituksena oli myös selvittää kuntien alueella olevat edulliset majoituspaikat, joiden yhteystiedot kootaan yhdistyksen verkkosivuille kotimaisia ja ulkomaisia marjastajia varten. Kyselyssä kartoitettiin kunnista mahdollisesti löytyviä varastointi- ja säilytystiloja, jotka olisivat otettavissa käyttöön luonnontuotteiden vastaanottoa ja varastointia varten.

Kyselyssä tiedusteltiin olisiko kunnissa kiinnostusta luonnontuotteisiin liittyvään koulutukseen tai järjestettyihin poimintaretkiin sekä halukkuutta osallistua niiden kustannuksiin. Luontoon liittyvät tapahtumat ovat yksi matkailua sekä luonnontuotealaa edistävä tekijä ja kyselyssä haluttiin selvittää luonnontuotteisiin liittyviä tapahtumia sekä luontoon kytkeytyä maaseutumatkailua eri puolilla Suomea.

3. Tutkimuksen suorittaminen

Kartoitus suoritettiin lähettämällä kyselylomakkeet (liite 1.) kaikkien Suomen kuntien (yht. 431 kpl) elinkeinotoiminnasta vastaaville. Kysely suoritettiin alkuvuonna 2007. Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 41 kunnan elinkeinotoimintaan osallistuvaa, pääasiassa maaseutu- ja elinkeinoasiamiestä.

Kyselyn vastausprosentiksi tuli 9,5 %. Vastausprosentti ei ole suuri, mutta kuitenkin kyselyn tuloksia voidaan pitää suuntaa antavina. Näin pienen vastaajajoukon perusteella ei voida rakentaa hyvin kattavaa rekisteriä luonnontuotteiden ostajista.

Jokaisesta 19 maakunnasta vähintään yhden kunnan edustaja vastasi kyselyyn ja eniten vastauksia tuli Etelä-Karjalasta ja Etelä-Pohjanmaalta (liitteet 2., 3. ja 4.) Hämeen, Itä-Uusimaan, Kainuun, Keski-Suomen, Kymenlaakson, Pirkanmaan, Pohjois-Karjalan ja Uusimaan elinkeinotoiminnasta vastaavista vain yhden kunnan edustaja vastasi kyselyyn.

4. Luonnontuotteiden ja kasvien kauppa sekä jatkojalostus

Kuntien ilmoittamista tuoremarjakauppaa harjoittavista yrityksistä suurin osa oli puutarhamarjoja, kuten mansikkaa ja herukkaa viljeleviä tiloja. Vastaajat eivät useinkaan olleet eritelleet luonnontuotteita puutarhamarjoista. Tuotteet oli ilmoitettu yleisesti marjat-tuoteryhmänimikkeellä. Paikalliset tyrnimarjojen viljelijät tulivat kyselyssä hyvin ilmi. Marja-, sieni- ja vihanneskauppaa harjoittaviin yrityksiin oli ilmoitettu myös paikallisia päivittäistavaraliikkeitä.

Marjojen vienti- ja tuontikauppaa harjoittavia yrityksiä oli kyselyyn osallistuneissa kunnissa vain kaksi Etelä-Pohjanmaalla ja yksi Pohjois-Savossa. Vientiyrityksiä oli yksi Hämeessä.

Marjojen, sienten tai yrttien jalostajia oli noin puolessa kuntien määrästä. Luonnontuotteita jalostavien yritysten tuotevalikoimiin kuuluvat mm. yrttituotteet, kuten yrttiteet ja myslit, kuusenkerkkäsiirappi, marjasoseet, marjamehut, hillot, hyytelöt, siirapit, marmeladit ja marjaviinit. 4H-järjestö ilmoitettiin muutamassa kunnassa jalostajaksi. 4H-järjestön toimintaan kuuluu pääasiassa kotitalouksien marjojen mehustus.

Elintarvikealan laitevalmistajia oli vastanneissa kunnissa vain viisi, yksi Etelä-Karjalassa, yksi Kanta-Hämeessä, yksi Keski-Pohjanmaalla ja kaksi Pohjois-Pohjanmaalla.

5. Luonnontuotteiden vastaanottopisteet ja varastointitilat

Luonnontuotteiden väliaikaisia vastaanottopisteitä luonnontuotteiden sesonkiaikana ei ollut 50 % kyselyyn vastanneissa kunnista ollenkaan. 4H-järjestö oli useissa kunnissa luonnontuotteiden vastaanottajana ja osassa kunnista vastaanottajia olivat yritykset, jotka myös jalostivat itse tuotteita. Sulkavalla luonnontuotteita ostamista suorittaa kiertävä marja-auto.

Mahdollisia vapaita varastointitiloja marjojen, sienten ja kasvien säilytykseen löytyi 14 kunnasta. Mahdollisiksi varastointitiloiksi ilmoitettiin pakastamoja, hirviseurojen, kauppapuutarhojen ja marja- sekä mehuasemien kylmiötiloja. Muutamissa kunnissa oli kylmäkontti sekä entisen elintarviketehtaan kylmiö ja pakastetilat tarjolla käytettäväksi. Joissakin kunnissa oli vapaana vanhoja perunankäsittelytiloja ja teollisuushallitilaa ilman kylmiöitä.

6. Edulliset majoituspaikat, maaseutumatkailu sekä luontoon liittyvät tapahtumat kunnissa

Yli puolesta kyselyyn vastanneista kunnista löytyy hyvin majoituspaikkoja. 18 paikkakunnalta kyselyyn ei ilmoitettu lainkaan majoituspaikkoja. Majoituspaikoissa oli mm. leirintäalueita, vuokrattavia lomamökkejä ja retkeilymajoja. Muutamissa kunnissa oli entisiä kyläkouluja tyhjiillään ja vapaana esim. marjastajien majoitusta varten. Kyselyssä ilmoitetuista majoituspaikoista on tehty yhteystietorekisteri yhdistyksen verkkosivuille.

Parissa kunnassa järjestetään sienten sekä luonnonmarjoista mm. tyrnin ja karpalon poimintaretkiä. Muutamissa kunnissa järjestetään ohjattuja luontoretkeä, kalastusmatkoja ja patikointitempauksia. Hyvänä esimerkkinä luonnontuotteiden esiintuomisesta ja luonnon sekä matkailun yhdistämisestä on Rantsila, jossa Nouseva Rannikkoseutu -toimintaryhmän puitteissa toteutetaan Neliapila-hanketta. Hankkeen toimesta järjestetään luonnontuotteiden jatkojalostuskoulutuksia ja myös järjestettyjä marjanpoimintaretkiä. 2005 heinäkuussa alueella järjestettiin Suomaa-hankkeeseen liittyvä suokulttuuriviikko, jonka aikana on tuotu esille suoluontoa ja myös suolla kasvavia marjoja.

Sallassa pienet paikalliset yritykset ja kylät ovat muodostaneet Sallan kyläreitti -yhteenliittymän, jonka jäsenet tarjoavat monenlaista luontoon liittyvää maaseutumatkailua, mm. opastettuja retkiä eri vuodenaikoina erilaisilla kulkuvälineillä. Mukana on myös yrityksiä, jotka jalostavat luonnontuotteita. Maaseutumatkailuun liitetään yleensä elämysmatkailua, opastettuja kanootti- ja melontaretkiä sekä hevosvaellusta.

7. Kuntien halukkuus osallistua luonnontuotteiden talteenoton ja käytön edistämiseen

Kartoituksessa tiedusteltiin kuntien halukkuutta ilmoittaa majoituspaikoista yhdistyksen verkkosivuille koottavassa majoituspaikkaluettelossa. Kyselyn mukaan useimmat kunnat eivät ole valmiita maksamaan yhteystietojen ilmoittamisesta. Muutama kunta maksaisi 5 -10 euroa. Eräs kunnista olisi valmis maksamaan 50-100 euroa yhteystietojen ilmoittamisesta.

Kyselyssä kartoitettiin kuntien halukkuutta osallistua järjestettyjen poimintaretkien kustannuksiin. Kunnista vain muutama oli valmis tukemaan poimintaretkien kustannuksia noin 50 -100 euron summalla. Poimintaretkien järjestäjäksi ehdotettiin kunnan nuorisotoimea, Marttoja, ProAgriaa, 4H-yhdistystä. Pomarkun kunnassa esteeksi tulee paikallisten ostajien puute, jolloin poimintaretkien marjoja ei ole mahdollisuus myydä. Tosin tällöin voi poimia omaan käyttöön. Osa oli sitä mieltä, että juuri ostajien olisi järkevintä järjestää kuljetuksia.

Kyselyssä tiedusteltiin kuntien halukkuutta kustantaa peruskouluissa luonnontuotteisiin liittyviä näyttelyitä, retkiä ja opetustunteja, jotka olisivat keruutuoteneuvojan tai luonnontuotealan koulutuksen saaneen henkilön toteuttamia. Pääosin useimmat kunnat eivät olleet valmiita rahallisesti tukemaan tällaista toimintaa. Kunnista muutama oli valmiita osallistumaan oppitunnin kustannuksiin 15 euroa/oppitunti tai 50-100 euron tuella. Eräs kunta esitti tuen maksajaksi maaseututoimea, jolloin tuki maksettaisiin kylien edistämisvaroista. Osa koki

luonnontuotekoulutuksen peruskouluissa tärkeäksi, muttei se ole heille mahdollista kustannusten takia.

Halukkuutta luonnontuotealan koulutuksiin oli 11 kunnassa. Kangasniemellä poimijat haluaisivat kerääjäkoulutusta ja kunta olisi valmis tukemaan koulutuksen järjestämistä puolella osallistujan kurssimaksusta. Tämän kunnan alueelle haluttaisiin yleisesti lisää poimijakoulutusta, esim. kauppasienten poimintaan. Osassa kunnista luonnontuotteita ostava yritys kouluttaa poimijansa itse. Koulutuksen järjestäjiksi ehdotettiin 4H-järjestöä, Maaseutukeskusta, Marttoja tai kansalaisopistoa. Muutamissa kunnissa oli meneillään hankkeita, joissa oli koulutusta mm. luonnontuotteiden jatkojalostuksesta. MTT:n Karilan toimipiste kouluttaa Mikkelin alueella.

8. Erikoistuminen luonnontuotteiden keräämiseen tai viljelyyn

Satakunnassa Merikarvialla saadaan saaristosta luonnontyrniä, mutta sitä myös viljellään. Syksyisin seudulla kasvaa runsaasti suppilovahveroita. Kunnassa kerätään myös runsaasti lankojen värjäykseen käytettäviä yrttejä. Oravaisten ja Vetelin kunnissa on erikoistuttu tyrnimarjan viljelyyn. Pellon kunnassa kerätään luonnonyrttejä mm. mustikanvarpua. Rantsilassa on aloitettu syksystä 2005 turvetuotannosta poistetuilla alueilla lakan viljelykokeilu. Lestijärvellä kerätään runsaasti sientä, erityisesti kangas- ja haaparouskua. Kiikoisissa Satakunnassa viljellään tyrniä ja pensasmustikkaa.

9. Pohdinta

Poimijakunnan ikääntymisen vuoksi puhutaan paljon tulevasta poimijapulasta. Siksi ulkomaalaiset marjastajat ovat nykyisin tervetulleita paikkaamaan kotimaisten poimijoiden vajetta. Puutarhamarjojen viljelijät ovat tuoneet jo vuosia poimijoita ulkomailta. Esimerkiksi Keski-Karjalan ja Kiteen alueella on runsaasti venäläisiä puutarhamarjojen poimijoita, joille on järjestetty majoitus tiloilta. Nämä poimijat ja myös marjatilat olisi mahdollista organisoida myös luonnonmarjojen ja sienten keräämiseen.

Muutamissa kunnissa oli kyselyn mukaan marjastus- ja poimintaretkiä liitetty muuhun matkailuun. Maatilamatkailuyritykset voisivat hyvin hyödyntää omassa toiminnassaan luonnontuotteiden talteenottoa ja monipuolistaa toimintaansa syksyllä luonnontuotteiden sesonkikautena, esim. järjestetyin marja- ja sieniretkin. Kyselyn mukaan majoitusmahdollisuuksia kunnissa löytyy, osassa on runsaastikin majoitustarjontaa. Kunnissa on usein edullisimpia majoitusvaihtoehtoja, kuten autioita kyläkouluja, jotka soveltuvat esim. kotimaisten ja ulkomaalaisten marjastajien majoittamiseen.

Luonnontuotteiden talteenoton tehostamiseksi olisi tarpeen tiheämpi ostajaverkosto erityisesti Etelä-Suomessa. Näinkin pieni otos näyttää, että osasta kunnista puuttuu kokonaan marjojen ja sienten ostajat ja vastaanottopisteet poiminta-aikana. Kyselyssä kävi ilmi, että myös korkeampi poimijahinta olisi tarpeen poimijoiden aktivoimiseksi ja talteenoton lisäämiseksi.

Kyselyyn vastaajien vähäinen määrä on johtunee siitä, että kyselyyn vastasivat pääasiassa maaseutuasiamiehet, jotka eivät lue luonnontuotealan toimijoita kuuluvaksi maatalouselinkeinon

piiriin. Toisaalta kuntien elinkeinoasiamiehetkään eivät lue luonnontuotealalla toimivia oman toimintansa piiriin.

Liitteet

Kyselyn saatekirje

Kuntien elinkeinotoiminnasta vastaaville

Suomalainen luonto, sen metsät, järvet, joet, suot, eläimet, hiljaisuus, puhtaus, eri vuodenaajat, valo, pimeys, hyvä infrastruktuuri ja luonnon virkistys- ja hyötykäytön mahdollistavat jokamiehenoikeudet ovat mahdollisuus kehitettäessä yritystoimintaa. Luontomaana Suomi voi kansainvälisesti erilaistua, mutta suurkaupunkimaana emme siihen kykene. Talouden kannalta on tärkeää havaita elinympäristömme vahvuudet ja niiden hyödyntäminen yritystoiminnassa.

Luonnontuotealan kasvua rajoittaa poimijapula. Erityisesti mustikan ja herkkutatin kysyntä vientimaissa on paljon suurempaa kuin mitä vientiyrityksemme saavat raaka-ainetta Suomesta ostettua. Kehittämistoiminnan pirstaloituminen, yritysyhteistyön puute, harva maaseutuasutus, korkea polttoainehinta jne. vaikeuttavat poimijapulan ratkaisua. Vuosittain sadat Arktiset Aromit ry:n yhteyttä ottaneet kotimaiset ja ulkomaiset poimijat eivät voi osallistua poimintaan, koska halutulta alueelta puuttuu raaka-ainetta ostava yritys, ei löydy edullisia majoituspaikkoja tms. Mistä saamme jatkossa raaka-ainetta elintarviketaloudessamme strategisesti tärkeäksi painopistealueeksi valittuihin terveysvaikutteisiin tuotteisiin ja suomalaisen ruokakulttuurin edistämiseen?

Asiaa parantaisi huomattavasti, jos Arktiset Aromit ry:n kotisivuille tehtyyn luonnontuotteiden ostajat ja myyjät osoitteistoon saataisiin mukaan kaikki poimijoilta raaka-ainetta ostavat ja saisimme koottua koko Suomesta edulliset majoituskohteet, joista innokkaat koti- ja ulkomaiset poimijat voisivat suoraan varata majoituksen haluamalleen ajalle. Näin kotisivuillamme vuosittain vierailevat n. 200 000 kävijää saisivat nopeasti vastauksen ja samalla löydettäisiin osaratkaisu poimijapulaan, jonka ratkaisemista maamme korkeat päättäjät viime kesänä vaativat julkisuudessa.

Tämän kyselyn tavoitteena on etsiä alalla toimivia ja alaa palvelevia yrityksiä valtakunnalliseen verkostoon. Tavoitteena on myös kartoittaa kuntien halukkuutta ja ehdotuksia alan kehittämiseen ja strategiaan valintoihin. Kyselyn avulla edesautetaan alan kehittämistyötä ja annetaan viestiä päättäjille siitä, mitä toimenpiteitä kentältä esitetään poimijapulan ym. alan ongelmien ratkaisuksi.

Toivomme, että kuntanne elinkeinotoimi täyttää kyselylomakkeemme tarvittaessa ryhmätyönä eri virkamiesten kanssa. Ilmaiskaa rohkeasti mielipiteenne myös avoimissa kysymyksissä. Vastaamalla kyselyyn autatte kehittämään kovan teknologian rinnalle kehitettävän verkottuneen ”luontoklusterin” muodostumista. Kirjeen liitteenä on esite yhdistyksestämme. Siitä ja kotisivuiltamme saatte lisää tietoa luonnontuotealasta.

Yhteistyöterveisin

Simo Moisio
MMM, eMBA
Yhdistyksen toiminnanjohtaja

Jari Tolonen
Metsänhoitaja/kunnanjohtaja
Yhdistyksen puheenjohtaja

Kyselylomake

MARJA- JA SIENIALAN VALTAKUNNALLINEN KARTOITUS

Pyydän sinua vastaamaan mahdollisuuksien mukaan seuraaviin kysymyksiin.
Täytetty kyselylomake postitetaan 31.1.2006 mennessä osoitteeseen:

Arktiset Aromit ry
Kauppakatu 20
89600 SUOMUSSALMI

Edellä mainitusta osoitteesta saat tarvittaessa lisätietoja toiminnanjohtaja Simo Moisiolta, puh. 08-6155 5591 tai 040-580 1186

1. Vastaajan nimi _____
2. Vastaajan arvo/ammatti _____
3. Kunnan nimi ja osoite _____
4. Kunnan pinta-ala _____ km²
5. Kunnan väkiluku _____ asukasta
6. Maakunta, missä kunta sijaitsee _____
7. Kunnan alueella sijaitsevien metsien osuus on kunnan koko pinta-alasta _____ %
8. Kuinka moni kuntanne alueella sijaitsevista yrityksistä harjoittaa (lukumäärä)

1. Tuoremarjakauppaa _____ kpl
2. Tuoresienikauppaa _____ kpl
3. Molempia _____ kpl
4. Tuorevihanneskauppaa _____ kpl
5. Marjojen/sienten/yrttien vientikauppaa _____ kpl
6. Marjojen/sienten/yrttien tuontikauppaa _____ kpl

Luettele yritysten yhteystiedot:

Nimi	Osoite	puhelin/e-mail	Toimiala/tuotteet
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

9. Kuinka moni kuntanne alueella sijaitsevista yrityksistä harjoittaa marjojen/sienten/yrttien jatkojalostusta? _____ kpl

Luettele yritysten yhteystiedot:

Nimi	Osoite	puhelin/e-mail	tuotteet
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

10. Kuinka moni kuntanne alueella sijaitseva yritys harjoittaa elintarvikkeiden jatkojalostuksessa tarvittavien laitteiden valmistusta? _____ kpl

Luettele yritysten yhteystiedot:

Nimi	Osoite	puhelin/e-mail	yhdyshenkilö
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

11. Marjastus- /sienestysaikana kunnassanne toimivien tilapäisten vastaanottopisteiden lukumäärä: _____ kpl

Luettele yritysten yhteystiedot:

Nimi	Osoite	puhelin/e-mail	yhdyshenkilö
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

12. Kunnan alueella sijaitsevien marja/sieni/yrtti/kasviskauppaa harjoittavien torikauppiaiden lukumäärä (ulko- ja kotipaikkakuntalaiset): _____ kpl

Luettele yritysten yhteystiedot:

Nimi	Osoite	puhelin/e-mail	yhdyshenkilö
------	--------	----------------	--------------

13. Kunnan alueella sijaitsevien edullisten majoituspaikkojen (leirintäalueet, autiot koulut, metsäkämpät jne.) määrä (=edulliset majoitustilat poimijoille): _____ kpl

Luettele paikkojen yhteystiedot:

Nimi	Osoite	puhelin/e-mail	yhdyshenkilö

14. Onko kuntanne valmis ilmoittamaan edellä luetelluista majoituspaikoista pientä maksua vastaan Arktiset Aromit ry:n kotisivuille koottavan poimijaohjesivuston majoituspaikkaluettelossa?

1. Kyllä
2. Ei

Jos vastasitte kyllä, paljonko olette valmiita maksamaan yksittäisen paikan yhteystiedoista sivuilla _____ euroa (sivut: www.arktisetaromit.fi ja ulkomaisille vierailijoille: www.arctic-flavours.fi)

15. Onko kuntanne halukas tukemaan pienellä kannustusrahalla taajamien asukkaille (lapsiperheet, autottomat jne.) järjestettävien päivän mittaisten poimintaretkien (viikonloppuisin) osakustannuksia (linja-auto, opas ym.). Poimintaretken päätteeksi poimijat voisivat myydä marjat tai sienet paikalliselle ostajalle.

1. Kyllä
2. Ei

Jos vastasitte kyllä, paljonko mahdollinen tuki voisi olla yksittäisen poimintaretken kustannuksista _____ euroa ja mikä olisi mielestänne paras organisaatio toteuttamaan ko. poimintaretkiä:

16. Onko kuntanne valmis tukemaan pienellä kannustusrahalla luonnontuotenäyttelyiden, -retkien ja opetustuntien järjestämistä kunnan alueella sijaitsevilla peruskouluissa (=keruutuoteneuvojan tai luonnontuotealan koulutuksen saaneen henkilön toteuttamana)?

1. Kyllä

2. Ei

Jos vastasitte kyllä, mikä kunnan toimieloin (elinkeino, opetus, liikunta tms.)organisaatio olisi sopivin osallistumaan yksittäisen noin 2 tunnin mittaisen luonnontuotenäyttelyn, -retken tai oppitunnin kustannuksiin ja mahdollisen tuen suuruus _____ euroa.

17. Löytyykö kunnastanne marjoille/sienille/kasviksille varastointi-/säilöntämahdollisuuksia?

1. ei

2. kyllä, minkälaisia? _____

18. Onko kunnassanne erikoistuttu jonkun marja/sieni/kasvislajin keräämiseen/viljelyyn? Jos on, niin minkä ja miten _____

19. Onko kunnassanne yrtteihin liittyvää tuotantoa/keräilyä? (ympyröi oikea vaihtoehto)

1. ei

2. kyllä, minkälaista _____

20. Onko kunnan alueella halukkuutta alan koulutukseen?

1. ei

2. kyllä, miten toteutettuna _____

21. Järjestetäänkö kunnassanne luontomatkoja/-retkiä tai luonnontuotteisiin liittyviä tapahtumia? Jos järjestetään, niin minkälaisia? _____

KIITOKSET VAIVANNÄÖSTÄ JA YHTEISTYÖSTÄ!

Kaikkien vastanneiden kesken arvomme Metsän Makuja –kirjan sekä yritysten lahjoittamia tuotepalkintoja.

Luonnontuotteiden talteenoton ja käytön edistämiskysely

Arktiset Aromit ry

Arktiset Aromit ry. 2006
Sanna Tolonen ja Simo Moisio

Sisällysluettelo

Johdanto	16
1. Luonnontuotteiden talteenoton edistäminen	16
1.1 Luonnon ja luonnontuotteiden tuntemuksen lisääminen	16
1.2 Luonnontuotteiden talteenotto	16
1.3 Osto- ja myyntitoiminnan tehostaminen	16
1.4 Luonnontuotealan koulutuksen lisääminen	17
1.5 Luonnontuotealan kehittäminen	17
1.6 Tiedotustoiminta	17
2. Luonnontuotteiden käytön edistäminen	18
2.1 Luonnontuotteiden käytön edistäminen kotimaassa	18
2.1.1 Markkinointi	18
2.1.2 Tiedotustoiminta	18
2.1.3 Tuotekehitys	18
2.1.4 Ruokatottumukset ja kotitalousneuvonta	19
2.1.5 Koulutus, verkostot ja tutkimukset	19
2.2 Luonnontuotteiden käytön edistäminen kansainvälisesti	19
2.2.1 Markkinointi	19
2.2.2 Vientiverkosto	20
2.2.3 Tutkimustieto	20
2.2.4 Tiedotus päättäjille	20
2.2.5 Tuotteiden erityisominaisuudet	20
2.2.6 Tuotekehitys ja laatu	21
3. Luonnontuotealan koulutus	21
4. Yritysten konsultointitarve	22
4.1 Markkinointi ja luonnontuotteiden tuntemus	22
4.2 Tuotekehitys ja laadunvalvonta	23
4.3 Ajankohtaisten tietojen päivittäminen	23
4.4 Luonnontuotealan verkostoituminen	23
4.5 Teknologian kehittäminen	23
5. Yhteistyö luonnontuotealalla	24
5.1 Yhteistyön osa-alueet	24
5.2 Yhteistyön onnistuminen	24
5.2.1 Raaka-aineet	24
5.2.2 Markkinointi ja vienti	24
5.2.3 Jalostustoiminta	24
5.2.4 Yhteistyö lähialojen kanssa, yhteydenpito ja koulutus	25
6. Luonnontuotealan yritysverkosto	25
7. Taloudellisen kilpailukyvyn kehittäminen	26
8. Arktiset Aromit ry:n toiminnan arviointia	26
Liitteet	28
Kysely/haastattelulomake	28

Johdanto

Luonnontuotteiden talteenoton ja käytön edistämiskysely toteutettiin puhelin- ja postikyselynä 94:lle luonnontuotealan yritykselle ja yhdistykselle sekä sähköposti- ja postikyselynä 99:lle luonnontuotealan asiantuntijalle. Otoskoko oli yhteensä 193 henkilöä.

Yrityksistä ja yhdistyksistä kyselyyn vastasi 72 ja vastaamatta jätti 22. Asiantuntijoista 12 vastasi luonnontuotekyselyyn. Yksi asiantuntijoista ilmoitti, ettei hän halua vastata kyselyyn. Vastanneita oli yhteensä 84 ja vastausprosentiksi saatiin 43,5 %.

1. Luonnontuotteiden talteenoton edistäminen

1.1 Luonnon ja luonnontuotteiden tuntemuksen lisääminen

Luonnon ja luonnontuotteiden tuntemuksen lisäämiseksi muutama vastaaja ehdotti, että luontoalueet olisi tehtävä ihmisille tutuiksi, koska muutoin luonto ja sen eläimet saattavat tuntua pelottavilta. Ideoita, kuinka tuntemusta voisi lisätä, olivat metsiin järjestettävät marjaretket ja jokamiehenoikeuksiin tutustuminen. Luonnon tuntemuksen vähenemisen syyksi pohdittiin mm. väestön kaupungistumista ja luontoalueiden huonoa tuntemusta. Tuntemusta olisi hyvä lisätä yhden vastaajan mielestä myös kaupoissa ja teollisuudessa.

1.2 Luonnontuotteiden talteenotto

Tärkeimpänä tavoitteena pidettiin lasten ja nuorten innostuksen lisäämistä talteenottoon. Keinoiksi ehdotettiin päiväkodeissa ja kouluissa järjestettäviä poimintaretkiä ja asenteisiin vaikuttamista. Toiseksi eniten vastaajat toivoivat ulkomaalaisia poimijoita lisää. Heitä tarvittaisiin yhden vastaajan mielestä etenkin kaupalliseen poimintaan. Muutamat vastaajat toivoivat myös poimijoille omaa verkostoa tai ammattikuntaa. Työttömien aktivointia luonnontuotteiden keruuseen pidettiin hyvänä ideana. Kaksi vastaajaa ehdotti järjestettäväksi keräilyryhmiä, joissa voisi olla mukana myös ohjaaja.

Muita kyselyssä esille tulleita ideoita olivat mm. poimijoiden suuntaan tapahtuva parempi tiedottaminen, tuen maksaminen poimijoille ja palkkapoimintaan siirtyminen.

1.3 Osto- ja myyntitoiminnan tehostaminen

Eräs vastaaja ehdotti järjestettävän poimintapaikoille ostoautoja, jotka ostaisivat marjat heti kun ne on poimittu. Seitsemän vastaajaa oli sitä mieltä, että ostopisteitä tarvittaisiin enemmän. Niitä tulisi olla hajautetusti ympäri Suomea, riittävän tiheästi ja lähellä luonnontuotteita poimivia ihmisiä. Yksi vastaaja ehdotti ostoverkoston muodostamista. Luonnontuotteita ostavien yritysten toivottiin muutoinkin tulevan enemmän esille ja ilmoittavan paremmin poimijalle maksettavasta hinnasta. Myös poimijoiden toivottiin ilmoittavan ostajille aktiivisemmin myymistään luonnontuotteista. Kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että ostotoiminta olisi syytä keskittää organisoidusti tietyille alueille tai yrityksille. Ensioستاجien myynnin tehostamiseksi ehdotettiin, että ensioستاجien tulisi verkostoitua.

1.4 Luonnontuotealan koulutuksen lisääminen

Kahdeksan vastaajaa toivoi peruskoulujen osallistuvan luonnontuotteiden talteenoton edistämiseen järjestämällä metsäretkiä nuorille ja sisällyttämällä metsäretket opetussuunnitelmaan. Samalla nuorille siirrettäisiin talteenoton perinnettä. Peruskouluopetuksen lisäksi talteenottoa voitaisiin lisätä erilaisten teemailtojen, kurssien ja poimijakoulutusten muodossa. Poimijakoulutuksessa toivottiin perehtyvän myös kaupalliseen poimintaan. Eräs vastaaja oli sitä mieltä, että poimijakoulutuksen järjestäminen olisi ostavien yritysten tehtävä.

1.5 Luonnontuotealan kehittäminen

Poimintateknologiassa eli poimintavälineissä olisi muutaman vastaajan mielestä kehittämisen varaa. Eräs vastaaja toivoi lisää tietoutta siitä, mitä poimia, mistä poimia ja miten eri tavoin poimia. Muutama kyselyyn vastannut halusi kehittää luonnontuotteiden laatua ja oli sitä mieltä, että luonnontuotteille pitäisi saada omat laatuvaatimukset. Laadun varmistamiseksi tarvittaisiin yhden vastaajan mielestä pistokokeita ensiostopisteisiin, jotka suorittaisi mielellään ulkopuolinen tarkastaja.

Tutkimukset ja kartoitukset nousivat esille talteenoton lisäämiseksi. Tuloksia pitäisi tuoda enemmän esille, jotta ihmiset ymmärtäisivät kuinka erinomaisia luonnontuotteet ovat. Tämän uskottiin lisäävän niiden arvostusta.

Jatkojalosteita ja erikoistuotteita toivottiin lisää markkinoille. Tuotteiden erityisominaisuuksia, kuten lähiruokaa ja puhtautta, haluttiin tuoda enemmän esille.

1.6 Tiedotustoiminta

Reilu 20 kyselyyn vastannutta toivoi lisää luonnontuoteala-aiheisia juttuja lehtiin ja televisioon. Tiedottamista ehdotettiin lisättävän erityisesti marja- ja poiminta-aikaan. Myös luonnontuoteaiheista reseptiikkaa toivottiin enemmän tarjolle. Tiedottamista haluttiin suunnata lapsille, nuorille ja lapsiperheille. Luonnontuotteista toivottiin esille niiden hyviä ominaisuuksia ja terveysvaikutuksia. Näin luonnontuotealalle rakennettaisiin positiivista julkikuvaa. Tiedottamisen välineiksi mainittiin erilaiset kampanjat, tietoiskut, herättelevät kysymykset, uudet sanonnat ja kilpailut. Luonnontuotealalle pitäisi saada lisää arvostusta erään vastaajan mielestä. Luontoliikuntaa ehdotettiin myytävän ihmisille extreme -lajina ja hyvänä kuntoliikuntamuotona. Myös ilmainen raha voisi houkutella osaa ihmisistä luonnontuotteiden talteenottoon. Markkinointia talteenoton edistämiseksi toivoi reilu 20 kyselyyn vastanneista.

2. Luonnontuotteiden käytön edistäminen

2.1 Luonnontuotteiden käytön edistäminen kotimaassa

2.1.1 Markkinointi

Kolmekymmentä kyselyyn vastanneista toivoi luonnontuotealan markkinoinnin tehostamista käytön edistämiseksi. Luonnontuotteita haluttiin hyödynnettävän enemmän suurteollisuudessa ja tavallisten tuotteiden raaka-aineina. Laadukkaan asiakaspalvelun tarjoaminen nousi myös esille. Markkinoinnin tulisi olla jatkuvaa ja trendikästä.

2.1.2 Tiedotustoiminta

Luonnontuotteiden käytön edistämiseksi vastaajien toiveisiin nousi erityisesti lapsiin ja nuoriin vaikuttaminen. Luonnontuotteiden tuntemuksen lisäämiseksi muutamat kyselyyn vastanneet painottivat luontoarvojen tärkeyttä, perheen antamaa esimerkkiä jälkikasvulleen ja vanhempien antamaa opastusta lapsille luonnossa liikkumiseen.

Luonnontuotteiden tunnistamisesta, keruusta ja käytöstä voitaisiin kampanjoida päiväkodeissa ja kouluissa. Keinoksi ehdotettiin luonnontuotteita lisää opetukseen, kotitaloustunneille ja oppikirjoihin. Myös koulun henkilökunnan toivottiin kiinnostuvan ja valistuvan enemmän luonnontuotteista.

Tuote-esittelyitä ja maistajaisia haluttiin lisää myymälöihin. Samoin messuja ja tuotteiden käytön esittelyä tavallisille kuluttajille toivottiin enemmän. Myös keittiöhenkilökunnalle toivottiin järjestettävän luonnontuotekampanjoita. Luonnontuotteita haluttiin lisää suurkeittiöiden, kuten päiväkotien, koulujen ja vanhainkotien, ruokalistoilta.

Moni kyselyyn vastanneista toivoi luonnontuotteiden tiedottamisen lisäämistä tiedotusvälineissä. Kymmenen kyselyyn vastanneista toivoi lisää tiedottamista TV:ssä, kahdeksan lehdissä ja neljä radiossa. TV:ssä sopiviksi yhteistyökumppaneiksi ehdotettiin aamu-tv:n kokkeja. Lehtiartikkeleita kaivattiin lisää erityisesti naisten lehtiin. Yhteistyötä toivottiin lisättävän median ja luonnontuotealan välillä ja yksi vastaaja ehdotti luonnontuotealalle julkisuushenkilöä keulakuvaksi.

Kuluttajille ja kotitalouksille tiedottamista pitäisi 14:sta kyselyyn vastanneen mielestä lisätä. Sopivia tiedotuspaikkoja olisivat mm. torit, markkinat ja kauppakatut. Kuluttajille pitäisi järjestää teemavuotia ja kilpailuja sekä tehdä ja jakaa luonnontuote-esitteitä. Yksi vastanneista piti nuoria perheitä hyvänä kohderyhmänä. Lapsille toivottiin asennekasvatusta luonnontuotteiden erinomaisuudesta ja jokamiehen oikeudet tulisi nähdä erikoisena etuna. Yksi vastanneista toivoi erityisesti yrttien imagon parantamista kuluttajien keskuudessa.

2.1.3 Tuotekehitys

Kuusitoista kyselyyn vastannutta mainitsi, että tuotetarjontaa pitäisi olla enemmän ja kymmenkunta vastaajaa mainitsi tuotekehityksen tärkeäksi osaksi käytön edistämistä. Erilaisia tuotteita, kuten

trendi-, volyyymi- ja terveystuotteita sekä myyntipakkauksia toivottiin kehitettävän. Tuotteilta toivottiin myös helppoutta, erikoisuutta ja maukkautta. Nuorille suunnattuja tuotteita toivottiin lisää markkinoille.

Luonnontuotteiden erityisominaisuuksista terveellisyys nousi eniten esille. Terveellisyyttä ja käytön etuja halusi korostaa käytön lisäämiseksi 20 kyselyyn vastanneista. Muita esille tulleita tuotteiden erityisominaisuuksia olivat puhtaus, kotimaisuus ja lähiruoka.

2.1.4 Ruokatottumukset ja kotitalousneuvonta

Eräs kyselyyn vastanneista pohti, että ihmiset nykypäivänä ovat vieraantuneet niin luonnosta kuin luonnontuotteiden käytöstäkin. Käytön opastaminen olisi tärkeää kulutuksen kasvattamisessa. Yksi vastaaja neuvoi, että sienistä voisi opettaa ryöppäämisen, suolauksen ja pakastamisen. Marjoista puolestaan tulisi opettaa mehujen, hillojen ja pakasteiden tekeminen sekä yrteistä kuivaaminen.

Myös ravitsemusneuvonta ja ihmisten ruokatottumusten korjaaminen suositusten mukaisiksi nousi esille yhtenä keinona lisätä luonnontuotteiden käyttöä. Positiivisen esimerkin antaminen uskottiin myös lisäävän luonnontuotteiden käyttöä. Luonnontuotteita sisältäviä reseptejä toivoi lisää kymmenen kyselyyn vastannutta. Myös luonnontuotteiden saatavuutta kaupoista pitäisi vastaajien mielestä parantaa.

Yksi vastaajista esitti, että marjoja ostettaisiin lisää kaupasta, jos niitä ei ennästä tai halua itse poimia metsästä. Syksyllä marjoja voisi ostaa ja käyttää tuoreena ja talvella puolestaan marjoja voi ostaa kaupan pakastealtaasta.

Säilönnän ja muiden käyttömahdollisuuksien tiedottaminen, kehittäminen ja niistä kertovien esitteiden jakaminen kuluttajille olivat reseptiikan lisäksi esille tulleita keinoja luonnontuotteiden käytön lisäämiseksi. Eräs vastaajista ehdotti järjestettäväksi ”hilloiltoja”, joissa nuoret voisivat valmistaa erilaisia tuotteita, kuten hilloja ja mehuja ja oppisivat näin arvostamaan tuotteita enemmän. Kuluttaja voisi punnita sitä, haluaako ostaa tuotteen kaupasta vai kerkiääkö hän valmistaa sen itse. Ruokakursseilla voitaisiin opastaa luonnontuotteiden käyttöä kuluttajille. Muutama vastaajista painotti sitä, kuinka halpaa olisi kerätä marjat itse.

2.1.5 Koulutus, verkostot ja tutkimukset

Luonnontuotealan koulutusta toivottiin kurssi- ja järjestötyyppisenä. Yhden vastaajan mielestä luonnontuotealan verkostojen kehittäminen lisäisi luonnontuotteiden käyttöä. Kuuden vastaajan mielestä tutkimustietoa pitäisi lisätä luonnontuotteista.

2.2 Luonnontuotteiden käytön edistäminen kansainvälisesti

2.2.1 Markkinointi

Seitsemäntoista vastaajaa toivoi lisää kansainvälistä markkinointia luonnontuotteille. Markkinoinnin edistämiseksi ehdotettiin yhteistä markkinointia, mainoksia ulkomaiden tiedotusvälineisiin, TV-mainoksia, piilomainontaa ulkomailla jo olevien yritysten avulla sekä

suomalaisen luonnon ja pohjolan eksotiikan korostamista brandeina. Tukkupuolelle toivottiin lisää luonnontuotteita. Myös uusia ideoita kaivattiin puhtaus-teeman tilalle.

Suomalaisia ravintoloita toivottiin perustettavan Euroopan mantereelle ja kotimaisiin ravintoloihin tulisi saada lisää luonnontuotteita. Yksi vastaajista kertoi, että vientiä olisi, muttei mistä tarjota. Asiakaspalvelun tärkeys viennin edistämiseksi mainittiin ja poimintarajoitteiden puuttumista kannattaisi erään vastaajan mielestä markkinoida enemmänkin. Makuelämysten ja –kokemuksien tarjoaminen turisteillemme ja ulkomaalaisille lisäisi varmasti luonnontuotteidemme kysyntää kansainvälisillä markkinoilla.

2.2.2 Vientiverkosto

Yritysten yhteistä vientiasiamiestä toivoi neljä vastaajaa. Kaksi ilmoitti kantansa, että luonnontuotealan pitäisi tehdä yhteistyötä viennin edistämiseksi. Myös valtakunnallisesti organisoitua verkostoa toivottiin. Viennin yhdistäminen matkailuun ja kansainväliseen yhteistyöhön osallistuminen voisivat myös avata lisää kansainvälisiä markkinoita.

Yhdeksän kyselyyn vastanneista toivoi lisää kansainvälisiä messuja. Messuja tulisi markkinoida ja järjestää turisteille kotimaassa ja viedä ulkomaille. Messuille toivottiin hyviä ja kielitaitoisia esittelijöitä. Ammattitaidon ja riittävän henkilökunnan uskottiin myös edistävän vientiä. Yksi vastaajista toivoi yrittäjien ottavan huomioon EU-lainsäädännön merkityksen.

2.2.3 Tutkimustieto

Markkinatutkimusten tarkoitus olisi löytää sopivia asiakkaita luonnontuotealalle ja lisätä kulttuurien tuntemusta tutkimusten ja selvitysten kautta. Lisää luonnontuotealan tutkimustietoa halusi yhdeksän kyselyyn vastanneista. Tutkimustiedon haluttiin löytävän myös kuluttajille saakka. Yksi vastanneista kertoi muiden maiden olevan jo edellä tutkimustiedossa.

2.2.4 Tiedotus päättäjille

Suomen EU:n puheenjohtajuuskautta pidettiin hyvänä mahdollisuutena mainostaa suomalaisia raaka-aineita ulkomaalaisille. Suomalaisia luonnontuotteita ja niistä valmistettuja herkuja tulisi nyt laittaa niin omaan kuin vieraspöytäankin. Yksi vastaajista oli myös sitä mieltä, että päättäjiä pitäisi tutustuttaa enemmän maamme erinomaisiin luonnontuotteisiin.

2.2.5 Tuotteiden erityisominaisuudet

Eniten vastaajat toivoivat korostettavan raaka-aineidemme puhtautta. Puhtauden lisäksi esille nousseita erityisominaisuuksia olivat suomalaisuus, vitamiinipitoisuus, aromikkuus, lappilaisuus ja kesän valoisat luonnontuotteet.

Kymmenen vastaajaa toivoi luonnontuotteiden terveysvaikutuksia enemmän esille kansainvälisen käytön edistämiseksi. Niitä tulisi olla esillä jatkuvasti, jotta tieto saavuttaisi niin vanhat kuin uudetkin kuulijat. Myös ruokailutottumuksiin vaikuttaminen katsottiin yhtenä osana käytön edistämistä.

2.2.6 Tuotekehitys ja laatu

Yhdeksän vastaajaa kaipasi luonnontuotteille enemmän tuotekehittelyä. Yksi vastaajista toivoi erityisesti erilaisia sienituotteita tavallisten sienisalaattien lisäksi. Tuotteita toivottiin myös suurteollisuuteen raaka-aineiksi ja tuotteiden pitäisi olla paremmin kuluttajien saatavilla. Pakkauksista haluttiin käteviä ja ekologisista. Tuotteita tulisi olla riittävästi saatavilla, jotta kasvava kysyntä voitaisiin tyydyttää. Muutama vastannut toivoi hyvää laatua ulkomaille vietäviltä luonnontuotteilta.

3. Luonnontuotealan koulutus

Koulutusta toivottiin järjestettävän kaikille luonnontuotealalla toimiville eli poimijoille, asiantuntijoille ja yrityksille. Lisäksi luonnontuotealan koulutusta haluttiin suunnattavan nuorille, joiden toivottiin innostuvan luonnontuotteista ja metsään lähtemisestä. Yksi vastaajista kertoi, että hänellä oli kokemuksia siitä, ettei halukkaita osallistujia luonnontuotealan koulutukseen ole, vaikka sitä järjestettäisiin.

Tarjolle toivottiin erilaisia koulutusmahdollisuuksia ja laadukasta, valvottua, opetushallituksen hyväksymää ja yrityksen tarpeista lähtevää koulutusta. Eniten toivottiin, että koulutus sisältäisi käytännön työtä ja opetusta. Koulutusten toivottiin myös olevan mielellään lyhytkestoisia ja lähellä kaupunkia. Lisäksi niiden haluttiin lisäävän luonnontuotteiden tuntemusta sekä kartuttavan niiden käyttömahdollisuuksia. Kuusi vastaajaa halusi koulutuksista luonnontuotetietopaketteja, joissa haistellaan ja maistellaan luonnontuotteita. Koulutuksessa kerrottaisiin mitä ne sisältävät, mihin ne soveltuvat ja siihen voisi myös sisältyä elämysmatkailu metsään vaikkapa hevosella ratsastaen. Koulutuksen tulisi muuttaman vastanneen mielestä myös olla palkitsevaa ja motivoivaa sekä sisältää näyttötodistus. Yhden vastaajan mielestä poimijakoulutukset olivat turhia. Ja yksi vastaaja kertoi, että pelkkä keruukoulutus riittää.

Opetusta toivottiin eniten lisää peruskouluihin. Luonnontuoteopetusta ehdotettiin järjestettävän terveystiedon ja kotitalouden oppitunneilla. Yksi jopa ehdotti omaa oppiainetta luonnontuotteille. Neljä vastaajaa halusi luonnontuotealan koulutusta lisää ravitsemisalan oppilaitoksiin ja kaksi vastaajaa ammatillisiin oppilaitoksiin. Muita kyselyssä esille tulleita luonnontuotealalle sopivia koulutuspaikkoja olivat yliopistot, kansalaisopistot, eri järjestöt, netti, kaupat, seminaarit ja TV-ohjelmat. Yliopistoissa luonnontuotekoulutusta haluttiin opettaja- ja ravitsemusopetukseen sekä yleisesti myös kaikille luonnonvara-aloille.

Toivotut luonnontuotealakoulutukset jakaantuivat elintarvikekoulutukseen, yritysosaamiseen, erilaisiin luonnontuotekursseihin, luonnontuotealan ammattitutkintoon sekä eräopaskoulutukseen. Elintarvikekoulutukselta toivottavia osa-alueita olivat luonnontuotteiden tuntemuksen lisääminen, tuotteiden erityisominaisuuksien esille tuonti, poimintateknologian sekä valmistusteknologian koulutus ja kehittäminen. Kahdeksan vastaajaa toivoi nimenomaan valmistusteknologian koulutusta. Valmistuksesta toivottiin käyvän läpi mm. jalostustekniikoita, säilöntää, ekologista tuotantotapojaa ja uusien tuotteiden ideointia.

Yritysosaamisessa esille nousi voimakkaimmin markkinointikoulutus, jota toivoi 11 kyselyyn vastanneista. Markkinointikoulutuksen yhteydessä esille nousi verkostomarkkinointi, markkinakanavien tuntemuksen ja asiakaspalvelun kehittämisen tarve sekä kaupanteko. Hygienia-

asiat mainitsi kuusi ja laatuasiat neljä kyselyyn vastanneista. Talouspuolen koulutuksen mainitsi myös neljä vastaajaa. He katsoivat yritystoiminnassa tärkeäksi kustannusten ja tuottojen tasapainon sekä maksimaalisen hyödyn tavoittelun. Yhteistyön rakentamisen mainitsi koulutuskohteeksi kolme vastaajaa ja yksi toivoi koulutusta lisää vientiosaamisesta ja kansainvälisyydestä. Eräs vastaaja toivoi yritysten hyödyntävän enemmän jo olevaa asiantuntemusta.

Erilaisia luonnontuoteaiheisia kursseja toivottiin lisää. Kymmenen vastaajaa katsoi tärkeäksi poimijakoulutuksen. Poimijakoulutukseen haluttiin mukaan hygieni- ja laatuasiat. Lisää kaivattiin myös kauppasieni- ja kauppayrittäjäpoimijakoulutuksia. Ruuanvalmistuskursseilla voitaisiin opettaa kotitalouksille luonnontuotteiden käyttöä.

Kolme vastaajaa toivoi luonnontuotealan ammatti- ja yrittäjäutkintoa. Erikoistumismahdollisuutta alan sisällä kaivattiin. Yksi vastaaja muistutti, että myös eräopaskoulutus on luonnontuotealaan liittyvä koulutus.

4. Yritysten konsultointitarve

Yritystoiminnan osa-alueet, joihin haluttiin yrityskohtaista konsultointia, olivat markkinointi, liiketoimintaosaaminen, laadunvalvonta, tuotekehitys, asioiden päivittäminen, verkostoituminen, teknologian kehittäminen ja tutkimusten teko sekä niiden hyödyntäminen käytäntöön. Eniten asiantuntemusta toivottiin markkinoinnin ja tuotekehityksen kehittämiseen sekä verkostoitumisen lisäämiseen ja laadun valvontaan. Konsultointikysymyksen yhteydessä tuli esille erilaisia mielipiteitä. Eräs toivoi kunnan osallistuvan alueensa yritysten konsultoinnin järjestämiseen. Kaksi vastaajaa kertoi, että konsultointitarve on yrityskohtaista ja että näitä tarpeita täytyy kartoittaa. Yksi myös ilmoitti, että luontoyrittäjäyys on aivan aliarvostettua. Yksi vastaajista katsoi, ettei yritysten konsultointi ole Arktisten Aromien tehtävä. Ammattitaitoisia konsultteja tarvittaisiin vastanneiden mielestä luonnontuotealalle. Muutamalla vastanneista oli huonoja kokemuksia yrityskonsulttien kanssa tehdystä yhteistyöstä. Konsultointia pidettiin liian hajanaisena ja sektoroituneena, jolloin yrittäjä jää ongelmien kanssa liian yksin.

4.1 Markkinointi ja luonnontuotteiden tuntemus

Markkinointiin tarvittaisiin 32 kyselyyn vastanneen mielestä konsultointiapua. Yksi vastaajista ehdotti, että markkinointiin pitäisi varata oma osuutensa budjetista. Kansainvälisen markkinoinnin osaaminen ja valtaaminen, laadukkaan asiakaspalvelun tarjoaminen ja markkinointikoulutuksen lisääminen parantaisivat yritysten toimintakykyä. Viennin edistämiseen konsultointiapua tarvitsisivat neljä kyselyyn vastannutta. Markkinatutkimusten tekemisen tarve ja hyödyntäminen käytäntöön tulivat esille kyselyssä. Markkinatutkimusten toivottiin lisäävän kulttuurien tuntemusta niin ulkomailla kuin kotimaan sisällä, selvittävän luonnontuotteiden käyttötapoja ja makutottumuksia eri maissa.

Luonnontuotteiden tuntemuksen lisääminen oli kyselyyn vastanneiden mielestä yksi yritystoiminnan kehittämisen kohde. Tuote on tunnettava hyvin, jotta sen osaa myydä. Luonnontuotteista tulisi puhua enemmän ja siitä kuinka niitä voi hyödyntää. Yksi vastaaja toivoi luonnontuotteiden tuntemuksen lisääntyvän yrityksissä ja marketeissa. Eräs vastaajista toivoi

luonnontuotteita myyvien ihmisten olevan kokonaisvaltaisesti kiinnostuneita luonnontuotteista. Tavallisten luonnontuotteiden lisäksi esille toivottiin perinteisiä luonnontuotteita, kuten tuohitöitä. Niitä voisi kehittää ja tuotteistaa entistä enemmän. Pajutuotteet mainittiin hyvin menestyneenä vanhana perinteisenä tuotteena.

4.2 Tuotekehitys ja laadunvalvonta

Tuotekehitykseen toivottiin markkinoinnin jälkeen toiseksi eniten konsultointiapua. Tuotekehityksen mainitsi 17 kyselyyn vastannutta tarpeelliseksi kehittämisen kohteeksi. Luonnontuotteiden käsittely oli yksi tuotekehityksen aihe, johon toivottiin apua. Kuinka tuotteita voitaisiin enemmän kohdentaa eri asiakasryhmille, mietitytti erästä vastaajaa. Koko käsittelyketjun katsoi kaksi vastaajaa tarvitsevan konsultointia ja kehittämistä. Tuotantolaitteiston käsittely ja tuotteiden säilyvyys tulivat myös esille tuotekehityksen edistämisen kohteina. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että nimenomaan marja-ala tarvitsee kehittämistä. Kahdeksan vastaajaa toivoi konsultointia laadun valvontaan. Laatustandardit, kuten uudet herkkutatin laatuvaatimukset, kaipasivat neuvontaa ja koulutusta, jotta ne osattaisiin ottaa käyttöön. Omavalvonta ja laadun tarkkailu jo ensiostopisteissä vaati kahden vastaajan mielestä apua.

4.3 Ajankohtaisten tietojen päivittäminen

Ajan tasalla olemista luonnontuotealan asioista ja tapahtumista pidettiin tärkeänä yritysmaailmassa ja siihen toivottiin myös konsultointiapua. Yksi vastaaja kertoi mielipiteensä, että tämä olisi nimenomaan Arktisten Aromeiden tehtävä. Päivitettäviä asioita olivat mm. hygieni- ja lainsäädäntöasiat sekä torjunta-aineiden käyttö luomutuotannossa. Lainsäädännöstä todettiin, että siitä tarvittaisiin jatkuvaa koulutusta. EU-säädökset olivat erään vastaajan mielestä liian monimutkaisia.

4.4 Luonnontuotealan verkostoituminen

Toimijoiden välisen yhteistyön lisääminen oli yksi paljon kannatusta saaneista kehittämiskohteista. Kaksitoista vastaajaa toivoi konsultointia yhteistyön kehittämiseen. Kontaktiverkoston luomisen katsottiin olevan elinehto. Apua tarvittiin yritysverkoston perustamiseen sekä ylläpitoon. Yksi vastaajista toivoi yhteistä tahoa, joka hoitaisi yritysten välisiä suhteita. Yksi taas ehdotti yritysverkoston rakentamista osuuskuntaperiaatteen mukaisesti. Eräs vastaaja toivoi yritysverkostoihin alueellista konsultointia. Sitä tulisi järjestää yhdessä kerääjille ja luonnontuotteiden ostajille.

4.5 Teknologian kehittäminen

Teknologian kehittämiseksi asiantuntija-apua tarvittaisiin koneiden ja laitteiden käytössä ja huollossa.

5. Yhteistyö luonnontuotealalla

Yhteistyötä pidettiin elinehtona yrityksen toimimiselle. Tuotekehityksessä ja jalostuksessa toivottiin tehtävän enemmän yhteistyötä. Aidon ja tasapuolisen yhteistyön rakentamisen katsottiin olevan vaikeaa, koska yrittäjät ovat hyvin itsenäisiä. Siihen toivottiin kuitenkin panostusta. Yhteistyötä voitaisiin erään vastanneen mielestä tehdä koko tuotantoketjun ajan. Yksi myös toivoi löytävänsä yhteistyökumppanuuksia, jotka olisivat pitkäkestoisia. Eräs vastaaja kertoi riittämättömän palkan ja työajan laittavan esteitä yhteistyölle. Yhteistyötä tehtiin luonnontuoteneuvojen ja –kerääjien, eri yhdistysten, tavarantoimittajien, tuotevalmistajien, viljelijöiden, jatkojalostajien, keittiöhenkilökunnan kouluttajien, oppilaitosten, matkailuyritysten ja tiedotusvälineiden kanssa. Osa vastaajista kertoi, ettei tee yhteistyötä tai tekee yhteistyötä hyvin vähän.

5.1 Yhteistyön osa-alueet

Yhteistyötä tehtiin selvästi eniten raaka-aineiden osto- sekä myyntitoiminnassa. Osa yrityksistä teki molempia ja osa joko osto- tai myyntitoimintaa. Tietojen vaihtoa ja keskustelua muiden yritysten kanssa oli toiseksi suosituin yhteistyömuoto. Alihankintaa, pakastusta, markkinointia ja hankeyhteistyötä sekä tuotekehitysprojekteja tehtiin myös useammassa yrityksessä. Joissakin yksittäisissä yrityksissä tehtiin yhteistuumin kansainvälistä yhteistyötä, avustustoimintaa, tutkimusta, kampanjoita, tuotteiden suolausta ja vakuumpakkausta, laitehankintoja, tuotteiden oheismyyntiä ja kurssien järjestämistä sekä koulutusta. Koulutusta toivottiin lajituntemuksesta, keruusta ja käytöstä, lainsäädännöstä, kasvilääkinnästä ja kauppasienipoiminnasta. Koulutusta tulisi järjestää niin yrittäjille, kuluttajille kuin kerääjillekin.

5.2 Yhteistyön onnistuminen

5.2.1 Raaka-aineet

Parhaiten yhteistyössä muiden yritysten kanssa yritykset katsoivat onnistuvansa raaka-aineiden ostossa sekä myynissä. Yhdeksätoista kyselyyn vastannutta kertoi raaka-aineiden oston ja kymmenen vastaajaa raaka-aineiden myynnin onnistuvan yhteistyössä kaikkein parhaiten. Luonnontuotteista marjojen osto- ja myyntitoiminta oli kaikkein vilkkainta. Raaka-aineiden ostoa vaikeuttivat huono poimijahinta ja satovaihtelut. Poimijoiden ammattitaitoa eräs vastaaja piti hyvänä.

5.2.2 Markkinointi ja vienti

Viisi vastaajaa kertoi markkinoinnin onnistuvan parhaiten esille tulleista yhteistyömuodoista. Yksi mainitsi viennin edistämisen olevan parasta osaamista yhteistyön osalta ja muutama mainitsi messu- ja näyttelytoiminnan. Yksi vastaaja mainitsi nimenomaan ulkomaisen messutoiminnan onnistuvan suomalaisten luonnontuotealan yrittäjien kesken kaikkein parhaiten.

5.2.3 Jalostustoiminta

Kaksi vastaajista mainitsi yhteistyössä parhaiten onnistuvan työn jakaminen eri tuotantoketjun osajien kesken. Yhteiskuvion muodostivat yhden yrittäjän osalta raaka-ainehankinta-, jalostus- ja markkinointiporras. Toinen yrittäjä yhdistäisi viljelijän tai poimijan, valmistajan, vientiasiamiehen ja markkinointiyrityksen.

Tuotteiden alihankinnan katsoi kuusi vastaajaa onnistuvan parhaiten. Alihankintaan kuului mm. raaka-aineiden oston, tuotteiden valmistamisen ja tuotteiden säilönnän teettäminen muilla yrityksillä sekä kuljetuksen, varastoinnin ja laitteiden käytön jakaminen yritysten kesken.

5.2.4 Yhteistyö lähialojen kanssa, yhteydenpito ja koulutus

Yksi yrityksistä kertoi yhteistyön sujuvan parhaiten matkailuyritysten kanssa. Etenkin luonnontuotteiden yhdistäminen maatilamatkailuun oli hänen mielestään onnistunut idea. Tietouden vaihtaminen muiden yritysten kesken sujui muutaman mielestä hyvin ja kaksi kertoi koulutus- ja neuvontatyön onnistuvan parhaiten. Osa kertoi, etteivät he osaa sanoa millä alueella yhteistyö onnistuu parhaiten.

6. Luonnontuotealan yritysverkosto

Yritysverkoston katsottiin rakentuvan poimijoista, luonnontuotteita ostavista henkilöistä tai yrityksistä, luonnontuotteita myyvistä yrityksistä, markkinayrityksistä, logistiikkapuolesta, tuotekehitysosaajista, kouluttajista ja mahdollisesti mukana olisi myös kunta. Yritysverkosto kattaisi näin ollen koko luonnontuotealan toimijat. Yksi vastaajista halusi yritysverkoston perustamisessa hyödyntää jo olemassa olevia resursseja. Yhteistyötä ja erikoistumista toivottiin lisättävän. Oma poimijaverkoston rakentamista ehdotettiin, jotta he olisivat paremmin tavoitettavissa. Myös muita ehdotuksia yritysverkoston perustamiseksi tuli esille mm. Arktiset Aromit ry:n verkostoa ehdotettiin yhteistyön välineeksi ja pienyritysten toivottiin tiivistävän yhteistyötä luonnontuotealalla.

Osa vastaajista toivoi yritysverkostolle yhteistyötahoa, joka hoitaisi yritysten välisiä suhteita. Yhteistyöhenkilö voisi yritysten puolesta kiertää esim. messuja ja tavarataloja sekä esitellä yrityksiä ja niiden tuotteita. Yhteistyöhenkilöltä toivottiin kokemusta, kielitaitoa ja hyviä suhteita moniin eri tahoihin. Yksi vastaajista toivoi kunnan olevan mukana järjestämässä luonnontuotealan asioita. Se voisi esimerkiksi tarjota paikkakunnan yrityksille neuvojahenkilöä ja tiloja.

Yritysverkoston toiminnan perustaksi vastaajat kertoivat ammattimaisuuden, yhteistyötä tekevien yritysten samanlaiset toimintakulttuurit, tasavertaisuuden, monipuolisuuden, aitouden, luotettavuuden, systemaattisuuden, pitkäjänteisyyden ja ihmisten kiinnostuksen luontoa ja luonnontuotteita kohtaan niin kotimaassa kuin ulkomaillaakin. Kaksitoista vastaajaa nimesi toiminnan perustaksi aitouden, luotettavuuden ja avoimuuden. Yhteistyön osapuolilla pitäisi olla aidot intressit tehdä yhteistyötä. Yhteistyönä voitaisiin tehdä myös projektitöitä. Yritysverkoston toiminta-alueiksi ehdotettiin sekä valtakunnallista että paikallista verkostoa.

Tiedon kulkua pitäisi yritysyrityksessä olla sujuvaa. Yhden vastaajan mielestä kaikkien luonnontuotealan yritysten ja yhdistysten yhteystiedot pitäisi löytyä helposti yhdeltä nettisivulta.

Luonnontuotealan lehden toivottiin myös ilmestyvän useammin ja siihen kaivattiin enemmän alan mainoksia sekä ostaja- ja myyjäpalstaa.

Osa vastaajista epäili yritysverkoston kehittämisen tarvetta. Kaksi vastanneista piti nykyistä yritysverkostoa toimivana ja kertoi että yhteistyökumppanit ovat löytyneet. Muutama kyselyyn vastanneista kertoi, etteivät tunne nykyistä yritysverkostoa riittävän hyvin, eivätkä näin ollen osanneet sanoa, mitä he odottavat siltä tai mitä parannettavaa siinä olisi. Neljä vastanneista sanoi, että tarve verkostolle on yrityskohtaista. Kaksi vastanneista oli sitä mieltä, että yritys yhteistyö on rakennettava itse ja oman alan toimijat on etsittävä omin avuin. Yksi vastanneista epäili yhteistyön onnistumista omien huonojen kokemuksiensa perusteella.

7. Taloudellisen kilpailukyvyn kehittäminen

Parempaa hintaa poimijoille halusi maksaa 26 kyselyyn vastannutta. Tämä tekisi poiminnan taloudellisesti kannattavammaksi, eikä korkea bensan hinta estäisi poimijoita lähtemästä metsään ja marjojen ostopaikkoihin. Verotusta ei haluttu luonnontuotealalle ja neljä vastaajaa sanoi, että luonnontuotteiden arvonnäisävero tulisi poistaa tai pienentää, ainakin ensiostajilta ja –välittäjiltä. Kilpailukykyä parantaisi myös hyvä sato ja kohtuulliset hintatasot. Tuotteille toivottiin enemmän kilpailijatuotteita, jolloin myös hinnat saattaisivat alentua.

Viennin edistämiseksi yhdeksän vastaajaa toivoi lisää rahaa vientiin. Kuusi vastaajaa oli sitä mieltä, että vientiosaamista voisi kehittää perustamalla yritysten muodostamia vientirenkaita eli tiivistämällä yhteistyötä myös viennin osalta. Kysyntää on ulkomailla niin paljon, että voimavarojen yhdistäminen on ainoa keino saada raaka-aineita tarpeeksi kasaan ja kestävä yhteistyön rakentamiseksi ulkomaisiin yrityksiin.

Kaksi vastaajaa halusi luonnontuotealalle lisää resursseja eli ammattitaitoista henkilökuntaa, rahaa ja tuotantotiloja. Kaksi vastaajaa ehdotti myös yhteistä tuotemerkkiä ja yhteisiä tuotteita useammalle yritykselle. Näin tuotevalikoimaan saataisiin volyymia ja enemmän valikoimaa. Myös nettikaupan arvon huomaaminen ja erilaisten brandien kehittäminen lisäisi luonnontuotteiden kilpailukykyä.

Kilpailukyvyn kehittämisen esteiksi mainittiin huonot kontaktit muihin toimijoihin ja nuorten ihmisten huono halukkuus ryhtyä luonnontuotealan toimijaksi. Toimijoiden sanottiin tunnevan toisensa, mutta yritystoiminnan olevan niin itsenäistä ja hajallaan, että yhteistyö on lähes mahdotonta. Asiantuntemuksesta pitäisi yhden vastaajan mielestä myös olla valmis maksamaan. Eniten kannatusta kilpailukyvyn parantamiseksi sai ajatus, että yritysten tulisi erikoistua johonkin tiettyyn tehtävään luonnontuotealalla. Kahdeksantoista vastaajaa oli sitä mieltä, että yhden yrityksen ei tarvitse osata ja tehdä kaikkea itse, vaan tehtäviä voidaan jakaa useamman yrityksen kesken. Yksi ehdottikin, että yhteistyötä voitaisiin tehdä omien puutteiden osalta.

8. Arktiset Aromit ry:n toiminnan arviointia

Vastaajilta kysyttiin edistämiskyselyssä myös Arktiset Aromit ry:n toiminnan odotuksia tulevaisuudessa ja yhdistyksen www-sivuja pyydettiin arvioimaan. Kyselyyn vastanneet katsoivat

Arktiset Aromit ry:n tärkeimmäksi tehtäväksi luonnontuotealasta tiedottamisen.

Kaksikymmentäneljä vastaajaa oli sitä mieltä, että nykyinen toiminta oli hyvää ja toivoivat toiminnan jatkuvan samanlaisena. Toimintaa kuvailtiin hyödylliseksi, aktiiviseksi, laajaksi, tarpeelliseksi ja näyttäväksi. Yksi vastaajista tosin toivoi yhdistyksen olevan vieläkin enemmän esillä. Yhdeksän vastaajaa mainitsi, ettei heillä ollut odotuksia Arktisia Aromeita kohtaan.

Myös negatiivista palautetta tuli kyselyssä esille. Yksi vastaajista halusi, että muitakin luonnontuotteita kuin tavallisempia otettaisiin huomioon. Esimerkkinä hän mainitsi vihdot, vahakynntilät ja yrttikylpyaineekset. Yksi vastaajista katsoi, ettei yhdistykselle kuulu operatiivisen toiminnan pyörittäminen. Yksi taas halusi yhdistyksen keskittyvän enemmän talteenottoon kuin menekin edistämiseen. Eräs vastaaja taas ei halunnut yhdistyksen puhuvan satoennusteista ja yksi vastaaja taas ei katsonut pienen yhdistyksen pystyvän vaikuttamaan luonnontuotealaan.

Kaksikymmentäkolme kyselyyn vastannutta odotti Arktiset Aromit ry:ltä luonnontuotealan tiedottamista. He halusivat yhdistyksen kokoavan tietoa ja olevan tiedon lähde. Uusista lakimuutoksista haluttiin tietoa ja opastusta. Yksi kertoi, että myös kansainvälistä tiedottamista olisi lisättävä. Sähköpostin ja www-sivujen tiedotusta kehuttiin. Tiedotusta toivottiin kohdistettavan enemmän nuoriin. Enemmän toivottiin asiaa yrteistä, lehtiartikkeleita, tiedotusta kansainvälisistä tapahtumista ja tietoa luonnontuotteiden ostopisteistä. Arktiset Aromit ry:n odotettiin tekevän yhteistyötä päättäjien kanssa.

Arktiset Aromit ry:n toiminnalta odotettiin myös luonnontuotealan koulutuksen järjestämistä. Koulutusmuodoiksi vastaajat mainitsivat erilaiset seminaarit, vapaa-ajan illat ja kurssit. Koulutusta toivottiin erityisesti luonnontuotealan markkinoinnista ja yhteistyön lisäämisestä yritysten välillä. Seitsemän henkilöä toivoi Arktiset Aromit ry:n olevan yhteistyöelin eri tahojen välillä ja tekevän yhteistyötä alan tahojen, kuten yritysten, yliopistojen ja lainsäätäjien kanssa.

Materiaalin tuottamisen mainitsi neljä henkilöä Arktiset Aromit ry:n päätehtäväksi. Haluttiin hyviä reseptejä, vieraskielisiä keruuohjeita, luonnontuotekuvia ja – julisteita, materiaalia koulutuksen ja neuvonnan tueksi. Muita esille tulleita toiveita yhdistyksen toiminnalta olivat asiantuntemuksen ja hyvän asiakaspalvelun tarjoaminen, luonnontuotealan asioiden eteenpäin vieminen, kampanja- ja kilpailutoimintojen järjestäminen, messutoiminta, tutkimusten teko ja tiedottaminen, epäkohtien esiintuominen, luonnontuotteiden käytön edistäminen, yritysten edesauttaminen, luonnontuotteiden mainostus, alan osaajien työllistäminen ja ostopisteverkoston kerääminen.

Kyselyyn vastanneita pyydettiin myös arvioimaan Arktiset Aromit ry:n www-sivuja. Erityisesti halusimme tietää, ovatko luonnontuotealan toimijoiden yhteystiedot olleet helposti löydettävissä. Yksitoista vastaajaa sanoi, että nykyinen jaottelu yhteystiedoissa on hyvä. Muutamia parannusehdotuksia tuli. Jaottelua ehdotettiin tehtävän tuoteryhmittäin ja marja-alaa haluttiin erilleen muista luonnontuotteista. Myös jäsenyrityksiä haluttiin paremmin esille. Kuusitoista vastaajista sanoi, etteivät he osaa sanoa www-sivuihin mitään parannusehdotuksia kyselyhetkellä. Neljä vastannutta kehui sivuja ja palveluja erittäin hyviksi. Kolme vastaajista piti www-sivuja kattavina ja sanoivat, että niihin tutustuminen vaatii aikaa. Yksi vastaajista toivoi marjojen hintoja sivuille ja eräs vastaaja halusi linkit alkuperäistutkimuksiin. Kymmenen vastaajista ei ollut tutustunut sivuihin ollenkaan ja kuusi vastaajista totesi käyttäneensä sivuja hyvin vähän.

Liitteet

Kysely/haastattelulomake

Arktiset Aromit ry
Kauppakatu 20
89600 SUOMUSSALMI

LUONNONTUOTTEIDEN TALTEENOTON JA KÄYTÖN EDISTÄMISKYSELY

1. Millä toimenpiteillä mielestäsi parhaiten edistetään luonnonmarjojen, sienten ja yrttien talteenottoa

2. Millä toimenpiteillä mielestäsi edistetään parhaiten luonnontuotteiden käyttöä

a) Kotimaassa

b) Kansainvälisesti

3. Minkälaista koulutusta pidätte tärkeänä luonnontuotealan ja sen yritystoiminnan kehittämisessä

4. Mitä yritystoiminnan osa-alueita (esim. raaka-aineiden saatavuus, tuotantolaitteistot, laatu ym.) on tarpeen kehittää yrityskohtaisella neuvonnalla /konsultoinnilla?

5. Teettekö yhteistyötä muiden luonnontuotealan yritysten ja toimijoiden kanssa? Mitä yhteistyö sisältää?

6. Mitkä ovat mielestäsi sellaisia alueita, joiden osalta yhteistyö onnistuu parhaiten?

7. Minkälainen yritysverkoston tulisi mielestänne olla, jotta siitä olisi alalle parhaiten hyötyä? Mitä kehitettävää näette nykyisessä yritysverkostossa?

8. Minkälaisia odotuksia teillä on Arktiset Aromit ry:n toiminnalta?

9. Ovatko yritysten ja yhdistysten yhteystiedot (Ostajat ja myyjät) tarkoituksen mukaisesti jaoteltu? Jos ei, niin millaisia muutoksia toivoisitte yhteystietoihin? Onko jotain muuta, mitä haluaisitte kehittää Arktiset Aromit ry:n www-sivuissa?

10. Onko teillä tiedossa poimijoilta luonnontuotteita ostavia yrityksiä/yhdistyksiä, joiden yhteystiedot puuttuvat Arktiset Aromit ry:n kotisivuilta. Jos on niin mitä:

Kiitokset vastauksistanne. Kaikkien yhteystietonsa antaneiden kesken arvomme Metsän Makuja kirjapalkinnon.

Vastaajan nimi: _____
Osoite: _____
Sijaintimaakunta: _____
Yhdyshenkilö: _____
Sähköpostiosoite: _____
Puhelin: _____