

**MAASEUDUN
KEHITTÄMISEN
TRENDIT JA HYVIÄ
KÄYTÄNTEITÄ LEADER-
STRATEGIOIDEN
NÄKÖKULMASTA
TARKASTELTUNA**

PEKKA MYTTY



TUTKIMUKSEN TAVOITE

- osana “Tietomaa uudistaa” –hanketta tavoitteena oli löytää signaaleja tietointensiivisen yritystoiminnan maaseudulle sijoittumisen ja Leader-strategioiden välillä

TUTKIMUSMENETELMÄ


- tutkimus tehtiin kevään 2022 aikana
- tutkimusmenetelmänä käytettiin tekstinlouhintaa (*text mining*) lukemalla läpi kaikkien 42 eri Leader-yhdistyksen strategiat
- välineenä käytettiin laadulliseen data-analyysiin soveltuvaa Atlas.ti -tietokoneohjelmaa



*TUTKIMUKSESSA
ESILLE TULLEET
TRENDIT:*

1. YHTEISTYÖ

- kehittäminen ja kehittyminen on tiimityötä, siihen vaaditaan leveämmät hartiat kuin yksilöillä tai yksittäisillä organisaatioilla on käytettävissään. **Monialainen yhteistyö** mahdollistaa myös **asiakslähtöisempien** hyödykkeiden tarjoamisen loppuasiakkaille; yhden palveluntarjoajan innovaatio voi olla omasta mielestä hieno, mutta asiakaskokemus siitä voi saavuttaa kyllästymispisteensä nopeastikin. Mutta kun 10 tällaista innovaattoria tarjoaa yhteistyössä potentiaalisille asiakkaille suurempaa **palvelupakettia**, voi kokemus olla ainutlaatuinen ja pitkäkestoinen. **Synergian** vaikutus.

- 
- Suoria lainauksia leader-strategioista:
 - Hyväksi havaittuja trendejä yhteistyön osalta:
 - 1.1.Monialaisuus:
 - “Monialainen yhteistyö eri toimialojen kesken on avainasemassa tuotekehittelyssä ja uusien tuotteiden käyttöönotossa. Uudet kyläkohtaiset palveluratkaisut ja sopimuksellisuuden edistäminen sekä toimijoiden verkostoituminen kansainväliselläkin tasolla ovat keinoja, joilla maaseudun vetovoimaa tuetaan”



1.2 Sidosryhmien osallistaminen:

” Hankkeen tavoitteena oli lisäksi yhteistyön edistäminen maaseudun kehittämisessä mukana olevien toimijoiden välillä sekä mahdollisimman laaja sidosryhmien osallistaminen”

YHTEISTYÖ


1.3 Kehittyminen prosessina:

- "Ensimmäiset kontaktit syntyvät yleensä rahoitustiedustelujen tai tilaisuuksissa pidettyjen puheenvuorojen kautta. Aktiivisesti pyritään hyödyntämään ja vahvistamaan kaikkia alkavia, usein alussa heikkojakin yhteistyösuhteita, jolloin tuloksena on molemminpuolista oppimista ja sitä kautta myös aktiivisempaa yhteistyötä ja vaikuttamista"




1.4 Kasvualustat:

- ”Tarvitaan avointa innovaatiotoimintaa, mikä edellyttää uudenlaisia foorumeita ja kehittämisalustoja alueelle. Toimialojen välisen yhteistyön kautta ja eri yritysten rajapinnoilta on löydettävissä kasvupotentiaalia, yritystoimintaa, avauksia, tuotteita ja palveluita. Erikokoisten yritysten välinen yhteistyö ja yritysten ja raaka-ainetuottajien välinen yhteistyö avaa mahdollisuuksia”.

- 
- 1.5 Erilaisuuden hyödyntäminen (monimuotoisuus):
 - ”Innovatiiviset ratkaisut syntyvät usein kun eritaustaiset ihmiset ja osaamiset kohtaavat ja ongelmia tarkastellaan eri näkökulmista katsoen. Tämä pätee myös nuorten ja vanhojen, vakituisten ja osa-aikaisten asukkaiden, paikallisväestön ja maahanmuuttajien välisissä kohtaamisissa”

2. MATKAILU JA SEN MARKKINOINTI

- maaseutualueiden matkailun ongelmat liittyvät usein **pienuuden ekonomiaan**. Yritysten ja muiden toimijoiden resurssit eivät yksinkertaisesti yksin riitä tuottamaan **säkenöiviä asiakaselämyksiä** kohderyhmille. Mutta kun yksittäiset toimijat yhdistävät voimavaransa (ks. trendi 1, yhteistyö) liittyen parhaimpiin asioihin (**luontoelämykset, vesireitit, lähiruoka, aktiviteetit, green care, kalastusmatkailu**), joita maaseudulla on tarjota, voi elämys olla kokonaisvaltainen ja pitkäksi aikaa mieleen jäävä (**mouth to mouth-markkinointi**).

- 
- **Suoria lainauksia leader-strategioista:**
 - **Hyväksi havaittuja trendejä matkailun osalta:**
 - 2.1 Yhteistyöllä tuloksia
 - "...saatu pieniä yrityksiä yhteen matkailumarkkinoinnissa ja matkailun tuotepakettien laatimisessa, kehitetty alueen poro design-tuotteita, kehitetty kulttuurimatkailua, saatu kylille virkistys- ja kokoontumis-tiloja, uusia tapahtumia ja saatettu kylien eri toimijoita yhteen sekä aktivoitu runsaasti aivan uusia toimijoita mukaan alueen kehittämiseen"



- 2.2 Green care -trendin hyödyntäminen

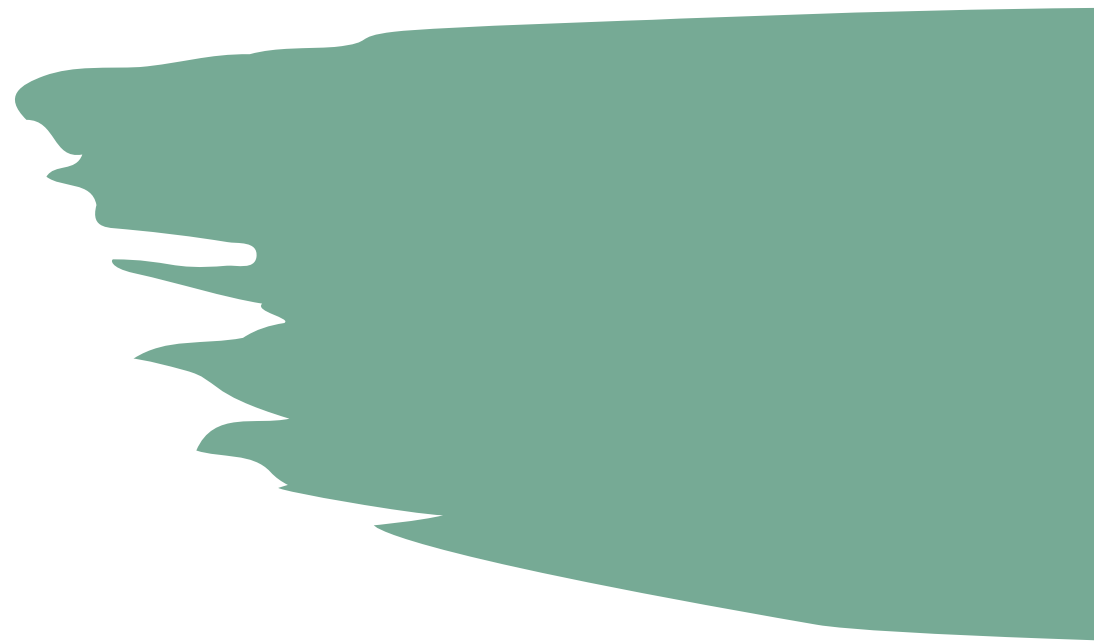
- ”Hyvinvointi- ja terveysturmatkailun kehittäminen otetaan osaksi tunturilappilaista matkailupalvelutarjontaa. Yritystoimintaan liittyvän toimintatavan konseptointi ja paketointi ammattimaisesti todettavien asiakastarpeiden mukaisesti eri asiakasryhmille” kotimaahan ja kansainvälisesti. (Hyvinvointialan ja terveysturmatkailun alueellisen kehittämisohjelman toteuttaminen.)



- 2.3 Tuotteistaminen

- "Talvi on kestoaltaan pitkä, mutta matkailun kannalta täynnä vetovoimaista eksotiikkaa: pimeyttä, kylmyyttä, revontulia ja erityisesti lunta. Monet matkailutuotteet rakentuvat luontoelämyksistä sekä paikallisesta kulttuurista. Talven osalta tuotteistus onkin pitkälle vietyä"

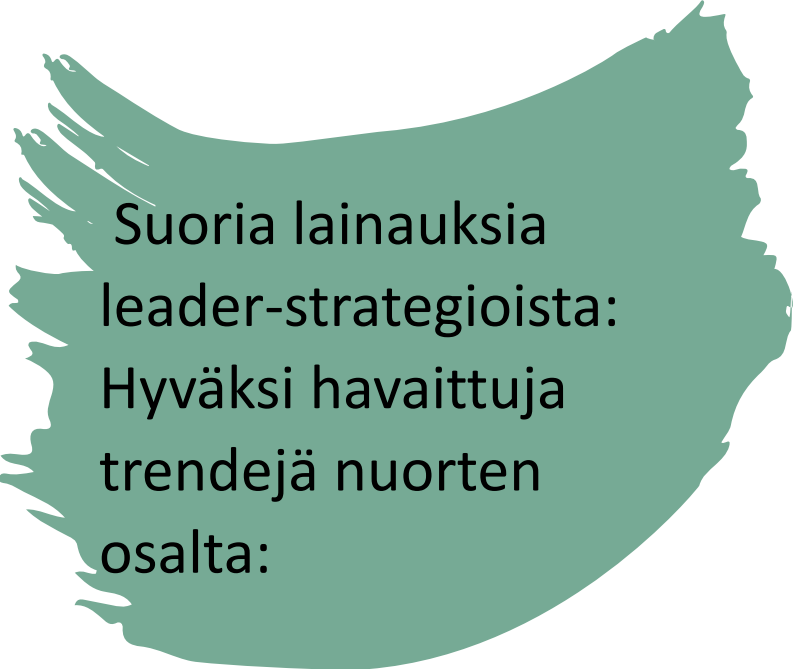
- 2.4 Osaamisen kehittäminen
 - ”Myös matkailuyrittäjien tuotteistusosaamisessa on parannettavaa, jotta niiden palveluita voidaan tarjota kansainvälisille asiakkaille. Sen sijaan että matkailijat pysähtyisivät kylissä ja käyttäisivät niiden palveluita, ajavat matkailijat usein pysähtymättä niiden ohi. Tämä johtuu osaltaan heikosta markkinoinnista, mutta myös palveluiden huonosta saatavuudesta. Kylillä olisi tarjota mielenkiintoisia käyntikohteita, mutta niistä ei välttämättä tiedetä. Toisaalta syynä voi olla myös se, että omaa kulttuuria ei nähdä arvokkaana, jolloin sitä ei myöskään ole tuotteistettu matkailun...”



3. NUORET

- **Nuorten aktivointi** ja osallistaminen maaseudun kehittämiseen ensiarvoisen tärkeää. Myös **yrittäjäkasvatus** ja yrittäjämönteisen ilmapiirin kehittäminen olennaista, jotta vaihtoehtona paikkakunnalta poismuuton rinnalla olisi myös jääminen sinne esimerkiksi yrittäjäksi. **Tietoyhteyksien kehittäminen** myös osa tätä prosessia. **Paikallisidentiteetti** ja sen vahvistaminen





Suoria lainauksia
leader-strategioista:
Hyväksi havaittuja
trendejä nuorten
osalta:

3.1 Osallistaminen, kuuntelu

- ”Nostamme nuorten ja nuorten aikuisten äänen kuulemisen keskeiseen asemaan. Haluamme antaa heille aidosti mahdollisuuksia vaikuttaa ja ideoida sekä suunnitella ja toteuttaa heidän omaa tulevaisuuttaan koskevia toimenpiteitä. Tapaamisissa nuorten kanssa olemme saaneet arvokasta palautetta, jota olemme kirjanneet strategiamme tavoitteisiin ja mahdollisiin toimenpiteisiin. Kuuntelemme tulevaisuudessakin nuorisoa herkällä korvalla ja avoimella mielellä. Tukemalla nuorten ideoita ja ehdotuksia..”



- 3.2 Vastuun jakaminen
 - ”Eryteisesti nuorten omaehtoiset hankkeet ovat tärkeitä, siksi Nuorten Leader -rahoituksella tuetaan investointi- ja kehittämishankkeita, joiden hallinnointi ja läpivienti on nuorten itsensä vastuulla. Vaikutusmahdollisuudet ja konkreettinen aikaansaaminen kiinnittää nuoria kotiseutuunsa ja tukee sinne palaamista opiskelun tai työuran aloittamisen jälkeen.



- 3.3 Tietoliikenneyhteydet
 - "Nuoriso on vaativaa ja edellyttää maaseudullakin viipyäkseen monipuoliset ja nykyaikaiset palvelut, tietoliikenneyhteydet ja välineet."



4. YHTEISÖLLISYYS

parhaimmillaan yhteisöllisyys voi tarkoittaa tiivistä kylä- tai muuta yhteisöä, jossa **pidetään toisista huolta**, unohtamatta yhteisön heikoimpia jäseniä kuten vanhuksia ja lapsia. Myös uudet asukkaat otetaan mukaan toimintaan. Kylän tai alueen **palvelutarjonnasta** pidetään yhdessä huolta.
Talkoohenki.

Suoria lainauksia leader-strategioista:

- Hyväksi havaittuja trendejä yhteisöllisyyden osalta:



4.1 Lähipalvelujen kehittäminen

- "Vaikka yhteisöllisyyttä on, sitä voi myös kasvattaa. Sekä nykyiset että tulevat alueen asukkaat ja matkailijat tarvitsevat sekä uusia että olemassa olevia palveluita"



- 4.2 Kaikki mukaan – monimuotoisuuden hyödyntäminen
 - ”Yhteisöllistä kehittämistä viedään myös kaupungin asuinalueille. Yhteisöllisyydessä tärkeänä nähdään eri sukupolvien mukaan ottaminen kehittämistyöhön. Verkostot synnyttävät innovaatioita ja avoin vuorovaikutus synnyttää uutta. Jo olemassa olevaa osaamista ja organisaatioita kootaan yhteen”

5. KANSAINVÄLISYYS

- maaseutu on olennainen osa Suomea, mutta myös EU:ta. Parhaimmillaan kansainvälisen yhteistyön kautta maaseudun eri toimijat pääsevät **siirtämään hyviä käytäntöjä** muista maista omalle alueelleen. **Hyvien toimintatapojen** näkeminen paikan päällä voi olla alkusysäys positiivisen muutoksen alulle myös omalla kotiseudulla. Kansainvälinen yhteistyö voi olla monimuotoista, **hankepartnereiden hakua** ulkomailta, **kohdennettuja opintomatkoja** esim. yrittäjille ja järjestöille tai vaikka yksinkertaisimmillaan kanssakäymistä kansainvälisten matkailijoiden kanssa omalla paikkakunnalla.

Suoria lainauksia leader-strategioista:

- **Hyväksi havaittuja trendejä kansainvälisyyden osalta:**

5.1 Uudet tuulahdukset

- "Kansainvälistymisen päätavoitteena on rakentaa yhteyksiä alueen ulkopuolelle, avartaa omaa ajattelua ja nähdä alueemme ulkopuolisen silmin. Onnistunut paikallinen kehittäminen vaatii omia voimavaroja tukevien globaalien virtauksien tunnistamista. Kansainvälinen toimintamme käynnistyi jo reilu vuosikymmen sitten opiskelija- ja harjoittelijavaihdolla yhteistyössä seudun oppilaitosten kanssa."

5.2 Yrittäjävaihto

- ” maaseutuyrittäjien kv-
vaihto
”Farmers’ exchange”,
jossa yrittäjät hakevat
tieto-taitoa vaihtojaksoilla
eurooppalaisissa
vertaisyrityksissä”

5.3

Maahanmuuttajien hyödyntäminen

- ” Varsinaisten kansainvälisten hankkeiden lisäksi tehdään ns. kotikansainvälistymistä eli edistetään monikulttuurista toimintaa alueella olevilla resursseilla”

MUUT ESILLE TULLEET TRENDIT

6. **Mikro- ja pienyritykset**

- yrittäjyydellä tarkoitetaan muutakin kuin pelkästään henkilöä, joka työskentelee omassa yrityksessään

7. **Verkostoituminen**

- monialaiset verkostot synnyttävät innovaatioita

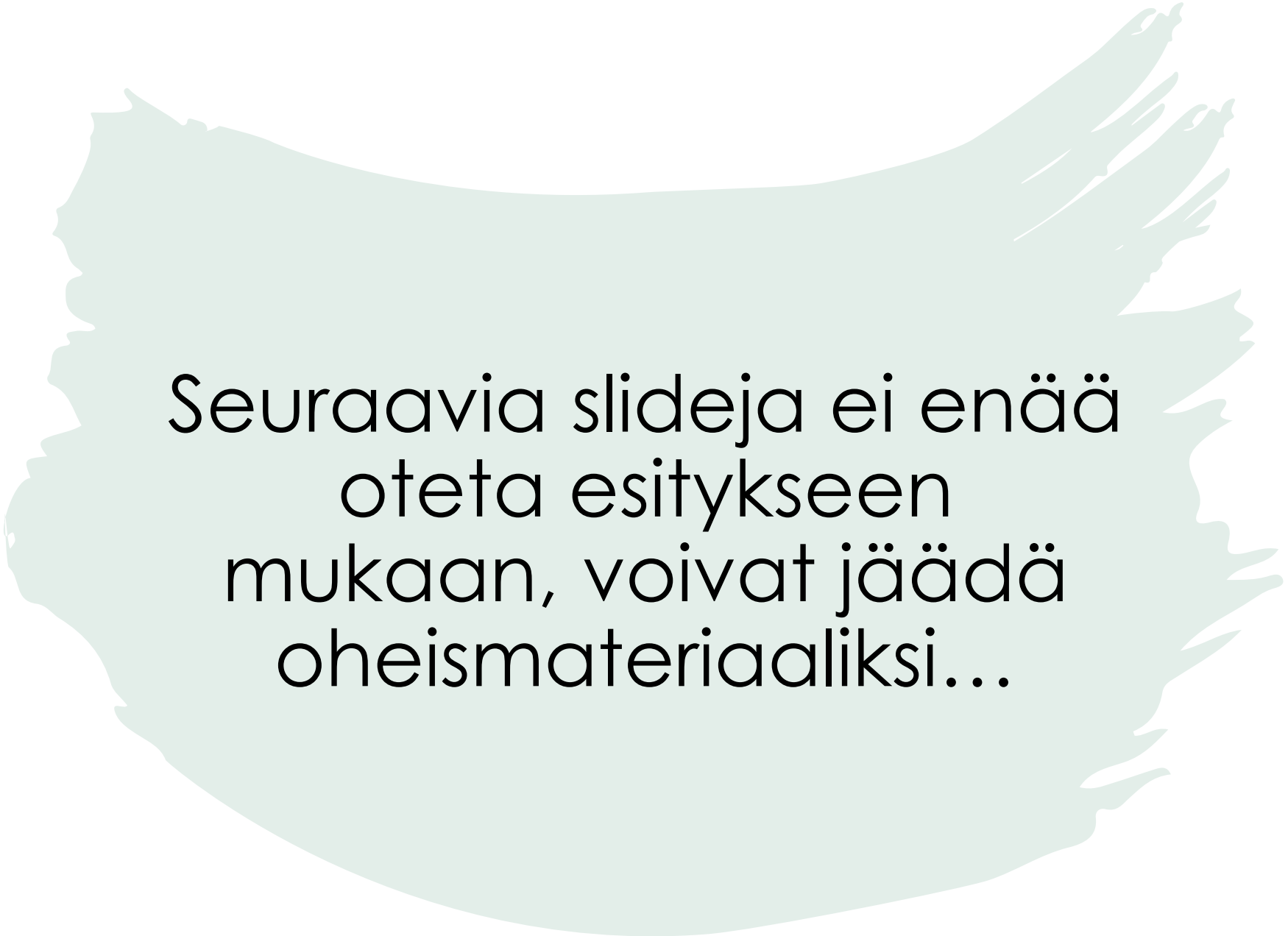
8. **Luontoresurssit**

9. **Lähiruoka**

10. **Paikallisiditeetti**

JOHTOPÄÄTÖKSET

- Summa summarum:
- Varsinaista yhteyttä tietointensiivisen yritystoiminnan sijoittumiseen maaseudulle ja Leader-strategioiden välillä ei empiirisen aineiston pohjalta havaittu
- Leader-strategioihin tulisi entistä vahvemmin sisällyttää tämä ulottuvuus, sillä lähtökohtaisesti maaseudun elinvoimaisuuden kannalta asialla on jatkossa entistä suurempi merkitys.

A light green, textured brushstroke background that tapers at the top and bottom, framing the text.

Seuraavia slideja ei enää
oteta esitykseen
mukaan, voivat jäädä
oheismateriaaliksi...

6. MIKRO- JA PIENYRITYKSET

Suoria lainauksia leader-strategioista:

- Hyväksi havaittuja trendejä mikro- ja pienyritysten osalta:

6.1 Yrittäjyyden monet mahdollisuudet

- "Yrittäjyys on tulevaisuudessa yhä useammalle osittainen tai pääasiallinen toimeentulon hankkimisen tapa. Perinteisesti yrittämisestä puhuttaessa korostetaan usein riskejä ja menetettäviä etuuksia. Ilman mainintaa jää usein suunnittelun vapaus, itsenäisyys ja työn teon palkitsevuus. Yrittäjyyskasvatusta ja tiedottamista tarvitaan uusien yrittäjäpolvien synnyttämiseksi. Yrittäjyys on asenne työntekoon, ja yrittäjäasenteella toimiva työntekijä on yritykselle korvaamaton resurssi. Yrittäjyys ei katso ikää, ja laskelmoituun riskinottoon tulisi kannustaa niin nuoria kuin aikuisiakin. Yrittää voi monella tavoin, osuuskuntayrittäminen on helppo tapa kokeilla oman palvelun tai osaamisen kysyntää"

6.2 Tietoverkkojen merkitys tietointensiiviselle yritystoiminnalle


- Pienyrittäjyyden tukeminen perustuu paikallisuuteen: lähinnä oman alueen raaka-aineiden ja tuotteiden jalostukseen sekä palvelujen kehittämiseen. Markkina-alueena voi olla oma alue tai mieluummin laajemmat markkinat. Lisäksi edistetään mm. yritysten verkottumista yli toimialarajojen ja sitä kautta uusien liiketoimintamahdollisuuksien kehittelyä sekä yritystoimintaosaamisen parantamista. Valokuitu tuo uusia ansaintamahdollisuuksia pienyrityksille

6.3 Yrittäjien osaamisen kehittäminen

"On osattava tarkkailla kehitystä kuin myös ottaa ja hallita riskejä. Alueen pienet yritykset voivat parhaiten kilpailla tinkimättömällä laadulla, joka ulottuu ensimmäisestä asiakaskontaktista aina laskun lähettämiseen ja jälkimarkkinointiin saakka."

7. VERKOSTOITUMINEN

- **Suoria lainauksia leader-strategioista:**
 - **Hyväksi havaittuja trendejä verkostoitumisen osalta:**
 1. Monialaiset verkostot synnyttävät innovaatioita
 - ”Yhdistykselle kertyy paljon tietoa paikallisten toimijoiden tarpeista, erilaisista hankkeista ja niiden tuloksista. Tämän tiedon ansiosta Leader-ryhmä pystyy verkottamaan samoihin tavoitteisiin pyrkiviä toimijoita toisiinsa. Monialaiset verkostot luovat hyvän pohjan uusille yhteistyömuodoille ja innovaatioiden kehittymiselle”.

- 
- 7.2 Yhteistyö markkinoinnissa
 - "Pienen palveluyrityksen haasteisiin kuuluvat yrityksen tunnettuus ja markkinointi sekä yrittäjän oman ammattitaidon kehittäminen. Verkostoyhteistyö muiden saman alan pienyritysten helpottaa näitä pulmia. Yhteistyössä voidaan osallistua myös omaa kokoluokkaa suurempiin tarjouskilpailuihin. Pahimman kilpailijayrityksen voi oppia näkemään myös parhaana kumppanina"

8. LUONTORESURSSIT

Suoria lainauksia leader-strategioista:

- Hyväksi havaittuja trendejä luontoresurssien osalta:

8.1. Luonnonympäristö – maaseudun tärkein resurssi

- "Monipuoliset ja runsaat luonnonvarat (metsät, suot, pellot, vesistöt) ovat meille tärkeä voimavara. Elinkeinotoimintamme vahvuutena ovat pienet, pirteät yritykset ja ahkerat yrittäjät. Yritystoimintamme perusta rakentuu erityisesti biotalous-, pienteollisuus-, vapaa-aika"



8.2 Luontoon liittyvien Green Care -palvelujen tarjoamat mahdollisuudet

- ”Paikalliseen ympäristöön liittyvien luonto- ja eläinavusteisten hyvinvointipalveluiden käyttöönotto tarjoaa mahdollisuuden monien sosiaali- ja terveystieteiden kehittämiseen, sekä synnyttää uudenlaista yhteistyötä ja yrittäjyyttä maaseutualueille”

9. LÄHIRUOKA

- **Suoria lainauksia leader-strategioista:**
 - **Hyväksi havaittuja trendejä lähiruoan osalta:**

9.1 Saatavuuden parantaminen

- ”tukee osaltaan luomu- ja lähiruuan saatavuutta ja käyttöä alueella sekä lähi-ruokaketjun turvallisuutta ja logistiikka-ratkaisuja. Tuottajien myyntimahdollisuuksien parantaminen (esim. lähiruoka-tori, tilamyymälät, ruokaosuuskunnat) ja kuluttajien tietoisuuden parantaminen edistävät lähiruuan saatavuutta ja tunnettavuutta. On tehtävä toimia, joilla lasten ja nuorten tietoisuutta maataloudesta ja ruuantuotannosta lisätään (esim. maatalo-vierailut, nuorison lähiruokakonsepti). Lähiruuan käyttäminen kouluissa edistää lasten ja nuorten lähiruokatietoisuutta ja on samalla ympäristö- ja ruokakasvatusta.”

9.2 Lähiruoka matkailun vetovoimatekijänä

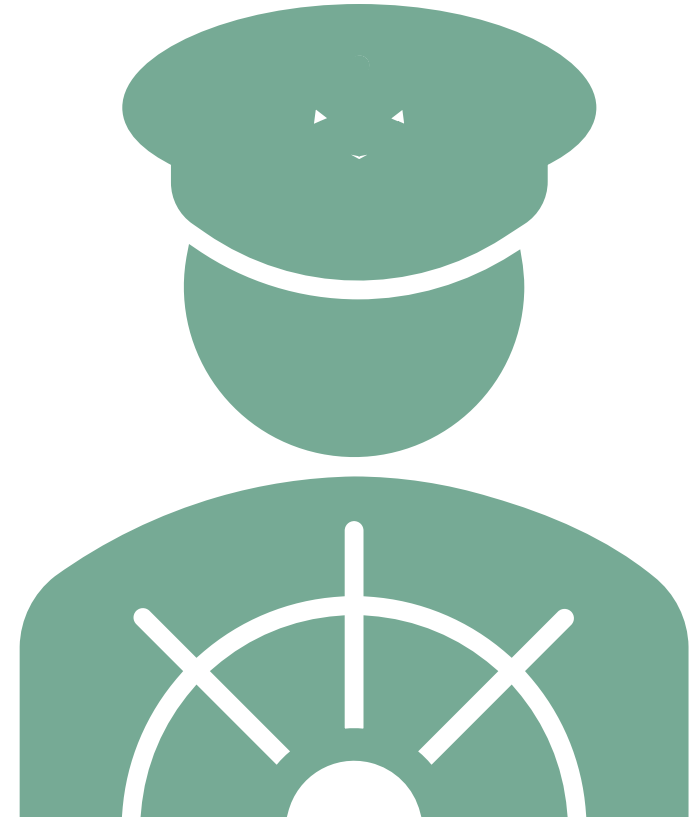
”Matkailuun ja alueen
kesäasukasvaltaisuuteen
liittyy tarve lähiruoan
tarjonnan ja valikoiman
lisäämiseen”

10.PAIKALLISIDENDITEETTI

- Suoria lainauksia leader-strategioista:
 - Hyväksi havaittuja trendejä paikallisidenditeetin osalta:
 -

10.1 Kotiseurakkaus

- ”kotiseurakkaus ja sitoutuneisuus omaan kotiseutuun alueellamme erityisen suurta, ja se ajaa ihmisiä jopa kouluttautumaan siten, että kotiseudulla voidaan toimia yrittäjänä tai muutoin työllistyä”



10.2 Paikallisuus voimavarana

- ”Toteuttavien hankkeiden ja toimenpiteiden tulee olla paikallislähtöisiä; paikallisten toimijoiden ja ihmisten tarpeista lähteviä ja paikallisten ihmisten toteuttamia. Paikallislähtöisessä toiminnassa alueen asukkaat, yrittäjät ja muut toimijat ovat kehittämisen parhaita asiantuntijoita.”