

Valoisten kesäöiden ja keskiyönauringon kasvattamaa Sinulle -
Liiketoimintamallin konseptointi A72720

KOLARI
KASVAA
LUONNOSTA

LEADER
Tunturi-Lappi



Vipuvoimaa
EU:lta
2014-2020



SELVITYS KERUUTOIMINNASTA

SIJAISHALTIJA OY

Jari Hakkarainen

Sisällys

Nykytila yleisesti	3
Kerääjäverkoston kehittäminen	4
Haasteet	4
Nuorten poimijoiden kerääjämäärän kehittäminen	4
Kannattavan ja tehokkaan keräystoiminnan apuvälineet	5
Tietoisuuden lisääminen	5
Ratkaisumallien hakeminen	5
Poimija ”hubit”	6
Kerääjäprofiilit / kohderyhmät	6
Tarvittavat palvelut	7
Organisaatio/toimintamalli	8
Ostaja	8
Koordinaattori	8
Maanomistajat / kuntalaiset	8
Opas	8
Poimijat	8
Testaus/pilotointi	8
Keskeisimmät palvelupaketit	9
Brändäys	10
Ehdotus jatkotoimista	10

Nykytila yleisesti

Marjojen poiminnan organisoivat pääasiassa marjavälittäjät. Jalostajat hankkivat marjaraaka-aineensa pääosin välittäjiltä pakastettuna. Marjojen kerääjät ovat useimmiten ulkomaalaisia. Luonnonmarjojen kerääjät tulevat valtaosin Thaimaasta. Suomeen saapuville poimijoille yritykset yleensä järjestävät koulutuksen poimintaan paikan päällä heti saapumisen jälkeen. Poimijat maksavat oleskelustaan kulupaketin, joka sisältää muun muassa majoituksen ja ruuan. Kulupakeitin hinta lienee noin 2.000-3.000 euron paikkeilla. Kulupaketin ylittävä osa jäi poimijalle palkaksi/tuloksi.

Marjanpoimijoita on siirrelty melko laajalla alueella koko maassa satotilanteen mukaan ja marjat on yleensä ostettu poimijoiden majoituspaikalla vähintään joka toinen päivä. Kylmäketjusta on huolehdittu ostohetkestä lähtien.

Sienten välitystä ja jalostusta hoitavissa yrityksissä keruu hoidetaan valtaosin suomalaisten kerääjien voimin. Sienten poimijoista osa kerää myös marjoja myyntiin.

Poimintaan liittyvät ongelmat Sekä marja- että sieniyrityksissä poiminnan organisointia vaikeuttavaksi tekijäksi on mainittu vuosittaiset satovaihtelut, joiden ennakointi on vaikeaa tai jopa mahdotonta.

Satovaihtelut hankaloittavat muun muassa poimijoiden tarpeen arviointia. Tämä tuottaa ongelmia myös lähtömaassa viisumien kirjoittamiseen. Ulkomaisten poimijoiden osalta ongelma on myös riittävän poimintatulon kertyminen huonoina satovuosina, sillä tulon tulisi kattaa vähintään poimijoiden matka- ja ylläpitokustannukset sekä muut mahdolliset kulut.

Ulkomaiset poimijat eivät ole työsuhteessa välitystä tekeviin yrityksiin vaan opoimivat marjoja ns jokamiehen oikeudella. Työsuhteisiin siirtyminen ulkomaisten poimijoiden kohdalla lopettaisi näiden poimijoiden käytön suurelta osin. On myös arveltu, että ilman ulkomaisia poimijoita suomalainen marjateollisuus ei pysty saamaan tarvitsemiaan määriä luonnonmarjaa kotimaasta. Yrityksissä kaivataan toimintaan selkeitä pelisääntöjä ja sääntöjen yhtenäistämistä.

Poimintatulon verovapauden säilyminen on luonnonmarjan poiminnan osalta välttämättömyys.

Viime vuosina kotimaisten kerääjien määrä on vähentynyt merkittävästi hyvin lyhyessä ajassa. Erityisesti nuorten suomalaisten poimijoiden määrän on arvioitu suorastaan romahtaneen. Nykyisiä kotimaisia kerääjiä kuvaillaan lähinnä ikääntyviksi eläkeläisiksi. Nuorten haluttomuuteen marjojen ja sienten poimintaan on arveltu vaikuttavan liian alhaiseksi koettu poimintatulo. Hyvä taloudellinen tulos edellyttäisi useiden tuntien mittaista keräystä, mutta nuoret kerääjät viihtyvät tyypillisesti metsässä vain pari, kolme tuntia.

Kerääjäverkoston kehittäminen

Haasteet

Suuret vuotuiset satovaihtelut muodostavat merkittävän ongelman sekä marja että sienialalla. Tämä tekee vaikeaksi tarvittavan poimijamäärän ennakoinnin. Satovaihtelut vaikeuttavat yrityksissä myös sitovien toimitussopimuksien tekemistä asiakkaiden kanssa. Satovaihteluiden vaikutuksia voidaan lieventää siirtelemällä poimijoita eri puolille Lappia hyvien satojen perässä. Ongelman poistaminen kokonaan lienee kuitenkin mahdotonta

Marjat kypsyvät aina vähän eri aikaan eri vuosina. Koskaan ei voi myöskään tietää etukäteen tarkkaa poiminnan aloituspäivää. Uudet kerääjät täytyy pystyä opastamaan löytämään marjapaikat ja kouluttaa tekemään hyvää laatua. Esimerkiksi sadalla poimijalla marjoja saattaa tulla yli 10 000 kiloa päivässä. Marjalaatikot eivät saa milloinkaan myöskään loppua kesken vastaanoton ja kaiken muunkin logistiikan täytyy toimia tehokkaasti. Marjoja ei saa myöskään seisottaa lämpimässä, ettei niiden laatu kärsi.

Thaimaalaisten marjanpoimijoiden Suomeen tulossa yhdistyy monia eri asioita jotka voivat johtaa ongelmiin. Kulttuurien erilaisuutta ei olla vielä oikein ymmärretty. Useimmat poimijoista osaavat vain Thai-kieltä. Poiminnan organisointi vaatii ymmärrystä, osaamista ja kokemusta monelta eri osa-alalta onnistuakseen. Kyseessä on kahden eri kulttuurin kohtaamisesta. Riittää kun yksi osa-alue ei toimi kunnolla, niin kokonaisuus myöskin lakkaa toimimasta.

Ongelmia alalla on esiintynyt sen seurauksena, kun jotkut yritykset ovat kutsuneet poimijoita ylisuuria määriä. Kun poimijoita tulee alueelle kokonaismäärältään liian suuri määrä, johtaa se myöskin poimijakohtaisen ansion pienentymiseen sekä moniin muihin ongelmiin mm. keskinäiseen kilpailuun.

Kutsumalla tänne iso joukko Thaimaalaisia, jotka koordinaattorinsa alla pitävät käytännössä itse huolta itsestään tai toimivat hyvin pienellä Suomalaisten tuella ja huoltoporukalla ei ole hyvin toimiva konsepti.

Nuorten poimijoiden kerääjä määrän kehittäminen

Nuorten poimijoiden määrän voimakas väheneminen on huolestuttava trendi, joka pitäisi pysäyttää ja nuorten poimijoiden määrää tulisi kasvattaa. Tässä voisi palvella yhteisöllisyysmalli tai luontoleirimalli, joka yhdistää nuoria ja ikäihmisiä luonnossa tapahtuvalla toiminnalla, samalla voidaan siirtää myös muuta perimätietoa luonnosta ja luonnonantimista sekä niiden valmistamisesta (esim. mummon mustikkapiirakka, mehut jne) ruoaksi.

Tämän mallin lisäksi tulisi lisätä yhteistyön koulujen kanssa, jotka sopivat koulujen opetussuunnitelmaan mainiosti. Tällä saataisiin nuoria innostettua ja aktivoitua keräämään marjoja. Koulujen osalta yhteistyö voi olla koko Suomessa, esim. Luontoleiri tms ”keräämällä x määrä mustikkaa luokka viikossa ilmaiseksi Lappiin viikoksi luontoleirille”

Toimintamallit vaativat vetovastuullisen tekijän / aktivaattorin. Tämän aktivaattorin löytyminen on ensimmäinen ratkaistava ongelma.

Kannattavan ja tehokkaan keräystoiminnan apuvälineet

Luonnonvarakeskus (Luke) kehittää marjahavaintojen joukkoistamista yhdessä Suomen 4H -liiton kanssa. Tavoitteena on, että vuoteen 2020 mennessä jokaisella suomalaisella on mahdollisuus osallistua luonnonmarjojen satotiedon keruuseen.

Marjastus on yksi suosituimmista luonnon virkistyskäytön muodoista Suomessa. Marjasatojen määrä sekä sadon kypsyminen ovat suosittuja aiheita myös kesäisessä uutisoinnissa. Luotettavan satoseurannan ehdottomana edellytyksenä on kattava seurantaverkosto.

– Suomessa on lähes kolme miljoonaa marjanpoimijaa. Kattavaan seurantaverkostoon riittää hyvinkin pieni osa tästä joukosta. Havaintojen teko on yksinkertaista, lyhyt perehdytys ja huolellisuus riittävät.

Havaintoverkostossa on nyt mukana noin 150 nuorta. Havaintoja tekevät nuoret aktivoituvat luonnon itsenäiseen tarkkailuun, samalla he saavat pienen korvauksen.

Hankkeen seuraava vaihe on havaintoverkoston laajentaminen 4H:n ulkopuolelle. Tavoitteena on että vuoteen 2019 mennessä verkostossa on mukana 500 vapaaehtoista marjahavaintojen tekijää. Samalla otetaan käyttöön kaikille avoin havainnoista tiedottava karttasivusto.

Hanketta (DigiMasi) rahoittaa maa- ja metsätalousministeriö.

Tietoisuuden lisääminen

Kiinnostusta keräystoimintaan ja keräystoiminnan vetovoimaisuutta tulisi lisätä. Toimenpiteinä esimerkiksi hyvissä ajoin ja riittävän laajasti aloitettu oikein kohdennettu tiedottaminen koulutuksista, olemassa olevien muiden verkostojen hyväksikäyttö, viestintä alan mahdollisuuksista ja lisäansiomahdollisuuksista.

Ratkaisumallien hakeminen

Alueella on tahtotila saada marjojen talteenotto hoidettua pitkälti kotimaisin voimin, jolloin toiminta on ekologisesti kestävämpää sekä sosiaalisesti hyväksyttävämpää. Ulkomaisten poimijoiden osalta on usein esiintynyt negatiivisia mielipiteitä sekä toiminta on osin ollut paikallisille vaikeammin hyväksyttävää.

Ristiriitojen välttämiseksi poimijoiden sekä maanomistajien / paikallisten asukkaiden välillä tarvitaan pikaisesti selkeästi määritellyt toimintaperiaatteet, jotka koskevat kaikkia kaupallisia poimijoita yhtäläisesti.

Mahdollisena ratkaisuna tuotiin esiin poimijoiden jakaminen pieniin ryhmiin, joissa jokaisessa olisi paikallinen opas. Näin poimijat voitaisiin levittää nykyistä laajemmalle alueelle ja poimijoiden välinen kilpailu voitaisiin välttää. Samoin välttyttäisiin poimijoiden ja paikallisten asukkaiden välisiltä ristiriidoilta.

Mikäli suunnitellun alueen marjasato onkin huono, tällainen pieni yksikkö olisi oltava suhteellisen helposti siirrettävissä toiselle alueelle, jopa paikkakunnalle.

Mahdollisuuksien uskottiin paranevan entisestään Suomessa pystytään yhdistämään marjastus onnistuneesti matkailuun. Poiminnasta saaduilla tuloilla matkailijoilla olisi myös mahdollisuus rahoittaa matkansa.

Poimija ”hubit”

Yksi ”hubi” koostuu ryhmänvetäjästä ns. oppaasta sekä noin 30:sta poimijasta. 30 poimijaa on sellainen määrä, jonka yksi opas voi tehokkaasti hallita ja tuottaa tarvittavat palvelut sekä hoitaa logistiset järjestelyt

Yhden poimijaryhmän maksimihenkilömäärä on 8 henkilöä tai 10 henkilöä, jolloin ryhmän kuljetus ja liikkuminen on helpoimmin järjestettävissä yhdellä tila-autolla tai kahdella pikkuautolla.

Tällöin yksi hubi koostuu 3-4 poimijaryhmästä.

Yhden poimijan päiväsaalis tulisi olla noin 50 kiloa mustikkaa päivässä (Malli B), jolloin hubin marjasaaliiksi tulisi noin 1500 kiloa päivässä.

Mustikkasaaliin määrä hehtaarilla vaihtelee voimakkaasti satoisuuden mukaan. Parhaina vuosina voi tulla jopa 40 kiloa hehtaarilta. Huonompina vuosina jääetään 20-25 kiloon hehtaarille. Poimintakelpoisuuden rajana pidetään 15 kiloa hehtaarille. Tässä laskelmassa käytetään arvoa 25 kg/ha.

Mikäli yksi hubi käyttää yhtä asemapaikkaa, tulisi tällöin keruualueen olla noin 1300 hehtaaria (21,5 keräyspäivää kuukaudessa) ja yksi hubi tuottaisi marjaa noin 32.250 kiloa kuukauden aikana.

Tällöin yhden hubin poiminta-alueen teoreettiseksi halkaisijaksi muodostuisi noin 4,2 kilometriä. Käytännössä hubeja ei kannattane sijoittaa 10 kilometriä toisiaan lähemmäs.

Ensimmäisenä vuonna, jos tavoitellaan 100.000 kg puhdasta mustikkaa, tarvitaan noin neljä tällaista hubia. Marjamäärä tavoitteen noustessa hubien tarve nousee suhteessa suoraviivaisesti tarvittavan marjamäärän suhteen.

Kerääjäprofiilit / kohderyhmät

Keräystoiminnan organisoinnissa voidaan käyttää eri kohderyhmiä riittävän kerääjäjoukon saamiseksi. Kohderyhmiä voisi olla:

1) Hyväntekeväisyys poimijat

Hyväntekeväisyyspoimijat voisivat määrittää avustuskohteensa itse tai toinen malli voisi olla valita muutamasta ennalta määrätystä avustuskohteesta. Ennalta määrättyjen hyväntekeväisyyskohteiden tulisi olla mahdollisimman suurelle joukolle läheisiä tai sopivia. Hyväntekeväisyysjärjestöt voisivat olla tässä markkinointikumppaneita, esim. SPR, Unicef, Pelastakaa Lapset jne...

<https://www.savonsanomat.fi/urheilu/Mika...keräsi-600...mustikoita-nuorten.../550108>

2) Elämyspoimijat

Elämyspoimijat olisivat kiinnostuneita tulemaan Lappiin poimimaan marjoja ja samalla kokemaan elämyksiä Lapin puhtaasta luonnosta ja mahdollisesti samalla muista palveluista ja aktiviteeteistä. Elämyspoimijoiden matkat tulisi markkinoida yhteistyössä matkailuyritysten kanssa.

3) Nuoret

Kohderyhmä koostuu lähinnä paikallisista nuorista, koska satokausi Lapissa on koulujen alkamisen lähellä ja jatkuu koulujen alettua. Yhteistyö nuorten kanssa olisi kuitenkin tärkeää, että

tulevaisuudessakin olisi poiminnasta innostuneita aikuisia. Nuorista voi löytyä hyvinkin innokkaita poimijoita kuten ”Mustikka Oscar” ja ”Mustikka Veeti” jotka ovat olleet julkisuudessakin myönteisessä valossa. Lisäksi kohderyhmä voisi olla ”Nuorten poimijoiden kerääjämäärän kehittäminen” otsikon alla kohderyhmän alle sopivat. Nuorten yksi tehtävä voisi olla jo kesällä satotiedon keruu ja tuottaminen Luken järjestelmiin, josta he saisivat erillisen korvauksen.

4) Ikäihmiset

Ikäihmiset voi kuulua kaikkiin kategorioihin (poislukien nuoret), mutta tässä kohderyhmärajauksessa tarkoitetaan lähinnä yhteistyötä nuorten kanssa ”Nuorten poimijoiden kerääjämäärän kehittäminen” otsikon alla mainittuja toimenpiteitä. Eli he olisivat paikkakuntalaisia ”tutoreita” nuorille

5) Lisäänsiota hakevat poimijat tai paikalliset poimijat

Ovat lisäänsiota hakevia tai luonnossa liikkumisesta pitäviä paikallisia toimijoita. Marjasta saatava hyvä hintataso toimii varmasti houkuttimena. Kohderyhmään päästään kiinni parhaiten paikallisella tiedottamisella ja markkinoimisella.

6) Ulkomaalaiset

Ulkomaalaiset voivat olla nykyisen mallin mukaisesti paikkakunnalle tulevia, joiden tavoite on hankkia paljon rahaa. Marjasta maksettava hyvä hintataso varmasti houkuttelisi kerääjiä. Muita tässä kohderyhmässä olevia voisi olla ulkomaalaiset elämyspoimijat tai jopa hyväntekeväisyyspoimijat. Tämä vaatisi yhteistyössä tehtyä markkinointia matkailualan toimijoiden kanssa. Tässä rajauksessa kuitenkin heidät lasketaan em ryhmiin tarvittavien palveluiden osalta

Tarvittavat palvelut

Eri kohderyhmät tarvitsevat erilaisia palveluita. Tarvittavia palveluita on ainakin seuraavat kohderyhmittäin:

Palvelut	Kohderyhmä	
-etukäteisinfo	kaikki kohderyhmät	Koorninaattori
-markkinointi	kaikki kohderyhmät	Koorninaattori
- brändäys	kaikki kohderyhmät	Koorninaattori
- majoitus	1,2 ja 6 sekä 3 jos leirejä tms	Opas/yrittäjät
- raaka-aineen kuljetukset	1 ja 2 sekä 3 jos leirejä tms	Opas
- ihmisten kuljetukset	1,2 ja 3,4 kun ohjattua toimintaa tai leirejä	Opas
- ruokailu	1 ja 2 sekä 3 jos leirejä tms	Opas
- täyshoito	1 ja 2 sekä 3 jos leirejä tms	Opas/yrittäjät
- välineet (poimurit, astiat jne)	1 ja 2 sekä 3 jos leirejä tms	Ostaja?
- vaatetus (suojavaatetus)	1 ja 2 sekä 3 jos leirejä tms	Ostaja?
- turvallisuus (paikannus, valvonta)	1 ja 2, sekä 3 jos leirejä tms	Opas
- koulutus	kaikki kohderyhmät	Opas / koordinaattori
- hygienia / saniteetti (metsässä)	1 ja 2, sekä 3 jos leirejä tms	Opas
- kirjanpito / jäljitettävyys	kaikki kohderyhmät	Opas /ostaja
- elämykset / lisäpalvelut	1 ja 2, sekä 3 jos leirejä tms	Opas/yrittäjät

Organisaatio/toimintamalli

Ostaja

Marjan ostajana ja varastoijana toimii marjoja jalostava yritys. Toiminnan kannalta luontevinta olisi, jos yrityksellä olisi ostopaikka, johon omatoimiset poimijat voisivat tuoda päivän saaliin ja samalla antaa tarvittavat tiedot keruupaikasta (jos halutaan dokumentoida) sekä tilitystä koskevat tiedot.

Hubien marjamäärät ovat suuria noin 1.500 kiloa päivässä ja jos hubeja on 4 kpl jo ensimmäisenä vuonna niin päivässä näistä tulee marjaa jo 6.000 kiloa. Tässä luontevin toimija ja keräysauton investoija olisi marjoja ostava/jalostava yritys. Hubit sijaitsevat kuitenkin suhteellisen lähellä, joten päivittäinen keräyslenkki olisi kohtuullisen mittainen. Yhdenkin hubin marjamäärän kuljettaminen vaatisi keskimääräistä isomman pakettiauton, jotta kantavuus olisi riittävä.

Koordinaattori

Koko toimijaverkoston toimintaan ja sen rakentamiseen tarvitaan useamman tahon yhteistyötä ja toimia, että riittävä määrä poimijoita saadaan jalkeille. Tämän vuoksi ainakin alkuvaiheessa tarvitaan koordinoiva taho, joka huolehtii alun toimista mm. markkinoinnista, brändäämisestä, toimijoiden hakemisesta ja sitouttamisesta, koulutuksesta ja ylipäättään yhtenäisestä toimintatavasta ja ehkä sopimuksista / neuvotteluista / infoista maanomistajille.

Maanomistajat / kuntalaiset

Suurimmat ongelmat ulkomaalaisten poimijoiden kanssa on ollut kuntalaisten ja maanomistajien välillä poiminta-alueista, on poimittu ”liian” lähellä asutusta tai talojen pihvoja. Maanomistajatkin ovat olleet näreissään vaikka marjanpoiminta tapahtuu ns. jokamiehen oikeudella. Yhteisten pelisääntöjen, tiedottamisen ja toimintatapojen sopimisella voidaan varmastikin välttää enin osa ristiriidoista ja ongelmista. Maanomistajat ja kuntalaiset on hyvä ottaa johonkin yhteiseen tilaisuuteen sekä tiedottaa heitä paikallisesti.

Opas

Opas on hubimaisen verkoston tärkein toimija. Hänen vastuulla on suunnitellussa mallissa henkilöiden kuljetukset metsään ja pois sekä marjojen kuljetukset metsästä koontipaikalle, josta erillinen keräysauto kävisi ne päivittäin hakemassa. Opas vastaisi maastoruokailun järjestämisestä, poimijoiden turvallisuudesta (eksymiset / kokoontumiset) sekä maastohygieniasta ja sen valvonnasta. Oppaan rooli olisi ohjata koko hubin keräystoimintaa ja kartoittaa etukäteen marjanpoiminta-alueita mihin päivittäin kannattaisi ryhmiä viedä. Opas voi tarjota ja tuottaa myös muita lisäpalveluita safarioppaan tavoin.

Poimijat

Omatoimipoimijat työskentelevät itsenäisesti ja vievät marjansa keskitettyyn ostopaikkaan. Hubien poimijat toimivat oppaan ohjauksessa keräten marjoja saadun koulutuksen vaatimusten mukaisesti.

Testaus/pilotointi

Mikäli ensimmäisen vuoden tavoitteeksi otetaan 10.000 kiloa marjaa se vaatii 10 henkilön ryhmän, joka poimii keruukauden ”urakkavauhdilla, eli 48 kiloa päivässä per poimija. Mikäli marjamäärä tavoite on puhtaana marjana, tarve on 12 poimijaa. Mallilla ”ahkera” (30 kg/poimija/päivä) tarvitaan 20 kerääjää ensimmäisen vuoden 10.000 kilon tavoitteeseen.

Testausvaiheeseen olisi hyvä saada paikallisia toimijoita mukaan. Suuremmissa mittakaavassa toteutettuna tarvitaan onnistunutta brändimarkkinointia sekä useita erilaisia poimijaryhmiä. Osa poimijoista voi viipyä vain muutamia päiviä, osa viikon-kaksi, osa koko keruukauden. Poimijaryhmien ominaispiirteet vaativat erilaista markkinointia sekä erilaisia palvelupaketteja. Brändin rakentaminen ja sen testaaminen pilotoinnissa on hyvin tärkeää.

Jo pilotointivaiheeseen olisi hyvä saada sitoutettua paikallisia toimijoita, että he innostuisivat omista ansaintamahdollisuuksista, esimerkiksi saadakseen mökkejä vuokrattua muutoin hiljaisen sesongin aikana. Tai paikallinen safarifirma voisi sitouttaa omia oppaitaan ympärivuotisemmalla työpaikalla, kun he voisivat organisoida keruutoiminnan oppaat sekä mahdollisesti myös kuljetuksia, ruokailujen järjestämisen sekä muita oheispalveluita poimijoille.

Testausvaiheessa myös luonnontuotealasta kiinnostuneet/harkitsevat voisivat innostua mukaan toimintaan keruuverkoston toimijaksi tai kehittämään omia palveluita / lopputuotteita marjan ympärille.

Perinteisesti keruutoiminnan ansaintaketju koostuu poimijoista, ostoasemista ja ostavista yrityksistä. Kaikki toimijat tarvitsevat toisiaan eikä pysty toimimaan taloudellisesti yksin. Pilotointivaiheessa tätä perinteistä ansaintaketjumallia tulee laajentaa ja hakea uusia ulottuvuuksia edellä mainituista lisäpalveluista osaksi uudenlaista keruutoiminnan ansaintaketjua. Tässä mallissa lisäpalvelut tukevat jo olemassa olevien toimijoiden lisäansaintamahdollisuutta. Miljoonan kilon tavoitteessa jo lisäansainta voi olla jollekin toimijalle hyvin merkittävä taloudellisesti tai merkittävä valtti esimerkiksi rekrytoinneissa omaan pääliiketoimintaan.

Keskeisimmät palvelupaketit

Keräystoiminnan organisoimiseksi tehokkaasti tarvitaan muutamia keskeisiä palvelupaketteja. Ne auttavat tehokkaan keräystoiminnan organisoinnissa keräyspaikkojen kartoituksessa, niin että poimijoilla on ennakkoon kartoitetut keräyspaikat. Mikäli kerääjät tulevat muualta he tarvitsevat majoituksen, kuljetukset sekä ruokahuollon, että voivat keskittyä tehokkaaseen poimintaan.

“Esimerkkilaskelmat paketit” taulukossa on laskettu näiden palvelupakettien kustannuksia. Osa kustannuksista on selkeästi yläkanttiin, esimerkiksi mökin vuokrahinta sekä vuokra-auton kustannus. Ne on laskettu valtakunnallisista lähteistä, esimerkiksi auton osalta Rentalsin listahintojen mukaan. Taulukossa olevia keltaisia lukuja voi muuttaa, tällöin myös ko. kohteen kustannus päivittyy. Oletuksena taulukossa on, että opas hoitaisi kuljetukset, kartoitukset sekä ruoan valmistuksen (päivällinen), aamupalat, eväät ja iltapalan huolehtisi jokainen kerääjä tuokatarvikkeista itse.

Lähtökohtana taulukossa on asetettu mustikan ostohinnaksi 2,5 €/ kilo. Toinen lähtökohta taulukossa on, että poimija maksaa itse tarvitsemansa palvelupaketit.

Esimerkiksi omatoimipoimija, joka ei tarvitse mitään palveluita, voi ansaita keruukaudella (21,5 päivää) urakamallilla 2.580 euroa ja ahkera mallillakin 1612,50 euroa.

Mikäli muualta tuleva poimija tarvitsee kaikki keskeiset palvelut (majoitus, kuljetukset, opas ja ruoka) hän voi hankkia urakka mallilla 1.915 euroa ja ahkera mallillakin 948 euroa ostettuaan kaikki keskeiset palvelut.

Palvelupaketteja voi lisätä/muokata tarjoamalla majoitusta esimerkiksi pienemmissä mökeissä vaikkapa pariskunnalle. Lisäksi voi tuotteistaa erilaisia muita palvelupaketteja, esimerkiksi laadukas illallinen, vapaapäiville ohjattuja retkiä, maastopyöräilyä, mönkijäsafareita yms yms. Tällöin poimijalle ei välttämättä jäisi tuloja lainkaan, mutta keräystoiminnalla hän saisi katettua “täyden ylläpidon”

Brändäys

Isossa mittakaavassa brändäyksen merkitys on kerääjäverkoston saamisen osaltakin merkittävä. Mikäli halutaan saada kerättyä miljoona kiloa, siihen tarvitaan mallin "ahkera" kerääjiä jo noin 1.800. Kerääjämäärä tavoite kuulostaa suurelta, mutta ei mahdottomalta. Siihen määrään ei kuitenkaan päästä varmastikaan hetkessä ja brändiä tulee kehittää ensimmäisen vuoden pilotoinnin oppien pohjalta.

Esimerkiksi Suonenjoella on mansikkanviljelyksillä noin 2.500 kausityöntekijä ja he poimivat noin 2 miljoonaa kiloa mansikkaa kesässä. Suonenjoki on kuntana hyötynyt imagosta Suomen mansikkakeskuksena. Kolarissa kunnankin olisi vastaava mahdollisuus hyötyä Suomen luomumetsämarja keskuksen imagosta. Brändäyksessä tulee huomioida kokonaisuus, eli kuinka saadaan koko toiminnan ympärille rakennettua hyvä ja houkutteleva brändi.

Esimerkiksi Suonenjoella mansikan imago- ja taloudellinen merkitys paikkakunnalle on korvaamattoman arvokas. Yksi mainio markkinointikeino on ollut jo reilun kahdenkymmenen vuoden ajan Savon radalla tapahtuva junamansikan myynti. Heinäkuussa järjestetään yksi valtakunnan pitkäaikaisimmista yhdenjaksoisesti järjestetyistä kesätapahtumista, Suonenjoen Mansikkakarnevaalit, jotka ovat viimevuosinakin houkutelleet vuosittain kahteenkymmeneen tuhanteen nousevan kävijämäärän, jopa ylikin.

Mahdollisuudet onnistuessaan Kolarin osalta ovat siis hyvinkin merkittävät, kun brändin rakennus koko toiminnan ympärille onnistuu hyvin. Onnistumiseen tarvitaan eri tahojen yhteistyötä, uusia toimintamalleja ja keinoja sekä edelleen tutkimustietoa.

Ihmiset ovat tänä päivänä hyvin kiinnostuneita omasta terveydestä ja hyvinvoinnista. Tätä voisi tutkia, olisiko marjastus yhdistettävissä osin liikuntaan puhtaassa ympäristössä uusia elämyksiä tarjoten. Tai nuoret ovat kiinnostuneita peleistä, voisiko keruutoimintaa pelillistää jotenkin?

Lienee kuitenkin selvää, että kotimaisin voimin ei tällaista kerääjämäärä tavoitetta saada, eli brändäyksen on oltava kansainvälistä ainakin seuraavina vuosina. Eikä keruutoimintaa voida laskea vain yhden kohderyhmän varaan, sen vuoksi on kehitettävä eri kohderyhmiä kiinnostavia malleja. Uskon, että Lappilaisia vahvuuksia hyödyntäen brändäyksessä on hyvät mahdollisuuden onnistua.

Ehdotus jatkotoimista

Tärkeimpänä jatkotoimena näkisin jatkohankkeen, jonka aikana lähdetään rakentamaan ensimmäisen vuoden pilottia, jossa testataan pienessä mittakaavassa hubimaista toimintaa ja pyritään löytämään siihen toimijoita, jotka sitoutuvat liiketoimintaan.

Jatkohankkeessa on selvitettävä tarkemmin kenellä on sopivaa kalustoa, kuka haluaa vuokrata mökkejä, kenellä on muuta toimintaa, jota kerääjäverkosto tarvitsee ja kuka siitä kerääjäverkoston toiminnasta voisi hyötyä?. Myöskin keräystoiminnan palvelupakettien testaaminen ja tuotteistaminen yhteistyössä löydettyjen toimittajien kanssa olisi jatkohankkeen keskeinen tehtävä.

Kenelle muulle mahdollisesti kerääjäverkosto toisi lisäarvoa? Ja ketkä kaikki voisivat tästä kerääjämassasta hyötyä ja mitä lisäpalveluita olisi mahdollista rakentaa kerääjäverkoston ympärille?

Ensimmäisenä vuonna saatujen kerääjien osalta on myös tutkittava ne syyt mikä sai heidät innostumaan kerääjiksi ja lisäksi on suunniteltava ja ideoitava kuinka keruutoimintaa markkinoidaan eri ryhmille? Mistä nämä eri ryhmät tavoitetaan ja miten markkinointiviesti saadaan heille suunnattua parhaiten? tarvitaan

useita kanavia ja niille omanlaisensa tarina. tarinat eivät voi olla kuitenkaan irrallisia vaan niiden on tukeuduttava koko hankkeen brändin alle.

Jatkohankkeessa tulisi myös kartoittaa mihin hubit voitaisi fyysisesti sijoittaa, niin että maapinta-ala olisi tehokkaassa mutta kestävässä käytössä ja kuinka esimerkiksi keruupaikat ja määrät kirjataan kuinka maksatukset kerääjille hoidetaan ja dokumentoidaan. Miten keruutoiminnassa huomioidaan jalostavan yrityksen laatu järjestelmä ja miten varmistetaan mahdollisimman korkealaatuinen raaka-aine.

Jatkohankkeessa tulisi selvittää myös uusia mahdollisia toimintamalleja keruutoimintaan, kuten, että kerätyistä marjoista saadut tulot voisi lahjoittaa esimerkiksi hyväntekeväisyyteen. Tai että löydetään tahoja, jotka sponsoroivat vaikkapa nuoria, esimerkiksi lupaamalla tuplata kerätyn summan vaikka jollekin seuralle. Jos joku seura sitoutuisi keräämään vaikka 5.000 eurolla marjoja niin sponsori(t) voisivat tuplata tämän summan.