

# Vastuullinen ruoka-alan yrittäjyys

## TYÖKIRJA



Ruoka-ala on ala, jota tarvitaan aina, tarvitsemme ruokaa elääksemme. Ruoka-alalla on potentiaalia ja tarvetta uusille yrityksille. Myös alan yrittäjien eläköitymisen takia tarvitaan uusia jatkajia.

Viime vuosien tilanne muun muassa epidemian aiheuttamien vaikutusten vuoksi on nostanut omavaraisuuden ja kotimaisen tuotannon arvostuksen korkealle. Lähiruoan ohella luomu- ja luonnontuotteilla on paikallisen ruoan tuotannossa paljon mahdollisuuksia ja kiinnostuneita kuluttajia on yhä enemmän. Yhä useampi suomalainen haluaa kotimaista lähellä tuotettua ruokaa.



## Mitä alalle haluavan tulisi ottaa huomioon?

Tämä työkirja on tehty aiheeseen johdattavaksi oppaaksi ruoka-alan yrittäjäksi aikovalle tai alasta kiinnostuneelle, sekä taholle, joka suunnittelee tai toteuttaa koulutusta aiheesta. Työkirjan sisältö on suunniteltu yhdessä alan lehtoreiden sekä alan kehittämishankkeiden toimijoiden kanssa ja se antaa tekijöidensä kokemusten näköisen kuvan siitä, mitä aiheita kannattaa ottaa huomioon suunnitellessa alan yritystä kotimaisille markkinoille. Työkirja sisältää myös haastattelujen avulla kerättyjä alan yrittäjien näkemyksiä toimialasta.

Nuoria ja opiskelijoita kannattaa kannustaa alalle yrittäjiksi, ja on tärkeitä nostaa opiskelijoiden tietämystä tuottamisesta, tuotteistamisesta ja yritysmuodoista sekä mahdollisuuksista alalla.

Työkirja on tehty osana Vastuullinen uusimaalainen ruoka -hanketta, missä suunniteltiin ja toteutettiin 5 op opintojakso ruoka-alan yrittäjyydestä. Kaksivuotista hanketta (11/2021–3/2023) rahoitti Euroopan maaseudun kehittämisrahasto ja sen myöntäjänä toimi Uudenmaan ELY-keskus. Opintojakso koostui lähi- ja etäopiskelusta ja siihen sisältyi alan vierasluennoitsijoita sekä vierailu alan yritykseen. Monipuolinen alan edustus pienemmistä ja suuremmista yrityksistä tekee opintojaksosta mielenkiintoisen opiskelijan näkökulmasta.

Kokonaisuutta tukevat sopivat harjoitukset sekä oman liikeidean suunnittelu (tulevan oman yrityksen rakentamisen pohjaksi), mikä aloitetaan jo koulutuksen alussa.

Tarkoitus on kannustaa nuoria ja opiskelijoita alalle yrittäjiksi ja lisätä opiskelijoiden tietämystä tuottamisesta, tuotteistamisesta ja yritysmuodoista sekä työmahdollisuuksista alalla.

**Työkirja sisältää teemat ja rungon opintokokonaisuudelle,** joiden hallinta tukee alalle suuntaavaa opiskelijaa. Tavoite on, että opiskelija osaa

- kuvata elintarviketuotantoa yrittäjyyden ja alan moninaisuuden näkökulmasta
- noudattaa kestävässä kehityksessä ja vastuullisessa toiminnassa huomioitavia lakeja, säädöksiä sekä asetuksia elintarvikeyrityksissä
- kehittää tuotteistamista ja markkinointia elintarvikeyrityksissä
- soveltaa trendien ja tulevaisuuden ennakoitintietoa elintarvikealalla.

## Työkirjan oppimistehtävät

**Toimintaympäristöanalyysi:** arvioidaan ja kartoitetaan oman yrityksen toimintaa opintojakson teemojen kautta.

- työkalupaketin suunnittelu kehittämistehtävän tekemistä varten
- benchmarking ja tiedon jakaminen opiskelijoiden kesken
- oman yrityksen liiketoiminnan kehittäminen

Tuotos -> Liikeideakonseptin suunnittelu tulevan oman yrityksen rakentamisen pohjaksi. Valmis "työkirja"/liikeidean suunnittelu (esim. tulevan oman yrityksen rakentamisen pohjaksi)

### Liikeidea työkirja:

- Työkirja on visuaalinen tuotos (powerpoint, Canva, ym.), jonka avulla tuodaan esille oma liikeidea.
- Esiteltävä liikeidea on elintarvikealaan (ruoka- tai juomatuotteen) liittyvä uusi tuote- tai palveluidea.
- Liikeidea vastaa kysymyksiin kenelle? Mitä? Miten? Miksi?

## Sisällys

1 Yrittäjyyden ABC .....	3
2 Kestävä ja vastuullinen elintarviketuotantoprosessi ..	6
3 Inspiraatiot ja tarinat .....	11
4 Tuotteistaminen ja markkinointi .....	16
5 Tulevaisuus ruoka-alalla	18

# 1 Yrittäjyyden ABC

## Sisäinen yrittäjyys, asenne ja motivaatio

Suomen yrittäjät (2020) kertovat verkkosivuillaan että vuosittain tehtävässä Nuorisobarometrissä on selvinnyt, että yhä enemmän halutaan, että työ on mielekästä, ja työpäivän aikana tehdään itselle tärkeää ja mielekästä työtä, eli yrittäjyys kiinnostaa vaihtoehtona vaikuttaa omaan työhön.

Innostus ja usko omaan ideaan on synnyttänyt uusia innovaatioita ja yrityksiä elintarvikealalla. Uudet konseptit, menetelmät ja innovatiiviset tuotteet ovat voineet lähteä pienestä ideasta verkkokellaritoimistosta ja päätyä menestykkääseen konseptin leviämiseen. Vahva usko omaan ideaan ja tekemiseen sekä periksiantamattomuus ovat hyödyksi pienyrittäjälle.

Elintarvikeala on pienyritysvaltainen, tilastokeskuksen mukaan 70% alan yrityksistä työllistää alle 4 henkilöä (2021).

## Yrittämisen vaihtoehdot, yritysmuodot ja muutama sana verotuksesta

Ruoka-alalla on potentiaalia ja tarvetta uusille yrityksille. Myös alan yrittäjien eläköitymisen takia tarvitaan koko ajan uusia jatkajia. Nykypäivän yritykset tiedostavat yhä laajemmin yhteistyön merkityksen ja ovat valmiimpia etsimään kumppanuuksia. Liikeidea ja tuotteen kysyntää on mahdollista kokeilla myös pienimuotoisesti. Alalle tulemisen helpottamiseksi on viime vuosina tehty muun muassa Eviran selkeitä tietopaketteja miten ja minkälaista toimintaa voi aloittaa pienimuotoisesti. Kysyntää voi kokeilla myös suoramyynnissä esimerkiksi REKO-suoramyyntipiireissä tai vaikka ravintolapäivässä.

Uusyrityskeskuksista saa ilmaista neuvontaa sopivan yritysmuodon valitsemiseen.

<https://uusyrityskeskus.fi/>

<https://uusyrityskeskus.fi/apua-yrittajyyteen/perustamisopas/>

[Elintarvikelainsäädännön ja suoramyynnin ohjeet - \(aitojamakuja.fi\)](#)

[Oppaita ja vinkkejä yritystoiminnan kehittämiseen - \(aitojamakuja.fi\)](#)

[Lähiuokayrittäjän työkirja by Natural Resources Institute Finland \(Luke\) - Issuu](#)

[Alkava yrittäjä ja starttiraha - TE-palvelut](#)

## Yritysvierailu elintarvikeyritykseen

Alalle voidaan innostaa esimerkein, nostamalla menestyksekkäitä esikuvia alan pienistä ja keskisuurista yrityksistä sekä muuttamalla mielikuvaa tuottamisesta ja rohkaisemalla opiskelijoita ja alanvaihtajia yrittäjiksi.

Yrittämisenäkölma - tutustutaan mielenkiintoiseen yritykseen valitsemalla sopiva yritysvierailukohde. Liitetään siihen sopiva tehtävä. Sopiva kohde voi olla esimerkiksi lähiuokatila tai innovatiivinen elintarvikeyritys. Kohteen on hyvä olla monipuolinen, esimerkiksi tila, jolla tuotantoa, suoramyyntiä, kahvila/tilauspalvelu.



## Sosiaalisen median markkinointitehtävä

Parityönä suunnitellaan tilan/yrityksen valitusta tuotteesta Instagram-julkaisu. Tehtävässä pyydetään toteuttamaan julkaisu, joka lisää tuotteen myyntiä, tuottaa postauksella sosiaalisen median näkyvyyttä ja yritykselle ylipäättänsä näkyvyyden lisäämistä.

Arvioinnissa otetaan huomioon julkaisun suunnittelussa tuotteen näkyvyystekijät, käyttötarkoituksen ymmärrys, markkinoinnin luovuus, innovatiivisuus, toteutettavuus, uutuuksarvo, toimeksiantajan hyöty, kiinnostavuus ja julkaisun selkeys.

## Liikeideasta yrittäjyyteen

Kotimaisen ja lähiruoan kysyntä ja kulutus ovat jatkuvassa kasvussa. Suoramyyntikanavien suosio ja kotimaisen ja lähiruoan kulutusmäärät ovat olleet ennätyslukemissa. Viime vuosien tilanne muun muassa epidemian aiheuttamien vaikutusten vuoksi on nostanut omavaraisuuden ja kotimaisen tuotannon arvostuksen korkealle. Lähiruoan ohella luomu- ja luonnontuotteilla on paikallisen ruoan tuotannossa paljon mahdollisuuksia ja kiinnostuneita kuluttajia on yhä enemmän. Yhä useampi suomalainen haluaa siis kotimaista lähellä tuotettua ruokaa. Ruoka-alalla on potentiaalia ja tarvetta uusille yrityksille. Myös alan yrittäjien eläköitymisen takia tarvitaan koko ajan uusia jatkajia.

## Liikeidea

Yritystoiminta saa alkunsa ideasta. Idea voi olla esimerkiksi:

- uudenlaisesta tuotteesta
- uudesta valmistustavasta
- paremmasta tavasta palvella asiakkaita
- toimittaa tuote asiakkaan saataville
- yksinkertaisesti vain havainnosta siitä, että jonkin tuotteen kysyntä ylittää tarjonnan

Yritysidean jalostaminen aloitetaan määrittelemällä yritykselle toiminta-ajatus, joka on yritystoiminnan ajatuksellinen perusta ja määrittelee yrityksen toiminnan tarkoituksen.

Liikeideassa kerrotaan:

- Millaisia asiakkaita yritys tavoittelee?
- Millaista tuotetta yritys asiakkailleen tarjoaa?
- Millaisen mielikuvan eli imagon yritys haluaa itsestään ulkopuolisille antaa?
- Miten tämä haluttu yrityskuva saadaan aikaan?
- Liikeidea vastaa kysymyksiin: kenelle? mitä? miten? miksi?



## Oman liike-idean työkirjan sisältö:

- Kerrotaan yrityksen tarina, toiminta-ajatus ja yritysidea
- Kerrotaan tuotteen/palvelun (nimi, hinta, ominaisuudet, hyödyt, käyttöönotto, pakkaus)
- Asiakas, mille asiakassegmentille tuote on suunniteltu. Mitä lisäarvoa tuotetaan valitulle kohderyhmälle? Miksi on valittu juuri kyseinen segmentti?
- Tarve, minkä ongelman tuote ratkaisee, arvolupaus.
- Ketkä ovat kilpailijat (esim. Kilpailija-analyysi matriisin muodossa)
- Jakelukanavat
- Myynti
- Miten voin vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen
- Miten saan asiakkaan palaamaan takaisin
- Miten hoidan asiakassuhteitani
- Markkinointi
- Suunnittele ensimmäinen Instagram mainos
- Minkälaisen yritys kuvan eli imagon haluan ulkopuolisille muodostaa
- Vastuullisuusnäkökulman esilletuonti

**Konseptin nimi:****Ryhmän nimi:**

Asiakashyöty, arvo käyttäjälle	Toimeksiantajan hyöty	Toteutettavuus	Innovatiivisuus, uutuusarvo, kiinnostavuus	Esityksen selkeys, ymmärrettävyys

**TULOSTA  
JA TÄYTÄ!**

# 2 Kestävä ja vastuullinen elintarviketuotantoprosessi

Ruoantuotanto ja kulutus ovat merkittävämpiä ilmastonmuutoksen aiheuttajia, nyt ja myös tulevaisuudessa. Jotta nykyinen ruoantuotanto pysyisi maapallon kantokyvyn rajoissa, tarvitaan ruoantuotantoon muutosta. Kestävässä ja vastuullisessa ruoantuotannossa käytetään menetelmiä, joilla varmistetaan ruokajärjestelmien pitkän aikavälin elinkelpoisuus ja samalla minimoidaan toiminnan negatiiviset ympäristölliset, sosiaaliset ja taloudelliset vaikutukset. Kestävä ja vastuullinen elintarviketuotanto pyrkii tasapainottamaan ympäristölliset seikat, tehokkaan resurssienhallinnan, eläinten hyvinvoinnin, sosiaalisen vastuun ja läpinäkyvyyden.

Suomessa ruoantuotanto työllistää suoraan noin 38 000 ihmistä, ja epäsuorasti yli 300 000 henkilöä, mukaan lukien koko ruokaketjun. Suomalaisen ruoantuotannon vastuullisuus ja kestävyys pärjää kansainvälisessä vertailussa varsin hyvin, mutta globaalit haasteet koskevat myös Suomea.

**”Elintarvikealassa on kyse suomalaisesta ruokatuotannosta, yrittäjyydestä, työllisyydestä, osaamisesta, maaseudun elinvoimaisuudesta, taloutemme hyvinvoinnista ja ruokakulttuurista sekä lukemattomista ruokanautinnoista”.**

(Hyrylä, 2022)

## Elintarviketeollisuusliiton kolme näkökulmaa vastuullisuuteen



### Ympäristö- vastuu

Ilmasto & energia  
Vähähiilinen ruoantuotanto  
Kiertotalous  
Vedenkulutus & jätevedet  
Luonnon monimuotoisuus

### Sosiaalinen vastuu

Henkilöstö  
Vastuullinen toimitusketju  
Elintarviketurvallisuus  
Ravitseminen  
Kuluttajaviestintä  
Avustukset ja tuki

### Taloudellinen vastuu

Työllisyys  
Verotus

Lähde: [Elintarviketeollisuusliitto ry 2023](#)



## Mitä asioita aloittelevan ruoka-alan yrittäjän tulisi huomioida?

1. Mikä on liikeidean ja toiminnan tarkoitus ja missä ovat suurimmat vaikutukset, esimerkiksi mikä on liikeidean ja tuotteiden ympäristö-, sosiaalinen- tai taloudellinen vaikutus. On myös hyvä miettiä, mihin näistä voi tai haluaa vaikuttaa.
2. Perusasioiden on oltava kunnossa, erityisesti yrityksen sosiaalisen vastuun. Koko yrityksen hyvinvointi lähtee siitä, että noudatetaan työsuojelun ja työolot ovat kunnossa.
3. Talouden hyvä hoitaminen. Jos talous ei ole kunnossa eikä toiminta kannattavaa, ei voi panostaa mihinkään muuhun. Yritys ei voi huolehtia muista vastuullisuusasioista, jos talouspuoli sakkaa.
4. Elintarviketurvallisuus ja tuotteen ravitsemuksellisuus. Elintarviketurvallisuus on elintarviketuotannon perusasia, sillä taataan kuluttajalle turvallinen tuote. Ruokatuotteen tulee olla ravitsemuksellisesti mahdollisimman laadukas. Kuluttajalle tehtävän tuotteen tulee olla haluttava, mutta mahdollisimman terveellinen.
5. Energia ja hävikki. On tärkeää miettiä, miten ja millaista energiaa omassa toiminnassa käytetään. Mitä hävikkiä tuotannossa syntyy ja voiko sitä hyödyntää?

Viivi Wanhalinna, Elintarviketieteiden Seuran toiminnanjohtaja 2023

## Katso lisää!

[Elintarviketeollisuusliitto, 2023. Elintarviketeollisuus toimii vastuullisesti.](#)

[Hyrylä, L. 2022. Kasvava, kehittyvä, kestävä ja kiinnostava ruoka-ala! Aitoja makuja.](#)

[Ruokavirasto, 2020. Perusta elintarvikeyritys](#)

[TEM, 2018. Ruokatuotanto.](#)

[Wanhalinna, V. 2023. Vastuullisuus elintarvikeyrityksessä: Mistä lähteä liikkeelle?](#)

## Tuotteen logistiikka

Ruoka-alan yrittäjän tulee miettiä tuotteensa kuljetukseen eri vaihtoehtoja. Pitää arvioida tarkkaan kuljetuskustannukset ja selvittää mistä ne muodostuvat. Kuljetuskustannukset koostuvat muun muassa tuotteiden määrästä, tarvittavasta kalustosta (esimerkiksi lämmin vai kylmä kuljetus) ja matkasta. Yrittäjä voi valita, kuljettaako tuotteensa itse, ostopalvelun kautta vai yhteistyössä muiden yritysten kanssa.

**”Tietenkin laadun ja maun lisäksi, on toimitusvarmuus ja logistiikka ruokatuotteen tärkeimpiä asioita. Tuotetta pitää tulla riittävästi ja ajallaan. Ravintoloilla ei ole aikaa hakea raaka-aineita, vaan logistiikka pitää toimia tuottajan puolelta. Erittäin merkittävä pointti logistiikassa on myös ruokaturvallisuus. Kylmäkuljetus, mahdollisimman lyhyet toimitusketjut ja hygienia ovat ensisijaisen tärkeitä. Toimittaako tuotteet sitten tuottaja itse vai kuriiri, toimivuus on tärkeintä, mutta tietenkin kohtaamiset tuottajan kanssa on piste i:n päällä.”**

Terhi Vitikka, Ravintola Nokka 2023.

## Itsekuljettaminen

Iso osa pienistä ruoka-alan yrityksistä toimittaa tuotteensa itse suoraan ravintoloihin, ravintolatukkuihin, tai vähittäiskauppaan. Asiakkaan kohtaaminen tekee tavaran-toimituksesta henkilökohtaista ja voi olla parasta promootiota tuotteelle. Tämä voi kuitenkin olla haaste, koska kuljetus vie resursseja ja työaikaa.

## Kuljetus ostopalveluna

Aina itse kuljettaminen ei ole ajankäytön puolesta mahdollista, silloin kannattaa miettiä kuljetuksen ulkoistamista kuljetusyriykselle. Kuljetuksen hankkinen ostopalveluna antaa yrittäjälle enemmän aikaa keskittyä omaan ydinosaan. Tällöin pitää löytää muita tapoja asiakaskohtaamisiin. Ostopalvelut kannattaa aina kartoittaa ja kilpailuttaa. Kuljetuspalvelut voi myös ulkoistaa osittain, esimerkiksi hiljaisimpana aikana voi kuljetukset toimittaa mahdollisuuksien mukaan myös itse. Tällainen välimalli keventää yrittäjän työmäärää ja samalla hän voi ylläpitää asiakassuhteita.

## Kuljetus yhteistyönä muiden yrittäjien kanssa

Yhtenä vaihtoehtona on myös yhteistyön tekeminen muiden pienyritysten kanssa, jolloin on mahdollista tavoittaa synergiaetuja kuljetusten paremman optimoinnin ja yhdistelyn myötä. Tämän lisäksi vanhoja asiakassuhteita on edelleen helppo ylläpitää ja uusienkin solmiminen on mahdollista yhteistyökumppanin kontaktien myötä. (Kairinen & al. 2022.)

## Laskuri logistiikkakustannusten valintaan

Pienten ruoka-alan yritysten johtamisen tueksi on laadittu laskuri, joka helpottaa yrittäjää toimivimman logistiikkamallin valinnassa. Laskuri toimii Excel-pohjassa ja sen avulla voi selvittää kustannukset, jotka syntyvät itse kuljetetuista toimituksista. Laskuri auttaa arvioimaan, milloin kuljettaminen itse on kannattavaa, ja milloin ostopalvelut ovat toimivampi vaihtoehto.

[Lataa Laskuri kuljetuskustannuksista itse kuljettaen](#)

## Lähde ja lisätietoa logistiikasta:

Kairinen, A., Paananen, A., Mälkönen, E., Tikkanen, S & Ruutu, V. 2022  
Pienten ruokayritysten logistiikkakustannukset. Turun yliopisto, kauppa- ja liiketoimintatieteiden tutkimuskeskus.  
<https://yrityssalo.fi/wp-content/uploads/2022/04/Pienten-ruokayritysten-logistiikkakustannukset-raportti.pdf>

### Esimerkilaskelmat itse kuljetuksen ja ostopalvelun välillä (Kairinen, et al. 2022)

1. Yritys tekee itse kuljetuksia neljä kertaa viikossa ja yhden kuljetuskerran pituus on 200 km ja pysähdyksiä matkan aikana tehdään kolme. Kuljetusmuotona on pakettiauto, joka on hankittu hintaan 25 000 €, ja joka toimii bensiinillä. Yritys tuottaa kuukausitasolla 160 laatikkoa leipää.

Arvioidut kuljetuskustannukset ovat:

- Kuukausittaiset kuljetuskustannukset 1688,28 €
- Palkkakulujen osuus 743,08 €
- Polttoainekulut (ALV vähennettynä) 641,03 €
- Ajoneuvon ylläpito 95,83 €
- Poistojen osuus kuukaudessa 208,33 €
- Vuosittaiset kuljetuskustannukset 20 259,35 €
- Kuljetuskustannukset / leipälaatikko 10,55 €
- Kuljetukseen käytetty työaika kuukaudessa 65,33 h

2. Yritys tekee kuljetuksia neljä kertaa viikossa ja yhden kuljetuskerran pituus on 200 km ja pysähdyksiä matkan aikana tehdään kolme. Yritys tuottaa kuukausitasolla 160 laatikkoa leipää.

Arvioidut ulkoistamisen kustannukset ovat:

- Kuukausittaiset kuljetuskustannukset 1606,19 €
- Vuosittaiset kuljetuskustannukset 19 274,34 €
- Kuljetuskustannukset / leipälaatikko 10,04 €

Kuukaudessa säästynyt työaika 65 h



## Tuotekehitys ja reseptiikka

Ruokatuote on onnistunut, kun se tyydyttää jonkin asiakkaan tai asiakasryhmän tarpeita. Ruokatuotteen tuotekehitys on monivaiheinen prosessi, jonka tarkoituksena on löytää, luoda ja kehittää uusia ruokatuotteita kuluttajille. Ruokatuotteen tuotekehitys pitää sisällään reseptin ja raaka-aineiden lisäksi muun muassa tuotannon-suunnittelua, pakkauksen suunnittelua, logistiikkaa sekä markkinointisuunnittelua.

Uuden tuotteen kehittämisen lähtökohdantana voi olla markkinoilla oleva tiedostettu tai tiedostamaton tarveperusta. Tuotteen kaupallisen menestyksen edellytyksenä on, että se voittaa kilpailevat tuotteet joiltakin sellaisilta ominaisuuksiltaan, joita asiakas haluaa ja joiden perusteella hän on valmis valitsemaan tuotteen. (*Rope & Vahvaselkä 1998.*)

### Esimerkki tuotekehitysprosessista (mukaeltu Stage-Gate-malli, Cooper 1990)



## Mitkä asiat tulee ottaa huomioon reseptiikan suhteen tuotekehityksessä?

1. Raaka-aine valinnat. Pitää miettiä keneltä ostetaan, minkä tyylistä, saako tarpeeksi isoja määriä, millaiset ovat raaka-aineiden pakkauskoost, miten ja mihin materiaaliin ne on pakattu.
2. Hävikki. Ruoan valmistaminen kotikeittiössä kahden litran kattilassa on eri asia kuin isoissa 800 litran kattiloissa, joten valmistuksessa tehokas ja optimaalinen raaka-ainekäyttö on todella tärkeää. Hyvällä ja tarkalla suunnittelulla voi vähentää hävikkiä monin keinoin.
3. Ergonomia. Ammattimainen ruoanvalmistus on fyysisesti raskasta työtä, jossa ottaa huomioon työturvallisuuden ja ergonomian perusasiat. Tavarointa tilatessa kannattaa ottaa huomioon pakkausten helppo käsiteltävyys.
4. Mieti raaka-aineiden sivuvirtojen hyväksikäyttö. Esimerkiksi meille tulee aurinkokuivattua tomaattia, jonka säilöntäöljyn voi käyttää hyväksi muissa ruuissa.
5. Reseptiikassa tulee ottaa huomioon tuotteen terveellisyys ja ravitsemuksellisuus. Valmisateriat ovat ottaneet ison harppauksen kohti terveellisempää ja ravitsemuksellisempaa suuntaa, ja myös kuluttajat odottavat sitä. On tärkeää tarjota laadukkaita ja terveellisiä tuotteita kaikissa hintakategorioissa.

Elli Pietilä, tuotekehittelijä, HKScan Finland Oy 2023

## Apuu tuotekehitykseen ja tuotteen testaamiseen

Aloittavalle ruoka-alan yrittäjälle on tuotekehitykseen saatavilla myös asiantuntija-apua tai vuokrattavia tiloja tuotteen testaukseen tai valmistamiseen. Eri puolella Suomea toimii asiantuntijayrityksiä, jotka tarjoavat tuotekehitystä tukevia palveluja ja tuotekehitystiljoja. [Lue lisää.](#)

Cooper, R.G. 2010. The Stage-Gate Idea to Launch System. Teoksessa: Sheth, J. N. & Malho, N. K. (eds.) Wiley International Encyclopedia of Marketing. John Wiley & Sons.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781444316568.wiem05014>

Heina, J. 2023. Tuotekehitystiljoja ja asiantuntija-apua elintarvikeyrityksille. Aitojama-kuja.fi

<https://aitojamakuja.fi/tuotekehitystiljoja-ja-asiantuntija-apua-elintarvikeyrityksille/>

Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1998. Nykyaikainen markkinointi. WSOY.

## Kiertotalous ruoantuotannossa

Nykyiset ruoantuotantomenetelmät kuluttavat ehtyviä luonnonvaroja, saastuttavat ilmaa, vettä ja maaperää sekä köyhdyttävät luontoa. Tällä hetkellä maatalouselintarvikealan osuus maailman kasvihuonekaasupäästöistä on lähes neljännes. Joka sekunti tuhlataan kuuden jätetekällisen verran syötävää ruokaa. (Mattila, 2019.)

Kiertotalouden avulla ruokajärjestelmän tuotteet ja materiaalit pidetään käytössä mahdollisimman pitkään, samalla kun luonnonjärjestelmät pystyvät uudistumaan. Ruoantuotanto parantaa ympäristöä sen heikentämisen sijaan ja ihmiset saavat terveellistä ja ravinteikasta ruokaa. (Mattila, 2019.)

## Teollinen ruokajärjestelmä

- edistää ympäristön tilan heikkenemistä: joka vuosi hakataan 7,5 miljoonaa hehtaaria metsää ja menetetään pintamaata 75 miljardia tonnia
- on tuhlavaa: keskimäärin 30 % kaikesta tuotetusta ruoasta ei päädy lautaselle, Kiinassa 500 miljoonaa ihmistä voitaisiin ruokkia kasvatetulla mutta poisheitetyllä ruoalla
- ei ole joustava eikä tuota toivottuja tuloksia: karuvin indikaattori tälle on, että lähes 1 miljardi ihmistä näkee nälkää tai ovat aliravittuja, kun samaan aikaan 2,1 miljardia ihmistä on lihavia tai ylipainoisia.

## Kiertotalous

- on talousmalli, joka on maapallon kannalta kestävämpi kuin nykyinen lineaarinen
- tarkoittaa tuotteiden ja materiaalien hyödyntämistä mahdollisimman pitkälle
- luo uudenlaista ajattelutapaa ja näkemystä maailmasta, taloudesta ja liiketoiminnasta
- on malli, jossa innovointi, kumppanuudet, verkostot ja ekosysteemit ovat ratkaisevan tärkeitä
- tarjoaa yrityksille mahdollisuuksia luoda enemmän arvoa vähemmillä resursseilla
- auttaa yrityksiä ratkaisemaan paremmin asiakkaiden tarpeita ja samalla vähentämään riskejä ja kustannuksia.

Lähde: Anttonen 2022.

## LINEAARITALOUS



## KIERTOTALOUS

**Kestävä tuotesuunnittelu**  
(uusiutuvuus, korjattavuus, modulaarisuus, päivitettävyyys, kierrätettävyyys)

**Kierrätetyt ja uusiutuvat raaka-aineet**

**Takaisinotto, kierrätys jalostusarvon nosto**

**Energiatehokkaat, tuotantoprosessit, jotka eivät tuota jätettä**

**Käyttöiän pidennys, uudelleenkäyttö, korjaus**



Lineaaritalous vs. kiertotalous. Lähde: Souellek 2022

## Lähteet ja lisätietoa kiertotaloudesta:

Anttonen, M. Luento 10.11.2022. Laurea-ammattikorkeakoulu

Soueilek, K. 2022. Kestävää kasvua kiertotalouden liiketoimintamalleista - Käsikirja yrityksille. Sitra. <https://www.sitra.fi/app/uploads/2022/02/kestavaa-kasvua-kiertotalouden-liiketoimintamalleista-2-1.pdf>

Mattila, H. 2019. Kaupungit ja ruoan kiertotalous. Sitra. <https://www.sitra.fi/julkaisut/kaupungit-ja-ruoan-kiertotalous/>

# 3 Inspiraatiot ja tarinat

## Ruokatuotteen tarinallistaminen

Tarinallistaminen on yrityksen toiminnan kokonaisvaltaista kehittämistä asiakasta osallistavan tarinan muotoon. Tarinan avulla yrityksen toimintaan luodaan elämyksellisyttä. Asiakaskokemuksesta tehdään vaikuttava, erottuva ja elämyksellinen tarinakokemus. Tarina on läsnä jokaisessa asiakaskohtaamisessa. Parhaimmillaan tarina näkyy, tuntuu, maistuu, tuoksuu ja kuuluu. (Kalliomäki 2017)

**”Vaikka suomalaiset ovat poikkeuksellisen hintatietoisia, elintarvikkeita ei osteta vain vatsantäytteeksi tai valita hinnan perusteella. Maun lisäksi tärkeää on se, että ostaminen tuo mielihyvää – asiakas ostaa tuotteen lisäksi sen edustaman arvomaailman.”**

*Kari Venäläinen, ohjelmapäällikkö, Tekes Sapuska-ohjelma 2010*

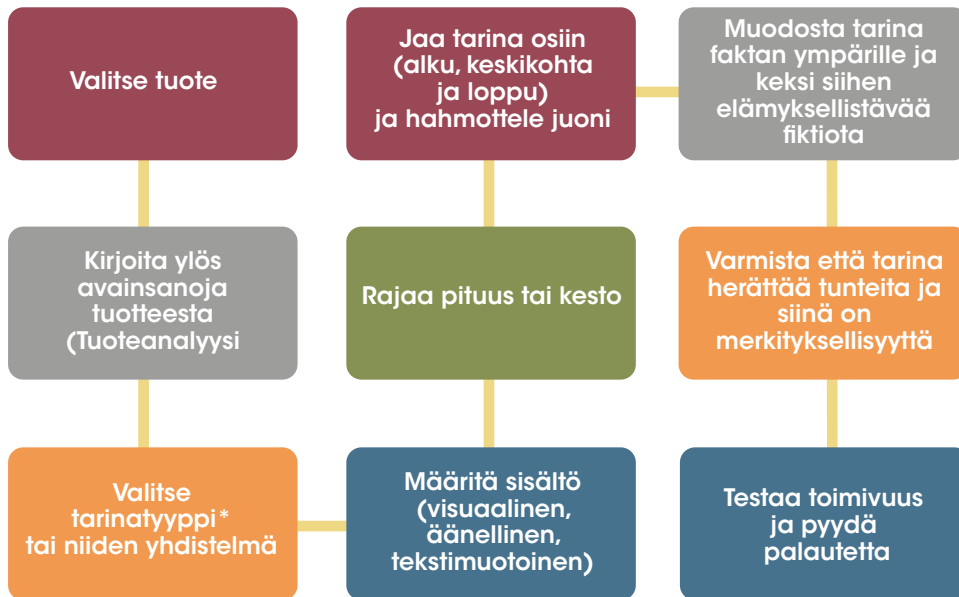


## Miksi ruokatuotteiden myyntiä kannattaa vauhdittaa tarinan avulla?

- 1. Tarinalla välitämme tuotteen merkityksen ja arvot asiakkaalle.** Tarinalla vastaamme kiinnostavalla ja persoonallisella tavalla asiakkaan kysymykseen ”Miksi tämä tuote on tärkeä?”
- 2. Tarinalla luomme tuotteelle inhimillisyyttä.** Tarinan avulla ruokatuote saa kasvot. Se on samaistuttava ja inhimillinen. Tämä herättää luottamuksen asiakkaassa.
- 3. Tarinan avulla luomme emotionaalisen suhteen asiakkaaseen.** Tarinoihin samaistutaan. Ne puhuttelevat, ihmetyttävät, naurattavat, jopa itkettävät. Ihminen ei osta järkeä vaan tunteella!
- 4. Tarinan avulla teemme syy-seuraus-suhteita näkyväksi.** Asetamme tuotteen kontekstiin. Ruokatuotteen matka asiakkaan ostoskärryyn tai lautaselle on pitkä. Tuon matkan tekeminen näkyväksi on tärkeä osa ruuan alkuperän esiin tuomista. Kuluttajina tiedostamme myös huijauksen, ja siksi aitous sekä taustojen näkyväksi tekeminen on tärkeää!
- 5. Tarinan avulla luodaan tuotteelle faneja.** Kun luomme selkeästi omaa erityistä tarinaamme, oikeat asiakkaat löytävät meidät. Asiakkaat alkavat puhua meistä, ehkä jopa hullaantuvat! Tarinallistamalla voimme siis parhaimmillaan luoda heimon, jossa asiakkaat ovat osa tuotteen ympärille rakentunutta tarinamaailmaa.
- 6. Erottautuminen kilpailijoista.** Tänä päivänä samistelu ei kannata. Tarinallistaminen eli asiakkaan kokemuksen muotoilu tarinaksi, kokonaisvaltainen tarinaelämys on persoonallinen, erilainen ja koukuttava. Tarinan avulla erotumme!

*Lähde: Kalliomäki 2017.*

## Tuotteen tarinallistamisen prosessi



\*Erlaisia tarinatyypppejä voivat mm. syntytarina, arvotarina, ammattilaisen tarina, motivointi- ja houkuttelutarina, kokemustarina, havainnollistamistarina, viihdetarina tai orientaattitarina.

Lähde: Tyni 2021.

## Lähteet ja lisää tarinallistamisesta:

Kalliomäki, A. 2017. Kuusi syytä, miksi tarina myy ruokatuotteen? Tarinakone.  
<https://tarinakone.fi/blogi/kuusi-syyta-miksi-tarina-myy-ruokatuotteen/>

Kalliomäki, A. 2020. Miksi yrityksen kannattaa tarinallistaa?  
[https://youtu.be/Dkh8D1Xhb\\_w](https://youtu.be/Dkh8D1Xhb_w)

Tyni, S. 2021. Resurssiviisas tarinallistaminen -materiaalipaketti. Lapin ammattikorkeakoulu.  
<https://repo.luc.fi/ReportronicJulkaisu/Webservice/GetDocument.aspx?c=Lap-piAMK&d=e4d24c9c-c757-49c8-aa9d-fc7eccc8d47b>

## Myyntikanavat

Aloittelevalle ruoka-alan yrittäjälle on tarjolla monia eri myyntikanavia tuotteilleen. Valitse sitten yhden tai useamman myyntikanavan, niin kokeilemalla ja vertailemalla löydät itsellesi parhaimman väylän testata tuotteesi menekkiä tai reagoida muuttuvaan kysyntään. Kokeilemalla eri myyntikanavia yrittäjä voi myös vertailla niistä tulleita myyntituottoja ja kustannuksia.

### REKO

Reilua kuluttamista suoraan tuottajalta kuluttajalle ilman välikäsiä!

REKO:ssa (Rejäl konsumtion – Reilua kuluttamista) kuluttajat tilaavat ruokaa suoraan lähiruokatuottajilta. REKO-renkaat ovat Facebookissa toimivia ryhmiä, joissa sovitaan tilaukset, jakopaikat ja ajat. REKO-ryhmiä ylläpidetään vapaaehtoisvoimin, eivätkä sen ylläpitäjät saa työstään palkkiota.

REKO:ssa ruoan tulee olla mahdollisimman läheltä, eettisesti tuotettua ruokaa ja mielellään luomua. REKO:n periaatteiden mukaan toiminnan tulee olla avointa ja läpinäkyvää ja tuottajalla on velvollisuus kertoa tuotannostaan. Jälleenmyynti ei ole sallittua.

### Lisätietoa:

- [REKOsta](#)
- REKO [TUOTTAJALLE](#)
- REKO [KULUTTAJALLE](#)

(Lähde: Aitoja makuja)

### Suoramyynti

Suoramyyntin muistilista:

- Huomioi tuotekohtaiset sallitut myyntimäärät ja pidä kirjaa toteutuneista myyntimääristä, ettei pienimuotoisen toiminnan määräraja ylitä.
- Varmista että myynti- ja säilytyslaatikot sekä astiat ja välineet ovat puhtaita ja soveltuvat elintarvikkeille. Laatikoita ei saa säilyttää kosketuksessa maahan.
- Varmista että tuotteen pakkausmerkinnät, alkuperätiedot ja muut mahdolliset käyttöohjeet ovat ajan tasalla.

(Lähde: Aitoja makuja)

Lisätietoa suoramyyntistä löytyy [täältä](#)

## Etämyynti & verkkokauppa

Etämyyntiä on ostotapahtuma, jossa myyjä ja ostaja eivät fyysisesti kohta. Etämyyntitapoja ovat esimerkiksi ovat verkkokauppa, mobiilisovellukset, REKO, puhelin- tai postimyynti. Jos perustat elintarvikkeita myyvän verkkokaupan tai myyt elintarvikkeita etämyyntinä, sinut katsotaan silloin elintarvikealan toimijaksi.

### Ennen kuin aloitat elintarvikkeiden etämyynnin, hoida vähintään seuraavat asiat kuntoon:

- Rekisteröi yrityksesi elintarvikevalvontaan.
- Selvitä, tarvitseeko myytävistä tuotteista tehdä ilmoitukset tai hakea niille lupaa.
- Suunnittele omavalvonta.
- Huomioi myös etämyyntitoiminnassa lainsäädännön vaatimukset.

(Lähde: Ruokavirasto)

Verkossa näkyminen on usein myytävälle tuotteelle elinehto. Nykyään oman verkkokaupan perustaminen on suhteellisen helppoa ja siihen on saatavilla useita erilaisia työkaluja ja verkkokauppa-alustoja. Verkkokaupalla tavoitettavuus on iso, mutta sen suunnitteluun kannattaa käyttää aikaa. Elintarvikemyynnissä tulee myös huomioida lainsäädännölliset seikat.

Lisätietoa etä- ja verkkokauppamyynnistä löydät [Ruokaviraston sivuilta](#).

Muita hyödyllisiä linkkejä verkkokaupan perustamiseen:

- [Paytrail-Verkkokaupan perustaminen – 10 vinkkiä menestykseen](#)
- [Suomen yrittäjät, Muista nämä 10 asiaa kun perustat verkkokaupan](#)

## Vähittäiskaupat

Vähittäiskaupan valikoimaan pääseminen on monen aloittelevan ruoka-alan yrittäjän tavoite, koska se auttaa yrittäjää saavuttamaan suuremman asiakaspotentiaalin. Vähittäiskaupalla on tiettyjä ehtoja niin tuotteelle kuin yrityksen toiminnalle. Nämä ehdot ja vaatimukset on hyvä tuntea, jotta saa tuotteensa kaupanhyllylle, ja mikä tärkeintä saada se pitämään paikkansa siellä. Kaupan valikoimanhallinnan lähtökohtana on, että tuoteryhmän tuotevalikoima vastaa ketjun asiakaskohderyhmän tarpeita ja ketjuun kohdistuvia odotuksia.

Tuotteen tulee tarjota **kuluttajalle lisäarvoa**, jota suurten valmistajien tuotteet eivät tarjoa. Lisäarvoa tuotteeseen tuo myös **paikallisuus**, mutta usein paikallistuotteissa on myös kilpailua. Tällöin on tärkeää, että tuotteella on myös muita **erottautumistekijöitä**, esimerkiksi maku, valmistustapa, terveellisyys tai ekologisuus. Vähittäiskaupassa myytävien tuotteiden täytyy olla **ehdottoman turvallisia** ja täyttää elintarvikelainsäädännön vaatimukset. Kaupan kannalta on tärkeää tuotteen **toimitusvarmuus**, sillä on merkitystä valikoimaan pääsyn kannalta. Puolestaan **tilauserän koko** voi vaikuttaa muun muassa siihen, pystyykö pieni myymälä ottamaan tuotetta valikoimaansa: pieni erä on helpompi mahdollista hyllyyn kuin suuri. **Tuotteen hinta** ei ole yleensä ratkaiseva tekijä, paitsi jos samanlaiset tuotteet kilpailevat keskenään.

(Lähde: Matila ym. 2019)



## Ravintolat

Myös ravintolat voivat toimia loistavina kanavina saada omaa tuotetta esille. Mainikas keittiömestari voi olla korvaamaton markkinointikanava tuotteelle. Paras tapa ravintoloiden suhteen on sopia vierailu ravintolaan ennalta sovittuna ajan-kohtana ja maistattaa tuotetta paikan päällä. Myös Somea voi käyttää vetoapuna, esimerkiksi Facebookin [Pientuottajat ja koki! -ryhmä](#) toimii valtakunnallisena markkinointialustana.

## Tuotekortti auttaa vähittäiskaupan ja yrittäjän yhteistyössä

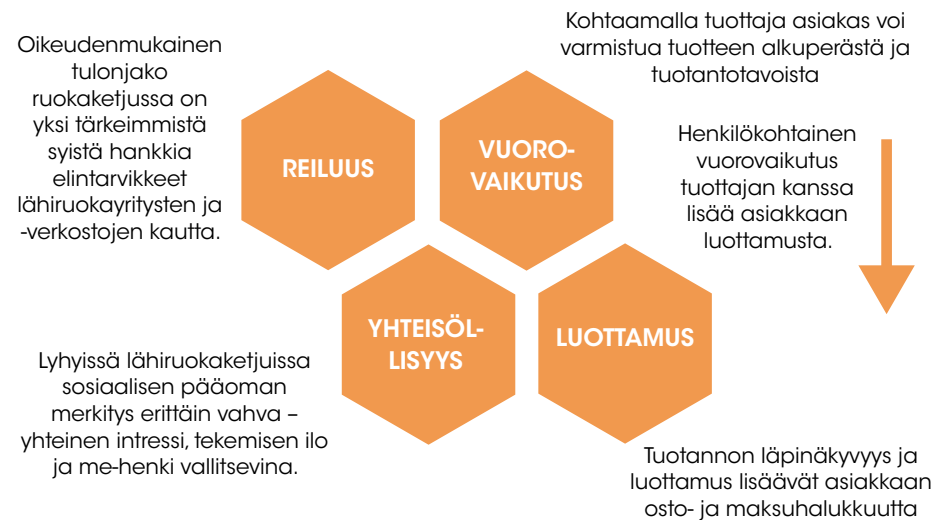
Tuotekortti on käytännöllinen työkalu, joka on tarkoitettu ensisijaisesti yrittäjän ja ostajan välisen myyntineuvottelun tukivälineeksi. Tuotekortti auttaa kertomaan tuotteen vahvuuksia ja sen esittelemistä ostajalle. Ostajana voi olla vähittäiskauppa, HoReCa-tukku tai ammattikeittiö.

Lataa tuotekortti [tästä](#).

## Ruoka-alan yrittäjän sosiaalinen pääoma

Sosiaalisella pääomalla viitataan yleensä sosiaalisiin verkostoihin, luottamukseen ja normeihin, joilla on kykyä edistää verkoston jäsenten välistä yhteistoimintaa, resursien hyödyntämistä ja toimintojen yhteensovittamista. Sosiaalinen pääoma lisää ruoan tuotannon ymmärtämistä ja siten lisää ruoan arvostusta. Lähiruoalla ja pienillä ruoka-alan yrityksillä on nyt ja tulevaisuudessa kysyntää – kuluttajia kiinnostaa missä, miten ja kuka heidän ruokansa tuottaa ja valmistaa. Kuluttajat arvostavat laadukkaita, kotimaisia ja valtavirrasta poikkeavia tuotteita.

**”Sosiaalisen pääoman hyödyntäminen ei välttämättä vaadi paljon taloudellista panostusta. Kyse on enemmän näiden tekijöiden oivaltamisesta ja tiedostamisesta.”**



Lähiruokaa kuluttavien asiakkaiden esiin nostamia tekijöitä, joita voidaan pitää lähiruokayritysten ja -verkostojen sosiaalisena pääomana, jota suurempien yritysten on vaikea saavuttaa. (Lähde: Erälinna 2017)

## Lähteet ja lisätietoa:

Matila K., Järvelä M-L., Korhonen K., Muilu T., Välimaa A-L. 2019. Miten pienelintarvikeyritys saa tuotteensa kaupan valikoimiin? ePOOKI. <https://www.oamk.fi/epooki/2019/pienelintarvikeyritys-tuotteensa-kaupan-valikoimiin/>

Päivittäistavarakauppa ry. 2013. Mikroyritykset menestyvät kaupan yhteistyökumppaneina. 2013. Aitoja Makuja. [https://aitojamakuja.fi/wp-content/uploads/2019/08/mikroyritykset-menestyv%C3%A4t-kaupan-yhteisty%C3%B6kumppaneina\\_PTY-julkaisu.pdf](https://aitojamakuja.fi/wp-content/uploads/2019/08/mikroyritykset-menestyv%C3%A4t-kaupan-yhteisty%C3%B6kumppaneina_PTY-julkaisu.pdf)

Erälinna, L. 2017. Lyhyet läheiset ketjut – lähiruoka ja sosiaalinen pääoma. LähiSos -hanke loppuraportti. Maa- ja metsätalousministeriö. <https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018/07/Lyhyet-l%C3%A4heiset-ketjut-l%C3%A4hiruoka-ja-sosiaalinen-p%C3%A4oma-L%C3%A4hiSos-Loppuraportti.pdf>



## Hallitse somea!

Sosiaalinen media on nykypäivänä aloitteleville yrittäjille elintärkeä viestintä- ja markkinointikanava. Sitä se on myös asiakkaille. Somessa asiakkaat saavat enemmän ja nopeammin tietoa tuotteista kuin kaupassa asioidessaan.

**”Some on hyvä, helppo ja melko edullinen tapa markkinoida yritystä. Some markkinointi on aika pitkälti brändi markkinointia. Se ei välttämättä maksa yhtään mitään, joka tekeekin siitä houkuttelevan kanavan. Kokeile ja opi! Inspiroidu! Muista pysyä uteliaana! Ole sosiaalinen sosiaalisessa mediassa! Samalla rakennat brändiä tulevaisuuteen, jonka nimen ihmiset muistavat.”**

*Rasmus Tikkanen, sosiaalisen median sisällöntuottaja, graafikkotaiteilija 2023.*



1. **Kuka hoitaa someviestintää?** Sen voi hoitaa esimerkiksi itse muun toiminnan ohella, mutta jos haluaa pysyä poissa somesta, se kannattaa ulkoistaa. Näin pystyy itse keskittymään 100 % omaan tekemiseen. Hyvä keino saada sanomaa laajalle on vaikuttajamarkkinointi eli influencerit.
2. **Strategia.** Mitkä ovat yrityksen/tuotteen vahvuudet? Korostetaan vahvuuksia ja mennään ne edellä, on tärkeää olla aito, ”oma itsensä”. Sosiaalinen media ei ole uutis sivusto tai tietopankki, vaan sanan varsinaisessa tarkoituksessa sosiaalinen paikka olla yhteydessä omiin asiakkaisiin, yhteistyökumppaneihin ja ystäviin. Etukäteen on hyvä myös päättää, kuinka usein postataan ja mainostetaan. Strategiaan on hyvä miettiä vuosikalenteri, missä käy ilmi myynnillisesti tärkeitä päivämääriä ja viikkoja - juhlapäivät, lomiat, kausituotteet yms.
3. **Kanavat.** Missä Some kanavissa kohderyhmä on aktiivisinta? Facebook, Instagram, Tiktok, Snapchat, Twitter jne. Sosiaalinen media muuttuu koko ajan, joten kannattaa seurata trendejä ja omia tuloksia, ja helposti kokeilla myös uutta. Kun seuraa hyviä kanavia, sieltä myös inspiroituu ja mahdollisesti löytää jotain, minkä voi soveltaa omassa tekemisessä.
4. **Sisältö.** Miten hyvä somepostaus rakennetaan? Sisällön laatu on tässä tärkeässä osassa, panosta siihen. Puhelimien kamerat ovat nykyään niin hyviä, että niillä saa riittävän laadukasta materiaalia, kunhan linssi on puhdas ja valaistus on hyvä! Mikä eilen oli koukuttava somepostaus, saattaa olla huomenna jo tylsä ja nähty. Yleisesti edelleen aidot ihmiset ruudun toisella puolella kiinnostaa, pitää olla aitoa tarinaa. Muokkaa koko sosiaalisen median yleisilme (profile picture, banner, bio, highlights yms.) yhteneväiseksi ja tyylikkääksi.
5. **Optimoi.** Muista optimoida eri kanavat täydellisesti yrityksesi muihin onlinekanaviin.
  - Lisää linkit nettisivuille ja toisinpäin nettisivuilta someen.
  - Lisää ”call to action” painikkeet, jotta ihmiset voivat tehdä hetken mielijohteesta pöytävarauksia, soittaa tms.
  - Yhdistä Facebook ja Instagram juttelemaan keskenään.
  - Lisää Googleen yritystili ja lisää somekanavat myös sinne. Se tunnistaa yrityksen nopeammin, jos some on optimoitu.
  - Lisää mahdolliset kuljetuspalvelut somealustaan. (Valmiit työkalut)
  - Yhdistä mahdollinen nettikauppa some tilille, jotta ihmiset voivat ostaa suoraan somesta.
  - Päivitä kaikki yhteystiedot, kartat ja aukioloajat ajan tasalle, niin asiakas löytää mahdollisimman helposti ja nopeasti monesta paikasta yhteystiedot.

*Lähde: Tikkanen, R. Luento 10.11.2022. Laurea-ammattikorkeakoulu.*

# 4 Tuotteistaminen ja markkinointi

## Onnistunut tuote ja brändin rakentaminen

Ruoka-alan tai minkä tahansa alan liikeidean aloittamisessa on hyvä miettiä muutamia asioita, mitkä selventävät omaa suunnitelmaa ja auttavat esimerkiksi kustannusten ja kannattavuuden arvioimisessa. Brändi esimerkiksi on asiakkaan mielikuva yrityksestäsi ja sen palvelujen tai tuotteen laadusta, ei vain logo ja tuotemerkki joten sillä on iso merkitys.

Yrityksen ja tuotteen tarina nostaa käyttökokemuksen kokonaisvaltaisemmaksi. Se herättää tunteita ja koskettaa, ja yritys jää paremmin mieleen. Tarinalla on tärkeä osa yrityksen palveluiden ja tuotteen tuotteistamisessa ja markkinoinnissa, se erottaa kilpailijoista.

Hyvä tuote ei riitä, sen täytyy myös olla sopivassa muodossa ja sille täytyy olla kysyntää sekä sen tulee erottua kilpailijoista ja olla toteutettavissa kustannustehokkaasti.

## Tuotteistaminen

Tuotteen ja palvelun onnistuminen on sitä, että asiakas tietää mitä saa, minkä toiveen tai ongelman sen hankkiminen ratkaisee. Tuotteistaminen on tuotteen ja palveluiden tarkempaa määrittelyä – se auttaa yrittäjää ymmärtämään oman palvelunsa, jolloin se on myös helposti myytävä ja ostettava. Tuotteistamisen avulla löydetään myös sopiva hinta ja voidaan lisätä arvonmuodostusta.

Tuotteistamisen prosessiin löytyy materiaalia ja oppaita internetin hakukoneiden avulla. Siihen liittyvää koulutusta on myös runsaasti tarjolla lyhytkurssien muodossa sekä maksullista asiantuntija-apua tarvittaessa.

[Idean tuotteistaminen - Suomi.fi](#)

## Liikeidean konseptointi: Kenelle, mitä, miten, miksi

Yritys lähtee alkuun liikeideasta, missä mietitään tuotteet tai palvelut ja sen asiakkaat.

Hyvä idea muutetaan liiketoimintasuunnitelmaksi. Sen hahmottamiseen auttaa vaikka paljon käytetty BMC eli business model canvas. Se on visuaalinen työväline, mikä auttaa kertomaan miten yrityksesi toiminta on tarkoitus järjestää ja mistä teki-öistä se koostuu.

Se on usein taulukkomainen tiivistys liiketoimintasuunnitelmasta, joka sisältää tärkeimmät sanat liiketoiminnan eri osa-alueista. Se kuvaa mitä yritys tekee ja millaisia palveluita se tuottaa. Business Model Canvas on alkujaan Alexander Osterwalderin kehittämä liiketoimintamallin kuvaustapa.

[Liikeidea - Suomi.fi](#)

[Business Model Canvas | Suomidigi](#)

## Workshop: Myyntipuhe

Aloitteleva yrittäjä tulee monessa tilanteessa tarvitsemaan taitoja, miten esitellä oma yritysidea ja suunnitelma. On hyvä kirjoittaa ylös lyhyt ja ytimekäs puhe yrityksestä ja harjoitella esittämään se. Sen voi tehdä ensin vaikka ystävälle tai perheenjäsenelle, ja yrittää pitää se mahdollisimman lyhyenä. Tämä myyntipuhe eli pitchaus on yleensä noin muutaman minuutin pituinen esittely, joka kiteyttää liikeideasi ja osaamisesi. Tätä kannattaa harjoitella myös sähköisten välineiden avulla, esimerkiksi onlineuuvotteluissa tunnelma on erilainen kuin kasvokkain järjestettävissä tilaisuuksissa.

<https://yrytiespoo.fi/blog/digimarkkinoinnin-tyokalupakki-yrittajalle/>



## TEHTÄVÄT

**Yritysvierailu:** pieni yritys, millä mielenkiintoinen tarina ja yrittäjät, esimerkiksi Pieni luomutila.

**Workshop:** Myyntipuhe

Loppuesitys on 5 minuutin pituinen pitchaus, jossa kerrotaan mitä, kenelle ja miten. Apuna voitte käyttää dioja, jaettavia monisteita tai muuta rekvisiittaa.

## Anne Lukanan viisi neuvoa aloittavalle ruoka-alan yrittäjälle

Anne Lukana ja Olli Lukkarinen pyörittävät Nurmijärven Lepsämän kylässä sijaitsevaa [Krannin tila & kauramyllyä](#), joka jatkojalostaa ja myy koko oman satonsa itse suoraan kuluttajille, jälleenmyyjille, hotelleille ja ravintoloille. Krannin tilan 00-pizajauho valittiin Suomessa vuoden luomutuotteeksi 2021. Luomuviljelyyn tila siirtyi 2018.

1. Tutustu Ruokaviraston ohjeisiin muun muassa omavalvonnan suhteen ja kilauta jo alalla toimiville samantyyppisille ruoka-alan yrittäjille, mitä reuna-ehjoja oma yrittäjyytesi edellyttää ja miten toiminnan saa mahdollisimman kivuttomasti käyntiin.
2. Koeponnista toimintasi tai liikeideasi liikkeelle kevyesti ilman hillitöntä vuosien suunnittelua ja viimeisintä viilausta esimerkiksi REKO:ssa tai Ravintola-päivässä. Samalla sinulla on hyvä tilaisuus kerätä kokemusta miten paljon yrittäjyyteen liittyvät kaikki toimet vievät aikaa ja saada asiakkailta palautetta tuotteestasi, tuotteen esillepanosta ja esimerkiksi hinnoittelusta. Muutaman kuukauden kokeilulla näet mitä ruoka-alan yrittäjyys edellyttää, tuottaa ja miten toimintaa kannattaa jatkokehittää.
3. Hyödynnä oman alueesi aloittavien yritysten maksuttomat, laadukkaat neuvontapalvelut – laadi ensimmäiseksi liiketoimintasuunnitelma ja kannattavuuslaskelmat ja testauta ne asiantuntijoilla. Niidenkin laatimiseen saat apua yrityspalveluista, aivan ilmaiseksi.
4. Laita asiakas kaiken keskiöön: Mieti jokaisessa kehitysvaiheessa ja liikeideasi koskevassa toimenpiteessä asiakasta. Jaa esimerkiksi tuotenäytettä/ palveluasi koskevaa flyerä tai somemainosta esim. 15 hengen testiryhmälle – etsi raatilaiset tutuista, somen harrastajaryhmistä tai esim. popup-tapahtumasta, – kuuntele aidosti potentiaaliselta asiakkaalta tullut palaute ja tee tarvittavia toimenpiteitä sen perusteella.
5. Hanki kirjanpitäjä ja kasvata verkostoasi sopivilla liiketoimintaasi tukevilla kontakteilla koko ajan. Parhaassa tapauksessa puhelimestasi löytyy tilanteessa kuin tilanteessa sopiva kontakti, jolle voit kilauttaa ja kysyä neuvoa, vinkkiä tai mielipidettä oli kyse sitten digiliiketoiminnan kehittämisestä, sopivasta pakkausmateriaalista tai katelaskelmien teosta.



Krannin tilan isäntäpariskunta Anne Lukana ja Olli Lukkarinen.



# 5 Tulevaisuus ruoka-alalla

## Tulevaisuuden trendit

Viime vuosien tilanne muun muassa epidemian aiheuttamien vaikutusten vuoksi on nostanut omavaraisuuden ja kotimaisen tuotannon arvostuksen korkealle. Lähi-ruoan ohella luomu- ja luonnontuotteilla on paikallisen ruoan tuotannossa paljon mahdollisuuksia ja kiinnostuneita kuluttajia on yhä enemmän.

Luomutuotteiden kysyntä on koko ajan kasvanut. Eläinten hyvinvointi on tärkeää yhä useammalle – kuluttajat ovat entistä valveutuneempia ja eläinten elinolot ja ravinto ovat yhä enemmän kuluttajan päätöksiin vaikuttavia tekijöitä. On ymmärretty, että tämä on myös terveydellisesti merkittävä asia; eläinten hyvillä elinoloilla on suora vaikutus elintarviketurvallisuuteen.

VTT:n Tutkimuslaitoksen mukaan vuoteen 2050 mennessä tarvitsemme 60 % enemmän ruokaa ruokkiaksemme kasvavaa väestöä ja samalla olisi tarve vähentää ruoantuotannon hiilipäästöjä merkittävästi. Tämä luo uusia mahdollisuuksia sekä perinteisille yrityksille että ruokasektorin innovatiivisille haastajille. Uusille ja rohkeille innovaatioille on kysyntää ja kehityskelpoisille ideoille löytyy varmasti rahoitusmahdollisuuksia. Esimerkiksi Viikki Food Centre VFDF voi auttaa keksinnöistä kaupallisia tuotteita.



## Ruokailmiöt ja uudet liiketoimintaideat

Mielenkiintoisia viime vuosien kotimaisia tuotteita ja menestystarinoita ovat muun muassa vertikaaliviljelmäratkaisut, kaura- ja muut kasvisproteiinituotteet, esimerkiksi härkäpaputuotteet. Kotimaisia jäätelötuotteita on myös tullut viime vuosina menestyksekkäästi markkinoille.

Tutustu uusiin ilmiöihin ja trendeihin, kokeile ja kysele myös tutuilta, kannattaa rohkeasti lähteä viemään ideoita eteenpäin!

Sitra Tulevaisuustaaajuus -työpajamenetelmä on avoimesti kaikkien hyödynnettävänä. "Tulevaisuustaaajuus yhdistää tulevaisuusajattelun muutoksetekemiseen: se virittää osallistujat pohtimaan tulevaisuutta, joka on kuvittelemisen ja tavoittelemisen arvoinen." Se tarjoaa työkaluja toivottujen tulevaisuuksien kuvitteluun ja rakentamiseen.



Tulevaisuustaaajuus on tarkoitettu kenen tahansa käyttöön ja sovellettavaksi. Kaikki työpajan vetämiseen tarvittavat materiaalit ovat avoimesti saatavilla [Tulevaisuustaaajuus.fi-sivustolla](https://tulevaisuustaaajuus.fi). Sivustolta löytyy mm. avattuna koko työpajan kulku puheohjeineen ja harjoituksineen, luentovideoita, tulevaisuuskuunnelmia sekä esityskalvot. Lisäksi löytyy [käsikirja](#) Tulevaisuustaaajuuden vetämiseen.

### Lue lisää:

[Megatrendit](#)

[Food & Beyond | VTT \(vttresearch.com\)](#)

[Elintarviketuotanto | Aihe | VTT \(vttresearch.com\)](#)

[Ruoka- ja juomaratkaisut | VTT \(vttresearch.com\)](#)

[Tietoa meistä | Viikki Food Design Factory | Helsingin yliopisto \(helsinki.fi\)](#)

[Palmuöljylle korvaaja, kurkut kasvamaan pötkölleen ja päällekkäin - Viikin uusi "pöhinäpesäke" kehittää ruokainnovaatioita - Ruoka - Maaseudun Tulevaisuus](#)

[Uusi suomalainen ruokainnovaatio Fallero syntyi koronapandemian kurimuksessa - Fallero](#)

[Vertikaaliviljely kehittyä - Kehittyvä Elintarvike \(kehittyvaelintarvike.fi\)](#)

[Viljely - Silmusalaatti](#)

[Lähirookaa netistä - Krannin tila vuodesta 1558!](#)

[Kova kehityshalu on iso draiveri viedä asioita eteenpäin - Anne Lukana näkee ympärillään mahdollisuuksia eikä romuvarastoja - AGRImedia](#)

Laurean erillisjulkaisu

Tekijät: Susanna Ahonen-Coly & Mika Vitikka

Copyright tekijät & Laurea-ammattikorkeakoulu 2023

CC BY-SA pl. kuvat

ISBN: 978-951-799-679-2

Kuvat:

Kuva sivulla 17: Krannin tila, all rights reserved.

Muut kuvat: Pixbay ja iStock.



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Elinkeino-, liikenne- ja  
ympäristökeskus

