

Koetoiminta ja käytäntö

Liite 16.10.2006 63. vuosikerta Numero 3 Sivu 12

Maaseutuyritys menestyy syrjäseudullakin

Leena Rantamäki-Lahtinen, MTT

Syrjäinen sijainti ei ole maaseutuyrityksen menestymisen este eikä edes hidaste. Menestyksen takana ovat laatu ja maantieteellisesti laajat markkinat. Kaupunkien lähellä sijaitsevat menestyneet tilat toimivat paikallismarkkinoilla ja tarjosivat usein pitkälle erilaistettuja tuotteita tai palveluita.

Monialaisella tilalla tarkoitetaan maatilaa, jolla harjoitetaan maatalouden ohella myös muuta yritystoimintaa, kuten matkailua, elintarvikkeiden jalostusta tai koneurakointia. Monialaisten tilojen määrä on kasvanut viime vuosina. Yli 24 000 suomalaista aktiivitilaa harjoitti muutakin yritystoimintaa kuin maataloutta vuonna 2005. Maaseudun elinvoimaisuuden kannalta tämä sektori on yhä tärkeämpi.

Paikallinen toimintaympäristö ja siihen sopeutuminen on yksi keskeisistä asioista, jotka selittävät yrityksen menestymistä. ”Maaseutu” on yrityksen toimintaympäristönä laaja käsite. Infrastrukturi, paikalliset markkinat, väestö ja luonnonolot vaihtelevat paljon alueittain.

MTT:n ja Plymouthin yliopiston, Iso-Britannia, yhteistyönä toteuttamassa kansainvälisessä tutkimushankkeessa selvitettiin, miten monialaiset tilat ovat kehittyneet erilaisissa toimintaympäristöissä. Aineisto kerättiin haastattelemalla erittäin kokeneita, pitkän linjan monialaisten tilojen yrittäjiä Suomessa ja Isossa-Britanniassa. Haastatteluja tehtiin kaikkiaan 22.

Syrjäisyys voi olla kilpailuetu

Kummastakin maasta valittiin kaksi tutkimusaluetta kuvaamaan syrjäistä ja kaupunkien läheistä maaseutua. Suomessa tutkimusalueina olivat Helsingin ympäristö ja Itä-Uusimaa sekä Pohjois-Satakunta ja Pirkanmaa. Isossa-Britanniassa tutkimusalueina olivat Lontoon ympäristö sekä Devonin ja Cornwallin piirikunnat Lounais-Englannissa.

Tässä tutkimuksessa mukana olleet tilat olivat harjoittaneet muuta yritystoimintaa keskimäärin 19 vuotta. Viljelijät olivat selvästi sopeuttaneet toimintaansa paikallisen yritysympäristön mukaan. Syrjäisillä alueilla sijaitsevilla, menestyneillä tiloilla oli käytössään kaksi vaihtoehtoista toimintatapaa. Ne saattoivat toimia hyvinkin paikallisilla tai alueellisilla markkinoilla, mutta syrjäisestä sijainnistaan johtuen niillä ei ollut saman alan kilpailijoita. Toisaalta ne saattoivat toimia kansallisilla tai kansainvälisillä markkinoilla,

joissa kilpailijat olivat niin ikään kansallisia tai kansainvälisiä. Isossa-Britanniassa syrjäisellä alueella sijaitsevat yritykset olivat erikoistuneet pidemmälle kuin suomalaiset. Isobritannialaiset näkivät syrjäisyyden tilansa kilpailuetuna, suomalaiset eivät pitäneet tilansa sijaintia etuna eivätkä haittana.

Kaupunkien läheisyydessä sijaitsevalla maaseudulla menestyneet tilat toimivat puolestaan paikallisilla markkinoilla, ja niiden kilpailijat olivat paikallisia tai kansallisia. Osalla ei ollut kilpailijoita, koska tuote tai palvelu oli erittäin pitkälle erilaistettu. Yritykset tarjosivat innovatiivisia ratkaisuja ja laatua sekä näkivät sijaintinsa ison kaupungin ympäristössä vahvana kilpailuetuna.

Heikosti menestyneet tilat olivat valinneet strategiakseen "normaalilaatuinen tuote - matala hinta" ja toimivat erittäin kilpailuilla kansallisilla markkinoilla kansallisia tai kansainvälisiä kilpailijoita vastaan. Usein kilpailijat olivat isompia toimijoita tai ketjuja. Pienen yrityksen on vaikea luoda mittakaavaetuja. Kun muuta yritystoimintaa suunnitellaan maatalouden oheen, tällaisen "bulkkituote tai alhainen hinta" -strategian riskit tulisikin tiedostaa ja miettiä, olisiko erilaistamiseen mahdollisuuksia.

Lisätietoja: leena.rantamaki-lahtinen@mtt.fi
puh. (03) 4188 3122

kuvat: Leena Rantamäki-Lahtinen



Syrjäinen sijainti voi olla myös kilpailuetu. Maaseutuyritykset Devonista ja Pirkanmaalta (kuvien yritykset eivät ole mukana tutkimuksessa).



Paikalliset markkinat luovat mahdollisuuksia. Englantilaisen tilan suoramyynti perustuu asiakkaiden rehellisyyteen.