

Puutarhayritykset tuottajasta lisäarvon tekijöiksi

Maataloudessa parhaiten menestyy tuotanto, jolla tukien osuus liikevaihdosta on kaikkein pienin. Luken kannattavuuskirjanpidon mukaan neljänä viime vuotena maatalouden kannattavin tuotantosuunta on ollut kasvihuonetuotanto, jossa tukien osuus on alle kymmenen prosenttia liikevaihdosta; parhaiten tuottavilla alle viisi prosenttia. Miksi näin?

Turun yliopiston kauppa-
korkeakoulu ja Luonnon-
varakeskus ovat tutkineet
Voimakas-hankkeessa vuo-
desta 2015 alkaen puutarha-
sektorimme uudistumis-
mahdollisuuksia alan
teknologian, tiedon liikkumi-
sen, asiakkaiden ja arvoketjun,
yrittäjien kyvykkyysien ja
liiketoimintainnovaatioiden
kannalta.

Poikkitieteellinen
tutkimustiimme on sel-
vittänyt puutarhayritysten
liiketoimintaa avomaalta
puistoihin ja konteista kasvi-
huoneisiin – kauppaa ja kulut-

tajaa unohtamatta. Emme
ole löytäneet yhtä ratkaisua,
jonka monistaminen pelastaisi
jokaisen suomalaisen maatilan.
Olemme kuitenkin havain-
neet ilmiöitä, joilta ei kannata
ummistaa silmiään.

Yrittäminen on ollut se avain-
asia, kertoi Robben Pikku Puu-
tarhuri, Robert Jordas, omista
motiiveistaan. Yrittäjämäisen
asenteen lisäksi tarvitaan osaa-
mista ja kyky tehdä päätöksiä.

Tilan säilyminen suvulla on
ollut monen luopujan tavoite
ja jatkajan velvoite. Pelkkä
säilyttäminen ei valitettavasti
riitä takaamaan kannatta-
vuutta muuttuvassa toiminta-
ympäristössä edes puutarha-
tilalla. Sukutilat uudistuvat
ja tekevät hyvää tulosta, jos
jatkajan motiivina on oma halu
yrittäjyyteen.

Yrittäjämäinen osaaminen
merkitsee taitoa tunnistaa
liiketoiminnan mahdollisuuksia.
Liiketoiminta- ja johtamis-
osaaminen tarkoittaa taitoa
organisoida yrityksen toiminta

**Avoimuus on
suurempi valta
kuin määräykset
ja kiellot.**

niin, että havaituista liike-
toimintamahdollisuuksista
tehdään kannattavaa bisnestä.
Yrittäjän pitää tunnistaa, mitkä
ovat oman liiketoiminnan
kriittisimmät alueet, joiden
hallitsemisella voitetaan kil-
pailijat.

Kaupungistuminen, halu
hempouteen ja turvallisuuteen
ovat megatrendejä. Asiakkaal-
le – kuka ja missä maanosassa
hän onkaan – pitää pystyä
kertomaan, miksi oma tuote
tarjoaa juuri hänelle suurim-
man hyödyn. Annetaan lupaus
ja kokemus laadusta, jota ei ole
helposti muilta saatavissa.

Aitous, vastuullisuus ja toi-
minnan läpinäkyvyys voidaan

digiaikana todentaa näppärästi
ja aukottomasti.

Jospa kehittäisimme
esimerkiksi proteiinipitoisen
kasvislastenruoan, jonka
raaka-aineiden aukottoman
alkuperän salolaiselta pel-
lolta pekingiläinen äiti voisi
helposti klikata ekologisesta
pakkauksesta, jonka paikalli-
nen fillarijakelija on perheen
älyjääkaappiin kantanut.

Digitalisaation, uudistu-
van tuotannon ja tehostuvan
jakeluteknologian myötä
mahdollisuutemme ventiiniin
ovat vähintään yhtä suuret
kuin pelkomme tuotavista elin-
tarvikkeista. Yhtälön ratkaisee,
missä osataan organisoida
parhaiten juuri kyseiselle
asiakasryhmälle hyötyä tuotta-
va hyödyke.

Kun hyöty koetaan riittävän
suureksi, tiedostavat kuluttajat
ovat jopa halunneet sitoutua
rahoittamaan alkutuottajan
investointeja.

Tuotteen lisäarvosta pienin
siivu jää Singhin lisäarvo-
käyrän mukaisesti mekaani-

selle valmistajalle. Ne ruoka-
ketjun toimijat, jotka ovat
lähimpänä asiakasta, pääsevät
helpommin kuluttajan kukka-
rolle.

Mitä suuremman lisä-
arvon osaamme tehdä loppu-
asiakkaalle, sitä enemmän siitä
voi jäädä myös alkutuottajalle.

Olisikin hyödyllisempää
etsiä yhdessä maailmalta
turvallista ruokaa arvostavia
asiakassegmenttejä ja kumppa-
neita kuin kiistellä ruokaketjun
tuottojen jakamisesta.

Haastattelemamme yrittäjät
edustivat hyvin monialaista
osaamista. Biologisen ja
agraarisen osaamisen lisäksi
yrittäjiltä löytyy usein meriit-
tejä muilta aloilta esimerkiksi
teknikasta, kansainvälisestä
kaupasta, asiakaspalvelusta,
taiteesta tai viestinnästä.

Kokemus muissa yrityk-
sissä ja erilaisissa rooleissa
terävöittää taitoa havainnoi-
da ympäristöään, kuunnella
asiakasta ja kyseenalaistaa
omaa toimintaa. Useat alaa

uudistavista yrittäjistä tulevat
kokonaan puutarha-alan ulko-
puolelta.

Ihmissuhteiden ja vuoro-
vaikutuksen jatkuva oppi-
minen on yhtä tärkeää kuin
kova bisnesosaaminen tai
ylivertainen viljelyosaaminen.
Tärkeää on, että osaaminen
on yrityksen käytössä – sen ei
tarvitse olla yrityksen palkka-
listalla. Taito löytää sopivat
kumppanit onkin yrittäjän
tärkeimpiä taitoja.

Suomalaisella puutarha-
yrittäjyydellä on hyvät mahdol-
lisuudet menestyä kansain-
välisessä kilpailussa, kun
yrittäjä pystyy ennakoimaan
asiakkaan odotuksia vastaavan
palveluketjun ja todentamaan
sen läpinäkyvästi. Avoimuus
on suurempi valta kuin mää-
räykset ja kiellot.



Hilikka Halla

Projektipäällikkö
Turun yliopisto,
kauppakorkeakoulu
CCR-tutkimuspalvelut