



# Viestikäytänteet

Lapin luonnontuotealan opettajien ja yrittäjien  
haastattelun tulokset

Niko Koskela

Täsmätietoa Lapin luonnontuotteista maakunnalle

2017



# Lutunen

TÄSMÄTIETOA LAPIN LUONNONTUOTTEISTA MAAKUNNALLE

# Viestikäytänteet

Lapin luonnontuotealan opettajien ja yrittäjien haastattelun tulokset

## Sisällys

<b>JOHDANTO .....</b>	<b>1</b>
<b>TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....</b>	<b>1</b>
<b>HAASTATTELUJEN TULOKSET JA TARKASTELU .....</b>	<b>1</b>
OPETTAJAT .....	1
<i>Tietotarpeet.....</i>	<i>2</i>
<i>Tiedonhaku.....</i>	<i>3</i>
YRITTÄJÄT .....	4
<i>Tietotarpeet.....</i>	<i>5</i>
<i>Tiedonhaku.....</i>	<i>6</i>
<b>KEHITYSEHDOTUKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>8</b>
<b>POHDINTA .....</b>	<b>11</b>
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>11</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>12</b>

Niko Koskela 2017



## Johdanto

Tämän työn tarkoituksena on ollut selvittää Lapin alueella toimivien luonnontuotealan yrittäjien ja opetustoimen henkilöiden viestintäkäytänteitä. Työssä selvitettiin, mitä kanavia ja tapoja ihmiset käyttävät tietoa etsiessään. Haastateltavilta kysyttiin myös, mitkä ovat heidän mielestään tehokkaimmat, suosituimmat, toimivimmat tai muuten parhaat viestintäkanavat, kun haetaan tietoa luonnontuotteista. Lisäksi haastateltavilta kysyttiin ideoita paremmista viestintätavoista sekä mielipidettä siitä, miten tietoa halutaan saada.

Selvityksen toimeksiantajana oli Lutunen -hanke. Tämän selvitystyön avulla hankkeessa pystytään aiempaa paremmin tuottamaan luonnontuotteiden parissa toimiville henkilöille heidän tarvitsemaansa tietoa sellaisessa muodossa, joka on heille mielekästä opiskella ja helppoa löytää.

## Tutkimuksen toteutus

Työ aloitettiin kartoittamalla Lapin alueelta sopivia luonnontuotteiden parissa toimivia henkilöitä internetin ja hanketoimijoiden avustuksella. Mahdollisimman monipuolisen näkemyksen saamiseksi haastateltaviksi haluttiin yrittäjiä ja opettajia useilta eri tavoin luonnontuotteisiin liittyviltä aloilta. Luonnontuoteala ei kokonaisuudessaan ole yksittäinen toimiala, vaan luonnontuotteita hyödynnetään useammilla eri toimialoilla kuten elintarvikealalla ja matkailussa. Haastateltujen toimialat on esitelty opettajien osalta luvussa 3.1 ja yrittäjien osalta luvussa 3.2.

Potentiaalisia haastateltavia lähestyttiin ensin saatekirjeellä ja tarvittaessa vielä puhelimitse. Mukaan haastatteluun lähti kuusi opetustoimen henkilöä ja yhdeksän yrittäjää. Kii-reiden vuoksi muutama henkilö ei ehtinyt osallistumaan haastatteluun.

Ennen haastattelua haastateltaville lähetettiin haastattelurunko, jotta he pystyivät valmistautumaan haastatteluun ja käsiteltäviin teemoihin. Haastattelut suoritettiin puhelimitse puolistrukturoituna. Yhteen haastatteluun kului aikaa noin 20-30 minuuttia, jonka jälkeen haastattelut purettiin kirjalliseen muotoon. Haastattelujen jälkeen koostettiin tämä yhteenvedon, jossa pyritään tuomaan haastattelun tulokset selkeästi esille.

## Haastattelujen tulokset ja tarkastelu

### Opettajat

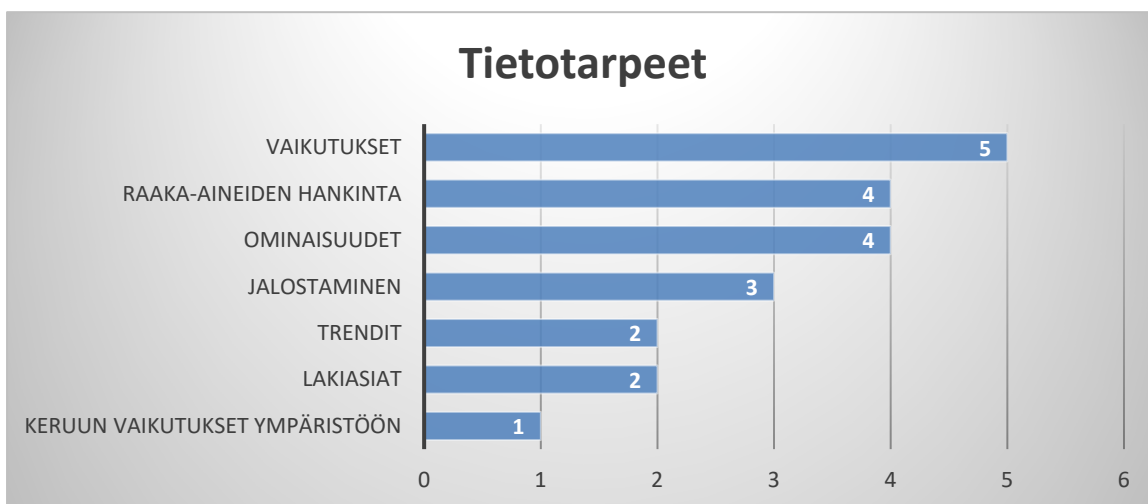
Haastatteluissa oli mukana kuusi luonnontuotteiden parissa toimivaa opetustoimen henkilöä Lapin alueelta (Taulukko 1). Mukana haastatteluissa olleet opettajat työskentelevät toisen asteen oppilaitoksissa eri puolilla Lappia. Monilla heistä on pitkä ura luonnontuotteiden parissa erilaisissa projekteissa.

Taulukko 1. Haastatteluun osallistuneiden opettajien koulutusalat ja –asteet

Koulutusala	Koulutusaste	Haastateltujen opettajien lukumäärä
Maatalousala	2. aste	1
Elintarvikeala	2. aste	2
Matkailuala	2. aste	3

### Tietotarpeet

Tässä luvussa kerrotaan, millaista tietoa opetustoimen henkilöt tarvitsevat ja hakevat luonnontuotteista. Haastatteluissa ilmenneet opettajien erilaiset luonnontuotteisiin liittyvät tietotarpeet on koottu kaavioon 1.



Kaavio 1. Haastatteluissa esiin nousseita opetustoimen tietotarpeita luonnontuotteisiin liittyen (n=6)

Eniten tietoa opetustoimen henkilöt tarvitsivat raaka-aineiden hankinnasta ja niiden vaikutuksista. Raaka-aineiden hankinnasta tietoa tarvittiin viljelyohjeisiin sekä keruun toteutukseen. Viljelyohjeita tarvittiin erityisesti yrttien viljelyyn. Keruun toteutuksesta haluttiin tietää esimerkiksi tehokkaita menetelmiä sekä tapoja, jotka eivät vaurioita luontoa. Näiden lisäksi tarvittiin tietoa, mistä yrityksistä raaka-aineita on mahdollista saada.

Vaikutuksista haluttiin tietoa siitä, millaisia terveys- ja haittavaikutuksia tuotteilla mahdollisesti on. Rohdoskäytössä tietoa tarvittiin yrttien vaikutuksista, joista esimerkkinä siankärsämöstä tai katajanmarjoista tehdyn öljyn hoitavat vaikutukset. Marjoista valmistetaan runsaasti elintarvikkeita sekä lisäksi kosmetiikkatuotteita, joten niiden terveysvaikutuksista haettiin tietoa.

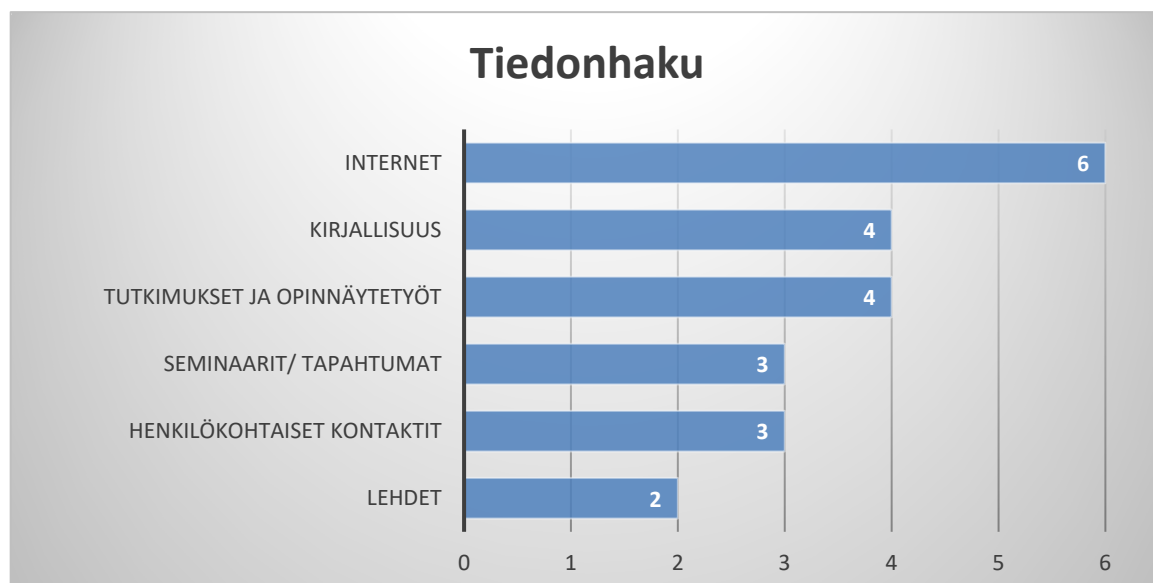
Jalostamisesta haetaan myös runsaasti tietoa. Tällöin haetaan tietoa siitä, millaisia jalostusmahdollisuuksia raaka-aineilla on. Esille tuli esimerkiksi luonnontuotteiden jalostaminen eläinten hyvinvointiin, säilyvyyden parantaminen ja kuivattaminen. Tutuimpien luonnonmarjojen kuten mustikan, puolukan ja hillan jalostusmahdollisuudet tunnetaan hyvin. Tämän vuoksi tiedonhaku keskittyy oudompien ja uusimpien luonnon raaka-aineiden mahdollisuuksiin.

Ominaisuuksista tietoa tarvitaan raaka-aineen säilyvyydestä, mausta ja laadusta. Ominaisuuksiin kuuluvat myös ravitsemukselliset ominaisuudet kuten ravintosisältö. Luonnollisia makeutusaineita halutaan käyttää koko ajan enemmän, joten luonnosta saatavien raaka-aineiden mahdollisuuksia tällaiseen käyttöön seurataan tarkasti. Säilyvyydellä tarkoitetaan esimerkiksi marjan säilyvyyttä heti keruun jälkeen ennen jatkojalostamista.

Trendeistä haetaan tietoa, millaisia tuotteita tällä hetkellä valmistetaan, mitkä menevät hyvin kaupaksi sekä tulevaisuuden näkymät. Tietoa halutaan kotimaan ja ulkomaan kyynnästä. Mahdolliset tulevaisuuden tuotteet kiinnostavat myös.

## Tiedonhaku

Seuraavaksi kerrotaan, miten ja mistä opettajat haastattelujen perusteella hakevat tietoa (Kaavio 2). Luvussa käydään läpi myös, millä tavalla tiedon luotettavuus arvioidaan ja tarkistetaan. Lisäksi esitetään haastateltavien sosiaalisen median kanavien käyttöä.



Kaavio 2. Opetustoimen henkilöiden tiedonhakukanavat (n=6)

Internet oli suosituin tiedonhakukanava. Tiedon hakemisen tavassa oli jonkin verran eroja haastateltavien välillä. Suurin osa lähti hakemaan tietoa googlen kautta hakusanoilla. Paljon haettiin tietoa suoraan hyväiksi havaituilta sivustoilta, joista esille tuli moneen kertaan esimerkiksi arktisetaromit.fi, luke.fi ja yrttitarha.fi. Internetin parhaiksi puoleksi nousi esille suuri tiedon määrä yhdessä paikassa.

Kirjallisuutta käytetään yhä paljon tiedon hakemiseen. Kirjoista haetaan sellaista tietoa, joka ei vanhene. Näitä ovat esimerkiksi tiedot kasvien rakenteesta ja kasvusta. Osa haastateltavista pitää paperilta lukemista mukavampana kuin ruudulta. Tiedon hakemista kirjoista pidetään myös nopeana ja tehokkaana tapana, kun on käyttänyt pitkään samaa teta. Hyviä kirjoja ostetaan koululle opettajien ja oppilaiden käyttöön.

Tutkimuksia ja opinnäytetöitä käytetään, kun halutaan tarkkaa tietoa asiasta. Koko työtä haastateltavat ehtivät vain harvoin lukemaan läpi, mutta tiivistelmä ja sisällysluettelon kautta kiinnostavimmat asiat katsotaan tarkasti. Tutkimuksiin toivottiin kansanomaista ilmaisua ja selkeyttä.

Seminaareja ja alaan liittyviä tapahtumia opettajat pitivät mukavina tapahtumina, joissa saa viimeisintä tietoa ja näkee kollegoita. Opetustyön kiireet ja pitkät etäisyydet Lapissa ovat kuitenkin monesti esteenä paikalle pääsemiselle. Paljon toivottiinkin, että olisi mahdollista seurata seminaareja etänä sekä saada tallenteita tilaisuuksista.

Henkilökohtaisia kontakteja oli monilla opetustoimen henkilöillä tiedonhaussa mukana. Näitä olivat esimerkiksi tutkijat, hanketoimijat, viranomaiset ja kollegat. Oikealta henkilöltä kysyttäessä tiedon saa parhaassa tapauksessa nopeasti ja vaivattomasti. Kollegojen kesken tiedon jakamista ja informointia uusista asioista tapahtui jonkin verran. Osalla haastateltavista oli myös käytössä sosiaalinen media, jossa suositeltiin toisille julkaisuja, kerrottiin uusista asioista ja opastettiin toisia tarvittavan tiedon luo. Nykyisin nettilehteä pidettiin paperista parempana.

Tiedon luotettavuuteen opetustoimen henkilöt eivät kiinnitä suuresti huomiota. Monet haastateltavat kokivat, että heidän käyttämänsä tunnetut sivustot (luke, arktiset aromit, opinnäytetyöt ja tutkimukset) ovat luotettavia. Osa opettajista vertaili kuitenkin tietoa eri lähteistä keskenään. Tiedon ollessa mielipidepalstoilla, sosiaalisessa mediassa tai aikakauslehdissä suhtauduttiin siihen varauksella ja tarkistettiin tarvittaessa.

## Yrittäjät

Yrittäjiä haastatteluissa oli mukana yhdeksän. Yritysten päätoimialat selviävät alla olevasta taulukosta 2. Suurin osa haastatelluista yrityksistä ovat monialayrityksiä, joten päätoimen ohella tehdään muutakin. Kahdeksan heistä oli Lapin maakunnasta ja yksi Pohjois-Pohjanmaalta Pudasjärveltä.

Haastateltavien yritykset valmistavat luonnontuotteita elintarvikkeiksi sekä hoitotuotteita. Lisäksi he tarjoavat asiakkaille erilaisia luontaishoitoja, kursseja ja aktiviteettejä luonnon parissa. Yritysten kokoluokat näkyvät taulukosta 3. Osa haastateltavista on käynyt keuruutuotetarkastaja tai kauppayrittineuvoja koulutuksen. Tärkeimmät opit he ovat saaneet käytännöntyöstä luonnontuotteiden parissa.



Taulukko 2. Haastattelussa mukana olevien yritysten toimialat (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä 2017)

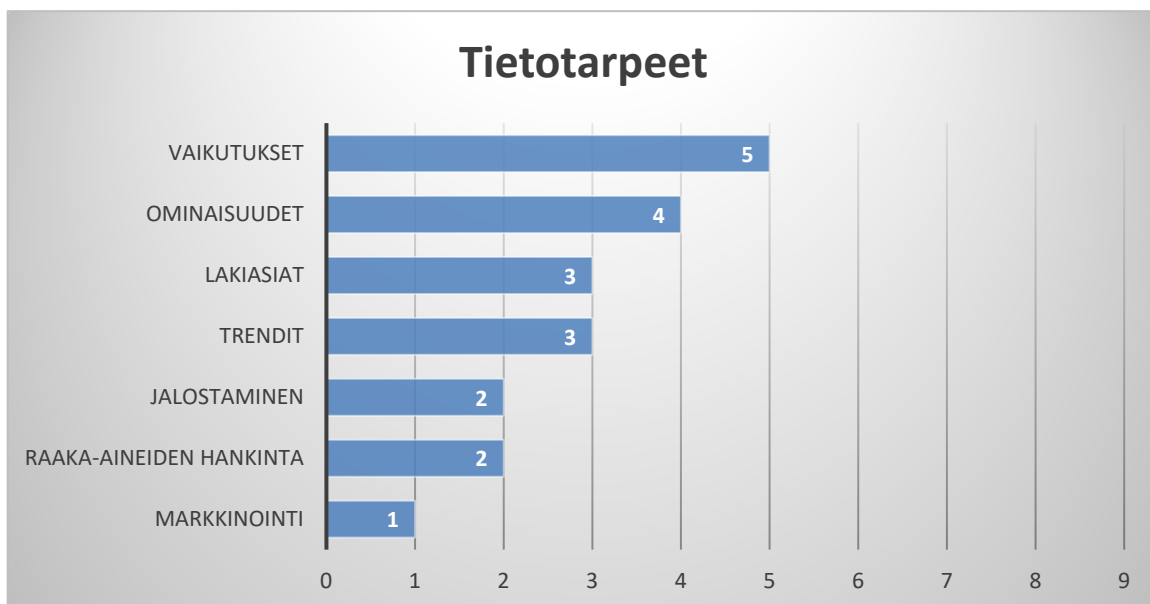
Toimiala	Haastateltujen yritysten määrä
Luonnontuotteiden valmistus	4
Luontomatkailu	2
Ravintola	1
Metsänhoito	1
Neuvonta	1

Taulukko 3. Yritysten kokoluokat (Finder 2017)

Henkilöitä töissä	Yritysten määrä
1 kpl	2
2-4 kpl	5
5-10 kpl	1
11-100 kpl	1

### Tietotarpeet

Tässä luvussa kerrotaan, millaista tietoa yrittäjät tarvitsevat sekä hakevat luonnontuotteista. Alla oleva kaavio 3 kertoo haastatteluissa selvinneet tietotarpeet. Tämän jälkeen vastauksia avataan tarkemmin tekstin muodossa.



Kaavio 3. Haastatteluissa esiinousseita yritysten tietotarpeita luonnontuotteisiin liittyen (n=9)

Luonnontuotteiden vaikutukset kiinnostivat yrittäjiä, koska tämän tiedon avulla he pysyvät markkinoimaan tuotteitaan tai hoitojaan. Hoitoja tehdessä pitää myös tietää tarkasti, mitkä tuotteet auttavat kyseiseen vaivaan.

Lainsäädäntö on tärkeässä osassa yrittäjien toimintaa. Lainsäädäntö muuttuu koko ajan, joten sitä joutuu seuraamaan ja olemaan tietoinen. Esimerkiksi villiyrtyttien käyttäminen elintarvikkeissa on tarkasti säädeltyä, jonka vuoksi tästäkin asiasta pitää olla hyvin selvillä. Myös lääkeluetteloon siirtyviä raaka-aineita seurattiin tarkasti.

Yrittäjistä joka kolmas haki tietoa tämän hetken trendeistä, jonka avulla pystyvät tuottamaan sellaisia tuotteita, jotka menevät tällä hetkellä kaupaksi. Uusien tutkimuksien myötä syntyy koko ajan uutta tietoa vaikuttavista aineista ja tämän ansiosta uusia tuotteita kehitellään. Yrittäjien tulee pysyä kehityksen mukana, joten ajankohtaiset tiedot esimerkiksi tuotekehityksestä ja jalostamisesta ovat tärkeitä.

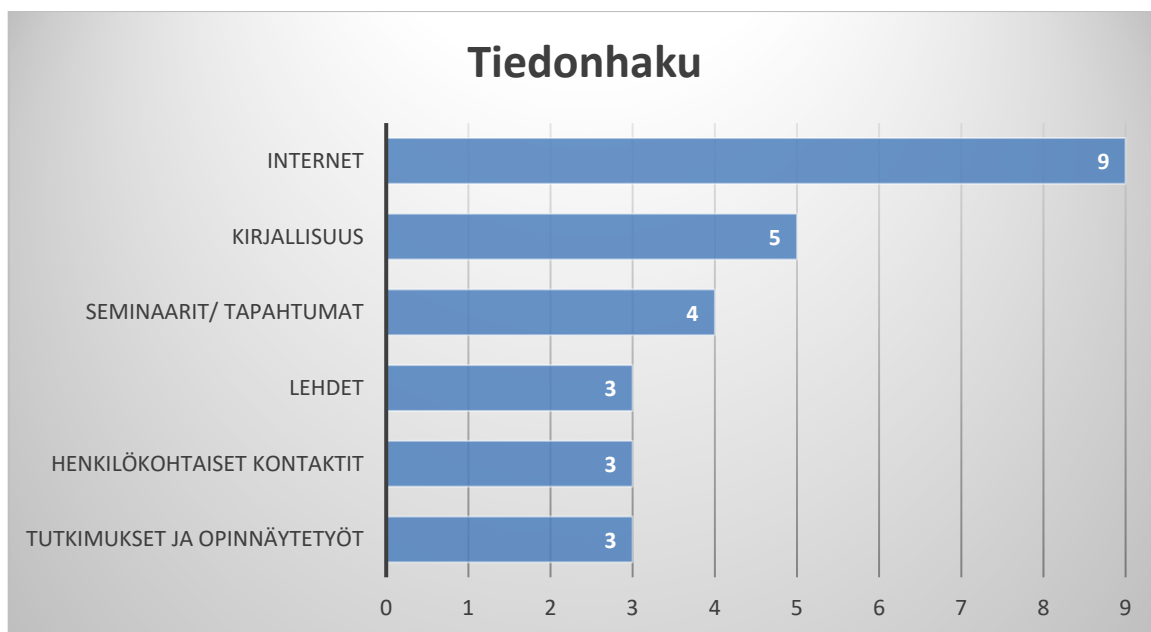
Suurin osa haastatelluista yrityksistä jatkojalostaa luonnon raaka-aineet itse, jonka vuoksi jalostusmahdollisuuksista ja -keinoista haettiin tietoa. Raaka-aineiden hankinta oli yrittäjillä hyvin tiedossa.

Yrittäjistä suurin osa kerää raaka-aineet itse, mutta osa ostaa alihankkijoilta. Tuotteiden kysynnässä markkinointi on tärkeässä roolissa, mutta siitä tiedon tarve oli yllättävän vähäinen. Parhaana markkinointina yrittäjät pitivät tutkimuksia, joissa luonnontuotteiden vaikutukset ovat positiivisia. Tällaisten tulosten tuleminen julkisuuteen näkyy heti lisääntyvänä kysyntänä. Esiin nousi myös idea luonnontuotteisiin liittyvästä tosi-tv ohjelmasta.

Ominaisuuksista tietoa tarvittiin hyvin samanlaisista asioista opetustoimen henkilöiden kanssa. Eniten tietoa tarvittiin raaka-aineiden ja valmiiden tuotteiden ravintosisällöstä. Erilaisia reseptejä yrittäjät tarvitsevat, koska valmistavat tuotteita itse. Raaka-aineen luontainen maku on tärkeää tietää, kun raaka-aineista valmistetaan elintarvikkeita.

## Tiedonhaku

Tässä luvussa kerrotaan yrittäjien tiedonhausta, millä tavalla ja mistä tietoa haetaan (Käytännö 4). Yrittäjille tiedon hakemisessa tärkeässä osassa on, että tieto löytyy nopeasti, tiiviissä ja selkeässä muodossa. Haetun tiedon luotettavuuden tarkistaminen ja sosiaalisten kanavien käytännöt käydään myös läpi.



*Kaavio 4. Yrittäjien tiedonhakukanavat (n=9)*

Suosituin tiedonhakukanava myös haastatelluilla yrittäjillä on internet, jota käyttävät kaikki haastattelussa mukana olevat henkilöt. Internetistä tietoa haetaan eniten googlen kautta hakusanoilla. Toivomuksena tuli, että kansankieliset hakusanat toimisivat paremmin.

Vanhemman polven yrittäjät käyttävät yhä paljon kirjallisuutta tiedon hakemiseen. Osalla löytyy laaja kirjo teoksia, josta haetaan tietoa esimerkiksi kasvien vaikutuksista ja rakenteesta. Kirjoista luetaan myös vanhoista kansanperinteistä. Hyviä kirjoja ostetaan omaan käyttöön. Teoksista nousi esille muun muassa Ulla Lehtosen, Sinikka Piippon ja Virpi Raitalan-Cormier kirjat. Kirjojen huonona puolena on, että niiden tieto voi vanhentua.

Seminaareissa ja alaan liittyvissä tapahtumissa yrittäjät käyvät, kun kiireiltään ehtivät. Myös pitkät välimatkat tuovat oman haasteensa paikan päälle pääsemiselle. Tämän vuoksi etäyhteyksimahdollisuutta ja tallenteita pidettiin hyvänä asiana. Tällaisia tilaisuuksia pidettiin hyvinä paikkoina verkostoitumiselle alalla toimivien ihmisten kanssa. Koettiin myös, että tilaisuudet tuovat rohkeutta ja uutta intoa omaan tekemiseen.

Lehtiä yrittäjät tykkäävät seurata enemmän, kuin opetustoimen henkilöt. Lehdistä seurataan ajankohtaisia asioita. Lehdissä asia on yrittäjien mielestä sopivan tiiviissä ja selkeässä muodossa. Monesti lehdessä olevasta kiinnostavasta asiasta lähdetään hakemaan lisää tietoa alkuperäisestä lähteestä. Netti-lehteä pidettiin nykyisin parempana muotona.

Henkilökohtaisia kontakteja yrittäjillä on hyvin vaihtelevasti. Osa ei koe saavansa tarvittavaa tietoa muilta alan ihmisiltä, mutta osalle he ovat tärkeässä roolissa. Tietoa kysytään esimerkiksi toisilta yrittäjiltä, tutkijoilta ja hanketoimijoilta. Henkilökohtaisia kontakteja pidetään tehokkaana tiedonhakutapana. Seminaarit ja alan tapahtumat ovat hyviä paikkoja tällaisten kontaktien luomiseen.

Tutkimuksiin ja opinnäytetöihin perehtyminen vie runsaasti aikaa. Tämän vuoksi yrittäjät eivät niitä pysty käyttämään juurikaan tiedon haussa. Hyvät tiivistelmät ja sisällysluettelot nopeuttavat tarvittavan tiedon hakemista työstä.

Yrittäjät toivoivat tiiviitä tietopaketteja tutkimuksista ja opinnäytetöistä. Osa piti myös tärkeänä, että sähköpostiin lähetetään uusia tutkimuksia ja vinkkejä. Tutkimuksien toteutukseen toivotaan poikkitieteellisyyttä. Tällöin kaikki tutkimuksessa olevat henkilöt olisivat samalla aaltopituudella, jolloin tutkimus saataisiin tehtyä mahdollisimman hyvin. Näin saataisiin mahdollisimman luotettavaa tietoa. Lisäksi toiveeksi tuli esille internetin kautta pidettävät kurssit.

## Kehitysehdotukset ja johtopäätökset

Tässä luvussa tehdään kehittämissuhteita tämän selvityksen perusteella tiedotushankkeen toimintaan. Lisäksi esitetään uusia ideoita tiedon saamiseen nykyistä paremmin (helppous, nopeus ja selkeys). Yhteenvetotaulukossa on keskitytty Lutunen- hankkeen osalta merkityksellisimmiksi katsottuihin tiedonvälitys -kanaviin (Taulukko 4).

Taulukko 4. Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

<u>Tiedonvälitys kanava</u>	<u>Toimivat asiat</u>	<u>Haasteet</u>	<u>Kehittämisideat</u>
<b>Internet</b>	Luetettavat sivustot		Tieto tiiviimmässä muodossa
		Ei luotettava tieto	Luotettavien sivustojen parantaminen, jolloin tietoa ei tarvitse lähteä hakemaan muualta
	Paljon tietoa	Tiedon löydettävyyys	Kansankielisten hakusanojen toimivuus, artikkelitiivistelmät
<b>Seminaarit ja tapahtumat</b>	Verkostoituminen, tieto mukavassa muodossa	Kiinnostavien aiheiden keksiminen	Ajankohtaiset aiheet
		Pitkät välimatkat	Etäyhteys mahdollisuudet, tallenteet, Järjestäminen eri paikkakunnilla
		Kiireet	Ajankohdan ajoissa ilmoittaminen, tallenteet
		Markkinointi	Ilmoitus suoraan toimijoille, Näkyvämmiin lehdissä ja sosiaalisessa mediassa
<b>Tutkimukset</b>	Kattavasti tietoa asiasta	Tutkimuksen lukeminen vie paljon aikaa	Hyvä tiivistelmät
		Selkeä ilmaisu	Ammattisanaston välttäminen
<b>Opaskirja</b>	Kätevä tietopaketti	Toimiva referointi	Mahdollisuuksien mukaan kuvin, sopivan lyhyitä -> kirja per. aihe
<b>Henkilökohtaiset kontaktit</b>	Nopea tiedon saaminen	Oikean henkilön löytäminen	Verkostoituminen, osaavien henkilöiden tiedot näkyviin
	Samaistuminen, kokemusten jakaminen		Sosiaalisen median hyödyntäminen
<b>Videot</b>	Mukavia katsoa	Vaikea saada koottua lyhyttä tietopakettia -> tiedon hakeminen hidasta	Useita lyhyitä tietopaketteja

Tiedon hakemiseen käytetään internetiä, joten siihen tulee panostaa eniten. Toki muitakaan viestintätapoja ei tule tiedonvälitys hankkeen toiminnassa täysin unohtaa. Tulee esimerkiksi tilanteita, jolloin pitää antaa materiaalia, vaikka työntekijöille työhajeeksi, jolloin painettu versio on parempi. Ruudun katsominen ei ole kaikkien mieleen, joten paperisetkin versiot ovat tarvittaessa hyviä.

Tiedon toivotaan olevan selkeässä muodossa. Selkeällä muodolla tarkoitetaan hyvin referoitua kansanomaisella kielellä olevaa tietoa omissa kategorioissa. Tämänlainen tapa voisi olla, vaikka mustikka kuvaketta nettisivuilla klikkaamalla löytyisi siitä hyvä tietopaketti tai säilyttämistä klikkaamalla tietoa siitä. Ilmaisuun toivotaan kansankielisyyttä, näin myös tutkimustieto olisi helpommin ymmärrettävissä.

Ihmisillä on kaikilla omat kiireensä, joten tiedon hakemiseenkaan ei ole käytettävissä paljon aikaa. Näin ollen tiedon pitää olla lyhyessä ja referoidussa muodossa. Tutkimustuloksista toivottiin nykyistä enemmän tiivistelmiä, joita jaettaisiin toimijoille sähköpostitse.

Tiedon löytymiseen toivotaan parannusta. Käytetyt kansankieliset hakusanat eivät toimi toivotulla tavalla, jolloin hakeminen vaikeutuu. Uusista tutkimustiedoista ja tämän hetkistä trendeistä toivotaan parempaa informaatiota esimerkiksi sähköpostitse.

Hankkeen kohderyhmissä toivotaan myös, että saataisiin käyttöön yrittäjien ja kehittäjien omista kokemuksista saatua tietoa. Tämänlaiset olisivat mukavia lukea ja niitä pidetään melko luotettavina. Omissa kokemuksissa tulee kertoa, mikä onnistui hyvin ja tuoda selkeästi esille myös asiat, jotka menivät pieleen. Tässä tapahtuisi myös samaistumista toimijoiden välillä.

Tekstin muodossa olevaa tietoa pidetään videoita nopeampana tiedonhakupana. Yhtä tiettyä asiaa videoista ei lähdetty hakemaan, koska niissä on monesti laajasti asiaa. Tiivis paketti, jossa käsiteltäisiin vain yhtä asiaa voisi olla tähän ratkaisu. Videoista tykätään katsoa esimerkiksi laitteiden käyttöohjeita tai tuotteiden valmistusta. Videoita pidetään mukavina katsoa.

Tulevien seminaarien tiedottamisen toivotaan lisääntyvän lehdissä ja sähköpostitse ja riittävän aikaista ajankohdan ilmoittamista. Ajankohta olisi hyvä olla tiedossa 1-2 kuukautta aikaisemmin. Seminaarien sisällöstä ei tullut toiveita, joka kenties kertoo sen olevan hyvää. Lapissa olevien pitkien etäisyyksien vuoksi etäyhteyshämmöisyyksiä ja tallenteita toivotaan runsaasti. Tapahtumissa käytettyjä PowerPoint esityksiä pidetään hyvinä ja niitä halutaan omaan käyttöön. Toivotaan myös, että edellä mainittuja tapahtumia järjestettäisiin ympäri Lappia eikä vain Rovaniemellä.

Yhdeksi ratkaisuksi nousi sivusto, johon olisi kerätty tietoa keskitetysti luonnontuotealaan liittyen. Tiedon pitäisi löytyä sivustolta helposti. Tähän vaadittaisiin kategorioiden tarkka miettiminen. Referoitu muoto, joka olisi miellyttävässä muodossa lukea. Tiedon lähteen alkuperälle linkki tarkemman tiedon hakemiseen. Sivuston ongelman on sen ajan tasalla pitäminen. Olisiko tällainen sivusto mahdollista perustaa yhdessä, jonkun toisen toimijan kanssa. Toiveena tuli, että sivusto olisi Lapin aluetta käsittelevä.

Toisena mielenkiintoisena ideana tuli tosi-tv ohjelma luonnontuote-alan toiminnasta. Ohjelmassa voitaisiin seurata muutamaa luonnontuote-alalla olevan toimijan arkea. Toteutus voisi tapahtua internetin tai tv:n kautta. Ohjelman myötä tunnettavuus lisääntyisi ja kiinnostus luonnontuotteita kohtaan voisi parantua.

Lisäksi nousi esille idea foorumista, jossa kerrotaisiin tehdyistä ja tulevista tutkimuksista. Tällöin tieto tulee kaikille toimijoille keskitetysti. Sähköpostia monille tulee niin runsaasti, että ilmoitukset voivat jäädä huomaamatta. Samalla sivustolla voisi olla keskustelupalsta.

## Pohdinta

Selvitykseni tavoitteena oli selvittää, millaista tietoa tarvitaan ja millä tavalla luonnontuote alalla toimivat yrittäjät ja opetustoimenhenkilöt hakevat tietoa luonnontuotteista. Selvitykseni tavoitteet saatiin toteutettua mielestäni hyvin. Eniten työtä piti tehdä haastattelujen eteen, joihin kului aikaa selvästi enemmän, kun ajattelin. Parannettavaa jäi esimerkiksi haastattelujen purkamisessa, johon olisi pitänyt kiinnittää enemmän huomiota. Yhteenvedon tekemisessä jouduin monesti palaamaan nauhoitettuihin haastatteluihin, joka vie runsaasti aikaa. Työssä apuna oli hanketoimija, jota haluan kiittää suuresti.

Yrittäjät hakevat tietoa opettajia tehokkaammin kiireiden vuoksi. Yrittäjät käyttävät nopeita tiedonhakupintoja, kuten internetiä ja henkilökohtaisia kontakteja. Heidän hakema tieto ei ole niin syvästi, koska he eivät ehdi perehtymään niin tarkasti asioihin. Opettajat perehtyvät haettuun tietoon tarkasti ja lukevat enemmän tutkimuksia.

Tiedon luotettavuuteen haastateltavat eivät kiinnitä suuresti huomiota. Tämän vuoksi tunnetut sivustot pitää olla niin hyviä, ettei tietoa tarvitse lähteä kyseenalaisilta sivuilta hakemaan.

Internet oli odotetusti käytetyin tiedonhaku kanava. Seminaareista ja alan tapahtumista tykättiin myös kovasti. Lapissa alan toimijat työskentelevän pääosin yksin, joten edellä mainitut tapahtumat ovat myös tärkeitä verkostoitumispaikkoja.

## Lähteet

Finder. 2017. Viitattu 19.9.2017 <https://www.finder.fi/>

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä. 2017. Viitattu 19.9.2017 <https://www.ytj.fi/>

## Liitteet

### Liite 1. Kyselyrunko

#### Kohderyhmien viestintäkäytänteet-selvitys

1. Millaista tietoa haet/tarvitset luonnontuotteista?
2. Mistä ja miten haet tietoa luonnontuotteista?
  - Käytätkö kirjallisuutta?
  - Alan lehtiä?
  - Tutkimuksia?
  - Internetiä?
    - Käytätkö tavallisia hakukoneita vai jotain muita tietokantoja?
    - Mistä koet saavasi luotettavaa tietoa? Käytätkö esimerkiksi vain tutkimuslaitosten sivustoja vai myös muita lähteitä?
    - Miten arvioit luotettavuuden? Tarkistatko nettilähteiden luotettavuuden?
  - Kysytkö kollegoilta?
  - Käytätkö alaan liittyvissä tapahtumissa? Seminaareissa?
3. Vaikuttaako tiedonhaketapaan se, millaista tietoa haet?
4. Mitä kautta ja missä muodossa haluaisit tietoa saada?
  - Kaipaako tiedonvälitykseen vuorovaikutteisuutta eli pidätkö tärkeänä saada tietoa suoraan tutkijoilta esim. seminaareissa tai muissa tapahtumissa, joissa on mahdollista esittää myös kysymyksiä?
  - Vai haluatko mieluiten saada tietoa esim. artikkeleina tai videoituina esityksinä, jolloin ajankohta vapaasti valittavissa?
  - Pidätkö parempana paperi- vai nettilehtiä?
  - Ammattilehtiä vaiko yleislehtiä?
  - Satunnaisesti lukee kyseisiä lehtiä
  - Koetko, että blogikirjoitukset ovat hyvä tapa välittää faktatietoa? Olisitko kiinnostunut videoblogeista tms.?
5. Kuinka tutkimustieto saataisiin nykyistä paremmin yritysten/opettajien käyttöön ja hyödynnettäväksi?
  - Tuleeko mieleesi hyviä esimerkkejä onnistuneesta ”tutkimustiedon kääntämisestä selkokielelle”?
  - Onko sinulla ideoita uusista tiedonvälitystavoista, joita esim. Lutunen-hankkeen kannattaisi hyödyntää?