

Hyvätuuli Highland



Teksti: Markku Virtanen
Kuvat: Hamid Alsammarrae

Tämän tapauskuvauksen on laatinut tutkimusjohtaja Markku Virtanen käytettäväksi pääasiassa opetustarkoitukseen. Kuvauksessa esitetyt näkökannat ovat laatijan henkilökohtaisia tulkintoja eivätkä ne välttämättä vastaa kohdeyrityksen omia näkökulmia tai kannanottoja.

Luomu auttaa erottautumaan

"Se oli silloin selkein vaihtoehto, kun lähdettiin erikoistumaan, ja kun sanottiin meidän teurastamis-sopimukset irti. Näkemys siitä, että jollakin täytyy erottautua. Luomu oli yksi erottautumiskeino ja ylämaankarja toinen. Tuote on selkeästi kuitenkin erilainen kuin mikään muu naudanliha. Kun ei väkirehuja käytetä, niin lihan maku on toisenlainen. Se on meidän suoramyyntin lähtökohta - ei määrää vaan makua!"

Tämä oli Esko Rissanen perustelu luomuun siirtymiselle ja ylämaankarjan valinnalle tuotantosuunnaksi kolmen yrittäjän Hyvätuuli Highland -yhteistyössä ja osakeyhtiössä.

Näiden toimintojen lisäksi sopimuskumppanit ovat perustaneet Hyvätuuli Highland osakeyhtiön, joka harjoittaa ketjuyrittäjyyttä eli toimii franchisingin antajana. Yrittäjien kehittämää Ranchising -sopimusta ja omaa osaamista myydään uusille ylämaankarjan kasvattajille, jotka haluavat aloittaa samanlaisen sopimusyhteistyön ja lihan suoramyyntin. Tämä tietävästi Suomen ensimmäinen varsinaiseen maatalouteen sovellettu ketjuyrittäjyysskonsepti on nimeä myöten innovatiivinen ja ainutlaatuinen.

Yrittäjät ja heidän taustansa

Esko Rissanen on toinen Hyvätuuli Highland yhteistyön perustajajäsenistä. Eskolla on käynyt ensin koneenkorjaaja koulutuksen ammattioppilaitoksessa, minkä jälkeen hän on suorittanut maanviljelysteknikon tutkinnon Suonenjoen maatalousoppilaitoksessa. Hän on vaimonsa Pirjo Stenbergin kanssa aloittanut peltoviljelyn siirtämisen luomuun vuonna 2000 ja samalla tehnyt päätöksen siirtyä ylämaankarjan tuotantoon ja luomutuotteiden myyntiin. Eläimet siirtyivät luomuvalvontaan vuonna 2005.

"Meillä oli elämispalveluja 90 luvun lopussa ja 2000 luvun alussa. Tuotettiin elämystuotantopalveluja ja kelkkasafareita samalla Hyvätuuli nimellä. Sieltä tuli hyvää oppia hinnoitteluun ja ruoanlait-

Tuotantosuunta ja toimiala

Kokonaisuudessaan naudanlihaa tuotetaan yli 80 miljoonaa kiloa vuodessa (Evira). Etelä-Savon alueella teurastettuja ruhoja oli vuonna 2013 yhteensä runsaat 13000 ja naudanlihaa tuotettiin hieman yli 4 miljoonaa kiloa eli noin 5 % koko Suomen tuotantomäärästä. Edelliseen vuoteen verrattuna koko Suomen tuotantomäärä pysyi ennallaan ja Etelä-Savossa nousi pari prosenttia. Tuotantomäärät ovat pudonneet koko Suomessa vajaan viidenneksen ja Etelä-Savossa noin neljänneksen vuoden 1997 tasoon verrattuna.

Samanaikaisesti luonnonmukaisen tuotannon määrä on noussut merkittävästi. Vuonna 2013 luomueläintiloja oli Suomessa Eviran tilastojen mukaan yhteensä 814 tilaa. Vuodesta 2010 alkaen näiden tilojen lukumäärä on lisääntynyt yli 40 prosentilla, mutta kasvu on hidastunut ollen vuodesta 2012 vuoteen 2013 ainoastaan vajaan prosentin. Lihanautoja tuottavien tilojen osuus kaikista luonnonmukaisen eläintuotannon tiloista on kasvanut vajaan 30 prosentista hieman yli 40 prosenttiin vuoteen 2013 mennessä. Luomunautoja oli vuonna 2013 yli 49000 eläintä. Tämä on noin 5 % koko Suomen nautamäärästä. Vuonna 2013 Etelä-Savossa luomueläintiloja oli 56 ja luomunautoja yhteensä runsaat 2500 eli noin 5 % koko Suomen luomunautojen määrästä (Evira).

Ylämaankarjaa kasvatetaan Suomessa noin 300 tilalla, joilla on yhteensä yli 10 000 eläintä. Etelä-Savon alueella näitä tiloja on kymmenkunta. Noin 200 tilaa toimii aktiivisesti ja päätuotantosuuntana ylämaankarja on noin 100 tilalla. Eläinmäärällä mitattuna tilat ovat yleensä aika pieniä. Enemmän kuin puolet ylämaankarjatilastoista on luomutiloja ja hyvin suuri osa myös suoramyyntitiloja.

toon, kun tuotettiin aika paljon palveluja yritysasiakkaille. Se opetti laadulla kilpailemista ja voitiin jättää se hinnoilla kilpaileminen ihan sivuseikaksi."

Toisella Hyvätuuli Highlandin perustajajäsenellä Matti Kauhasella on sama koulutustausta kuin Eskollakin eli koneenkorjaajan ja maanviljelysteknikon koulutus. Vaimonsa Annen kanssa he kasvattavat karjaa ja viljelevät viljaa Honkalan tilalla. *"Kyllä 95 kun EU:hun mentiin niin Eskon kanssa mietittiin, että tällä perinteisellä linjalla tätä ei koko ikää tehdä, että halutaan tehdä jotain muuta eri lailla, ja ne oli ne kipinät, mitkä sitten tähän johti."*

Eskon ja Matin yhteistyölle oli hyvät lähtökohdat, sillä heidän tiloillaan oli tehty mm. koneyhteistyötä jo edellisen sukupolven aikana. Esko korostaa yhteistyön tuovan tehokkuutta toimintaan. Hänen mukaansa yhteistyössä *"saadaan järki tiivistymään ja tyhmyys jaettava kahdella "*.

Matti korostaa yhteistyön positiivisia puolia ja tehokkuutta. Itsekseen töitä tekevällä viljelijällä ei jää kovin paljon vapaa-aikaa. Sen sijaan yhteistyössä aikaa jää myös perheelle ja harrastuksille. *"Teimme Eskon kanssa kunnan yhteistyösopimukset – ja ihan paperille. Perinteisestihän maataloudessa kaikki sopimukset on tehty vain suupuheilla. Olimme molemmat sitä mieltä, että liiketoiminnastahan tässä on kyse, eikä se asioiden laittaminen paperille ole mikään epäluottamuslause. Kun kaikki on sovittu ja yhteiset tavoitteet selvät, on yhteistyö sujunut hienosti. Tuotantoresurssit ja työt on jaettu yhteisesti, samaten laitumet ja karja – ja tietysti tuotto myös."* (lainaus: <http://www.ranchising.fi/yrittajat tarinat/>)

Arto Pohjolainen liittyi vaimonsa Sannan kanssa Hyväntuuli Highlandin yhteistyöhön vuonna 2008. Pohjolaisen tila tuli heidän isännöitäväkseen vuonna 2004 sukupolvenvaihdoksen kautta. Matti otettua yhteyttä tilalla siirryttiin melko nopeasti ylämaankarjaan ja luomuun sekä peltojen että eläinten osalta. Artolla on markkinointimerkonomian tutkinto ja maatalouden monialayrittäjän koulutus.

"2008 minä kävin maatalouden monialayrittäjäkoulutuksen Suomenjoella ja sain pätevyuden tähän traktorilla ajamiseen."

Tuotteet ja palvelut

Vuonna 1999 käynnistyneen Hyväntuuli Highland yhteistyön päätuotantosuunta on luomukarjankasvatus ja peltoviljely. Mukana on kolme erillistä perheyrittäystä, jotka tekevät sopimusperusteista laajaa yhteistyötä kukin itsenäisenä maatilana ja elinkeinonharjoittajana. Tilat tuottavat ylämaankarjan lihaa ja jalostuseläimiä. Liha-kaupan suoramyynä toimii Esko Rissasen maatilan Hyväntuuli Highland Jäppilä apu-toiminimellä. Suoramyyntin tuotto jaetaan kolmeen osaan ja Eskon apu-toiminimi maksaa osuuden muille yhteistyösopimuksille teurastilina. Karjan määrä näillä tiloilla on yhteensä noin 150 ja vasikoita syntyy vuosittain noin 50. Kokonaisuudessaan lihaa tuotetaan suoramyynä noin 6000 kiloa vuodessa. Peltoviljelyn päätuote on heinä, joka käytetään eläinten ruokintaan. Lisäksi viljelykierrossa tuotetaan luomukauraa ja luomuvehnää. Luomuvilja myydään myllyille jalostettavaksi.



Perheiden ulkopuolista työvoimaa yhteistyökumppaneilla ei ole, mutta sadonkorjuussa, teurastuksessa ja jalostuksessa käytetään alihankkijoita. Eläimet on teurastettu viimeiset viisi vuotta Kiteellä. Yrityksen tuotteita myytiin aiemmin tavanomaisina tuotteina, kun teurastamo ei kuulunut luomuvalvonnan piiriin.

"Roinilan lihatilalla on teurasteltu jonkun verran, mutta pääasiassa viimeiset 5 vuotta Kiteellä Koivikon lählihalla. Se teurastamo ei kuulu luomuvalvontaan. Vuoteen 2012 asti meidän luomutuotettu liha muuttui tavanomaiseksi siellä teurastamossa. Sitten maabrändi työryhmä otti kantaa siihen, että täytyy saada luomu-

tuotteita enemmän markkinoille. Siinä vaiheessa Evira uudisti säännöksiä ja sallittiin alihankinta luomuketjuun muilta kuin luomutoimijoilta. Siinä vaiheessa pystyttiin sitten myymään sitä luomuna."

Hyvätuuli yhteistyökumppaneilla on teurastamon kanssa alihankintasopimus, jota Evira valvoo. Maatilojen luomuvalvontaa hoitaa alhaisen jalostusasteen luomutoiminnan ja alihankinnan osalta Ely-keskus. Tämä valvonta koskee alhaisen jalostusasteen tuotantoa ja sen tuloksena saadaan tuotteissa käyttää luomumerkkiä. Alhaisen jalostusasteen valvonta ei kuitenkaan mahdollista luomustatusta ja –merkin käyttöä minkäänlaisen jatkojalostuksen yhteydessä. Jalosteet pitää myydä tavanomaisena tuotantona, jos alihankkija ei kuulu luomuvalvonnan piiriin.

"Lihaniekka Kuopiossa tekee meille lihapullia ja lihapihviä, ja ne olisi aika helppo muuttaa luomuksi, jos säädökset eivät olisi niin tiukkoja. Lihapullissa ei ole meidän lihan lisäksi muuta kuin kananmuna, sipuli, suola, pippuri. Luomukanamunia ja luomusipulia kyllä saisi, mutta alihankintasäädösten mukaan ne pitäisi olla samalta tilalta peräisin. Me ei saada hankkia niitä mistään muualta ja itse asiassa pelkkä suolan lisääminen muuttaa tuotannon tavanomaiseksi tai vaatii alihankkijan liittymisen Eviran valvontaan. Eli maatilalla toteuttava alhaisen jalostusasteen valvonta on Ely-keskuksen valvomaa ja sitten taas elintarviketuotanto on Eviran valvomaa. Raja menee siinä, että jos me leikataan pihvi, niin se on luomua - mutta jos ripotellaan suolaa päälle, niin se ei ole luomua. Näissä on pieniä kehittämisen tarpeita. Tottahan toki luomun pitää olla valvottua, mutta viime viikolla tuli komissiosta nämä uudet luomuesitykset, jotka ovat toisen suuntaisia. Säännöksiä ollaan tiukentamassa erittäin paljon ja kaikki poikkeukset ollaan perumassa. Elikä missään tapauksessa parempaan suuntaan ei olla niissä menossa."

Tällä hetkellä yritys kuuluu siis kolmeen eri valvontaan: peltojen osalta luomuvalvontaan ja eläinten osalta luomuvalvontaan ja alhaisen jalostusasteen valvontaan. Jos alettaisiin valmistaa kuulua myös Eviran valvontaan. *"Myö ei niin paljon lisäarvoa saada luomulla, että kannattaisi hakeutua neljänteen valvontajärjestelmään. Lihan osalta luomun lisäarvo on erittäin pieni. Esimerkiksi makkaroita ei ole mitään toivoakaan saada luomuksi, koska luomupossua ei saa sinne sekaan ja pelkkä nautamakkara, niin se ei oikein toimi."*

Suomessa on myös karjatiloja, missä pellot ovat luomussa, mutta eläimet eivät. Tämä vaikuttaa markkinoille saatavaan luomutuotteiden määrään. *"Luomun tuella pyritään saamaan luomutuotteita markkinoille. Jos luomulla tuotettu heinä syötetään tavanomaisen karjan rehuksi, tämä tavoite ei toteudu."*



Strategia ja oppiminen

Hyvätuuli Highlandin liiketoiminnan strategia perustuu erilaistamiseen ja kirjalliseen, sopimusperusteiseen yhteistyöhön, jossa kaikki viljelijät ovat mukana. Yhteistyön kaikilla osapuolilla on oma tila, pellot ja vuokrasopimukset. Kukin maatila on oma itsenäinen tulosityksikkö, mutta suunnittelu ja eläintenhoito tehdään yhteistyössä. Tilalla on hoitovastuu kaikista kolmen tilan eläimistä joka kolmas viikko. Yhteistyössä myös lomitus voidaan hoitaa osapuolten omin voimin siten, että tilat toimivat toisilleen lomituspalveluyrityksinä. Työhuippujen aikaan kaikki peltotyöt tehdään yhdessä riippumatta siitä, kenen pelto on kysymyksessä. Jokaisella on omat traktorit, mutta työkalut ovat yhteisiä, samoin kuin siemenet on hankittu yhdessä. Tällä tavalla toimien yhteistyö lisää työn tehokkuutta. Yhteistyön tuoma tehokkuus mahdollistaa myös uusien liiketoimintamahdollisuuksien tutkimisen ja kehittämisen.

"Käytännössä se toimii silleen, että karjanhoito vastuu on viikko kerrallaan yhdellä osakkaalla ja se puolestaan tuo sitä vapaa aikaa ja aikaa kehittää ja aikaa miettiä näitä uudenlaisia kuvioita kun ei ole niin tiukasti sidottu siihen perustyörytmiin koko ajan.. Samoin kaikki laidunkierrot suunnitellaan pelloille, mille ne parhaiten käy ja sillä ei ole merkitystä kenen hallinnassa se pelto on."

Oleellinen strateginen linjaus on maatilojen toiminta erillisinä ja viljelijöiden osaamisen myyntiin keskittyvän Ranchising –toiminnan yhtiöittäminen. Yrittäjät näkevät Hyvätuuli Highlandin etenemisessä selkeän oppimispolun. Ensin piti opetella uudenlaisen nautarodun erityispiirteet ja sopeuttaa toiminta niiden mukaisesti. Jalostuseläinkauppa käynnistyi 2002-2003. Kun kilpailukykyä piti parantaa, alettiin vuonna 2007 myymään myös omaa osaamista eli mm. luomusuunnitelmat ja perinnebiotyypisuunnitelmat jalostuseläinten kauppojen yhteydessä. Seuraavana

vuonna tehtiin jalostuseläinkauppa suunnitelmiseen Pohjolaisen tilalle, joka siinä vaiheessa tuli mukaan myös Hyvätuuli yhteistyöhön. Alun perin suoramyynä hoidettiin sähköpostin välityksellä ja toimitusmyyntinä ympäri Suomea. Vuonna 2010 avattiin suoramyynäpiste Esko Rissasen tilan yhteydessä.

"Mietittiin, että mitäs jos myö ei lähettäiskään asiakkaiden luo, kun asiakkaat haluaa tulla meidän luo. Kyllä tää on toisenlainen tapa tehdä kauppaa tästä kivijalkakaupasta kuin sähköpostilla."

Myynä ja asiakkaat

Yrityksen lihatuotteita myydään pelkästään suoramyynä. Yli 90 % tuotteista haetaan suoraan myymälästä. Varsinaista verkkokauppaa yrityksellä ei ole, mutta jonkin verran kauppaa käydään sähköpostitse. Tämä tapahtuu esimerkiksi siten, että aiemmille tutuille asiakkaille ilmoitetaan matkoista Helsinkiin.

"Käytännössä kaikki menee tästä. Aina kun Helsingin seudulle lähetään, niin otetaan lihat mukaan, jos sattuu myymätöntä olemaan ja siellä meillä on vakioasiakaita jonkun verran. Laitetaan sitten tutuille s-postia että nyt ollaan tulossa ja tartetteko jotain."



Markkinointiviestinnässä tärkeä rooli on yrityksen kotivisuilla, joilta löytyvät mm. suoramyynäissä olevat tuotteet ja niiden hintatiedot (<http://hyvatuuli.fi/hin-nasto/>). Sosiaalinen media toimii yrittäjien mukaan myös hyvin yrityksen viestinnän apuna. Yrityksessä kokeiltiin myös nettikauppaa 2000-luvun alkupuolella, mutta logistiikkaa ei saatu järkevästi toimimaan.

"Tänä päivänä se varmaan saatais toimimaan, mutta meillä ei ole enää tarvetta sille, koska kauppa käy tästäkin."

Asiakaskunta koostuu kaikenikäisistä molempien sukupuolten asiakkaista nuorista pareista eläkeikäisiin. Yrityksellä on myös muutamia suurkeittiöasiakkaita, mutta esimerkiksi ravintoloiden kysyntä kohdistuu pääosin fileisiin, joita tulee myyntiin melko vähän. Näin ollen asiakkaiden segmentoinnille ei ole ollut varsinaista tarvetta.

"Ravintolaan on kysytty ja yleensä fileitä, mutta filettä tulee vähän. Asiakkaina on muutamia ravintoloita, joiden kanssa on pieniä sopimuksia. Yleensä suurkeittiöihin ja ravintoloihin meiltä menee hyvin vähän tuotteita."

Asiakkaat ovat hyvä lihan ystäviä ja monista heistä on tullut vakioasiakkaita, jotka käyvät säännöllisesti. Isompia eriä haetaan myös kauempaa. Monet asiakkaat ovat kiinnostuneita myös ylämaankarjasta ja tuotteiden taustoista. Kokonaisuudessaan suoramyynnissä tarjottavat tuotteet tyydyttävät pääosin asiakkaiden erikoislihan ja juhlaruoan tarpeita. Arkisempia ruokia varten on tarjolla jauhelihaa ja makkaroita.

"Sellainen 100 kilometriä ei oo matka eikä mikään, kun tullaan ostaa vähän isompia eriä kerralla. Ne on parhaita asiakkaita. Lukumääräisesti isoin porukka on ohikulkumatalla ja käy ostamassa pienen määrän. Molempia tarvitaan. Jokainen euro on olennainen ja jokainen kauppa on yhtä tärkeä. Jos ovat tyytyväisiä laatuun, tulevat toiseen kertaan."

Asiakaspalaute on yritykselle tärkeää laadunseurannassa. Lihan leikkaaminen, jatkojalostus ja pakkaaminen ostetaan alihankkijoilta, joille välitetään asiakaspalautetta siltä osin kuin se koskee heidän omaa toimintaansa. Vaikka näiden kolmen tilan yhteistoiminnasta ei ole laadittu mitään laatuksikirjaa, säännöllinen luomuvälvonta edellyttää asioiden huolellista hoitamista ja dokumentointia.

"Suurin osa asiakkaista jo tunnetaan ja sieltä se palaute aika selkeästi tulee, jos jotain kritiikkiä on. Kyllä se aika positiivista se palaute on, mitä meille tulee."

Kilpailu, yhteistyö ja kasvu

Yhteistyökumppanit näkevät oman lihamyyntinsä erottautuvan niin selkeästi muiden alueella toimivien lihamyyntistä, että he eivät koe kohtaavansa kilpailua lainkaan. Vaikka seudulla on jonkin verran myös ylämaankarjan kasvattajia ja muutakin suoramyyntiä, ei niitä voida yrittäjien mielestä pitää suorina kilpailijoina. Kilpailuetunaan he pitävät erityisesti lihan hyvää laatua ja suoramyynnistä johtuen tuotteiden selkeää jäljitettävyyttä ja imagoa. Verrattuna yksittäisiin viljelijöihin kilpailuetua tuo myös yhteistyö ja sen seurauksena tuotannon tehokkuus. Näin ollen yrityksen ei tarvitse kilpailla hinnoilla.

Laatuun ja tuotteiden ominaisuuksiin perustuva hinnoittelu mahdollistaa sen, että myytävien tuotteiden kilomäärät ovat pieniä ja sen vuoksi myös toiminnan riski on pienempi. Yrittäjien mielestä neuvontajärjestöt eivät ole kovin paljon esitelleet tällaista vaihtoehtoa. Perinteisesti maataloudessa hinnan laskiessa 50 prosentilla on määrä kaksinkertaistunut. Vaikka on oletettu, että asiat ovat hyvin tulojen pysyessä ennallaan, on lisääntynyt työmäärä noussut mielekkään toiminnan esteeksi.

"Meillä on käynyt toiste päin eli kun sitä samaa tuotannon volyyymia on jatkettu käytännössä, mitä oli silloin 90 luvun lypsykarja. Mulla oli 15 lypsylehmää silloin, nyt mulla on 15 emolehmää ja sitä kun tehdään työnvuorottelulla, niin se työn määrä on pienentynyt koko ajan siellä perustoiminnassa ja se on sitten taas mahdollistanut sitä satsaamista suoramyynntiin, jatkojalostukseen, toiminnan kehittämiseen ja osaamisen monistamiseen ja kaikkeen näihin, mitä tää meidän tekeminen on mukanaan tuonut. Sen huomaa kun on jossakin käynyt kertomassa tästä, ja jollakin aina lamppu syttyy ja sen kyllä huomaa, että joku alkaa miettimään, että voiko tuo pitää paikkansa ja sen asian voi tehdä myös näinpäin."

Hyvätuuli Highland tiloilla sopimusyhteistyö on koko toiminnan perusta. Yhteistyösopimus laadittiin jo miltei heti yhteistyön käynnistyttyä ja se tehdään viideksi vuodeksi kerrallaan. Sopimusta katsotaan pääasiassa silloin, kun on tarve tietää, milloin se pitää uusia. *"Se 5-vuotta on aika looginen, kun on tehty sopimukset ja sitoumukset ja luomusopimukset ja kaikki luonnonhaittakorvaukset on aina ollut määräaikaista."*

Joskus on luonnollisesti myös ristiriitaisiä näkemyksiä, mutta niistä selvittää yleensä puhumalla. Matti toteaa: *"Kyllä joitakin ja kyllä me on niistä puhumalla päästy yli. Olisi hölmöä väittää, etteikö olisi eriäviä näkemyksiä, mutta kyllä me on puhumalla päästy niistä läpi."*

Suoramyynnissä tehdään yhteistyötä Jäppilän Käsityön Ystävät ry:n kanssa. Kuten jo edellä mainittiin, alihankintayhteistyötä Hyvätuuli Highlandilla on mm. sadonkorjuussa, teurastuksessa ja jalostuksessa.

Karjankasvatuksessa ja lihamyynnissä ei haeta merkittävää kasvua vaan tarkoitus on pitää tuotanto suunnilleen entisellä tasolla. Sen sijaan osaamisen myynnissä eli Ranchising –toiminnassa on selvät kasvutavoitteet.

"Kyllä on vara kasvattaa, mutta on sovittu että ihan hirveästi ei enää lisätä. Nää teurastusmäärät ja karjanmäärät pidetään 150 tietämällä yhteensä että menekki on varmasti ehkä vähän enemmän, mutta on sovittu että pidetään tuotanto näissä raameissa mitä tällä hetkellä on."

Tulevaisuuden haasteet

Suurimpana tulevaisuuden haasteena Matti pitää toiminnan jatkuvuutta. Sen sijaan jatkajan ei välttämättä tarvitse olla omasta perheestä vaan pääasia on, että tila on hyvin hoidettu.

"No jos sanotaan, että eläkeikä on siellä 10-15 vuoden päästä ni ei sitä voi kieltää, etteikö se joskus käy mielessä, miten homma jatkuu omalla tilalla sen jälkeen. Kyllä siinä haastetta on, että löytyykö jatkajaa. Se on jotenkin geeneissä se, että se jatkuu jotenkin sitten kun ite ei enää jaksa tehdä. No tietysti se on mukava, jos löytyy omasta perheestä, mutta se ei missään nimessä oo se pääasia. On mukava kahtoo sellaista tilaa, missä nurkat on pystyssä ja ne on hyvin hoijettu, kuin se, että sitä viimeiseen asti pidetään omissa nimissä ja vielä perikunta tappelee. Näitä kun ruvetaan miettimään, niin sen kaupan voi tehdä ihan jonkun muunkin kanssa."

Konseptointi ja osaamisen myyminen

Hyvätuuli Highland Oy on rekisteröity huhtikuussa 2012 päätoimialanaan "*Henkisen omaisuuden ja vastaavien tuotteiden leasing (77400)*". Tämä tarkoittaa Hyvätuuli Highland Oy:n tapauksessa konseptin käyttöoikeuksien luovuttamista rojaltil- tai lisenssimaksuja vastaan. Käyttöoikeuden saaja voi harjoittaa Hyvätuuli Highland-konseptin mukaista liiketoimintaa franchising-perusteella. Korostaakseen toiminnan maatilayhteyttä yrittäjät käyttävät toiminnasta "Ranchising" – nimitystä. Perustajaosakkaat omistavat yrityksen tasasuurin osuuksin ja ovat myös sen hallituksen jäseniä.

Ketjuyrittäjyyskonseptia alettiin tuotteistamaan ELY-keskukselta saadulla rahoituksella vuonna 2012. Hyvätuuli Highland Oy keskittyy pelkääntään kolmen osakasviljelijän osaamisen monistamiseen. Lihanmyyntiin eikä maatalouden toimintaan sillä ei ole mitään muuta roolia kuin että se omistaa Hyvätuuli Highland tuotemerkin ja nettisivustot.

"2012 myö saatiin ELY-keskukselta liiketoimintarahoitus tuotteistamiseen. Sitä varten perustettiin ihan oma yhtiö Hyvätuuli Highland Oy, jossa ollaan kaikki 3 osakasta osakkaina. Toistaiseksi yhtään kauppa ei siitä olla saatu, mutta näen että ollaan siinä aikaansa edellä. Yhtään franchising konseptia ei maatalouden tiimoilta löydy. Kunhan ajatus ihmisillä kypsyy, että asioita voi tehdä muulla lailla, niin minkä takia toiminta ei käynnistyisi. Se tukee myös meidän osaamista siellä neuvonnan puolella."

Eskon mukaan maatalousväestö on hitaasti sytyvää kokonaan toisenlaiselle ajattelutavalle ja on vaikeaa poiketa aiemmin omaksutuista toimintatavoista. Vaikka markkinoilla on monenlaisia vetotekijöitä, kuten ilmaston muutos ja yhteistyö helpottava teknologian kehitys, nähdään yhteistyö ja luottamisen vaikeus uudenlaisen toimintatavan suurimmiksi esteiksi.

Hyvätuuli Highland Oy:n kohderyhmät ovat moninaisia. Osaamisen monistamisesta hyötyvät

Franchising eli ketjuyrittäjyys

Franchising eli ketjuyrittäjyys tarkoittaa sitä, että joku ostaa oikeuden toimia franchise-antajan liiketoimintamallin mukaisesti (Franchising yhdistys). Franchising on pitkäaikaista sopimusyhteistyötä, jossa franchise-ottaja tarjoaa taloudellisen vastikkeen franchise-antajan kehittämän liiketoimintakonseptin ja –mallin käyttöä (<http://www.franchising.fi/franchising>). Suomessa on tällä hetkellä eri toimialoilla noin 300 franchising-ketjua, joista 87 % toimii kulluttajapalveluissa, vähittäiskaupassa ja ravintola, kahvila ja fast food –sektorilla. Loput 13 % toimivat yrityspalveluissa lähinnä yrityksiltä – yrityksille markkinoilla.

Alalla toimii noin 5000 yrittäjää, joilla on 7000 eri toimipaikkaa ja yrittäjiin verrattuna noin kymmenkertainen määrä työntekijöitä eli noin 50 000 työntekijää. Suomessa ei varsinaiseen maatalouteen ole vielä syntynyt ketjuyrittäjyyttä. Metsätaloudessa UPM Silvesta Oy:llä on myös itsenäisinä elinkeinonharjoittajina toimivia franchise-sopimuksella toimivia yrittäjiä. Hyvätuuli Highland Oy ja sen Ranchising –konsepti on siis ura-uurtava tapa lisätä ylämaan karjan kasvatusta, viljelijäyhteistyötä ja luomutuotantoa ja –myyntiä Suomessa.

erityisesti sellaiset yrittäjät, jotka tulevat maatalouden pariin muilta aloilta tai muunlaisen koulutuksen saaneina.

”Ja hyvin iso osa on sellaisia viljelijöitä, jotka on tulleet maatalouden pariin muualta. Se on meille yksi kohderyhmä. Ihmiset, joilla on markkinointiosaamista ja muuta osaamista niin myö voidaan kuitenkin tuoda sinne sitä viljely ja karjanhoitosaamista ja se on kuitenkin se meidän ydinosaamisen keskeinen alue.”

Yhteistyö ja vuorottelu hiljaisempina aikoina ovat mahdollistaneet yrittäjien keskittymisen myös toiminnan tutkimiseen ja tuotekehitykseen. Jonkin verran on käytetty ulkopuolista konsultointia liiketoiminnan suunnittelun tukena. Ketjuyrittäjäyys on syntynyt pääosin oman tutkimus ja kehitystyön tuloksena.

Nimi tehtiin sanaleikkinä ranch sanasta ja franchising sanasta ja mikä on karjatilän ketjuyrittäjäyttä. On terotettu, mitä ite tehdään, niitä toimintatapoja, mitä on tehty tässä 15-vuoden aikana. Jos ne toimii meillä niin, minkätakia ne ei voisi toimia jossain muuallakin. Eihän se voi olla niin, että me ollaan ainoat yhteistyökykyiset maanviljelijät tässä maassa.

Ranchising –konseptissa tulevilta yrittäjiltä edellytetään kolmea asiaa, jotka ovat

1. useamman tilan yhteistyö, jotta saadaan siitä karjanhoidosta sitovuus hävitettyä
2. ylämaan karja takaa tuotteiden erilaisuuden
3. suoramyynni puolestaan mahdollistaa sen, että pystytään kohtuullisella ki-
lomäärällä saavuttamaan kannattava tulos

Yhteistyötiloja ei tarvitse olla kuin kaksi. Franchisingin ottajaksi lähtevien yritysten kanssa tehdään monenväläinen yhteistyösopimus, jossa määritellään, miten tilat keskenään toimivat yhteistyössä, ja mitä osaamista Hyvätuuli Highland Oy:ltä saadaan franchising maksujen vastineeksi.

Hyvätuuli Highland Oy toimittaa franchisingin ottajille:

1. luomunviljelysuunnitelmat
2. perinnebiotooppisuunnitelmat
3. yhteistyövalmennukset ja sopimusavun
4. koulutuksen eläintenhoitoon
5. laatukäsikirjan ja valmiit ohjeistukset
6. keskitetyn markkinoinnin, laadukkaan brändin ja myyntijärjestelmän
7. Jatkuvan puhelintuen.

”Perusmaatalouden tekemiseen tarjoamme karjanhoito-osaamista. Tätä voisi verrata ATK-käyttäjätukeen eli me tarjotaan samanlainen ajatusmallin karjanhoitoon. Tarjotaan puhelinneuvonta ja koulutuspaketit käynnistämiseen ja siihen, mitä missäkin vaiheessa tarttee osata. Kun toiminta käynnistyy, tarjoamme yleissuunnittelun suoramyynnin käynnistämiseen ja myymälän perustamiseen. Kaikki omavaltavonta asiat, mitä myymälässä tarvitaan, viranomaisyhteistyö ja myös markkinointimateriaalin netistä. Sosiaalisen median käytännöt voidaan monistaa suoraan

muille. Tietysti myös tuotteet, hinnoittelu ja reseptiikka tarjotaan valmiina. Tuotekehityksen puolella yhteistyö on tärkeintä. Mitä myökin pienimuotoisesti tuotekehitystä tehdään, niin kaikki säilyvyydestit on taloudellisesti aika raskaita pienelle toimijalle. Aina, kun maksajia siellä on enemmän, niin pystyis sitä puolta kehittämään enemmän."

Ketjuyrittäjänä toimiminen edellyttää sopimuskumppaneilta samanlaista kassajärjestelmää kuin Hyvätuuli Highland Oy:llä. Tällöin pystytään myymälän toiminta hinnoittelemaan prosenttiperusteisesti. Tietty prosentti käytetään Hyvätuulen yhteiseen markkinointibudjettiin. Perusfranchising maksu on sidottu maatilankokoon eli peltohehtaareihin ja eläinmäärään, jotta saadaan hinnoittelulle yksiselitteiset perusteet. Näistä saadaan tukijärjestelmistä selkeät raportit. Hintaluokka on 100 euroa /peltohehtaari/vuosi ja 100 euroa/eläinyksikkö.

"Jos miettiään vaikka 20 hehtaarin tila, jossa on vaikka 20 eläinyksikköä tai 15 eläinyksikköä, niin se on noin 4000 euroa. Sopimukset pyritään tekemään 5-vuotisina, jolloin toimijat sitoutuvat pidemmällä aikavälillä mukaan lähtemiseen."

Arvio solmittavista sopimuksista on maltillinen – 5 - 10 vuoden kuluttua arvellaan Suomessa olevan 5-10 Hyvätuuli Highland ryhmää, mikä tarkoittaa yhtä uutta ketjun toimijaa per vuosi.

"5 – 10 myymälää eri puolella Suomea ja sitten myö näytään jo selvästi. Joskus laskettiin, että 30 ryhmää sopisi Suomeen, mutta tarkkaa vuositavoitetta ei ole asetettu. Tää tuntuu olevan uudenlainen konsepti ja että ensimmäisestä täytyy lähteä liikkeelle. Toisaalta, kun meillä on osaaminen ja se vahvistuu koko ajan ilman, että syntyy juuri kuluja ennen kuin tulee tuottoja, joten meillä on aikaa odottaa. Nettikaupassa me oltiin 10 v etuajassa. Ollaan sitten tässä osaamisen monistamisessa myös 10 v etuajassa, mutta se ei ole ongelma, koska aika on koko ajan meidän puolella."

