

YRITYSYHTEISTYÖ AVAA MONENLAISIA MAHDOLLISUUKSIA

Yritysyhteistyö voi tarjota mahdollisuuden jakaa kustannuksia, kasvattaa liiketoimintaa ja keskittyä siihen, mikä on itselle tärkeintä ja mitä osaa parhaiten. Tekemistä voidaan ketjuttaa niin, että osa porukasta tuottaa raaka-ainetta, osa jalostaa, ja osa myy ja markkinoi. Näin voidaan parhaassa tapauksessa säästää sekä aikaa että aineellisia ja inhimillisiä resursseja, kun kaikkien ei tarvitse osata eikä junailla kaikkea.

Kun yhteistyötä ryhdytään rakentamaan tuttujen kesken, käy helposti niin, että asioista sovitaan vain suullisesti. On kuitenkin hyvin tärkeää tehdä asioista kirjalliset sopimukset, oli kyse sitten raaka-aineen ostosta tai tuotteen myynnistä. Sopimuksissa tulee määritellä myös käytännön toimintatavat, kuten toimitukset ja aikataulut. Samalla kannattaa kiinnittää huomiota myös tuotteiden tasalaatuisuuteen sekä sitouttaa toimijat samaan hintatasoon.

Yksi konkreettinen yhteistyön muoto ovat raaka-aine- ja materiaalihankinnat. Elintarvikepuolella pakkausmateriaalien ja raaka-aineiden ostojen keskittäminen voi tuoda tuntuvia säästöjä varsinkin Pohjois-Suomessa, jossa yksittäisten toimitusten rahtikulut ovat usein merkittävät. Yhteistyö voi luoda säästöjä myös myytävän tavaran toimituksissa, jos rahtikustannuksia saadaan jaettava siihenkin suuntaan.

Yhteistyössä voi olla hyötyä siitä, että yhteistyöosapuolten välittäjänä toimii joku ulkopuolinen taho, joka auttaa sopimaan pelisäännöistä, tekemään sopimukset ja sopeuttamaan kunkin omia toimintamalleja yhteen. Pienten ja suurten toimijoiden välinen yhteistyö tarjoaa isoille mahdollisuuksia hyötyä pienten toimijoiden ketteryydestä ja kekseliäisyydestä, ja pienelle toimijalle isompi yhteistyökumppani voi tuoda mahdollisuuksia kasvattaa volyyymiä ja päästä

osalliseksi uusista, laajemmista markkinoista.

Yritysyhteistyössä tarvitaan usein veturiyritys, joka tekee muiden toiminnan mahdolliseksi tai ainakin helpottaa sitä. Usein tässä roolissa on yritysyhteistyön aloitteentekijä, joka haluaa luoda omalle toiminnalleen lisäarvoa tai vaikkapa hankkia paikallista raaka-ainetta. Kaikkien ei kannata laittaa pystyyn esimerkiksi omia tuotantotiloja tai pistää aika jatkuvaan markkinointiin.

Yksi jalostamo, monta lihantuottajaa

Meän Liha Oy on esimerkki lihanjalostuksen yhteistyöstä. Meän Lihalla on Tervolan Louella jalostamo, jossa kaikki yhteistyökumppanit toimivat saman laitostunnuksen alla. Yrityksen omistavat kaksi maatilallista pariskuntaa Ritva ja Ari-Pekka Mansikkasalo sekä Sari ja Ari-Pekka Juuso. Useat alueen lihakarjan ja lampaiden kasvattajat käyttävät Meän Lihan palveluita, ja osa lihantuottajista käy itse laitoksen tiloissa tekemässä omat jalosteensa. Vaikka laitostunnus on kaikilla sama, voi kukin kuitenkin myydä lihaa oman tilansa nimellä ja brändillä. Laitos mahdollistaa yhteistyökumppanien suoramyyntitoiminnan.

Lihantuottajat valmistavat tuotteensa omalla brändillään, mutta Meän Lihan laitostunnuksen alla.



Meän Lihalla tuotetaan oman merkin tuotteita, mutta se mahdollistaa jalostustoiminnan ja suoramyyntin myös muille. Ritva Mansikkasalo kertoo, että heidän toimintansa lähtökohtana on se, että he haluavat antaa myös muille alkutuottajille mahdollisuuden omaan jatkojalostukseen. Näin tuetaan lappilaisen maaseudun elinvoimaa.

- Meillä pitää olla täällä muutakin kuin alkutuotantoa. Teemme tätä siksi, että myös lapsenlapsillemme olisi mahdollista jäädä asumaan Lappiin.

Meän Lihalla jalostusta tekevillä on kullakin omat asiakasprofiilinsa ja omat myyntikanavansa. Tiloilla on esimerkiksi omat toimitussopimukset omille asiakkailleen ja kylmätiskit tietyissä kaupoissa, ja osa toimittaa lihaa REKO-jakeluiden kautta tai suoraan ravintoloille. Meän Lihalta menee lihaa myös julkisiin keittiöihin. Pekka Mansikkasalon mukaan kullakin tuottajalla on omat jakelukanavansa ja niistä toiset pysyvät loitolla.

- Keskenäänhän meidän ei kannata ruveta kilpailemaan.

Veturiyritys saa yhteistyön rullaamaan

Kalevala Spirit on yritys, joka järjestää isoissa keskieuropalaisissa kaupungeissa joulutoreja sekä pyörittää saksankielistä verkkokauppaa. Myytävänä on pienten ja keskisuurten suomalaisten tuottajien tekstiilejä, herkkuja ja koriste-esineitä. Homma on lähtenyt käyntiin paikallisesta yhteistyöstä. Kalevala Spirit toimi aluksi Kuhmosta käsin, mutta sittemmin kaikki toiminnot on siirretty Keski-Eurooppaan asiakkaiden luo.

Kalevala Spiritin Akke Virtanen on sitä mieltä, että yhdessä tekemiseen tarvitaan vahvaa veturia. - Pitää olla joku, joka tekee sielunrakkaudesta tätä hommaa eikä laske jokaista tuntia. Jos ei ole veturia niin ei tule mitään. Sen takia me ollaan olemassa.

Monelle Kalevala Spiritin kautta myytävien tuotteiden tuottajalle siitä on tullut merkittävä myyntikanava.

- Se alkaa olla aika monelle iso juttu – Lapuan kankurit, Valamon luostari, tämä on heille tärkeä jakelukanava. Ja lisäksi on monta pientä, jotka kasvavat hitaasti. Pikkuhiljaa mennään yhdessä eteenpäin. Esimerkiksi lakkahillo ei heti lähtenyt vetämään, mutta se kasvaa hitaasti. Markkinointikapasiteetti on kuitenkin pienempi kuin vaikka Lidlillä.

Kalevala Spirit vie Keski-Eurooppaan pohjoisen tunnelmaa. Kuva Kalevala Spirit.



Arctic Warriors tarjoaa mahdollisuuden keskittyä viljelyyn

Narkauksessa päämajaansa pitävä Arctic Warriors Oy ostaa valmistamiensa lappilaisten superfoodien raaka-aineet kuudelta sopimusviljelijältä. Yksi nokkosen tuottajista on tervolalainen Holstila Arctic Nature Power. Ellu Holstila kertoo, että he etsivät mahdollisuutta yritysyrityshöön itse.

- Soitimme Arctic Warriorsille ja kysimme, että mitä me voisimme teille ryhtyä viljelemään. Valitsimme nokkosen, koska sille löytyi tarve ja kysyntä.

Arvoketjun osana toimiminen mahdollistaa sen, että kukin saa keskittyä siihen, mikä on itselle mielekkäintä.

- Jos olisimme itse lähteneet kauppaamaan nokkosta, niin resurssimme eivät olisi riittäneet kehittämään viljelytoimintaa, kun olisi pitänyt markkinoida ja myydä. Nyt tämä on täydellinen yhteistyö, kun voidaan keskittyä viljelyyn ja olla alkutuottajia.

Ellu Holstilan mielestä yritysyrityshööstä ei ole vielä huonoja puolia tullut esille.

- Meidän pääjuttu on saada nokkonen kasvaamaan, eikä miettiä kenelle sitä voitaisiin myydä.

Sopimustuottajuus mahdollistaa sen, että yhteistyön kautta monta pientä toimijaa voi vastata ison ostajan kysyntään yhdistämällä voimansa.

Kommentti

Myös poronlihan tuotannossa, jalostuksessa ja markkinoinnissa voitaisiin tehdä nykyistä enemmän yhteistyötä. Paliskuntain yhdistyksen toimistopäällikkö Matti Särkelä pohtii, olisiko jokin yhteistyömalleista erityisen sopiva poronmista jille.

- Kaikki muuttuu ja porotaloudessakin voisi olla aika miettiä yhdessä toteuttavien kuvioiden antamia hyötyjä. Toisaalta porotaloudessa, jos missä, on totuttu toimimaan yhdessä, mutta se tapahtuu pääasiassa vain alkutuotannon, poronhoidon puolella. Luulisi, että myös siitä eteenpäin elintarvikeketjussa voisi tehdä yhteistyötä, kun vain löytyisi tarpeeseen sopiva toimintamalli. Oma lukunsa olisi pohtia yhteistyötä myös suurten ja pienten toimijoiden välillä.

Ellu Holstila on yksi Arctic Warriorsin sopimustuottajista. Kuva Arctic Warriors.



PORONLIHAN NÄKYVYYTTÄ PARANNETAAN IMAGOMARKKINOINTIHANKKEESSA

Paliskuntain yhdistys on käynnistänyt Poroelinkeinoon uudet toimintamallit ja imagomarkkinointi koronakriisissä -hankkeen toukokuussa. Hankkeen tarkoituksena on helpottaa poronlihan myyntiä ja markkinointia imagomarkkinoinnin avulla.

Pororeseptit.fi -sivut saavat uuden ilmeen

Pororeseptit.fi -sivu uudistetaan vastaamaan tämän päivän tarpeita. Sivut saavat uuden ilmeen ja reseptikanta uuden rakenteen. Elinkeinoon tarinaa lisätään sivuille ja ihmisiä opetetaan käyttämään poroa entistä monipuolisemmin. Uutena Pororeseptit.fi -sivuille avataan osio, josta asiakkaat voivat etsiä poronlihan myyjiä. Kaikki poronlihan ja poronlihatuotteiden tuottajat voivat rekisteröityä sivuille poronlihan myyjiksi. Poronlihan suoramyynnin sivulle pääsyn kriteerinä on se, että toiminnasta on tehty ilmoitus oman kunnan elintarvikevalvontaan. Sivun tarjoaja ostajille ja myyjille kohtaamispaikan, jonka kautta ostajat pääsevät helposti ottamaan yhteyttä myyjiin tai siirtymään myyjien omille sivuille tai vaikkapa

Rekisteröidy
poronlihan myyjäksi
pororeseptit.fi
-sivuille

verkkokauppoihin. Rekisteröitymisohjeet löydät uudistetuilta Pororeseptit.fi -sivuilta.

Tiedotuslehti ja digitaalinen markkinointi

Hankkeessa tuotetaan myös tiedotuslehti, jonka avulla poronlihaa tehdään tunnetuksi laajalle asiakaskunnalle sekä toteutetaan digitaalista markkinointia syksyn lihakaupan vauhdittamiseksi. Hankkeessa kerätään myös tietoa yritysyhteistyöstä sekä sähköisen kaupankäynnin mahdollisuuksista, ja niistä kerrotaan verkkojulkaisuissa ja Poromies-lehdessä.

Hankkeen ohjausryhmän jäsen Eveliina Pääkölä Arcti Food Oy:sta vastaa kysymyksen, miksi yhteinen näkyvyyden lisääminen ja yhteistyön tekeminen on nyt poronlihan myynnissä niin tärkeää:

- Poronlihan käytön lisääminen Suomessa sekä poronlihan luontaisesti hyvien ominaisuuksien tiedostaminen kuluttajien keskuudessa on kaikkien poronlihantuottajien ja -jalostajien etu. Poroelinkeino on maassamme vanha ja varsin merkittävä elinkeino, jolle soisi valoisat tulevaisuuden näkymät. Toimijoiden yhteistyöllä voitaisiin saada tasoitettua menekinvaihteluja ja saataisiin poronlihatarjontaa monipuolistettua sekä parannettua.

Hanke kestää vuoden 2020 loppuun ja Lapin liitto rahoittaa sitä Euroopan aluekehitysrahastosta. Lisätietoja projektipäällikkö Anna-Riikka Lavia, anna-riikka.lavia@paliskunnat.fi / 040 5200 667.

