

”Erikoist luonnet se vaatii.”

**Elintarvikealan pienyrittäjänä toimiminen varsinaissuomalaisella maaseudulla
2020-luvulla**

Anna Schauman

Pro gradu -tutkielma

Etnologia

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Huhtikuu 2021

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos/Humanistinen tiedekunta

SCHAUMAN, ANNA: ”Erikoist luonnet se vaatii.” Elintarvikealan pienyrittäjänä toimiminen
varsinaissuomalaisella maaseudulla 2020-luvulla

Pro gradu -tutkielma, 91 sivua, 3 liitesivua

Etnologia

Huhtikuu 2021

TIIVISTELMÄ

Tämän tutkimuksen kohteena ovat elintarvikealan pienyrittäjät, jotka työskentelevät muuttuvassa toimintaympäristössä, uudenlaisten raaka-aineiden ja tuotantotapojen parissa varsinaissuomalaisella maaseudulla 2020-luvulla. Tutkin sitä, miten yrittäjät näkevät omat vaikutusmahdollisuutensa sellaisiin nyky-yhteiskunnan haasteisiin kuten ilmastonmuutos ja maaseudun autioituminen. Tutkimusaineistona on Suomen maatalousmuseo Sarkan ja Turun Yliopiston etnologian oppiaineen kanssa keväällä 2020 yhteistyönä toteuttaman Maatalouden elintarviketeollisuuden nykydokumentointi -hankkeen tuloksena syntynyt haastatteluaineisto, yhteensä 19 teemahaastattelua. Hankkeeseen osallistui kaiken kaikkiaan 17 yritystä, joista valtaosa on pieniä perheyrityksiä. Kenttätyöt toteutettiin kevään 2020 aikana, jolloin saatiin myös tallennettua ajankohtaista tietoa maailmanlaajuisen koronapandemian vaikutuksista maatalouteen ja pienyrittäjien elinkeinoon.

Tarkastelen maaseudun muuttuvaa toimintaympäristöä elintarvikealan yrittäjien näkökulmasta ja tutkin sitä, miten he kokevat yrittäjyyden osana jokapäiväistä arkeaan ja elinympäristöään. Tarkastelen yrittäjien kokemuksia moniäänistä tutkimusotetta hyödyntäen, jolloin yksilöiden kokemukset ja kulttuurin monimuotoisuus tulevat selkeämmin näkyviin. Tutkimusaineiston analysoinnissa olen käyttänyt kulttuurianalyysia, jonka avulla on mahdollista heijastaa jokapäiväisiä arjen asioita suurempiin yhteiskunnallisiin kysymyksiin.

Tutkimukseni keskeisenä tuloksena on se, että yhä kiihtyvällä tahdilla muuttuva maailma on muuttanut elintarvikealan toimintaympäristöä monin eri tavoin ja vaatinut alan yrittäjiltä ketteryyttä ja sopeutumiskykyä. Myynnin ja markkinoinnin merkitys ovat korostuneet entisestään ja verkkokaupan suosio kasvanut koronapandemian aikana. Kuluttajat vaativat vastuullisesti tuotettuja, ekologisia ja hyvinvointia tukevia elintarvikkeita ja yrittäjien täytyy seurata herkästi erilaisia kulloinkin pinnalla olevia trendejä pysyäkseen ajan hermoilla. Yrittäjät pyrkivät huomioimaan ympäristöasiat laaja-alaisesti kaikessa yritystoiminnassaan ja kokevat toimintansa tukevan kestäväää kehitystä ja maaseudun elinvoimaisuutta. Toiveena on, että yritystoiminnalle löytyy jatkaja omasta perheestä. Maaseudun pienyrittäjien kokemusten tarkastelu auttaa omalta osaltaan ymmärtämään sitä, miten moniulotteisesta ja -mutkaisesta kokonaisuudesta on kyse, kun puhumme maatalouden ja toimintaympäristöjen muutoksesta.

Asiasanat: arki, arvot, ekologisuus, elintarvikeala, etnologia, kokemukset, maaseutu, muutos, nyky-yhteiskunta, pienyrittäjyys, toimintaympäristö, Varsinais-Suomi

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	2
2 TUTKIMUSAINEISTO JA -PROSESSI	4
2.1 Moninaiset elintarvikealan yritykset	4
2.2 Aikaisempi tutkimus ja tutkimuskirjallisuus	6
2.3 Tutkimusaineistot	10
3 TUTKIMUSMENETELMÄT JA KESKEISET KÄSITTEET	14
3.1 Kansatieteellinen tutkimusote ja kulttuurianalyttinen näkökulma	14
3.2 Keskeiset käsitteet	16
4 YRITTÄJYYDEN ALKU JA ARKI	18
4.1 Polkuja yrittäjyyteen	18
4.2 Puitteet	25
4.3 Yrittäjän arki	33
5 TUOTTEET JA TUOTANTOTAVAT	38
5.1 Ideasta tuotteeksi	38
5.2 Tuotantotavat ja -välineet	47
5.3 Myynti ja markkinointi	52
6 MAASEUTUYRITTÄJÄNÄ NYKY-YHTEISKUNNASSA	57
6.1 Arvot, eettisyys ja ympäristötietoisuus	57
6.2 Suhde lainsäädäntöön ja viranomaisiin	66
6.3 Yrittäjyys ja maaseutu toimintaympäristönä	71
7 MAASEUDUN ELINTARVIKEALAN YRITYKSET NYT JA TULEVAISUUDESSA	80
LÄHTEET	84
LIITTEET (2)	

1 JOHDANTO

Suomalainen maatalous elää muutosten aikaa. Euroopan Unionin jäseneksi liittyminen muutti monella tavalla maatalouden taloudellisia ja hallinnollisia puitteita. Sen lisäksi viimeiset vuosikymmenet ovat muokanneet niin viljelijöiden toiminnan poliittista ympäristöä, kuin myös arkielämää tiloilla. Tilakoot ovat kasvaneet, tuotanto teknistynyt, fyysisen työn merkitys on vähentynyt ja uusien teknologisten sovelluksien määrä markkinoilla on lisääntynyt. Koulutuksen ja tiedon merkitys on lisääntynyt ja perinteiden merkitys arkielämässä muuttunut. Tapahtuneet muutokset edellyttävät elinkeinolta ja ennen kaikkea maaseudun ihmisiltä ripeää sopeutumista. Perinteinen talonpoikainen tuottajamalli ei enää sellaisenaan toimi ja on keksittävä uusia elämäntapoja ja keinoja selviytyä. Maatalouden merkitys on suomalaiselle maaseudulle edelleen hyvin keskeinen ja maatalous on merkittävä työllistäjä. On maaseudun kehittymisen kannalta aivan olennaista, minkälaista maatalouspolitiikkaa maassamme harjoitetaan. (Silvasti 2010, 25, 33, 36)

Maaseutu ei voi tulevaisuudessa nojautua pelkästään maatalouteen, eikä luonnonvarojen hyödyntävän teollisuuden varaan. Tulevaisuuden maaseutu tarjoaa uudenlaisia työ-, oppimis- ja elinmahdollisuuksia ihmisille, jotka valitsevat maaseudun asuinpaikakseen uudenlaisen elämäntavan perusteella. Maaseutu voi toimia inspiroivana tilana, jossa on vapaus kehittää asioita luovuuden ja teknologian rajapinnassa. Näiden tekijöiden avulla on mahdollista vahvistaa maaseudun tärkeyttä yhteiskunnassamme. (Hienonen 2010, 8)

Maa- ja elintarvikealan yritykset kamppailevat muutosten keskellä. Koronapandemia on tuonut elintarvikealalle entistä enemmän taloudellista epävarmuutta sekä muutoksia toimintatavoissa. Tuotannon tehokkuus ja tuotekehitys ovat edelleen tärkeitä tekijöitä, mutta riskienhallinta ja poikkeustilanteisiin varautuminen ovat tulleet yhä tärkeämmiksi. Elintarvikealan yritykset näkevät panostuksen kestäväan kehitykseen ja ilmastonmuutokseen reagoimisen tärkeänä osana tuotantoa. (Vaara ym. 2020, 7) On esitetty, että elintarvikealan yritykset voivat tulevaisuudessa toimia yhteiskunnallistenkin haasteiden ratkaisijoina niin ilmastonmuutoksen torjunnassa, esimerkiksi ruokaketjujen kehittämisen kautta, kuin ravitsemuksen edistäjinä tuotekehityksen vetureina (Erkkola ym. 2019, 35). Arvopohjainen ja tietoinen kuluttaminen sekä yksilölliset ravintovaatimukset vahvistuvat edelleen. Vastuullisesti tuotettu, jäljitettävä ja laadukas ruoka on kasvava bisnes. (TEM 2020, 82)

Tavoitteena tässä pro gradu -työssäni on tutkia sitä, minkälaista maaseudun elintarvikealan yrittäjien työ 2020-luvulla on. Minkälaisessa toimintaympäristössä yrittäjät toimivat ja minkälaisia sopeutumiskeinoja heillä on toimintaympäristöjen muuttuessa. Tutkin myös sitä, miten he näkevät omat vaikutusmahdollisuutensa suhteessa sellaisiin nyky-yhteiskunnan haasteisiin kuten ilmastonmuutos, luonnon köyhtyminen ja maaseudun autioituminen. Lähestyn yrittäjien kokemuksia osana heidän omaa elinympäristöään ja jokapäiväistä arkea. Näin tuon esille sen, että yrittäjänä toimiminen on paljon muutakin kuin vain elinkeino. Yrittäjyys on kokonaisvaltainen elämäntapa ja keino juurruttaa itsensä omaan lähiympäristöönsä. Tutkimusaineistona on Suomen maatalousmuseo Sarkan ja Turun Yliopiston etnologian oppiaineen kanssa keväällä 2020 yhteistyönä toteuttaman Maatalouden elintarviketeollisuuden nykydokumentointi -hankkeen tuloksena syntynyt haastatteluaineisto.

Etnologia tutkii kulttuuria sen eri muodoissa. Etnologiassa kiinnostuksen kohteena on ihmisen arki, sekä siihen liittyvän ajattelun, toiminnan ja ilmiöiden vaikutus ihmisten jokapäiväiseen elämään. Etnologi kuvaa, analysoi, tulkitsee ja pyrkii ymmärtämään kulttuurisia ja sosiaalisia tilanteita. (Ehn & Löfgren 1996, 10) Tutkimuskohteita ovat muun muassa esineet, sosiaaliset organisaatiot ja symboliset järjestelmät, ihmisten käsitykset ja arvostukset, muisti, mentaliteetit sekä suullinen perinne. Tutkimuskohteen valinta ei ole aika- tai paikkasidonnaista. Etnologit tekevät kenttätöitä sekä lähellä että kaukana ja pyrkivät kenttätöön, elämäkokemuksensa ja tutkijankoulutuksensa avulla tulkitsemaan tutkimaansa ilmiötä ja kirjoittamaan siitä tieteen kielellä. (Fingerroos & Jouhki 2014, 79–85) Etnologisen tutkimuksen perustana on laadulliselle tutkimukselle ominainen moniäänisyys: sisällöllinen ja ilmaisullinen monimuotoisuus, jota aion hyödyntää tätä tutkimusta tehdessäni. (Korkiakangas 2005, 131)

Kiinnostuksessani elintarvikealan pienyrittäjänä toimimiseen nyky-yhteiskunnassa varsinaissuomalaisella maaseudulla yhdistyy monta mielenkiinnon kohdetta. Entisenä pääkaupunkiseutulaisena ja kahdeksantoista vuotta maaseudulla asuneena ja työskennelleenä olen kiinnostunut muun muassa sellaisista teemoista kuten paikallisuus, maaseudun elinvoimaisuus, omien ihanteiden ja arvojen mukainen elämä, maaseudulla asuvan ihmisen identiteetti, suhde ympäristöön, luonnon monimuotoisuus ja ekologinen kestävyys. Työskentelen pienessä varsinaissuomalaisessa saaristokunnassa ja vastaan kunnan kirjasto- ja kulttuuripalveluiden järjestämisestä. Työtehtäviini kuuluu myös kunnan matkailun markkinointi. Pohdin siis työni puolestakin sitä, mitkä asiat vaikuttavat siihen, että ihmiset viihtyvät ja haluavat asua ja yrittää

maaseudulla ja minkälaisia toimia kuntatasolla tulisi tehdä, jotta maaseutu pysyisi asuttuna ja elinvoimaisena tulevaisuudessakin. Puolisoni toimii mikroyrittäjänä Naantalın saaristossa ja lähipiiriini kuuluu myös muita maaseudulla toimivia pienyrittäjiä. Minulle oli varsin varhaisessa vaiheessa tutkimusta aloittaessani selvää, että huomioni tulee omista mielenkiinnon kohteistani ja luonnonsuojelutaustastani johtuen kiinnittymään yrittäjien ympäristösuhteeseen sekä heidän omien vaikutusmahdollisuuksiensa tarkasteluun. Työn edetessä ja tutustuessani tutkimusaineistoon perusteellisemmin, tutkimuksen painopiste siirtyi ympäristösuhteen tarkastelusta pikemminkin yrittäjien ja yhteiskunnan väliseen suhteeseen.

2 TUTKIMUSAINEISTO JA -PROSESSI

2.1 Moninaiset elintarvikealan yritykset

Elintarviketeollisuus koostuu kahdesta päätoimialasta: elintarvikkeiden ja juomien valmistuksesta. Elintarviketeollisuus on liikevaihdoltaan suurin ja eniten työllistävä teollisuudenala EU:ssa. Alan osuus Suomen bruttokansantuotteesta oli 1,4 % vuonna 2019. (TEM 2020, 11) Turun yliopiston Brahea-keskuksen ylläpitämän valtakunnallisen ruoka-alan tietolähteen Aitojamakuja.fi -tilastoinnin mukaan Varsinais-Suomessa on yhteensä 321 jalostustyötä harjoittavaa elintarvikeyritystä, joista 50 jalostaa luomuraaka-aineita. (<https://xn--vs-lhiruoka-o8a.fi/aitoja-makuja-yritystilasto-2020-julkaistu-varsinais-suomen-luvut/> luettu 11.4.2021) Elintarviketeollisuus on merkittävä työllistäjä ja alan toimipaikat ovat keskittyneet enimmäkseen Uudellemaalle ja Varsinais-Suomeen. Toimiala on tyypillisesti mikroyritysvaltainen ja yrityksistä 68 % työllistää alle neljä henkilöä. (TEM 2020, 23)

Suomen maatalousmuseo Sarka toteutti yhteistyössä Turun yliopiston etnologian laitoksen kanssa keväällä 2020 hankkeen, jonka tarkoituksena oli dokumentoida muuttuvan maaseudun elintarviketeollisuutta. Menetelmäksi valikoitui nykydokumentointi ja dokumentoinnin toteuttajina toimivat loppusuoralla opinnoissaan olevat etnologian opiskelijat. Avoimilla teemahaastatteluilla, havainnoimalla yrityksiä ja yrittäjiä sekä valo- ja videokuvaamalla pyrittiin saamaan mahdollisimman kattava kuva tämän hetken maaseudun elintarviketeollisuudesta ja alalla toimivista pienyrityksistä. Hankkeen tavoitteena oli saada mukaan yrityksiä, joilla olisi myös omaa raaka-ainetuotantoa ja tämä toteutuikin muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Näissäkin yrityksissä pyrittiin hyödyntämään mahdollisimman lähellä tuotettuja raaka-aineita. (Lento 2020, 43–45)

Elintarviketeollisuuden tuotanto on raaka-ainevaltaista. Välituotteiden osuus on suuri ja ala nojaa kotimaiseen alkutuotantoon. Teollisuudessa käytetyistä raaka-aineista noin 80 % arvioidaan olevan kotimaisia. (TEM 2020, 20)

Hankkeeseen osallistui kaiken kaikkiaan 17 yritystä, joista 14 sijaitsee Varsinais-Suomessa, kaksi Pohjanmaalla ja yksi Lounais-Hämeessä. (LIITE 1) Mukana on kaksi jäätelötehdasta, viinitila, siideripanimo, olutpanimo, viski- ja ginitislaamo, juustola, meijeri, hunajatila, hyönteisruokatuotteita valmistava yritys, luonnontuotteiden keruuseen ja jalostukseen sekä kuivattuihin vihanneksiin keskittynyt yritys, mylly, vilja-, öljy- ja palkokasveja viljelevä ja jatkojalostava tila, kaksi erikoiskasvien viljelyyn ja jatkojalostukseen keskittyntä tilaa sekä peltoviljelyä ja erilaisia ympäristöpalveluita harjoittava maatila. Yrityksistä yhdeksän harjoittaa luomutuotantoa.

Haastatteluja tehtiin yhteensä 19 ja haastateltavia oli 21 henkilöä. Yhdeksästä yrityksestä haastateltavana oli ainoastaan yksi henkilö. Paraisilla haastateltiin samoissa tiloissa kotitalallaan yrityksensä pyörittävää isää ja poikaa kahden haastattelijan toimesta, mutta haastattelu toteutettiin yhdessä. Myös pöytyäläisen Riihipuodin yrittäjäpariskunnan haastattelu toteutettiin yhdessä. Koivunalhon luomutilan ja Hamppufarmin yrittäjäpariskuntien, sekä Loimaan Panimo Oy:n äidin ja pojan haastattelut toteutettiin erikseen siten, että kummaltakin osapuolelta on omat haastattelunsa. Jymy Jäätelö Oy:n toimitusjohtajan haastattelu toteutettiin omana kokonaisuutenaan ja saman yhtiön toinen osakas, maitotilallisen Olli Suomisen haastattelussa keskusteltiin sekä Jymy Jäätelön, että Suomisen maito Oy:n asioista. Haastattelut tehtiin pääosin paikan päällä kussakin yrityksessä, mutta koronapandemiasta johtuen osa haastatteluista jouduttiin toteuttamaan puhelimitse tai muiden yhteydenpitovälineiden avulla. Suurin osa haastatelluista (13 henkilöä) on syntynyt 1960-70-luvuilla. Iäkkäin haastateltu on syntynyt vuonna 1954, nuorin 1994. 17 haastateltua asuu Varsinais-Suomessa, yksi Pudasjärvellä, kaksi Helsingissä ja yksi Ypäjällä. Haastatelluista seitsemällä on akateeminen loppututkinto ja heistä puolet ovat eri alojen insinöörejä. Toisen asteen koulutuksen hankkineista yrittäjistä löytyy laaja kirjo esimerkiksi laskentamerkonomien, lomittajien, elintarvikejalostuksen ammattitutkinnon, ravintoneuvojan ja mehiläistarhaajan ammattitutkinnon omaavia henkilöitä.

Valtaosa dokumentoinnin kohteena olleista elintarvikeyrityksistä on pieniä perheyrityksiä, joilla on muutama ulkopuolinen työntekijä. Poikkeuksen muodostavat runsaasti valtakunnallista näkyvyyttä

saaneet Kyrö Distillery Company, Myssyfarmi ja Jymy-jäätelöstä tunnettu Suomisen Maito Oy. Vaikka sekä Myssyfarmissa että Suomisen Maito Oy:ssä työskenteleekin kaksi saman perheen jäsentä, on sekä niissä että Kyrö Distillery Companyssa huomattavasti enemmän työntekijöitä kuin muissa yrityksissä. Hankkeessa mukana olleista yrityksistä noin kaksi kolmannelle on 2000-luvulla toimintansa aloittaneita, mutta mukana on myös pitkään toimineita elintarvikeyrityksiä. Vanhin mukana olleista yrityksistä, pudasjärveläinen luomuvihanneksista ja villiyrteistä elintarvikkeita jalostava Luonnon Aromit, perustettiin jo 1980-luvulla. Pöytyäläisessä oman myllyn luomutuotteita myyvässä Riihipuodissa ja lietolaisella sinilupiininsiemenen jatkojalostukseen, nurmisiementuotantoon yms. keskittyneellä Koivunalhon luomutilalla työskentelee jo seuraavakin sukupolvi.

Vanhojen perinnekasvien kuten hampun (*Cannabis sativa*) uuden tulemisen lisäksi myös uusia viljelykasveja, kuten esimerkiksi sinilupiinia (*Lupinus angustifolius*), on alettu viime vuosina viljelemään Suomessa. Turkulainen Entis valmistaa kotisirkoista (*Acheta domesticus*) saatavasta hyönteisproteiinista erilaisia elintarvikkeita. Yritysten joukossa on myös muutama Suomen alkuperäisrotuisten eläinten säilyttämiseen ja hyödyntämiseen erikoistunut tila. Laitilalaisen Saloniemen Juustolan tuotteet valmistetaan Suomen alkuperäislehmien ja -vuohien maidosta. Usealla paikkakunnalla mehiläisiä tarhaavan Nora Mäntysaaren yritys Finhoney Oy tuottaa Paraisilla mustien mehiläisten avustuksella yksikukkaishunajaa. Loimaalainen LuomuHeikkilän tila ja Pöytyän Isontuvan Jäätelö harjoittavat muun liiketoiminnan ohella myös perinnemaisemien ja -biotooppien suojelua. Erilaiset pienpanimot ja -tislaimot ovat kasvattaneet osuuttaan viime vuosina elintarviketeollisuudessa. Pienpanimoita on maassamme täällä hetkellä jo yli 100 (TEM, 2020, 15), tislaimoita alle kymmenen. (<https://core.ac.uk/download/pdf/161421946.pdf> luettu 21.3.2021) Hankkeessa dokumentoitiin Loimaan panimoa, Kyrö Distilleryä, Tammiluodon viinitilaa ja 3Spirit Oy -siideripanimoa.

2.2 Aikaisempi tutkimus ja tutkimuskirjallisuus

Maaseutu ja maatalous, niiden muuttuminen sekä maaseudun ihmiset ja käytänteet olivat kansatieteellisen tutkimuksen keskiössä aina 1960-luvulle saakka (Heikkilä 2003, 91). Turun yliopisto erosi teemallisesti muista maamme kansatiedettä opettavista oppilaitoksista, sillä siellä aloitettiin Ilmar Talven toimesta jo 1950–1960 -lukujen taitteessa oppiaineen kehittäminen kohti

maaseudun muutoksen, teollisuustyöväestön ja ammattiryhmien tutkimusta. (Ruotsala 2019, 274)

Maaseudun käsitettä ei oltu aiemmin erityisemmin määritelty ja kansatieteellinen tutkimus näyttäytyi vielä tuolloin pyrkimyksenä tavoittaa jokin menneisyyden ideaali siitä, millaista maaseudun elämä aikanaan oli. Toisen maailmansodan jälkeen alkanut voimakas muuttoliike maalta kaupunkiin oli 1970-luvulle tultaessa kiihtynyt jo niin pitkälle, että yli puolet maan väestössä asui kaupungeissa. Myös 1970-luvulla tapahtui kiinnostavaa muutosta maaseudulla, mutta kansatieteellisessä tutkimuksessa keskityttiin muutosten tutkimisen sijaan nykyhetken sijoittuvaan kaupunkitutkimukseen. (Heikkilä 2003, 91–92) Jos oli kansa jakautunut kahtia maaseudulla ja kaupungissa asuviin, niin polarisaatiota tapahtui myös maaseudun kansan ja kaupunkilaisten tutkimuksen välillä. (Räsänen 1993, 21) Perinteisen talopoikaiskulttuurin tutkija ja 1960–1970 - luvuilla Helsingin yliopiston kansatieteen professorina toiminut Niilo Valonen esitti, että kaupunkiympäristöissä tapahtuvien ilmiöiden kartoittamiseksi tarvittiin myös tutkimusta maaseudun muutoksista. Toinen maatalouden ja maaseudun tutkimuksen merkitystä korostanut kansatieteilijä oli professori Veikko Anttila. Kaupunkitutkimuksen rinnalla kylätutkimus nosti päätään 1970-luvulla kansatieteilijöiden keskuudessa. (Heikkilä 2003, 92–93)

Maaseutua pyrittiin määrittelemään eri tavoin 1900-luvun loppupuolella. Tämän työn kannalta ehkä kiinnostavimman näkökulman on esittänyt ruotsalainen etnologi Anders Salomonsson, joka pohtii maaseutua identiteetin näkökulmasta. Salomonssonin tutkimusten keskiössä on maaseudulta kotoisin oleva ihminen, joka työskentelee kaupungissa, mutta asuu maaseudun ja kaupungin välimaastossa. Tällaisilla ihmisillä on ns. kaksoisidentiteetti. Salomonsson liittää maaseudulla asumiseen elämäntapojen ja identiteetin välisen rajankäynnin. Omassa tutkimusaineistossani ja haastateltujen yrittäjien puheissa on havaittavissa pohdintaa maaseudulla ja luonnon äärellä elämisen vaikutuksista identiteettiin ja siihen, miten asuin- ja toimintaympäristö ilmenee omissa arvoissa ja elämäntavoissa. Salomonssonin tutkimus on osa myöhäismodernin ajan ihmisen identiteettiä tarkastelevaa tutkimustrendiä. (Salomonsson 1999, 64–65)

1980–1990 -luvuilla käydyin tieteellisen keskustelun seurauksena kansaa ei enää nähty homogeenisena käsitteenä ja pyrkimyksistä luoda agraarisesta elämäntavasta harmoninen kokonaiskuva oli luovuttu. Erilaiset maaseudun ja kaupungin väliset vuorovaikutussuhteiden haasteet alkoivat kiinnostaa tutkijoita. (mm. Kirveennummi & Räsänen 2000) Samalla alettiin hahmottamaan, että sekä maaseudulla että kaupungeissa on erilaisia tiloja ja todellisuuksia. 2000-luvulle tultaessa maaseudun ja kaupungin välisen vuorovaikutuksen vahvistaminen tuli

merkittäväksi osaksi niin paikallista, kuin valtakunnallistakin maaseutupolitiikkaa. Maaseudun modernisaation tutkimuksessa on huomionarvoista se, että maaseudun nykyaikaistuminen ei ole yksilön kohdalla yhdensuuntaista liikettä. Se on jatkuvaa dialogia ympäristön ja yhteiskunnan tarjoamien puitteiden ja omien ja toisaalta perittyjen arvojen välillä, sekä menneen, nykyhetken että mahdollisen tulevan välillä. (Heikkilä 2003, 96–97) Yhteiskuntatieteilijä Tiina Silvastin väitöskirjassa tulee hyvin ilmi se seikka, että kun yksilö tekee ratkaisuja tässä hetkessä, mennyt on yhä yhtenä tekijänä läsnä nykyisyydessä. Asiat ja tapahtumat ovat rinnakkaisia ja osin ristiriitaisia. (Silvasti 2001, 303–311) Sama ilmiö on havaittavissa myös omassa tutkimusaineistossani.

Suomalaisen kansatieteellisen tutkimuksen suhde yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen on vaihdellut eri aikoina. Kansatieteen tutkimustraditio tarjoaa hyvät mahdollisuudet soveltavaan yhteiskunnalliseen tutkimukseen. Kansatieteen tapa havainnoida tutkimuskohdetta ja nähdä kulttuurin muutos mahdollistaa kiinnostavia kysymyksenasetteluja ja juuri tällaiset mikrotason tapaustutkimukset ja niiden kulttuurinen tulkinta on se, mitä kansatieteellä on tarjota tämän päivän maaseutututkimukselle. (Heikkilä 2003, 99–100) Kansatieteen ja etnologian nykytutkimuksissa otetaan osaa ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin keskusteluihin, kuten ympäristökysymyksiin, monikulttuurisuuteen ja globalisaatioon. (Koskihaara & Mäkinen 2017, 188) Turun yliopiston kansatieteen oppiaine muutti nimensä etnologiaksi elokuussa 2020. Kansatiede nähtiin Turussa yhteiskunnallisena jo oppiaineen alkuaikoina. Nimenmuutoksen taustalla on alan kansainvälinen kehitys ja oppiaineen perustamisesta lähtien tapahtunut profiloituminen Suomessa. Etnologia vastaa paremmin oppiaineen opetus- ja tutkimusprofiilia nyky-yhteiskunnan muutosprosesseissa. Etnologiassa katse kohdistuu entistä vahvemmin tulevaisuuteen. (<https://sites.utu.fi/hiiskuttua/kansatieteesta-etnologiaan/> luettu 26.4.2021) Näen tämän oman työni osana etnologista nykytutkimusta.

Ympäristöetnologia on tutkimusalue, joka pyrkii tutkimaan ja analysoimaan monipuolisesti ihmisen suhdetta ympäristöön sosiokulttuurisessa kontekstissa. Sen tehtävänä on kehittää kuvailevaa tutkimusotetta selittäväksi ja teoriaa rakentavaksi. (Hänninen 2006, 26) Helena Ruotsalan vuonna 1992 tekemä tutkimus Oulujoen vesistön rakentamisen ja säännöstelyn sosiokulttuurisista vaikutuksista aloitti kansatieteessä ympäristötutkimuksen soveltavan tutkimuksen suuntauksen. Ruotsala selvitti tutkimuksessaan sitä, miten paikalliset asukkaat kokivat vesistön rakentamisesta johtuneet muutokset lähiympäristössään. (Ruotsala 1992)

Maaseudulla toimivia elintarvikealan pienyrittäjiä on tutkittu jonkin verran kauppatieteiden ja yrittäjyystutkimuksen parissa. Hanna-Mari Ikonen väitteli vuonna 2008 aluemaantieteen alaan kuuluvalla tutkimuksellaan, joka käsitteli maaseudun naisten kokemuksia yrittäjänä toimimisesta syrjäseuduilla (Ikonen 2008). Ammattiryhmätutkimusta on tehty kansatieteen parissa niin agraarista arjesta, teollisuustyöstä kuin jälkiteollisen ajan työelämästäkin. Etnologi Katariina Heikkilä on tutkinut lounaissuomalaisia naisyrittäjiä ja heidän suhdettaan paikkaan ja paikallisuuteen *Ethnologia Fennicassa* julkaistussa artikkelissaan vuodelta 2003. (Heikkilä 2003) Heikkilän tutkimus voidaan nähdä jatkumona kansatieteen työväentutkimukselle, jota on harjoitettu erityisen ansiokkaasti Turun yliopistossa. Turun yliopistossa on tutkittu erityisesti teollisuustyöväkeä ja erilaisia kaupungin ammattiryhmiä. Pia Olssonin ja Helena Ruotsalan toimittamassa vuonna 2009 julkaistussa artikkelikokoelmassa tarkastellaan maaseutu ympäristöihin kytkeytyviä erilaisia taloudellisia, kulttuurisia, sosiaalisia ja poliittisia koodeja ja merkityksiä sukupuolen kautta. (Olsson & Ruotsala 2009) Katariina Heikkilältä on tässä artikkelikokoelmassa teksti naisyksityisyrittäjistä, jotka ovat perustaneet maatilayrityksen. (Heikkilä 2009) Jussi Lehtonen on tutkinut vuonna 2016 tarkastetussa väitöskirjassaan maaseudun palveluiden historiaa, nykyisyyttä ja tulevaisuutta yhdistäen etnologiaa ja tulevaisuudentutkimusta (Lehtonen 2016).

Jyväskylän ammattikorkeakoulu käynnisti maa- ja metsätalousministeriön toimesta elintarvikealan mikro- ja pk-yritysten nykytilaa, toimintaympäristöä ja tulevaisuuden näkymiä kartoittaneen kyselytutkimuksen maaliskuussa 2020, juuri pandemian alkuvaiheessa. Kyselyä muokattiin kevään ja kesän aikana huomioimalla äkillisesti alkaneet poikkeusolot. (Vaara ym. 2020) Olen tässä tutkimuksessani peilannut omasta tutkimusaineistostani tekemiäni havaintoja tähän ajallisesti samoihin aikoihin tehtyyn kyselyyn ja siitä laadittuun raporttiin.

Työssäni hyödyntämäni tutkimuskirjallisuus koostuu metodi- ja teoriakirjallisuudesta sekä tutkimuskohteen aihepiiriin ja siihen läheisesti liittyviä ilmiöitä tarkastelevista artikkeleista ja tutkimuksista. Käyttämästäni metodikirjallisuudesta merkittävin on ollut Billy Ehnin ja Orvar Löfgrenin teos *Kulturanalys* (2000), jonka avulla olen tutustunut kulttuurianalyttiseen tutkimusotteeseen. Työni tekemisen tueksi ja taustoittamiseksi olen hyödyntänyt myös etnologista metodikirjallisuutta, mm. *Etnologinen tulkinta ja analyysi Kohti avoimempaa tutkimusprosessia* (Toim. Jouhki & Steel) ja *Polkuja etnologian menetelmiin* (Toim. Korkiakangas & Olsson & Ruotsala).

Näkökulmien ja käsitteiden pohdiskelussa olen hyödyntänyt yhteiskuntatieteiden ja ympäristöfilosofian teoksia ja pienyrittäjänä toimimisen erityispiirteiden ymmärtämisessä erilaisia maaseudun yrittäjyysoppaita. Olen seurannut myös eri medioissa käytyä yhteiskunnallista keskustelua lähiruokaan, kotimaisuuteen, ruokatrendeihin, ruoan ja raaka-aineiden vastuullisuuteen sekä ekologiseen kestävyteen liittyen.

2.3 Tutkimusaineistot

Tutkimusaineisto koostuu kaiken kaikkiaan 19 haastattelusta, 14 havainnointipäiväkirjasta, 77 valokuvasta ja kahdesta tuotantotiloissa kuvatusta videosta. Tutkimuksen pääpaino on haastatteluissa. Olen itse tehnyt haastatteluista kaksi: haastattelin Tammiluodon viinitilan Timo Jokista Paraisilla ja Laitilalaista Saloniemen juustolan yrittäjää Riitta Saloniemeä puhelimitse. Kirjoitin myös havainnointipäiväkirjaa ja otin valokuvia Tammiluodon vierailun aikana. Kaikki yrittäjät ovat antaneet kirjallisen suostumuksensa aineiston tallentamiseen ja käyttämiseen siten, että vastaajat esiintyvät aineistossa heidän omilla nimillään. Aineiston hyödyntäjänä olen sitoutunut siihen, että en käytä haastateltuja tai heidän omaisiaan loukkaavassa tai vahingoittavassa tarkoituksessa. Yrittäjät ja heidän yrityksensä esiintyvät tässä tutkimuksessa omilla nimillään, koska en ole halunnut etäännyttää heitä erilaisten koodien taakse, vaan pysytellä mahdollisimman lähellä ihmisiä ja heidän arkeaan.

Etnografinen kenttätyö on etnologisen tutkimuksen keskeisimpiä käsitteitä ja aineistonhankintamenetelmiä. Kenttätyön avulla tutkija pyrkii pääsemään mahdollisimman lähelle tutkimuskohdettaan osallistumalla tutkittavien elämään ja yrittämällä ymmärtää heidän elämäntapaansa samasta perspektiivistä. Kenttätyö on havaintojen tekemistä jokapäiväisistä toiminnoista sekä asenteita ja merkityksiä koskevien kysymysten esittämistä. (Ruotsala 2005, 45–46) Etnologiassa empiirinen tutkimus tukeutuu tutkijoiden itse keräämiin ja tallentamiin kenttätyöaineistoihin sekä niistä tehtyihin tulkintoihin. Kenttätyöntekijä joutuu usein täydentämään, yhdistelemään ja soveltamaan eri tutkimusmenetelmiä niin tutkimusaiheen kuin -kohteen vaatimusten mukaan. Kuten tämänkin työn pohjana olevan aineiston hankinnassa, haastattelujen lisäksi käytetään havainnointimenetelmiä ja valokuvausta. Etnologi luo tutkimusaineiston vuorovaikutuksessa tutkittavien kanssa. (Ehn 2014, 84) Etnologin täytyy sietää epätäydellisyyttä,

sillä kenttätöitä ei voi koskaan tehdä täydellisesti tai täysin tyhjentävästi. Jotain jää aina kysymättä, havainnoimatta tai ymmärtämättä. (Fingerroos & Jouhki 2014, 102)

Kenttätöitä toteutettiin kevättalven 2020 aikana kymmenen Turun yliopiston etnologian opiskelijan toimesta. Ensimmäinen haastattelu toteutettiin 14.2. ja viimeinen 31.3. Haastattelut tehtiin pääosin Varsinais-Suomessa, yksi Pudasjärvellä ja yksi Helsingissä. Kesken kenttätöyöperiodin maaliskuun puolivälissä valtioneuvosto julisti maahan poikkeustilan Covid-19 -koronaviruksen leviämisen ehkäisemiseksi. Koronatilanteen ja poikkeustilan seurauksena kansalaisia kehoitettiin välttämään muita kuin aivan välttämättömiä kontakteja toisiin ihmisiin. Hankkeen osalta tämä johti siihen, että jo sovitut haastattelukäynnit yrityksiin peruuntuivat. Loput haastattelut tehtiin etäyhteydellä (kolme puhelimitse, yksi Zoomin ja yksi Skypen välityksellä), mutta haastatteluihin liittyvät yritys- ja tilahavainnoinnit sekä valokuvaus eivät olleet enää mahdollisia. Historiallisesta ja monellakin tavoin huolestuttavasta tilanteesta seurasi sikäli jotain hyvääkin, että se tarjosi meille tilaisuuden lisätä haastatteluihin kysymyksiä pandemiasta. Näin saatiin tallennettua erittäin ajankohtaista tietoa alkuvaiheen koronapandemian vaikutuksista maatalouteen ja maaseudun pienyrittäjänä toimimiseen.

Haastattelut on litteroitu ns. raakalitteraationa puhekielisyyden säilyttämiseksi ja ne on arkistoitu Maatalousmuseo Sarkan kokoelmiin signumeilla TAKO/DO42:1–19. Käytän tämän työn aineiston käsittelyluvuissa aineistosta valitsemiani suoria lainauksia, joihin viitataan haastatteluiden arkistointitunnuksilla TAKO/DO42:1–19. Koska 6.3.2020 kaksi haastattelijaa haastatteli Tammiluodon viinitilalla kahta eri yritystä edustavaa yrittäjää samanaikaisesti, olen kyseisiä haastatteluja siteeratessani merkinnyt informantit tunnuksilla TAKO/DO42:4TJ ja TAKO/DO42:4JJ, riippuen siitä kumpi haastateltu (Timo vai Jani Jokinen) kysymykseen vastaa. Toimin näin siksi, että kyse on kahdesta eri yrityksestä, erotuksena esimerkiksi Koivuallhon luomutilalla tehtyihin haastatteluihin, jossa kaksi eri haastattelijaa haastatteli eri henkilöitä, mutta he edustavat samaa yritystä. (TAKO/DO42:5–6) Naurahdukset, epäröinnit ja painotukset on merkitty sulkeisiin. Tämän työn lukemisen selkiyttämiseksi olen paikoin lyhentänyt sitaatteja käyttäen merkintää – –. Samasta syystä olen poistanut sitaateista muutamia informanttien usein toistamia täytesanoja.

Sarka-museossa Loimaalla järjestettiin 14.1.2020 Maatalouden elintarviketeollisuuden nykydokumentointi -aloitusseminaari, johon osallistui sekä museon henkilökuntaa että Turun

yliopiston etnologian oppiaineen väkeä ja me opiskelijat. Päivän aikana käytiin läpi nykydokumentoinnin perusteita ja tutustuttiin siihen mennessä sovittuihin hankkeen kohteisiin. Hanketta vetänyt museoamanuenssi Katri Lento oli tiedustellut sopivia yrityksiä mukaan hankkeeseen pääosin Varsinais-Suomen alueelta. Alueellinen rajausta määräytyi osin sen mukaan, mitkä yritykset olivat julkisen liikenteen saavutettavissa, sillä kaikilla haastattelutoteuttaneilla opiskelijoilla ei ollut autoa käytössään. Osa yrityksistä sijaitsi kohtuullisen matkan päässä Sarka - museosta, jolloin hanketta koordinoi museoamanuenssi toimi haastattelijoiden autonkuljettajana. Myös me opiskelijat saimme vaikuttaa mukaan kutsuttujen yritysten valintaan. Ainoastaan yksi yritys kieltäytyi ottamasta osaa hankkeeseen ja pari jätti vastaamatta tiedusteluihin. Mukaan lähteneet yrittäjät osallistuivat hankkeeseen pääosin positiivisella mielellä ja osa jopa innostuneesti. Omien kokemusteni perusteella voisin jopa sanoa, että yrittäjät suhtautuivat meihin haastattelijoihin ja havainnoijiin erittäin avoimesti ja ystävällisesti. Haastatteluolosuhteet vaihtelivat paikasta ja ihmisistä riippuen. Haastatteluista ja havainnointipäiväkirjoista käy hyvin ilmi, että osassa tapauksista kalenteri oli yrittäjien toimesta varta vasten tyhjennetty haastattelua varten ja näin ollen ympäristö oli haastattelun tekemiseen varsin otollinen. Aivan kaikissa tapauksissa näin ei kuitenkaan ollut ja hektinen yrittäjän työ ja perheen arki olivat hyvinkin konkreettisesti läsnä haastattelutilanteissa. Mahdollisuuksien mukaan olisikin hyvä ennen haastattelutilannetta selvittää se, minkälainen ympäristö on kyseessä sekä pohtia tilan merkitystä. (Eskola & Lätti & Vastamäki 2018, 34)

Haastattelurungon suunnittelutyö käynnistettiin aloitusseminaarissa ja työtä jatkettiin muun dokumentoinnin suunnittelun yhteydessä Turun yliopistolla opiskelijoiden ja oppiaineen yhteisessä tapaamisessa 28.1.2020. Hankkeen päätöseminääri järjestettiin koronatilanteesta johtuen Zoomin välityksellä 24.3., jolloin kaikki haastattelut kolmea lukuun ottamatta oli jo tehty. Opiskelijat litteroivat tekemänsä haastattelut itse, sekä valitsivat enintään 10 ottamaansa valokuvaa ja toimittivat ne yhdessä havainnointipäiväkirjojen kanssa museoamanuenssi Katri Lentolle, joka tallensi aineiston museon TAKO-kokoelmaan.

Hyödynnän tässä tutkimuksessani teemahaastattelua, joka pohjautuu neljään eri kokonaisuuteen jakautuvaan maatalouden elintarviketeollisuuden nykydokumentointi -kurssilla yhteistyönä laadittuun haastattelurunkoon. (Liite 1) Teemahaastattelu on eräänlainen vuorovaikutuksellinen keskustelu, jossa tutkija pyrkii saamaan tietoa tutkittavana olevasta ilmiöstä. Vaikka teemahaastattelussa aihepiirit on ennalta määritelty, haastattelutilanne elää ja kysymysten tarkka

muoto ja järjestys voivat vaihdella. (Eskola & Lätti & Vastamäki 2018, 28–30) Koska kenttätyön tekijä on olennainen osa prosessia ja hänen henkilökohtaiset ominaisuutensa vaikuttavat työhön, on jokainen kenttätyö erilainen (Löfgren 1996, 79). Kymmenen opiskelijaa haastatteli kasvotusten, puhelimitse tai kuvayhteydellä yhteensä kahtakymmentä henkilöä. Vaikka haastattelun pohjana käytettiin samaa haastattelurunkoa, haastatteluista tuli edellä mainituista syistä keskenään kovin erilaisia. Ensimmäisillä litteraatioiden lukukerroilla tunsin lievää turhautumista siihen, kun jotkut haastattelijat eivät olleet pitäytyneet tarkasti haastattelurungossa, vaan olivat toimineet paikoin varsin luovasti ja joko itse kysyneet kysymykset täysin mielivaltaisessa järjestyksessä tai antaneet haastateltavan kuljettaa haastattelua haluamaansa suuntaan. Vasta myöhemmin ymmärsin, että juuri niin kuuluukin toimia, vaikka se tietäisikin aineiston analysoijalle harmaita hiuksia.

Teemahaastattelun luonteeseenhan kuuluu se, että haastateltava vastaa omin sanoin ja omalla tyylillään haastattelijan esittämiin kysymyksiin, eikä kysymyksiin ole niin sanotusti oikeita vastauksia (Ruotsala 2005, 65).

Haastattelun aluksi kyseltiin yrittäjien taustatietoja (syntymävuosi, asuinpaikka, koulutus jne.). Varsinainen haastattelurunko muodostui neljästä aihekokonaisuudesta. (Liite 2) Ensimmäisessä osuudessa pyrittiin selvittämään perustiedot yrityksestä, yrittäjäksi ryhtymisestä, arjesta ja työnteon puitteista. Kysymykset sopeutettiin sen mukaan, minkä tyyppisestä yrityksestä tai maatilasta oli kyse. Mikäli kyseessä oli eläintila, kysyttiin eläinten määrää ja laitumien kokoa. Sukutilan ollessa kyseessä kysyttiin yrityksen ja tilanpidon jatkuvuudesta ja sen merkityksestä. Koska suurin osa yritysten toimitiloista sijaitsi yrittäjien kodin yhteydessä, kysymyksissä korostui muun muassa työ- ja vapaa-aika, sekä niiden erottamisen mahdolliset haasteet.

Haastattelurungon toinen teemakokonaisuus koski tuotteita, tuotekehitystä ja tuotantotapoja. Kysymykset käsittelivät ruokatrendejä, erityisruokavalioita, raaka-aineita ja niiden alkuperää sekä omavaraisuusastetta ja monialaisuutta. Tämänkin teemakokonaisuuden kysymyksiä mukautettiin sen mukaan, oliko kyse eläintilasta vai esimerkiksi tilasta jossa ei ollut lainkaan alkutuotantoa. Eläintilallisten haastatteluissa kysyttiin tarkemmin eläinten hyvinvoinnista ja siihen vaikuttavista tekijöistä sekä suhtautumista alkuperäisrotuihin. Kolmas aihekokonaisuus käsitteli yrityksen myyntiä ja markkinointia. Kysyttiin tarkemmin siitä miten myynti, mainonta ja markkinointi tapahtuu ja keitä jälleenmyyjät ovat, suuntautuuko myynti pelkästään kotimarkkinoille vai tehdäänkö myös ulkomaankauppaa. Tärkeä kokonaisuus tässä osuudessa oli se, että ketkä ovat yritysten tyypillisiä asiakkaita ja mikä on tuotteistamisen merkitys ja miten se tapahtuu. Neljäs

haastatteluteema oli maaseutuyrittäjyys nyky-yhteiskunnassa. Osuus jakautui toisaalta arvoihin, eettisyyteen ja ekologiseen kestävyys ja toisaalta maaseudulla, yrittäjänä ja nyky-yhteiskunnassa toimimiseen, niiden haasteisiin ja parhaisiin puoliin.

Varsinaisten kysymysten lisäksi osalle yrittäjistä esitettiin kysymys koronan vaikutuksista yrityksen tai maatilan tuotantoon ja toimintaan. Kenttätyökurssin toimesta opiskelijoille annettiin tehtäväksi tiedustella yrittäjiltä esinettä tai materiaalia, joka kuvaisi tilaa tai yritystä parhaiten. Kysymys esitettiin haastattelun lopuksi ja opiskelijat hyödynsivät esineen tarkastelussa merkitysanalyysiä ja kirjoittivat aiheesta parin sivun mittaisen kuvauksen. Koska kysymyksessä on lähinnä kurssivaatimusten täyttämiseen liittyvä opiskelutehtävä, enkä nähnyt tekstien tuovan lisäarvoa työni kysymyksenasettelulle, rajasin tehtävän pois tämän tutkimuksen aineistosta. Varsinaisessa aineiston käsittelyosassa noudatan pääpiirteissään haastattelurungon mukaista temaattista järjestystä muutamia poikkeuksin.

3 TUTKIMUSMENETELMÄT JA KESKEISET KÄSITTEET

3.1 Kansatieteellinen tutkimusote ja kulttuurianalyttinen näkökulma

Kansatieteellisen tutkimuksen perustana on meitä ympäröivän arkitodellisuuden ja sen ilmiöiden havainnointi, dokumentointi ja analysointi. Tutkimuksen ytimessä on laadullinen tutkimusaineisto, joka koostuu usein haastatteluista, kuten tässäkin työssä. Tutkimusprosessi on paljon muutakin kuin vain oikeiden kysymysten esittämistä ja niihin vastaamista. Tutkija hajottaa aineiston pienempiin osiin, tarkastelee niitä useista eri näkökulmista ja tulkitsee löytämiään merkityksiä ja rakenteita, jolloin tutkimuskohteesta muodostuu moniäänisempi kokonaisuus. Tutkijan tulee ottaa oma toimintansa huomioon analyysiprosessissa ja olla tietoinen omasta positiostaan. (Åström 2005, 25–26, 29)

Kulttuuri on kansatieteellisen tutkimuksen keskeisimpiä käsitteitä. Kansatiede tutkii ihmistä erilaisissa vuorovaikutussuhteissa toimivana kulttuurisena olentona. (Kouri 2015, 37) Kulttuuri on ihmisten välisen kanssakäymisen seurauksena syntynyt kollektiivinen tietoisuus yleisesti hyväksytyistä taidoista, arvoista, kokemuksista ja ajatusmalleista. Kulttuurianalyysin kehittäjien, ruotsalaisten etnologien Billy Ehnin ja Orvar Löfgrenin mukaan kulttuurianalyysissä ollaan

kiinnostuneita juuri niistä kulttuurisista ja usein tiedostamattomista merkityksistä, joiden avulla yksilöt ja yhteisöt jäsentävät todellisuuttaan. Kulttuurianalyttisessä tutkimuksessa tarkastellaan erityisesti arkielämän itsestään selvältä tuntuvia tapoja ja rutiineja sekä etsitään niiden symbolisia merkityksiä. Tavoitteena on kyseenalaistaa se, mikä pintatasolla tarkasteltuna vaikuttaa ilmeiseltä ja problematisoida tutkimuskohteen kulttuurisia erityispiirteitä. (Ehn & Löfgren 1982, 10–13)

Tarkastelen omassa tutkimuksessani maaseudun pienyrittäjien kulttuurisesti rakentuneita kokemuksia omasta työstään ja arjestaan suhteessa toimintaympäristöönsä. En ole keskittynyt etsimään tutkimusaineistosta ”yhtä totuutta”, vaan tutkimusnäkökulmani on moniääninen, jolloin on mahdollista tarkastella yksilöiden kokemuksia ja kulttuurille ominaista monimuotoisuutta. (Ehn & Löfgren, 1982, 15–17) Työni keskeisenä menetelmänä on kulttuurianalyttinen teemoittelu.

Kulttuurianalyysin soveltuvuus kulttuuristen prosessien tulkintaan ja havainnointiin perustuu jokapäiväisten arjen asioiden heijastamiseen suurempiin yhteiskunnallisiin kysymyksiin. Tähän liittyy oletus siitä, että esimerkiksi ihmisten arjen rutiinit kertovat jotain yhteiskunnan tilasta. Ehn ja Löfgren kutsuvat tätä kulttuurianalyttistä teoriaa mikro- ja makrofysiikaksi, jossa mikrofysiikka on kulttuuristen prosessien taso ja makrofysiikka yhteiskunnallinen taso. (Ehn & Löfgren 2001, 7.)

Tulkinta on kulttuurianalyysiä hyödyntävän tutkimusprosessin keskeisin osa ja se perustuu tutkimuskohteen laaja-alaiseen ymmärtämiseen. Menetelmää voidaan hyödyntää monin eri tavoin ja sen avulla tutkijan on mahdollista tunnistaa omasta tutkimusaineistostaan työn kannalta merkityksellisimmät asiat. Kulttuurianalyysin vaiheita ovat perspektiivin ja vastakohtien etsiminen, dramatisointi, yhtenäistäminen ja tulkinta. (Ehn & Löfgren 1982, 105–117)

Luettuani tutkimusaineiston kertaalleen loppukevään 2020 aikana, aloin kokoamaan ja ryhmittelemään aineistoa haastattelurungon mukaiseen järjestykseen neljään eri kokonaisuuteen (työ ja oma yritys, tuotteet ja tuotantotavat, myynti ja markkinointi sekä maaseutuyrittäjänä nyky-yhteiskunnassa). Aineistosta alkoi hahmottua erilaisia selkeitä ja vähemmän selkeitä teemoja. Todennäköisesti omasta luontoharrastus- ja ympäristönsuojelutaustastani johtuen erityinen kiinnostukseni kyseisiä aiheita kohtaan alkoi viedä huomiotani ja kysymyksenasetteluani tiettyyn suuntaan. Tässä vaiheessa työni fokus oli luomutuotannossa ja yrittäjien luontosuhteessa. On luonnollista, että ihmisen tarkkaavaisuus kohdistuu niihin asioihin, jotka hän oman elämänsä perusteella mieltää kiinnostaviksi ja joita hän haluaa ymmärtää lisää. (Perttula 2009, 155)

Tutkimusprosessin edetessä näkökulmani oli melkoisessa liikkeessä ja etsi lopullista paikkaansa pitkään. Aineiston moniäänisyys alkoi tuntua kakofoniselta ja eri kategoriat epämääräisiltä ja turhan laajoilta. Pitkälliset pohdinnat siitä, mikä tutkimusaineistossa on merkityksellistä ja hankkeen kannalta keskeisintä, työnsivät minut kyseenalaistamaan aiemman tapani tulkita ja jäsentää aineistoa. Tutkimustyön edetessä tematisointi tarkentui ja monipuolistui litteraatioiden useiden lukukertojen, tutkimuskirjallisuuden lukemisen sekä julkisuudessa käydyin ruokavalioita ja ruoantuotantoa koskevien yhteiskunnallisten keskusteluiden seuraamisen ja kulttuurianalyysin avulla. Näiden pohjalta olen muodostanut tutkimusaineistosta käsittelykokonaisuuksia, joiden avulla on mahdollista muodostaa kokonaiskuva siitä minkälaisessa toimintaympäristössä maatalouden elintarviketuottajat toimivat ja miten he asemoivat itsensä nyky-yhteiskuntaan.

3.2 Keskeiset käsitteet

Tässä luvussa tuon esiin tutkimukseni kannalta tärkeitä termejä ja käsitteitä. Tutkimukseni lopullisiksi teemoiksi päätyivät seuraavat kategoriat ja vastakohtaparit:

elintarvikeala ja yrittäjyys; kotimaisuus – ulkomaisuus, lähellä – kaukana, omavaraisuus – muualta hankittu, esine – ei esine, peritty – ostettu, pieni – suuri, arvolähtöisyys – markkinalähtöisyys

toimintaympäristö ja muutokseen sopeutuminen; oma – vieras, perinteet – uudet toimintatavat, työ – vapaa-aika, maaseutu – kaupunki, pysyvyys – jatkuvuus.

Yrittäjällä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa elintarvikealalla toimivaa henkilöä, ”joka yksin tai yhdessä muiden henkilöiden kanssa organisoii liiketoimintaa hänen itsensä tai jonkun muun havaitseman liiketoimintamahdollisuuden hyödyntämiseksi” ([fi.wikipedia.org/wiki/yrittäjä](https://fi.wikipedia.org/wiki/yritt%C3%A4j%C3%A4) luettu 10.4.2021). Työni käsittelee elintarvikealan yrittäjyyttä ja haastateltujen omia kokemuksia yrittäjyydestä. Maaseudun naisyrittäjyyttä tutkinut Hanna-Mari Ikonen näkee yrittäjyyden diskursiivisena ilmiönä, jota rakennetaan puheessa jatkuvasti. Yrittäjyyteen toimeentulomuotona ladataan yhteiskunnallisessa keskustelussa runsaasti odotuksia, sillä sen odotetaan pelastavan syrjäseudut autioitumiselta. (Ikonen 2008, 13)

Maaseutu on käsitteenä laaja ja sen määrittely ongelmallista, mutta on se välttämätöntä, jotta tutkimus voidaan paikantaa maaseutututkimuksen kentälle. Maaseutua on määritelty niin

suomalaisen kuin kansainvälisenkin tutkimuksen parissa lähestymällä sitä mm. asumis-, tuotanto-, elämys- ja hankemaaseudun käsitteillä. Yhteistä määritelmille on se, että maaseutu on kohde. johon eri toimijat eri perusteiden kohdistavat erilaisia toiveita, hankkeita, tavoitteita ja visioita. (Heikkilä 2003, 94–95) Maaseutu-käsitteen sisältö muuttuu tilanteen, tutkijan ja tutkimuskohteen mukaan. Maaseutua tulevaisuudentutkimuksen näkökulmasta tutkinut Sirkka Heinosen mielestä maaseutu ja kaupungit nähdään valitettavan usein toistensa vastakohtina. Näissä kuvauksissa maaseutu näyttää kaupunkielämän silmin lähinnä EU-tukia nostavana taantumuksellisena ja syrjäisenä alueena ja tämä on omiaan vaikeuttamaan positiivisemmän maaseutu – kaupunki - vuorovaikutussuhteen muodostumista. (Heinonen 2001, 11) Haastattelemamme yrittäjät ovat varsin monimuotoinen joukko eri taustan, toimintatavat ja tavoitteet omaavia ihmisiä, jotka kaikki toimivat molemmilla kentillä. Maaseutu ymmärretään tässä tutkimuksessa ajallisesti nykyhetkessä olevana maantieteellisenä alueena, joka jakautuu yleisesti käytetyn jaottelun mukaisesti maaseutu-, taajama- ja kaupunkialueisiin.

Toimintaympäristöllä tarkoitetaan tässä tutkimuksessa sekä sellaisia fyysisiä puitteita kuten esimerkiksi yrityksen sijaintia ja maaseutua, että abstraktimpia asioita kuten nyky-yhteiskuntaa, elintarvike- ja ruoka-alaa, liiketoimintaedellytyksiä, muuttuvia kulutustapoja, digitaalisuutta, vastuullisuutta ja tulevaisuuden toimenpiteitä.

Maaailma muuttuu yhä nopeammin ja koronapandemia on muuttanut elintarvikealan liiketoimintaympäristöä monin eri tavoin sekä vaatinut alan yrittäjiltä erityistä joustavuutta ja sopeutumiskykyä. Muutosten havainnoiminen on erityisen kiinnostavaa etnologisesta näkökulmasta katsoen. Miten yhteiskunnallisia ja kulttuurisia muutoksia selitetään ja miten ne heijastuvat arjen, käytänteiden tasolle ja toisaalta symboliselle, ideologiselle tasolle. (Mäki 2014, 16)

Leena Paaskoski on tutkinut muutoksen ja jatkuvuuden suhdetta metsänhoitajia käsittelevässä väitöstutkimuksessaan (Paaskoski 2008). Paaskosken mukaan muutoksia ja jatkuvuuksia tutkittaessa on tarpeen erottaa toisistaan niiden muoto ja sisältö. Vaikka ilmiöt näyttävät jatkuvan ajan kuluessa samanlaisina, niiden merkitykset voivat muuttua tai toisaalta ilmiöiden muodot voivat muuttua niiden merkitysten pysyessä samanlaisina. (Paaskoski 2008, 31)

Tutkimuksessani hyödyntämäni käsitteet ja parit rytmittyvät löyhästi työni lukujaon mukaisesti ja osittain myös limittyvät alaluvuissa. Olen tehnyt tulkintoja sen suhteen minkälaisista merkityksistä, käsityksistä ja arvoista yrittäjien ajatukset ja kokemukset kertovat. Kokemukset rakentuvat aina

yksilöllisesti ja siksi olen halunnut jättää yksilön äänen kuuluviin. Tutkimustani tuleekin lähestyä ensisijaisesti laadullisen tutkimuksen näkökulmasta, jossa korostuvat haastateltujen subjektiiviset roolit. (Fingerroos & Peltonen 2006: 10–11) Tässä kohtaa onkin syytä todeta, että kulttuurianalyysin tulkinnat eivät tule koskaan täysin valmiiksi ja ne vaativat tutkijalta erityistä kykyä eläytyä ja ymmärtää tutkimuskohdettaan. (Ehn & Löfgren 1982: 115–116)

4 YRITTÄJYYDEN ALKU JA ARKI

Aloitin tutkimukseni kertomalla lyhyesti haastateltavien taustoista sekä kuvaamalla heidän yrittäjyytensä alkutaivalta. Vaikka tutkimusaineisto voisi olla laajempikin, tulee tässä otannassa mielestäni varsin selkeästi esiin se, miten erilaisia lähtökohtia ja reittejä haastateltavilla on ollut yrittäjyyteen. Tutkimusaineiston yrittäjiä yhdistää halu työllistää itsensä ja toiveikkuus maaseudulla toimimiseen tulevaisuudessakin.

4.1 Polkuja yrittäjyyteen

Syntyprosesseja ja yrittäjäideoita

Jokaisen ihmisen yrittäjäyyspäätöksen taustalla on yksilöllisiä ratkaisuja, eikä päätös yrittäjäksi ryhtymisestä eroa luonteeltaan muista elämän varrella tehtävistä suurista päätöksistä. Päätöksen tekeminen on rationaalista, arvosidonnaista ja oman tietämyksen supistamaa, mutta myös elämäntilanteella ja ympäristöllä on vaikutuksensa siihen, minkälaisiin johtopäätöksiin tullaan. Hyvätkin ideat ja suunnitelmat voivat jäädä toteutumatta, jos ympäristö ei tarjoa tietyn perustason ylittäviä mahdollisuuksia ja suotuisaa ilmapiiriä. Ihmisiä voidaan myös kehittää ja kouluttaa yrittäjyyteen. Mikäli yrittäjyyttä halutaan edistää tehokkaasti, tulee kiinnittää huomiota sekä yksilön henkilökohtaisiin ominaisuuksiin, että ulkoisiin seikkoihin. (Huuskonen 1992, 9–10)

Huuskonen on luonut prosessimallin yrittäjäksi ryhtymisestä. Osatekijöinä mallissa ovat henkilön yleiset taustatekijät, henkilötekijät sekä objektiivinen todellisuus. Näiden pohjalta muodostuu havainnointia ja tulkintaa, toimintavaihtoehtojen punnitsemista ja yrittäjyysintentio eli aikomus perustaa yritys sekä sitoutua hankkeeseen. Yleisiä taustatekijöitä ovat henkilön sosiaalinen tausta, aiempi elämäkokemus sekä kokemukset pienyrittäjyydestä, jotka ovat syntyneet joko vanhempien

yrittötoiminnan myötä tai työskentelystä pienyrityksessä. Yrittäjämyönteisessä ympäristössä kasvaminen lisää todennäköisyyttä sille, että henkilölle kehittyy positiivinen asenne yrittäjyyttä kohtaan. Henkilötekijöillä tarkoitetaan persoonallisuuspiirteitä, ominaisuuksia, arvoja ja asenteita. Objektiiivisessa todellisuudessa tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä reaalista ympäristöä ja tilannetta, jossa yrittäjyyttä harkitseva henkilö toimii. (Mt., 51–57)

Tilannetekijät voivat olla joko positiivisia vetotekijöitä tai negatiivisia työntötekijöitä. Vetotekijät ovat positiivisiksi koettuja tekijöitä (esim. riippumattomuus ja vapaus) jotka on mahdollista saavuttaa yrittäjyyden avulla. Työntötekijät ovat asioita, joiden välttelyn seurauksena päädytään yrittäjäksi (työttömyys, etenemismahdollisuuksien puute ja sosiaalinen marginaalisuus). (Huuskonen 1992, 78) Maaseutuyrittäjiä yhdistävät halu asua ja toimia maaseudulla. Valintaan liittyy toisinaan myös voimakas sitoutuminen paikkaan, joka on usein suvun omistama tila. (Heinonen 2000, 26)

Useammalla haastatelluista on tullut maaseutuyrittäjyys verenperintönä, kuten seuraavista esimerkeistä käy ilmi (mm. TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO 42:7, TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:12) Osa yrittäjistä (viisi henkilöä) on kasvanut sukutilalla ja seurannut yrittäjänä toimimista hyvinkin läheltä. Muutama haastateltu kuvaa hyvin elävästi sitä, miten he ovat jo hyvin pienestä pitäen kokeneet maaseutuyrittäjyyden kutsumukseksi. (TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:15) LuomuHeikkilän Teppo Heikkilä syntyi ja kasvoi Loimaan Hirvikosken taajamassa. Hänen isoisoisänsä osti vuonna 1900 Loimaalta palstatilan, jota Heikkilän setä ainakaan jatkoi, mutta hän hoiti tilaa valitettavan huonolla menestyksellä. Heikkilä opiskeli siihen aikaan Tampereen teknillisessä korkeakoulussa ja kävi kesätöinä viljelemässä sedän maita vuokratilana. Maanviljely ja tilanhoito vetivät puoleensa siinä määrin, että insinööriopinnot jäivät kesken ja Heikkilä ryhtyi päätoimiseksi maanviljelijäksi.

Jostain mää olin kuullut luomuviljelystä ja se kuulosti mun arvojen mukaiselta toiminnalta ja mää sit heti kävin kurssit ja alusta saakka mä oon ollu sitte luomuviljelijä. – – Sillon tässä oli 40 hehtaaria peltoa ja ei mitään näitä rakennuksia kun tämä. Ei mitään tuotantorakennuksia, ei mitään, et tommosia kaatuvia vanhoja taloja tos noin. Sit tota kakstuhatlunun alussa tuli tos pari naapuritilaa myyntiin ja tavallaan mä sidoin itteni tähän suhteellisen isolla velalla. 2005 ostin ensimmäiset emolehmät. 15 kantavaa lehmää ja kun rupes sorkat näkymään peräpäältä niin mä rupesin lehmää poi'ittamaan, ja 2008 mää tein navetan niille. (TAKO/DO42:15)

Juustomestari Juha Lundström tutustui jo pienenä poikana meijeritoimintaan Nivalan Karvoskylällä, jossa hänen isoäitinsä työskenteli paikallisessa kylämeijerissä. Juha työskenteli useana kesänä

Nivalan osuusmeijerissä, myöhemmin hän suuntasi karjatalouskouluun ja sieltä edelleen meijerioppiin. (TAKO/DO42:19, <https://www.arcticmilk.fi/historia.html>, luettu 20.2.2021)

Lundström teki pitkän työuran meijerialalla ennen oman meijerin perustamista. Lundström oli mukana valmistamassa erilaisia juustovalmisteita lukuisille eri työnantajille ja hän työskenteli myös biotekniikan parissa, eräässä juustolassa asiantuntijatehtävissä sekä tuntiopettajana opettamassa muun muassa kotieläinten hoitoa ja ruokintaa. Oma meijeri Arctic Milk Oy täytti kymmenen vuotta vuonna 2020. (TAKO/DO42:19)

Yrittäjäksi ryhtyminen voi olla maaseudulla ratkaisu riittämättömään toimeentuloon tilanteessa, jossa yrittäjäksi ryhtyvä haluaa jatkaa elämistä kotiseudullaan. Maaseudulla tapahtuvassa yrittämisessä on keskeistä voimakas sitoutuminen paikkaan, monissa tapauksissa suvun omistamaan tilaan. (Heinonen 2000, 26) Sukutilan jatkaminen on ollut yrittäjille varsin luontevaa ja hyvin pian on ymmärretty, että on välttämätöntä kehittää maanviljelystä ja yritystoimintaa edelleen ja ikään kuin päivittää toimintaa tähän päivään. Joillekin uudistuminen on tarkoittanut liittymistä luomuun ja kaikkia sen mukanaan tuomia muutoksia. (TAKO/DO42:5–6, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:15)

Monella uudistumiseen johtaneet syyt löytyvät taloudellisista lähtökohdista: pelkkä alkutuotanto ei tahdo riittää, vaan on otettava mukaan myös jatkojalostus, jotta saa leivän pöytään.

Anni-Inkeri Törmäsen äiti Aino-Liisa Lukkari oli 1980-luvulla mukana verkostomarkkinoinnissa ja myi kainuulaisille ulkomaisia mausteita ja elintarvikkeita. Samanaikaisesti he miettivät miehensä kanssa, että mitä tekisivät omistamallaan kymmenellä peltohehtaarilla ja siitä lähti idea alkaa itse kasvattamaan ja kuivaamaan luomuvihanneksia ja myymään niitä suoraan kuluttajille ja firma perustettiin vuonna 1989. Haastateltu kehuu äitinsä idearikkautta ja innovatiivisuutta ja tuotevalikoima karttuikin nopeasti laajentuen viherjauheisiin, maustesekoituksiin, yrttiteehen, viljatuotteisiin, marjoihin ja erilaisiin makusiirappeihin. Perheyriyksessä ymmärrettiin, että jatkojalostamalla viljat ja keruutuotteet saa ”paksumman siivun”, kuin että myisi raaka-aineena eteenpäin. Haluttiin myös, että yritystoiminta jatkuu ja asiakkaita palvellaan jatkossakin hyvin. (TAKO/DO42:2)

Lietolainen Heinosten pariskunta viljelee isännän kotitilaa, jolla oli aiemmin ollut peltoviljelystä. Tuotanto kävi EU:hun liittymisen myötä kannattamattomaksi ja tuli ajankohtaiseksi keksiä jotain muuta peltoviljelyn lisäksi. Pariskunta harjoitti jonkin aikaa kanankasvatusta, mutta sekään ei

kannattanut. Isännällä oli taustaa luonnonsuojelussa ja sen myötä syntyi luontainen kiinnostus luomuviljelyyn. Koivunalhon tila siirtyi kokonaan luomutuotantoon vuonna 1995 ja luomun mukana viljelykierto monipuolistui, alettiin viljellä nurmisiementä ja kokeiluun tuli myös erilaisia palkokasveja. 1990-luvulla tilalla viljeltiin muun muassa härkäpapua ja 2000-luvulle tultaessa isännän kiinnostus palkokasveja kohtaan lisääntyi entisestään. Esa Heinonen etsi etsimistään erilaisia palkokasveja viljelykiertoa monipuolistamaan, löysi sinilupiinin ja Heinokset päättivät ryhtyä koettamaan sen viljelyä. Karjattomalla luomuviljelytilalla viljelymenestys perustuu nimenomaan palkokasvien viihtyvyyteen, sillä kasvit ottavat ilmakehästä tarvitsemansa typen.

Tietämättä alkuun ollenkaan niin kun mihin tarkoitukseen ylipäätään, oltiin vaan kiinnostuneita siitä kasvina, koska se oli palkokasvi ja tiedettiin hyvänä valkuaiskasvina, mut et sit ihan niin kun kaupassa, kun ollaan käyty ja niin kun löydettiin erikoistuotehyllyiltä niin ku ulkomaalaista lupiinijuhoa ja sit tutustuttiin siihen tarkemmin ja katottiin et täähän on ravitsemusarvoiltaan aivan huippu hyvä. Mietittiin et miksei sitä oo suomalaista lupiini tuotetta olemassa ja siitä lähti sit tää oma jatkojalostusajatus. (TAKO/DO42:5)

Osa yrittäjistä suhtautuu sukutilan jatkamiseen pikemminkin pragmaattisesti kuin erityisen kutsumuksen kautta. Kun luomuvihanneksia ja luonnontuotteita jatkojalostavan yrityksen perustaja ja toimitusjohtaja sairastui vakavasti, päätti hänen tyttärensä ottaa vetovastuun perheyriksen toiminnasta. (TAKO/DO42:2) Murtolan Hamppufarmin isäntä Ville Virtanen kertoo syistä ja olosuhteista, jotka johtivat hänet maatilayrittäjäksi:

No maatilapuoli jäi sillai vähä kun noi, isoveli oli lähteny jo periaattees tilalta muualle hommiin, ja tietysti se oli, mä olin varmaan se aktiivisin täsä mikä oli näis maatilanhommis periaattees.. tein töitä nii siit se varmaan on se kiinnostus koneihi ja tämmösee tekniikkaan periaattees tullu, nii siit se jäi sitten. No toi on tietysti se et maatilayrittäjäyys, se tuli siinä sit niiku.. vähä niiku sukurasitteena [nauraa], tai et miks sitä vois sannoo, emmä tiiä onko se rasite, mutta kummiski, sillai niiku automaattisesti, et ku kiinnostus oli just tähän. (TAKO/DO42:9)

Murtolan Hamppufarmin pariskunnan kiinnostus hampunviljelyyn alkoi vuonna 2013, jolloin Turun Ammattikorkeakoulun hyötyhamppu hankkeesta kyseltiin kiinnostusta kokeilla mehiläisten pölytystä hamppupellolla. Ajatuksena oli saada hamppuhunajaa ja tutkimustietoa hyötyhamppuprojektille. Hamppuhunajaa ei saatu, mutta kiinnostus öljyhampun viljelyyn jäi kytemään, vaikka alkuun olikin uuden kasvilajin kanssa paljon opittavaa. Vuonna 2014 valmistui uusi tuotantorakennus, jossa he pystyvät säädösten mukaisesti jalostamaan ja pakkaamaan

hampunsiementuotteita. (TAKO/DO42:8–9, <https://hamppufarmi.fi/pages/keita-olemme-1>, luettu 31.1.2021)

Kolme haastateltua on päätynyt töihin sukutilalle avioliiton kautta. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:9) Elina Simolan suvussa ei ole harjoitettu maataloutta. Simola toteaa eläinrakkauden olevan alkuperäinen syy siihen, miksi hän hakeutui työskentelemään maitotilalle. Yrittäjyyteen hän on kasvanut työtä tekemällä. (TAKO/DO42:1) Murtolan Hamppufarmin Virve Kettunen työskenteli aikanaan vuorotyössä Nokian tehtailla melkoisen matkan takana ja yrittäjyys omalla tilalla tuli ajankohtaiseksi, jotta aikaa jäisi enemmän myös perheelle. (TAKO/DO42:8)

Yrittäjiksi hakeutuvat ovat keskimäärin muita useammin itsenäisyyttä ja riippumattomuutta arvostavia ja tavoittelevia henkilöitä. (Huuskonen 1992, 65; Ikonen 2008, 105) Huuskosen mallin mukaisesti yrittäjän vapaus ja halu parantaa maailmaa voidaan nähdä myönteisinä vetotekijöinä yrittäjäksi ryhtymiselle. Koivunalhon luomutilan Esa Heinonen kertoo pääasialliseksi syyksi yrittäjäksi ryhtymiselle halun itsenäiseen toimintaan. Heinosen mukaan vapaus ja halu kehittää mahdollistuvat parhaiten yrittäjänä toimimisessa. Heinonen myöntää, että hänessä on maailmanparantajan vikaa ja motivaattorina toimii ajatus siitä, että pellot ja maailma ylipäänsä on parempi paikka heidän jälkeensä, kuin silloin kun he vaimonsa kanssa aloittivat yritystoiminnan. He eivät tee työtä rahan takia, vaan siksi että asioita saataisiin vietyä oikeaan suuntaan. (TAKO/DO42:5) Viisi yrittäjää kertoo tavoittelevansa tuotteillaan mahdollisimman puhdasta ja aitoa makua. (TAKO/DO42:4JJ, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:11–12, TAKO/DO42:13)

Yrittäjäksi voi päätyä myös puolivahingossa, kuten kävi kiinteistönvälittäjänä toimineelle Timo Jokiselle, joka päätyi paraislaiselle omenatilalle silloisen ammattinsa kautta. Hän oli huomannut, että paikka oli myynnissä, kävi katsomassa paikan päällä ja totesi tontin olevan ohittamaton mahdollisuus. Jokinen asetti ehdoksi kaupoille sen, että mikäli tontille saisi rakennusluvan omakotitalolle, kaupat olisivat selvät ja niin sitten kävikin. Jokisten ostamalla tilalla kasvoi yli 3000 omenapuuta. Ensimmäisinä vuosina he keräsivät ja myivät omenat sellaisenaan eri jälleenmyyjille, mutta hyvin pian he tulivat siihen tulokseen, että omenat täytyy saada hyödynnettyä paremmin ja

siitä lähti idea viinitilan perustamisesta. Viinitilatoiminnan sallinut laki tuli voimaan 1.1.1995 ja se antoi viimeisen sysäyksen sille, että viinitila perustettiin seuraavana vuonna. (TAKO/DO42:4TJ)

Veljensä kanssa vanhempiensa perustamaa luomumaitotilaa pyörittävä haastateltu kertoi, että he olivat veljensä kanssa alkaneet pohtia maidon jatkojalostuksen aloittamista, mutta eivät olleet tehneet vielä mitään konkreettisia ratkaisuja. Kun kolme idearikasta jäätelötehtaan perustajaa otti yhteyttä veljeksiin ja ehdotti yhteistyön aloittamista, oli ratkaisun tekeminen mukaan lähtemisestä varsin helppo. Suomisen Maito Oy perustettiin Auraan, vanhaan Sisun pastillitehtaaseen vuonna 2014 yrityksen viiden perustajajäsenen toimesta. Tuotteiden valmistuksessa käytettävä maito tulee perustajajäsenten, nuorten isäntien Olli ja Samuli Suomisen kotitalalta ja ensimmäinen tuote valmistui vuoden 2014 lopulla. Ideana oli, että valmistetaan luomujäätelöä parhaista saatavilla olevista raaka-aineista. Läheltä saatavan laadukkaan luomumaidon lisäksi myös muita raaka-aineita lähdettiin etsimään sillä periaatteella, että hankinta- ja tuotantoketjut olisivat mahdollisimman lyhyet ja hyvin jäljitettävissä. (TAKO/DO42:11–12)

Suomen johtavan viski- ja ginitislaamon alun voidaan ajatella alkaneen Lontoon viskimessuilta vuonna 2011, kun viskiharrastaja Miika Lipiäinen tutustui ruisviskivalmistajaan ja heidän erinomaiseen tuotteeseensa. Tämän jälkeen Lipiäiselle tuli ensimmäisen kerran mieleen yhdistää Suomi, ruis ja viski.

Se idea jäi elämään päähän, kunnes sitten satuttiin oikealla porukalla kokoontumaan saunan lauteille tossa 2012 ja toukokuussa Karjalohjalla. Siellä sitten meit oli kokoelma iloista juhlakansaa ja ruisviskiä naukkailtiin siinä, jonka olin tuonu paikalle ja vauhosin siitä ideasta siinä ja siinä sitten porukoissa tuli fiilis päälle, että no hitto vie, pitäiskö meidän tehdä tää homma. Lähetettiin siinä innostuksissa heti jo samana iltana vähän kirjoittelemaan maileja kaikille mahdollisille ihmisille, joita tuli vaan mieleen, että minkälainen juttu tällasta ois lähtee tekemään. Ja toisin kuin useimmat ideat, jotka saadaan saunassa ja pullo on vähän kiertänyt siinä, ni tää oli itseasiassa hemmetin hyvä vielä seuraavana aamuna. Ja siitä lähti se pitkä polku, joka kesti oikeestaan pari vuotta, kunnes päästiin sitten tislaamaan. (TAKO/DO42:18)

Ennen yritystoiminnan alkua ehti tapahtua kaikenlaista. Piti muun muassa päättää, että onko kyseessä harrastus, vai perustettaisiinko toiminnan ympärille firma. Tislaamon perustajajäsenet totesivat, että toiminta olisi aivan liian kallista ja raskasta harrastukseksi, joten päädyttiin perustamaan yritys marraskuussa 2012. Porukkaan tuli tässä vaiheessa muutama henkilö lisää,

osaamista lähetettiin kehittämään ja etsimään rahoitusta. Yritystoimintaa alettiin rakentamaan syyskuussa 2013 pitkällisten etsintöjen jälkeen erään perustajajäsenen naapuriin Isoonkyröön, Oltermannin vanhan meijerin tiloihin ja huhtikuussa 2014 tislauspannut lämpenivät ensimmäistä kertaa. (TAKO/DO42:18)

Tutkimusaineiston ainoa mehiläistarhaaja Finhoneyn Nora Mäntysaari on helsinkiläissyntyinen maallemuuttaja, maa- ja metsätaloustieteiden maisteri, joka ehti työskennellä käytännön eläintenhoitotyössä, yritysmaailmassa ja ministeriötason asiantuntijatehtävissä ennen mehiläistarhaajaksi ryhtymistään. Finhoney on kaiken kaikkiaan Nora Mäntysaaren kolmas yritys, mutta toinen hunaja-alan yritys, sillä erotuksella että yritys on hänen itsensä kokonaan omistama osakeyhtiö. Mäntysaari teki työtä mehiläisten ja hunajan parissa aiemmin sivutoimisesti, mutta noin vuosi sitten hän jättäytyi pois muista töistä ja alkoi panostamaan ainoastaan omaan yritykseensä. Finhoneyn pääasiallinen tuote ovat erilaiset lajihunajat. Mäntysaari ajattelee, että hänen eläinrakkautensa ja lapsuudenperheelleen ominainen kiinteä luontosuhde ovat vaikuttaneet siihen, että hän on päätenyt hunajayrittäjäksi. Mäntysaari arvelee myös, että monimutkainen henkilöhistoria on tehnyt hänestä kunnianhimoisen ja tavoitteellisen luonteen ja Mäntysaari näkee sen olleen hyödyksi työurallaan. (TAKO/DO42:13)

Lapsesta saakka maatilalliseksi tähdännyt juustolayrittäjä Saloniemen Riitta pyrki määrätietoisesti kohti unelmaansa, vaikka sekä miehen että hänen oman lapsuudenperheensä kotitilat menivät eri syistä niin sanotusti sivu suun.

Se oli jotenkin niinku niin sisäänrakennettu homma, et mä olen halunnut aina niinkun maatilalliseksi, – – mulla ei ikinä ollut mitään muuta haavettakaan kun tämä. – – Tämä on ihan ostettu ulkopuolisilta ja – – se on ihan käytännön sanelemist, eli meidän molempien tilat – – oli silloin sitten jo myyty ja – – sitten taas mun kototila oli sillai ettei oikein tiedetty, et kenelle se myydään – – niin sit mä en jaksanut odottaa, et sitä päätöstä tehdään, ni sit mä päätin että me ostetaan tämä. Eli se oli niinku tämmönen mun oikku. (TAKO/DO42:10)

Saloniemen juustolan tuoteidean voidaan katsoa alkaneen yrittäjän rakkaudesta juustoja kohtaan yhdistettynä omavaraisuuden tavoitteluun. Saloniemen pariskunta muutti vuonna 1998 tilalle ja aloitti yritystoiminnan. Ensimmäiset eläimet hankittiin pian ja vuonna 2000 oli ensimmäinen laitoslupa juustolalle hankittuna. Juustonvalmistus alkoi vuohenjuuston teolla, kunnes vuonna 2010 juustolaa laajennettiin ja lehmänmaitojuustot otettiin valmistukseen. (TAKO/DO42:10)

Yrittäjät yhdistävät positiiviseksi mieltämiään ominaisuuksia kuten määrätietoisuus ja intohimo työ- ja yritys-elämässä menestymiseen. (TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:16, TAKO/DO42:19) Yrittäjien persoonallisuuksien kuvausyritysten keskeinen ongelma on se, että ne ovat täysin riippuvaisia 'yrittäjän' määritelmästä. (Huuskonen 1992, 57) Yrittäjien persoonallisia ominaisuuksia tutkivat lähestymistavat voivat olla käyttökelpoisia silloin, kun arvioidaan yksilön arvomaailmaa ja ominaisuuksia nimenomaan yrittäjyyden näkökulmasta. (Heinonen 2000, 20)

Myssyfarmin Rauhansuu kokee, että ulkomailla vietetyt vuodet olivat saaneet arvostamaan kotimaata, sen ympäristön ja ruoan puhtautta. Kipinä maatalouden harjoittamiseen ja kehittämistoimintaan oli syttynyt.

Sitte 2008 muutin sit Suomeen ja mä olin, et mä rupeen kehittää sitä maatilaa, et nyt on se aika, ja se, heti silloin ruvettiin siirtämään sitä tuotantoa luomutuotantoon. Ja sitten mul oli selkeesti visiona, kun mä näin, että meillä Suomessa, meillä pitää keskittyä kasvisvalkuaisiin, eli kasvisproteiinituotantoon. (TAKO/DO42:7)

Elintarviketuotannon lisäksi perheen yrityksenä toimii Myssyfarmi Oy, joka jalostaa Suomen alkuperäisrodun suomenlampaan villaa asusteiksi ja vaatteiksi sekä työllistää eläköityneitä, neulovia naisia. (<https://myssyfarmi.fi/>, luettu 2.4.2021)

4.2 Puitteet

Sijainti

Suurin osa tutkimusaineiston yrittäjistä harjoittaa tointa kotitaltaan käsin. Ainoastaan neljällä yrityksellä ei ole omaa alkutuotantoa. (TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:16–17, TAKO/DO42:18, TAKO/DO42:19) Ainoastaan kahden yrityksen toimitilat sijaitsevat kaupungissa, Entis Oy:n ja Arctic Milk Oy:n (TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:19). Toiminnan ja toimialan luonne vaikuttavat siihen, mikä on yrityksen kannalta paras sijoittumispaikka. Toisilla toimialoilla painottuvat raaka-aineiden ja työvoiman saatavuus, toisilla markkinoiden ja verkostojen läheisyys sekä logistiset yhteydet. Myös kuntien harjoittamalla elinkeinopolitiikalla saattaa olla merkitystä yritysten sijoittumisessa. (Paavola 2003, 23, 80)

Hunajantuottaja toimii yrittäjänä asuinpaikkakunnallaan Loimaalla, mutta hänellä on eri syistä mehiläispesiä myös Vantaalla, Nurmijärvellä ja Qvidjan tilalla Nauvossa. Asuinpaikan lisäksi yrityksen sijaintiin on vaikuttanut myös se, että alueella on runsaasti maataloutta, joka edesauttaa joidenkin lajihunajien tuotantoa. Vaikka kaupungeissa tapahtuva mehiläistarhaus lisääntyy koko ajan, on yrittäjä sitä mieltä, että hunajantuotanto on mutkattomampaa maaseudulla kuin kaupungissa. (TAKO/DO42:13) Panimoyrittäjät perustivat yrityksensä Loimaalle siksi, että se on heidän asuinpaikkakuntansa, mutta myös siksi, että he halusivat jatkaa paikkakunnan pitkää panimohistoriaa, joka oli katkennut jo vuosikymmeniä sitten Loimaan Oluttehtaan lopetettua toimintansa. (TAKO/DO42:16–17)

Erityisesti sukutiloja jatkavilla ja kotoaan käsin yritystä pyörittävillä tilallisilla yrityksen sijoittuminen on tapahtunut ikään kuin orgaanisesti ilman sen suurempia pohdintoja, kun taas toiset ovat pohtineet yrityksensä sijaintia hyvinkin perusteellisesti ja monesta näkökulmasta. Kyrö Distilleryssä harjoitettiin pitkällistä ajatus- ja kartoitustyötä heidän pohtiessaan kotipaikkaa yritykselleen. Kyrö erottuu tutkimusaineiston muista yrityksistä mm. siten, että yrittäjät pohtivat sijaintia myös markkinoinnillisesta näkökulmasta ja he antavat selvästikin runsaasti painoarvoa sekä erilaisia merkityksiä yritystä ympäröivälle miljöölle. Sijaintia hyödynnetään aktiivisesti mielikuvamarkkinoinnissa ja kaiken kaikkiaan kyseinen yritys satsaa markkinointiin huomattavasti enemmän kuin aineiston muut yrittäjät. Pelkästään markkinointia ja myyntiä on tekemässä kahdeksan työntekijää. (TAKO/DO42:18, https://kyrodistillery.com/region_FI/fi/ luettu 4.2.2021)

Meijeriyrittäjä on aloittanut yritystoimintansa Kiuruvedeltä, jossa sattui kymmenen vuotta sitten olemaan meijeritoiminnan harjoittamiseen sopivat tilat vapaana. Vuonna 2017 yritys siirsi toimintansa logistisista syistä Forssaan, maaseutukaupunkiin maaseudun keskelle, missä maito tulee naapurikunnista ja juustonvalmistuksessa syntyvä hera välitetään läheiselle suurelle sikatilalle. Yrittäjä kiittelee Forssan sijaintia ja jakelun sujuvuutta. (TAKO/DO42:19)

Viljelyala ja -kasvit sekä eläimet

Kymmenellä tilalla harjoitetaan maanviljelystä ja näistä viidellä on eläimiä. Kuudessa yrityksessä ei harjoiteta viljelyä ja kun näistä vähennetään mehiläistarhuri, jää jäljelle viisi yritystä ilman eläimiä. Kaikilla viljelijöillä on omien tilustensa lisäksi myös vuokrapeltoja tai laitumia. Tutkimusaineiston maatilayrityksistä loimaalainen LuomuHeikkilä on selkeästi suurin, sekä hehtaareiltaan (320 ha), että eläinten määrällä mitattuna. Tilalla laiduntaa 200–300 nautaa, hereford -karjaa ja kyyttöjä. Eläinten pääluku elää vuodenaikojen mukaan ja 2020 keväällä tilalle syntyy noin 120 vasikkaa. Heikkilällä on sata hehtaaria perinnebiotooppeja ja laitumia, parisen sataa hehtaaria peltoviljelyssä (josta puolet nurmella ja puolet luomuviljalla) sekä hieman turvesuota. (TAKO/DO42:15) Laitilalaisen Saloniemen juustolan kaikki eläimet ovat alkuperäisrotuisia: 35 Länsi-Suomen karjaa ja 2020 kevään poikimisten jälkeen vuohien lukumäärä on yhteensä noin 200. Pelto- ja luonnonlaitumia Saloniemillä on yhteensä noin 90 hehtaaria. (TAKO/DO42:10) Pöytyäläisellä maidontuotantotilalla on yhteensä 60 lypsävää, noin 160 hehtaaria viljelymaata ja 80 hehtaaria metsää. (TAKO/DO42:1) Suomisen Maito Oy:llä on 120 friisiläistä ja ayshireä, sekä kanoja vajaat 20 000. Lehmiä varten viljellään nurmea ja kanoille viljaa. Lisäksi viljelyssä on hieman hernettä ja härkäpapua valkuaiskasveiksi. (TAKO/DO42:12) Lajihunajia tuottavalla mehiläistarhaajalla on tällä hetkellä noin 90 mehiläispesää, mikä ”alkaa olla sellanen niin sanottu raja sille, että sitte sä oot ikään kuin ammattitarhaaja, kun sulla on noin sata pesää. Että se aika usein vaatii sen määrän.” (TAKO/DO42:13)

Luonnontuotteiden keruuseen ja jatkojalostamiseen, sekä luomuvihannesten viljelyyn ja niiden kuivattamiseen erikoistuneella pudasjärveläisellä perheyrityksellä on noin kahdeksan hehtaaria peltoa viljelyksessä, hyvää karkeaa hietaa, joka on erinomainen kasvualusta sipulille, porkkanalle, nauriille ja perunalle. (TAKO/DO42:2) Turun saaristossa sijaitsevan omenanviljelytilan koko on kaikkiaan noin 20 hehtaaria, josta noin kuusi hehtaaria on tällä hetkellä viljelyssä ja noin neljän hehtaarin alueella puut uusittu parin viime vuoden aikana. Omenapuita on noin 8000 ja päärynäpuita 1000. (TAKO/DO42:4)

Koivunalhon luomutilan isäntä kuvailee hyvin problematiikkaa, joka liittyy peltopinta-alaan ja erityisesti valkuaiskasvien viljelyyn sekä luomutuotantoon:

Se vaihtelee tota. Tietysti vähän vuosittain, et kun viljelykierron pitää olla pitkä, siinä pitäis olla aina 7 vuotta vähän niin kun väliä ennen, kun tulee uudestaan samalle lohkolle kasvitautien ja tuholaistorjunnan takia. Niin se rajoittaa sitä mitä maksimissaan voi olla. Mut meidän peltopinta-ala on nyt vuokramaineen hiukan yli 100 hehtaaria, niin sitä lupiinia voi olla 10–15 hehtaaria vuodessa. Meillä on heinäkavien tuotantoa paljon ja on kauraa, venhää, ohraa, härkäpapua, hernettä. Et meillä on varmaan vähän liikaakin niitä mut et toisaalta just niin kun luomutilalla niitä on pakko olla paljon, tietysti voisi ajatella tämän viljelykierron niinkin, että tänä vuonna oli paljon yhtä lajia, ja ens vuonna toista lajia, mut me nyt melkein joka vuosi ollaan seitsemää kahdeksaa eri lajia aina viljelty. On myös metsää. (TAKO/DO42:5)

Pöytyäläisen Myssyfarmin noin kahdellasadalla viljelyhehtaarilla pääkasveja ovat syysrypsi ja herne ja myös siellä luomutuotanto ja valkuaiskasvien viljelykierto aiheuttavat päänvaivaa.

(TAKO/DO42:7) Hamppufarmilla hampun viljely on varsin pienessä roolissa, sillä pääosalla 150 hehtaarin peltoalasta on kauralla, ohralla ja apilalla ja hampua vuosittain vain noin 20 hehtaaria. Metsää Murtolalla on noin 120 hehtaaria. (TAKO/DO42:8–9)

Työntekijät

Elintarvikealan pienten ja keskisuurten yritysten nykytilaa, toimintaympäristöä ja tulevaisuuden näkymiä kartoittaneen kyselytutkimuksessa selvinneiden havaintojen mukaan kyseiset yritykset rekrytoivat pääosin omien verkostojensa kautta. Tutkimuksessa haastatelluista yrittäjistä ainoastaan vain noin joka kymmenes aikoo jatkossa rekrytoida työvoimatoimiston kautta. Osaavan henkilöstön löytyminen tulee korostumaan entisestään tulevaisuudessa ja yli 20 prosenttia kyselyyn vastanneista yrittäjistä suunnittelee maahanmuuttajien rekrytoimista yritykseensä. Pitkiä ja läheisiä työsuhteita pidettiin tärkeinä, mutta myös määräaikaisten ja kausityöntekijöiden apua arvostettiin.

Työntekijöiden luotettavuutta arvostettiin ja työluopakäytänteisiin ja muuhun byrokraatiaan toivottiin helpotusta. (Vaara ym. 2020, 29)

Oman tutkimusaineistoni hankkimisen yhteydessä yrittäjiltä tiedusteltiin, että keitä yrityksessä työskentelee, onko heillä ulkopuolisia työntekijöitä ja jos on, niin miten heidät on löydetty. Työn sesonkiluonteisuudesta johtuen suurin osa yrityksistä käyttää vakituisen henkilökunnan apuna kausityöntekijöitä. Ainoastaan hunajayrittäjä tekee työtään täysin yksin, ilman sesonkiapua, joskin hänkin on ulkoistanut yrityksessään varastoinnin ja logistiikan. (TAKO/DO42:13) Hänen lisäksi

kolmessa muussa yrityksessä on päätoimisia yrittäjiä ainoastaan yksi henkilö, mutta lisäksi käytetään sesonkityöntekijöitä. (TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:4) Kahdessa maatilayrityksessä työntekijöinä toimii ainoastaan omat perheenjäsenet (TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:5), sekä toisessa lisäksi lasten puoliset, sen minkä muilta töiltään ehtivät (TAKO/DO42:3). Kaiken kaikkiaan kuudessa perheyrityksessä työskentelee omien perheenjäsenten lisäksi ulkopuolisia vakituisia työntekijöitä yksi – kaksi henkilöä. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:15, TAKO/DO42:16–17)

Moni yrittäjä käyttää urakoitsijoita ja vuokratyöntekijöitä erilaisissa töissä. Työt ovat joko luonteeltaan tai välineistöltään sellaisia, että niiden teettäminen ulkopuolisella on sekä laadullisesti, ajankäytöllisesti että taloudellisesti järkevää. (mm. TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:15, TAKO/DO42:16–17) LuomuHeikkilässä käytetään urakoitsijoita:

No täl hetkel kaks mun lisäksi, sit on urakoitsijoita, esimerkiksi lannanlevitys on urakoitsijoilla. Ja sit mul käy tossa karjanjalostus – ja kehityshommassa käy sellanen yks luottotyypä, mikä ei oo vakituisena, mut se tekee rupeamia, se tulee siementämään lehmät ja tekemään tämmöst niinku jalostushommaa. Ja kun kaikki eläimet laiduntaa, niin se hoitaa sellaisia laidunsiirtoja. Laidunryhmien tekemistä ja sit sil on huippupaimenkoirat, niin se siirtelee sitten hänen koirillaan sitten. (TAKO/DO42:15)

Neljä yrittäjää mainitsee työntekijöiden löytyneen niin sanotusti virallisen rekrytointiprosessin kautta eli Mol.fi:stä. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:19) Marttilalaisella hampputilalla kävi erinomainen tuuri, kun eräs henkilö otti itse heihin yhteyttä, kun hän tarvitsi Kelan järjestämässä kuntoutuksessa ollessaan työssäoppimisjakson. Henkilö oli heillä töissä tuolloin vain kahden viikon jakson, mutta yrittäjä huomioi jo tuolloin kuinka ahkera työntekijä hän on. Kun HamppuFarmin yrittäjäpariskunta tarvitsi myöhemmin lisää työvoimaa, soittivat yrittäjät hänelle ja nyt ko. henkilö on ollut töissä yrityksessä jo kuuden vuoden ajan. (TAKO/DO42:8) Myös juustolan ja meijeriyrittäjä kiittelevät hyvää tuuriaan rekrytoinneissa. (TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:19) Kun tislamo yrittäjältä kysyttiin, että mitä kautta uudet työntekijät ovat löytyneet, kuvastaa vastaus hyvin sitä, kuinka Suomelle täysin uudesta toimialasta on kyse ja miten erilaisilla koulutustaustoilla olevat ihmiset hakeutuvat tällaisiin ”uudisraivaajahenkisiin” tehtäviin:

Vähän kaikennäköisiä. Et täähän on tällai juttu mitä Suomessa ei oo juurikaan tehty. Altia, joka on siinä, Koskenkorva, joka on meit lähellä, ni sehän on hyvin eri näkönen operaatio. Et sehän on sellanen prosessikemian tehdas. Ja meillä sit taas tää juttu on läpileikkaavasti sekä tislaamisen, että tarinankerronnan taidetta. Jos näin julkeasti voi sen asian esittää. Elikkä kaikki paikat missä meillä tehdään työtä ja tuotetaan sitä juomaa, niin on myös osa tarinaa, osa vierailijakokemusta, osa kuvattavaa ja netissä ja muual maailmaa kerrottavaa Kyrön taivalta. Ja sellanen ympäristö ja sellanen tekeminen on hyvin erityyppistä, ku nois tuolla hiomassa sitä prosessia ja parantamassa automaatiota ja niin edespäin. Se tarkoittaa sitä, et me ollaan kaikki jouduttu tietyllä tapaa kouluttaa melkein nollasta. Joten meillä on klassisen musiikin opettajaa, meillä on ollu eläinlääkäriä, meillä on ollu elintarviketeknikkoa tai on siin edelleenkin. Ja sit me perustajatki ollaan hyvin erinäisiltä taustoilta, et on insinööriä, biologia, kauppatieteilijää ja niin edespäin. Et samalta näyttää se henksukin, et harva on ollu tällä alalla töissä aiemmin. Itseasiassa, oikeestaan yks vaan on joka on tullu pienpanimolta meille, mutta kaikki muut on sit oppinu uuden ammatin tässä samalla. (TAKO/DO42:18)

Laaja-alaisuus on myös sen johdosta ymmärrettävää, että Kyröllä on tutkimusaineiston yrityksistä suurin henkilökunta, 35 täystyöllistettyä, joiden lisäksi seitsemän henkilöä tekee hommia osa-aikaisesti. (TAKO/DO42:18) Toiseksi eniten työntekijöitä on Arctic Milk:illä, yhteensä 17 henkilöä. (TAKO/DO42:19) Jymy-jäätelöllä on viiden perustajajäsenensä lisäksi seitsemän henkilöä töissä, joista kaikki paitsi yksi on löytynyt julkisella haulla. (TAKO/DO42:12) Sirkkatuotteita jatkojalostavassa Entis Oy:ssä henkilökunta koostuu yhdestä työntekijästä ja viidestä perustajajäsenestä, joilla on jokaisella oma vastuualueensa. (TAKO/DO42:14) Edellä mainitut yritykset ovat kaikki osakeyhtiöitä, ja Arctic Milk:iä lukuun ottamatta kaikkia niitä johdetaan kaupungeista käsin. Kyrö, Jymy ja Entis panostavat runsaasti yrityksen brändäämiseen ja tuotteidensa markkinointiin. (TAKO/DO42:11–12, TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:18)

Ainoastaan yksi haastateltu antaa kriittisen lausunnon koskien rekrytointeja. Ensin hän kritisoi sitä, että hakijat ovat kovin nuoria, eikä heillä ole aikaisempaa kokemusta nautojen hoidosta. Tällaisen henkilön palkatessaan yrittäjän täytyy varata runsaasti aikaa perehdyttämiseen. Toinen kritiikin kärki kohdistuu ulkomaalaistaustaisiin työntekijöihin ja erityisesti heidän puutteelliseen kielitaitoonsa. (TAKO/DO42:1)

Yritysten taloudelliset todellisuudet

Rahasta on usein hankala puhua, etenkin hieman vieraammille ihmisille ja niin on tässäkin tapauksessa. Valtaosa haastatelluista vastaa kysymykseen toiminnan vaatimista taloudellisista resursseista kovin ympäröivästi, eikä haastattelijat myöskään ole lähteneet pyytämään täsmennyksiä vastauksiin.

Toiminnan käynnistäminen, tuotantotilat, koneet ja laitteistot sekä markkinointi ovat kohteita, joihin uppoaa runsaasti resursseja ja jostain nämä varat on hankittava. (TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:11–12, TAKO/DO42:16–17, TAKO/DO42:18) Vain muutama yrittäjä kertoo pyörittävänsä toimintaa täysin ilman ulkopuolista rahoitusta tai vierasta pääomaa. (TAKO/DO42:5–6, TAKO/DO42:16–17). He vetoavat varovaisuuteen ja sanovat haluavansa välttää suurempia riskinottoja.

Ni tää menee ihan ilman, ilman vierasta pääomaa, että me tehdään pienimuotoisesti ja just sitten tunnustellaan, et onko markkinoita ja ollaan tietysti valmiuksissa ja selvitetty kokoajan, et jos se alkaa vetämään niin sit pitää itse laajentaa ja rakentaa tuotantotiloja. (TAKO/DO42:5)

Loimaan Panimon yrittäjä myi aiemman perheyrietyksensä ja perusti tuosta kaupasta saaduilla varoilla olutpanimon ja tämä pääoma mahdollisti alkusijoitusten tekemisen, hintavien laitteistojen hankinnan yms. Paraikaa panimolla pohditaan investointien tekemistä, tuotannon kasvattamista sekä aikatauluja ja näyttää varmalta, että siinä kohtaa ulkopuolisen rahoituksen tarve tulee välttämättömäksi. (TAKO/DO42:16–17)

Omien säästöjen lisäksi pääasiallisena rahoittajana on toiminut pankki (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:13) ja yksi yrittäjä kertoo saaneensa tukea Leader -toimintaryhmältä (TAKO/DO42:2) ja toinen ELY-keskukselta (TAKO/DO42:4). Siideripanimoyrittäjä saa hirvieläinten omenaviljelyksille aiheuttamien vahinkojen ehkäisemiseksi tarkoitetut aitamäärärahat valtiolta, mutta uusia omenatarhoja perustettaessa yritykselle ei tukia heru:

Mä voin sen verran kertoa tosta et ku siitä on olemassa aika hyvä yleiskuva niinku monenkin viljelijän kertomana, eli eli sanotaan nyt et täl uudella systeemillä niin lasketaan yleisesti että yhden hehtaarin istuttaminen kaikkinsa ni sen kustannus on kolmekymmentä neljäkättuhatta euroa. Eli eli siit voi sit laskea et ku laitetaan kymmenenkin hehtaaria mikä on pieni tila tänä päivänä, niin se on aika aika pääomaintensiivistä hommaa. Mut et toisaalta ni sitä helpottaa se et se tuotanto alkaa sit niin paljon aikaisemmin kuin vanhalla systeemillä. Se on ihan vaan se istutuskustannus, tässä ei ole mitään halleja mukana ollenkaan. (TAKO/DO42:4TJ)

Viinitilayrittäjällä suhde pankkiin on muodostunut varsin läheiseksi. Pankinjohtajia on kierrätetty tiluksilla ja heille on esitelty mitä kaikkea heidän myöntämällä rahoituksella on saatu aikaiseksi. Yrittäjän mukaan pankinjohtajat kiittelivät kokemusta ja se helpotti kanssakäymistä huomattavasti. (TAKO/DO42:4) Myös mylläri kertoo suhteen pankin kanssa olevan hyvä. (TAKO/DO42:3) Joitakin yrittäjiä isot lainamäärät selvästikin huolettavat ja asialla on suora vaikutus myös yrittäjien tulevaisuudensuunnitelmiin:

No siis lainaahan tietysti on jouduttu ottamaan, silloin ku tila on... Ville on ostanu vanhemmiltaan tilan, on. Ja jäätelötehdas myös on ottanu lainaa ku se on perustettu... Et lainamäärät ei oo ylitsepääsemättömän suuria, mut kyl niit sen verran vielä on et yritystoimintaa pitää jatkaa. Maidontuotanto pitää jatkaa. Tää vaatii aikaa, ei oo jouduttu niinku vieraalle työskentelemään eikä urakointihommia tekemään, et kyl tää tila meidät elättäny on. Ja on saatu lainoja kyllä maksettua takasinkin, tai että kyl se velkamäärä on pienentyny tässä vuosien saatossa. (TAKO/DO42:1)

Talouden heikentyminen ja sen myötä tapahtuva kuluttajakäytön muutos on johtanut muiden vaikutusten ohella myös maataloustuotteiden maailmanmarkkinahintojen laskuun. Tämä voi heikentää ruoka-alan kannattavuutta myös Suomessa. (Latvala & Väre & Niemi 2020, 7) Erilaiset kauppapoliittiset ristiriidat ja talouspakotteet sekä taudit vaikuttavat kansainvälisiin ruokamarkkinoihin. Koronaviruspandemia lisää huolta omavaraisuudesta. Yrityksillä tilanne on vaikeuttanut uusien asiakkaiden hankkimista. Maailman ruokamarkkinat ovat toimineet hyvin pandemiasta huolimatta, mutta viruksen vaikutuksia on hankala ennustaa ja seuraukset näkyvät globaalisti vielä pitkään. (TEM 2020, 34)

Kaksi yrittäjää puhuu siitä, että elintarvikeala on erityisen epävarma ja ei varsinaisesti kovin tuottava ala. (TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:8) Entis Oy:n Samuli Taskila kertoo, että yritystoiminta käynnistettiin perustajajäsenten omilla säästöillä, mutta koska kyse on volyyminbisneksistä ja toiminta vaatii paljon pääomia, ovat he sittemmin turvautuneet ulkopuolisten sijoittajien apuun.

(TAKO/DO42:14) Entis Oy:n lisäksi kaksi muuta yritystä on rahoittanut toimintaansa ulkopuolisten sijoittajien avulla sekä erilaisilla joukkorahoituskampanjoilla. Myssyfarmin Rauhansuu kertoo, että maatalouspuoli on pikkuhiljaa kasvanut siten, että se pyörii niin sanotusti omillaan, mutta villatuotepuolella on tarvittu ja saatu ulkopuolista rahoitusapua. Myssyfarmi oli yksi ensimmäisistä joukkorahoitusta saaneista maatiloista. (TAKO/DO42:7) Osuuspankki järjesti vuonna 2017 Jymy jäätelölle joukkorahoituskampanjan, jonka avulla Jymy-perheeseen saatiin 430 uutta pienosakasta ja sitä kautta lisää pääomaa laitekannan parantamiseen ja viennin rahoittamiseen. (TAKO/DO42:11–12)

4.3 Yrittäjän arki

Tavallinen työpäivä

Mun tavallinen työpäivä on semmonen että mä herään noin puol kello puol kuus ja totanoinniin lähden siitä suoraan navettaan. Hoidan ensiks koirat ja hevoset ja sen jälkeen vasikat ja sitten alotan lypsyn ja totanoin lypsetään ensin vuohet ja sitten lypsetään lehmät ja sit tota sinä aikana kun minä lypsän lypsän lehmii niin isäntä kuivittaa ja tota tekee apetta, – – semmosen rehuvaunun kans öö tekee ne rehut ja sitten sen jälkeen tullaan aamukahville ja tota aamukahvin jälkeen pähkäillään juustolatyöntekijän kanssa et mikä on päivän meininki et mitä täytyy tehdä et mitä on tilauksia. Ja sitten sen mukaan mitä on tilauksia niin joko minä lähden työntekijän kanssa juustolaan ja isäntä lähtee sit joko hakemaan hakemaan rehuja lähemmäs tai mettähommiin tai tai mitä täsä nyt sit, yleensä on korjaushommii jonkun verran ja toi ja sit taas mennään kello yhteentoist eli – – sit on ruoka-aika, mä teen ruoan meille ja toinoin ja sit jatketaan iltapäivä kello neljääntoista niin, et siin on kahvi ja sitten totanoinni niitä hommia tehdään sit niitä juustolahommia ja tilahommia niinku ne väliajat ja sit kello 16 mennään taas navettaan ja – – sitten illalla katotaan vähän kirjanpitoa ja seuraavan päivän tilauksii ja sähköposteja ja ja sit noin kello kymmenen me mennään nukkumaan. (TAKO/DO42:10)

Maaseutuyrittäjien arkipäivien kulku ja sisältö jäsentyvät vaihtelevien työtehtävien muodostamalle rytmille (Hämeenaho 2014, 74). Maataloudessa työaika vaihtelee kasvukaudella paljon. Työmäärä riippuu tilan koosta, tuotantosuunnasta, työmenetelmistä ja tilan tuotantoon käytettävistä panoksista. Näiden lisäksi työhön käytettyyn aikaan vaikuttavat yrittäjän henkilökohtaiset ominaisuudet, työjärjestelyt ja siisteys, tuotantopanosten ja välineiden laatu ja kunto sekä asetetut tavoitteet. (Rikkonen & Harmoinen & Teräväinen 2008, 53)

Haastateltavilta kysyttiin ”Työ ja oma yritys” -osion yhteydessä tavallisesta työpäivästä, että onko sellaista. Useampi yrittäjä vastasi heti ensi töikseen, että sellaista ei ole ja että kaikki työpäivät ovat erilaisia, mutta silti moni heistä kuvaili heti perään varsin seikkaperäisesti työpäivänsä kulkua. (mm. TAKO/DO 42:2, TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:7) Erilaiset muuttujat kuten esimerkiksi työntekijätilanne, tilauskanta, koneiden kunto yms. vaikuttavat päivien kulkuun. (TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:8, TAKO/DO42:10) Maatalouselinkeinojen parissa kun työskennellään, vuodenaajoilla ja säällä on luonnollisesti suuri merkitys töiden sisältöön ja niiden aikatauluttamiseen. Töiden sesonkiluonteisuus tulee ilmi useissa vastauksissa. (mm. TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:5–6, TAKO/O42:12, TAKO/DO42:13) Työpäivien kestossa on isoa vaihtelua vastaajien kesken. Osa kertoo tekevänsä noin kahdeksantuntista työpäivää (mm. TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:16, TAKO/DO42:19), mutta etenkin sesonkiaikoina päivien pituudet saattavat venähtää jopa kaksitoista- (TAKO/DO 42:17) tai kuusitoistatuntisiksi (TAKO/DO42:4).

Tavallista työpäivää ei ole. Työ on vaihtelevaa, sesongin aikaan tehdään pitkää päivää ja joinakin päivinä ei työskennellä lainkaan. (TAKO/DO42:2) Työpäivien epäsäännöllisyys nähdään myös positiivisena asiana, kun kahta samanlaista päivää ei ole. (TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:15) Osa haastatelluista yrittäjistä kuvailee työpäiväänsä erittäin seikkaperäisesti (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:10), kun taas toiset avaavat päivänsä kulkua hyvinkin ytimekkäästi: ”Tavallinen työpäivä on se, et aamul nousee ylös ja tota noin, lähtee myllylle töihin – ja tulee yhdeksän aikaan ehtool poies, ja on niinku taas valmiina nukkumaanmenoon”. (TAKO/DO42:3) Yrittäjien vastauksissa arki ja työ limittyvät toisiinsa lähes erottamattomasti. Tiloilla, joilla on eläimiä, eläinten hoitoon liittyvät työt määrittelevät hyvin pitkälti raamit työpäivälle. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:15)

Osa yrittäjien työpäivien kuvauksista on edelliseen verrattuna kovinkin erilaisia, erityisesti heillä, jotka eivät ole varsinaisen alkutuotannon kanssa tekemisissä. Heidän työpäivänsä koostuvat henkilöstöön, hallintoon, tuotantoon ja talouteen liittyvistä töistä sekä kontaktien ylläpitämisestä puhelimitse, sähköpostitse tai kasvotusten. (TAKO/DO42:11–12, TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:18–19) Entis Oy:n Taskilan mukaan hänen tehtävänänsä toimitusjohtajana on ennen kaikkea koordinoita toimintaa. (TAKO/DO42:14) Arctic Milkin Lundströmin pääosin noin kahdeksan tunnin työpäivät sisältävät laatujärjestelmän rakentamista, hallintopuolen töitä sekä

erilaisia kehittämistehtäviä ja tuotantopuolen ohjausta. Hän näkee oman roolinsa perinteisen tekijyyden sijaan pikemminkin valmentamisena. Lundström kuvaa erinomaisella tavalla työssään tapahtuneita muutoksia sekä työn sisällön, että työpäivien pituuden osalta:

Aiemmin mulla on ollut työpäivät nii että aloitan aamulla viideltä maidon hapatuksen juuston pastöroinnin ja ne sitten on siirtynyt puhelinmyyntiin ja pesuvuoroihin ja mutta nyt kun on porukkaa kasvanu niin jollekkin jää nää hallinnon vetäminen läpi ja kehitystehtävät. Alkuun on tullu liiankin pitkää päivää silloin Kiuruvedellä kun sitä meni viiteen ja illalla kaheksan aikaan pois ja niinku Forssan meijeriki aloitettiin mä menin viiteen ja kyllä se meni äkkiä sinne ilta kuuteen ennen ku pääsi pois.
(TAKO/DO42:19)

Yrittäjät kertovat työhönsä kuuluvan olennaisena osana paperityöt (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:15), sähköpostikirjeenvaihtoa, kirjanpitoa, sosiaalisen median päivittämistä (TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:15) sekä erilaisia suunnittelu- ja kehittämistöitä (TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:11, TAKO/DO42:15, TAKO/DO42:19).

Työ ja vapaa-aika

Kysymys työstä ja vapaa-ajasta esitettiin haastattelurungossa näin: ”Voiko työtä ja vapaa-aikaa erottaa (miten)? Onko se sinulle tärkeää?” Kuten aiemmin kävi ilmi, harva etenkin kotoaan käsin yritystoimintaa harjoittavista haastatelluista pystyy täysin erottamaan arkea ja vapaa-aikaa toisistaan, tai ainakin se on monelle haastavaa. Erään haastatellun mukaan ”yrittäjien vapaa-aika on aina vähän semmonen abstrakti käsite.” (TAKO/DO42:11) Seitsemän yrittäjää toteaa, ettei työn ja vapaa-ajan erottaminen onnistu (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:8, TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:16), neljän mukaan asia on tarpeen vaatiessa järjestettävissä (TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:17, TAKO/DO42:19). Pienet lapset tuovat yhtälöön oman lisänsä ja arki rytmittyy lasten päiväkotiin, kouluun ja harrastuksiin valmistautumisista, viemisistä ja hakemisista. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:7) Omenatarhuri- ja siideriyrittäjällä on haastattelua tehtäessä 5-, 7- ja 9-vuotiaat lapset, joiden harrastuksiin kuljettamisiin ja odotteluun kuluu syys – kevätkaudella keskimäärin 15 tuntia viikossa. (TAKO/DO42:4TJ) Monissa vastauksissa käy ilmi, että vapaa-ajan ja työn erottamisen onnistumisen edellytyksenä on se, että lähdetään pois kotoa, jonnekin kauas. Ilman riittävää maantieteellistä etäisyyttä työt seuraavat perässä. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:6–7, TAKO/DO42:11)

Et me, no nyt me ollaan sillä tavalla hirveen tiivis pari vaimon kanssa, et me tehdään kaikki asiat yhdessä ja halutaan harrastaa yhdessä ja just jotain, me tykätään ulkoilla yhdessä, niin kun käydä kansallispuistoissa ja tota harrastetaan geokätköilyä ja se on semmonen et lähdetään autolla, jos joku pyhäpäivä sattuu olemaan semmosta, et on mahdollisuus lähteä, niin hypätään autoon ja lähdetään hakemaan geokätköjä. Tai sitten mennään kävelemään tota kansallispuistoihin, Kurjenrahkaan tai Tammelaan, tonnepäin, tohon ympäristöön. Mut kyl se yleensä vaatii sen, että me lähdetään pois. (TAKO/DO42:5)

Hamppufarmin Virve Kettunen toteaa, että messuilla käyminen on heidän vapaa-aikaansa ja perheen yhteistä aikaa, vaikka paikan päällä tehdäänkin töitä markkinoinnin parissa ja hoidetaan sähköposteja yms. Sama yrittäjä pohtii edelleen, että yrittäjä on yrittäjä 24 tuntia seitsemänä päivänä viikossa ja että yrittäjyys vaatii ihmiseltä aivan tietynlaisia ominaisuuksia. Täytyy olla joustava ja henkisesti valmis pitkiin päiviin. Kettunen toteaaakin, että kaikista ei tähän työhön ole ja siksi yhä useammat maaseudun yrittäjät ovat uuvuksissa. (TAKO/DO42:8) Pitkän työkokemuksen omaava Arctic Milkin Lundström korostaa, että niin henkisen kuin fyysisenkin jaksamisen edellytys on se, että työ ja vapaa-aika pidetään erillään. (TAKO/DO42:19) Kiire ja pitkät työpäivät lisäävät yrittäjän kuormitusta ja stressiä ja sitä kautta kasvavat myös muut työturvallisuus- ja tuotantoriskit. (Rikkonen & Harmoinen & Teräväinen 2008, 95) Myssyfarmin yrittäjä pohtii mielestäni varsin viisaasti ja useammasta näkökulmasta yrittäjyyttä, kun haastattelija tiedustelee pystyykö hän irtautumaan työasioista lomalla ollessaan:

Kyl mä pystyn. Mä oon hyvä jakamaan, mä en, en koe tarvetta nostaa itseäni et mitenkö ois korvaamaton, vaan mun pitää niinko löytää itseni ympärille itseäni parempia ihmisiä tekemään niit asioita. Se on se mun mielest se avain niihin menestyviin yrityksiin. Et, jos tekee itsensä korvaamattomaks ja on itse siellä, nii voimavarat loppuu jo niinku, väsy ja pitää löytää, löytää ympärilleen myöski mahollisimman erilaisii. (TAKO/DO42:7)

Yrittäjyyden mukanaan tuoman valtavan työmäärän, vastuun, stressin sekä arjen vapaa-ajan erottamisen vaikeuksien käänköpuolella on yrittäjän vapaus, joka nähdään tässä positiivisena asiana. Mahdollisuus päättää mitä tekee ja milloin. Vapaus tarkoittaa usein myös sitä, että sekä vapaa-ajalla että lomallakin tehdään joitain töitä. (TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:8, TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:11, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:16)

Mut toki, me ollaan yksityisyrittäjiä nii nyt ku oltiin talvella Lapissa, niin lupiinijuttuja hoidettiin sieltä käsin, hän hoiti näitä sähköpostiasioita sieltä käsin. Et tavalaan ku sä oot yksityisyrittäjä, nii kyllä se työ kulkee lomallakin sun mukana. Mut se on silti eri lailla, et sulla ei oo semmonen olo jos ois kotona, pitäis lomaviikkoo. Et no mä teen ton paperijutun tosta pois. Mut et, vaik ne on niikun samassa työ ja koti,

niin antaa se myös sen vapauden, mistä me ollaan ihan älyttömästi tykätty. Et tavallaan voidaan tehdä kesken päivää kauppareissu, mut vastaavasti me tehdään sit illalla pidempään paperijuttuja tai hän sähköpostijuttuja. Et ne tavallaan menee niikun simmottii mukavasti limittäin. Antaa sen yrittäjän vapauden tietyllä tavalla kuitenkin. (TAKO/DO42:6)

Elintarvikealan ja maaseutuyritysten sesonkiluonteisuudesta johtuen, yrittäjät (etenkin viljelijät) lomailevat useimmiten tammi-helmikuussa. (TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:13) Tai jos ei suorastaan lomailla, niin ainakin ajankohta tarjoaa mahdollisuuden ottaa hieman rennommin. (TAKO/DO42:4JJ)

Viisi yrittäjää sanoo työn ja vapaa-ajan erottamisen olevan tärkeää (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:19), kun taas neljän yrittäjän mielestä se ei ole välttämätöntä (TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:16). Saloniemen juustolan emäntä vastaa kysymykseen työn ja vapaa-ajan erottamisesta ja vapaa-ajan merkityksestä näin:

Aika huonosten, – – et sit ku tulee joku semmonen mielenkiintone tekeminen, niin kyl se sit jotenkin mun työhöni liittyy, – – et sitten jos mä niinku vaik lähtisin ratsastamaan tai jotain niin, – – tai no tavallaan se on harrastus, mut tavallaan se on myöskin työ (naurahtaa), et ku niit täytyy liikuttaa. Mulle se työn ja vapaa-ajan erottaminen ei välttämättä ole tärkeää, mut joillekin se vois olla et erimerkiks niinko lapset vois joskus ajatella et olis kiva ku joku äiti harrastais joskus jottain... (naurahtaa). (TAKO/DO 42:10)

Nora Mäntysaari sanoo ryhtyneensä mehiläistarhaajaksi sen takia että mehiläisten ja hunajan kanssa työskenteleminen tekee hänen onnelliseksi. Hän nauttii työstään paljon ja kokee sen niin mielekkäänä, ettei mitenkään erityisemmin odota ja elä viikonloppuja tai lomiam varten. Mäntysaari ei koe tarvetta päivittäin erottaa työ- ja vapaa-aikaa toisistaan. (TAKO/DO42:13) Esimerkeistä käy hyvin ilmi, se, että sekä Saloniemi että Mäntysaari kokevat tekevänsä tärkeää työtä, eivätkä he koe työn ja vapaa-ajan erottamista itselleen kovinkaan relevantiksi, koska heillä työ ja harrastukset ovat osin samoja asioita. Mielenkiintoista on myös se, että molemmat työskentelevät eläinten parissa. (TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:13)

Olutpanimon nuori isäntä muodostaa poikkeuksen sanomalla kykenevänsä ongelmitta erottamaan työn ja vapaa-ajan toisistaan ainakin tässä vaiheessa, kun töitä ei oikein tahdo riittää kaikille päiville. Toisaalta, toisinaan työskennellään sitten pitkiäkin päiviä. Haastattelun mukaan hänellä on ”vapaa-aikaa ollu viimisen parin vuoden aikana niin ihan liikaa...”, joten hän tekee mielellään töitä niin paljon kuin mahdollista. (TAKO/DO42:17)

5 TUOTTEET, TUOTANTO JA MARKKINOINTI

5.1 Ideasta tuotteeksi

Väestönkasvun ongelmat ja ilmastonmuutoksen seuraukset johtivat 2000-luvun ensimmäisinä vuosikymmeninä yleismaailmallisiin, ekologisiin ja poliittisiin päätöksiin ja saivat ihmiset pohtimaan perusteellisemmin myös omaa kulutustaan sekä suhdettaan ruoan ja tavaroiden tuotantoon. (Kirveennummi & Saarimaa & Mäkelä 2008, 34) Kuluttajien ympäristötietoisuus on lisääntynyt ja sen seurauksena myös huoli ruoan turvallisuudesta ja tuotannon eettisyydestä. Asenteet kasvisruokailua kohtaan ovat muuttuneet ja sillä on ollut osansa myös laajempaan ruokakulttuurin muutokseen. Kasvisruokailu ei ole enää marginaalista ”ituhippien” erikoisuuden tavoittelua, vaan ympäristötietoisien ja vastuullisen kuluttajan valinta. Trendillä on ollut positiivinen vaikutus erilaisten kasvivalikoiden suosiolle, mm. hamppu- ja lupiinituotteiden menestymiselle. Erilaisten kasvisproteiinien kehittämistyössä katse on ollut alusta alkaen kotimaan markkinoiden lisäksi maailmalla. Kotimaisuus, lähiruoka ja artesaanituotteet kiinnostavat kuluttajia yhä enemmän ja ruokaturva sekä omavaraisuuden merkitys korostuvat kriisitilanteissa. (TEM 2020, 35, 53, 81)

Tuotekehitys on luonteeltaan tulevaisuuteen suuntautuvaa toimintaa. Sen tarkoituksena on etsiä, tuottaa, valita ja kehittää yritykselle uusia tuotteita ja karsia tuotannosta kilpailukykyä menettäneet tuotteet. (Jaakkola & Tunkelo 1987, 17) Liiketoimintaympäristön ja lainsäädännön muutokset sekä kireä kilpailutilanne edellyttävät yrityksiltä jatkuvaa uusiutumista, toimintojen tehostamista ja kilpailukykyyn ylläpitämistä. Tulevaisuuden aiempaa heikompi ennustettavuus vaatii ketteryyttä ja nopeasti valjastettavia resurssivarantoja. (TEM 2020, 74) Koivunalhon luomutilan isäntä Esa Heinonen kertoo, että he pitävät tuotantonsa ihan tietoisestikin varsin pienimuotoisena ja seuraavat tiiviisti markkinoiden ja trendien kehittymistä, jotta voivat tarvittaessa varsin pikaisellakin aikataululla reagoida erilaisiin elintarvikealan muoti-ilmiöihin. Koivunalhon tilan

ensimmäinen sinilupiinituote oli jauho ja saatujen asiakaspalautteiden perusteella yritys laajensi tuotantoa varsin pian myös rouheeseen ja kokonaisuun siemeniin. Yritystoiminnan alkumetreillä Heinokset joutuivat kohtaamaan runsaasti ennakkoluuloja sinilupiinia kohtaan, koska ihmiset sekoittivat kasvin tienvarsilta tuttuun haitalliseen vieraslajiin komealupiiniin. Heinokset uskovat vahvasti siihen, että sinilupiini on korkean proteiinipitoisuutensa johdosta tulevaisuuden raaka-aine ja siitä valmistetuilla kotimaisilla tuotteilla riittää kysyntää. (TAKO/DO42:5–6)

Hamppufarmin yrittäjäpariskunta on myös törmännyt ennakkoluuloihin pääraaka-ainettaan kohtaan. Aluksi kuluttajien asenteet olivat hyvinkin epäileviä, mutta sittemmin suhtautuminen hampputuotteisiin on muuttunut sitä mukaa kun tieto öljyhampun ravintoarvoista ja käyttömahdollisuuksista on lisääntynyt. Puolivahingossa öljyhampun jatkojalostajiksi päätyneet Hamppufarmin yrittäjät olivat itsekkin aluksi varsin hämmentyneitä raaka-aineestaan ja he olivat epätietoisia kasvin soveltumisesta ihmisravinnoksi. Ajatus hampun viljelystä, käsittelystä ja tuotekehittelystä aina kaupan hyllyyn saattamiseen asti toimi hyvänä motivaattorina. Kun tuote alkoi kiinnostamaan kuluttajia ja menekkiä syntyi, palo uusien tuotteiden kehittämiseen kasvoi. Tiedot ovat karttuneet yrityksen ja erehdyksen kautta ja ideoita on haettu internetistä. Asiakaslähtöisyys on ollut Hamppufarmin tuoteidean ja -kehityksen tärkein lähtökohta alusta saakka. Tuotekehittelyä he tekevät perheen kesken, mutta myös yhteistyössä erilaisten toimijoiden kanssa ja se koetaan hedelmälliseksi. Esimerkiksi se, että aivan kaikkia laitteita ei tarvitse hankkia omaksi, on suuri apu. Toki tuotekehittely oman firman ulkopuolella on merkittävä investointi itsessään, eikä onnistumisesta ole takeita. Hamppufarmi on tehnyt yhteistyötä seinäjokelaisen elintarvikealan yrityksiä avustavan Foodwestin ja Jokioisilla sijaitsevan Luonnonvarakeskuksen (Luke) kanssa. Näiltä tahoilta yrittäjät ovat saaneet kaiken mahdollisen osaamisen, laitteistot, koekeittiöt sekä myynnin ja markkinoinnin tuotekehittelynsä tueksi. (TAKO/DO42:8–9)

Hampputuotteiden valmistus aloitettiin aikanaan kokonaisella siemenellä ja sen kanssa lähdettiin kiertämään kaupoissa ja maistattamaan siemeniä ihmisillä. Kuluttajilta saatujen palautteiden avulla alettiin tuottaa kuorittua siementä ja seuraavaksi öljyä. Nykyään valikoimiin kuuluvat myös erilaiset makurouheet sekä helposti mukaan otettavat ja sellaisenaan syötävät hamppusnäcsit ja muut napostelutuotteet. Nykyään Murtolan HamppuFarmi Oy ostaa ympäri Suomea öljyhampun viljelijöitä satoa käsittelyyn ja tekee vuosittain viljelysopimuksia ammattitaitoisten viljelijöiden kanssa. Tuotteita on myynnissä ympäri maan hyvin varustetuissa ruokakaupoissa HamppuFarmin

tuotenimellä, sekä lisäksi Virossa, Ruotsissa, Hollannissa Nordic HempFarm -brändillä. Tuotteita käyttävät niin kuluttajat, jatkojalostajat ja kosmetiikkateollisuus. Tuotteita saa monessa eri valmiusasteessa ja kokoluokassa. (TAKO/DO42:8–9)

Useimmilla haastatelluista yrittäjistä on tavoitteena puhtaan, aidon maun saavuttaminen. ”Miksi Suomeen tuuva ulukoa semmosta, mikä täällä voijaan tehdä Suomessaki” pohti Luonnon Aromit Oy:n perustaja, nykyisen yrittäjän Anni-Inkeri Törmäsen idearikas äiti aikanaan. Äitinsä aktiiviaikoihin verrattuna tytär on omien sanojensa mukaan ”järkevoittänyt” valikoimaa, eli on panostettu laajalevikkisempiin ja kannattavampiin tuotteisiin. Valikoimista poistettujen tuotteiden reseptit ovat edelleen tallessa, mikäli ne halutaan joskus palauttaa uudelleen tuotantoon. Tällä hetkellä yrityksen tuotannossa on pääpaino luonnon raaka-aineista peräisin olevissa makusiirapeissa, joiden ainoat raaka-aineet ovat kasvi, vesi ja sokeri. Keittojuurekset, viherjauhe ja luomu yrtit ovat edelleen tuotannossa, mutta makusiirappeja myydään eniten. Villiyrtit ja -vihannekset ovat keikkuneet ruokatrendien aallonharjalla nyt jo useampia vuosia ja tästä on ollut suuresti apua Luonnon Aromit Oy:n tuotteiden markkinoinnissa ja myynnissä. Yleinen tietouden lisääntyminen ja kiinnostuksen kasvu villiruokaa ja luomuvihanneksia kohtaan heijastuvat myös siihen, miten ihmiset suhtautuvat villi- ja luomuvihanneksiin. Kuten moni muu yrittäjä, Törmänen kertoo saaneensa asiakkailta hyviä vinkkejä siitä, mihin suuntaan jotain tuotetta kannattaa lähteä viemään. (TAKO/DO42:2)

Kun pöytyäläisellä maitotilalla alettiin valmistamaan jäätelöä, saatiin tarvittava vetoapu, tiedot ja laitteet Maatalon Jäätelö -ketjusta. Se on konsepti, jossa taustayritys tarjoaa kaiken mahdollisen tuen yrittäjälle siten, että yrittäjä saa markkinoille hyvälaatuisen ja turvallisen tuotteen. (<https://maatalonjaatelo.com/> luettu 31.10.2020) Yrittäjä on etsinyt myös omatoimisesti tietoa kirjallisuudesta ja internetistä muun muassa elintarvikkeiden valmistukseen liittyvistä säädöksistä. Tuotekehittely tapahtuu yhteistyössä Maatalon Jäätelön kanssa ja he ovat saaneet runsaasti reseptejä sitä kautta, mutta esimerkiksi kuusenkerkkjäätelön suunnittelutyön yrittäjä on tehnyt itse. Kokemus on osoittanut, että asiakkaat ovat mieltyneet perinteisiin makuihin; suklaaseen, vaniljaan, mansikkaan, lakritsiin ja minttuun ja niitä myydään ylivoimaisesti eniten. 2010-luvun alussa oli valloillaan lähiruokabuumi ja sinne tänne nousi pieniä lähiruokapuoteja, jotka olivat erinomaisia jälleenmyyntipaikkoja monille maaseudun pienille elintarvikealan yrityksille. Isontuvan jäätelö myi tuolloin paljon paremmin kuin tänä päivänä, koska silloin alalla ei vielä ollut juurikaan kilpailua,

toisin kuin nyt. Tällä hetkellä yritys saa eniten tuloja omasta myymälästä, liikkuvasta kioskista ja kesäkahviloiden myynnistä. (TAKO/DO42:1)

Omenatarhuri ja viinitilallisen poika Jani Jokinen oli pitkään ihmetellyt ylimakeiden siidereiden menekkiä suomalaisten keskuudessa. Häntä kiinnostivat siiderit, joihin lisättiin mahdollisimman vähän mitään ”ylimääräistä” ja hän perehtyi perinteisessä siiderinvalmistuksessa käytettävään villihiivakäymiseen alan kirjallisuutta lukemalla.

No se on syntynyt oikeastaan niin et mä oon sitä itte pohdiskellu silloin, silloin sen Lepaankin jälkeen ku mä ihmettelin et miksi niitten valmistama siideri on niin onnetonta ja vetistä ja muuta. Sit kävi ilmi et siinä on mehupitoisuus 30%. Se on tietysti aika...(naurua) pitkällekin selittävä homma. Mä aloin pohdiskella et miksi siihen tarvis lisätä vettä ollenkaan. Et ku periaatteessa, jos mitataan sokerin, tai mehun sokeripitoisuutta ja happopitoisuutta ni se on itsessään ihan ideaali. Ei sitä tarvii ruveta jatkamaan millään tai rakentamaan sen kummemmin. (TAKO/DO42:4JJ)

Jokinen tapasi itävaltalaisen siideriharrastajan ja tulevan yhtiökumppaninsa, joka kertoi että itävaltalainen tapa tehdä siideriä on nimenomaan se, että hedelmämehu käytetään villihiivoilla, eikä siihen lisätä mitään muuta. Haastatteluhetkellä yrityksellä on ainoastaan yksi tuote Nude/Sparkling -siideri, joka on osoittautunut sellaisten siideriharrastajien suursuosikiksi, jotka pitävät todella kuivasta siideristä. Jokinen arvelee kärkiaseman muuttuvan, kun he saavat kevään aikana niin sanotun ”helpomman” tuotteensa markkinoille. Yritykseltä on tulossa myös pieni 2500:n pullon erä ainutlaatuisista päärynäpohjaista siideriä, jonka laadusta ei vielä haastattelun tekohetkellä ole täyttä varmuutta. Kyseessä on kotimaisesta päärynästä tehty sataprosenttinen siideri, jollaista ei ole Jokisen mukaan aiemmin valmistettu, eikä ollut tarjolla kotimaan markkinoilla. (TAKO/DO42:4JJ)

Viinitilallinen Timo Jokinen kertoo kaikkien tuotteidensa (marjaviinit + liköörit) syntyneen pitkällisten kokeiluiden, tuotekehittelyn ja maisteluiden kautta. Tuotekehittely on tapahtunut siten, että neljän hengen porukka istui Jokisten kodin keittiössä maistelemassa viinejä ja niiden makeusasteita ja kun kaikki olivat samaa mieltä makeusasteesta, siihen päädyttiin. Vuosien saatossa valikoima on karttunut myös kuohuviineillä ja siiderillä ja nyt jo useamman vuoden ajan Elysée-tyyppinen valkoherukka- sekä mansikkakuohuviini ovat heidän myydyimpiä tuotteitaan. (TAKO/DO42:4TJ)

Uteliaisuus ja kokeilunhalu yhdistävät innokkaimmin tuotekehittelyyn suhtautuvia yrittäjiä. Myös sattumalla on osansa tuotekehittelyprosessissa, mikä käy hyvin ilmi Riihipuodin Hannu Saaren kertomuksesta:

Esimerkiks tämä Äidin [Unelma] -hiutalesarja tuli sillä et oli tarkoitus tehdä tämmönen tuote, mikä kypsyy pienel keittämisel, mut ku tuli vahingos semmonen ku kypsyy keittämättä. – – Lettujauho-ohjeki tuli siitä, et 30-luvun Kotiliedest mä katoen et mitä siel tarttis olla, ja sit mä rupesin sekottelemaan sitä siinä, ja seki onnistu. Sit oli täsä muutama vuosi takaperin talkkunantekoo, ni mä olin ain pienenä poikana syöny talkkunaa ja ihmettelin et millai sitä voidais tehrä. No... Yks tämän alueen parhaita talkkunantekijöi lopetti – – hän sit anto aina ohjeita puhelimes et millai tehrä tästä ja, tästä ettiipäi – –. Siinä sitte, ku mä sain sen jauhon valmiiks ja jauhoin sen ja otin kättee ja haistoin ja maistoin, ni tuli tippa linssiin ku mä osasin kumminki tehrä sen mitä oli joskus nuorena ihannoinu ja. – – Mää vahingos imellytin sen kyseisen tuotteen, eli siit tuli makkeempi. – – Ei tartte sokerii pistää niin paljoo. (TAKO/DO42:3)

Ohrahiutale on ollut yrityksen ykköstuote alusta saakka. Hapanjuurileivonnan, erityisesti hiivattomien vaaleiden leipien suosio on ollut mieluinen trendi Riihipuodille, sillä heidän perinteisellä jauhinkivellä jauhettu vehnäjäuhonsa on erittäin suosittua nimenomaan hapanjuurileipojien keskuudessa sen erinomaisten leivontaominaisuuksien johdosta. Gluteenittomuus on lisännyt suosiotaan viime vuosina myös muiden kuin keliakikkojen keskuudessa. Gluteenittomaan tuotantoon liittyy kuitenkin käytännön ongelmia, kun samalla tuotantolinjalla saatetaan valmistaa ei-gluteenittomia tuotteita ja tuolloin yrittäjä ei voi merkitä tuotteen olevan gluteeniton, vaikka se käytännössä sitä olisikin. (TAKO/DO42:3)

Maatalousvaltaisesta alasta kun on kyse, on säätiloilla suuri merkitys raaka-aineen laatuun. Kun Myssyfarmin isännältä, Janne Rauhansuulta tiedusteltiin, että pitikö yrittäjyyden alussa hakea oppia tai neuvoja jostakin, yrittäjä kertoi erään vanhan viljelijän todenneen, että perustietämys viljelystä täytyy olla ja että siihen kannattaa varautua, että kaikki vuodet ovat erilaisia ja suunnitelmia täytyy muuttaa säätilojen mukaan. Myssyfarmi on Koivunalhon tilan lailla karjaton luomutila ja myös heille sopivan valkuaiskasvin löytäminen oli tarpeellista tuotannon käynnistämiseksi. Maatilayrittäjällä oli yritystä perustettaessa selkeä visio siitä, että Suomessa kannattaa keskittyä kasvivalkuaisiin ja kasviproteiinin tuottamiseen. Ensimmäisiksi tuotteiksi valikoituivat herne ja

syysrypsi. Herne pakattiin ja lähetettiin myytäväksi päivittäistavaraliikkeisiin. Päätuotteeksi muodostui kuitenkin syysrypsistä valmistettu rypsiöljy. Myssyfarmilaiset eivät ole villamyssypuolen kehittämiseltä ehtineet juurikaan panostamaan elintarviketuotteisiin. (TAKO/DO42:7)

Loimaalainen, alkujaan karjaton luomutilallinen Teppo Heikkilä hankki rohkeasti ensimmäiset lehmänsä vailla kokemusta eläimistä, koska oli tullut siihen tulokseen, että tuotantoeläimet ovat kokonaisuuden, ennen kaikkea ravinnekierron ja ruoantuotannon kannalta välttämättömiä. Karja hyödyntää viherlannoitusnurmen, siitä tulee lantaa ja edelleen ravinteita viljanviljelyyn. Haastattelijan tiedustellessa yrityksen kärkituotetta Heikkilä vastaa:

Mä ajattelen niin, että se mun tuote on ympäristöpalvelut, vaikka ihan tärkeimpiä alkaa olla se, kun mä sanoin, että tää niinku perinnebiotooppien hoito, mähän tarjoan sitä, biodiversiteetin hoitoa, maisemanhoitoa, ja sitten alkuperäisgeenien säilyttämistä. Siitähän mulle maksetaan. Se on, kyl mä voisin sanoa, että se on, tällä hetkellä nämä on tärkeimpiä tuotteita, mitä mä myyn. – – Sit ihan myytävää on tietysti luomuvilja on semmonen tärkeä ja tällä hetkellä kysyntä on hyvää, hinta on hyvää. – – Ei sil lihan myynnillä kyllä ole paljon mitään merkitystä. Et se on ikävää, että se, sen arvo, että sil ei ole arvoa. Kyllähän lihan pitäisi olla arvokkaampaa. – – Mut sit jos aattelee, niin mul kuitenkin joka päivä suurin työpanos menee eläintenhoitamiseen. – – Elikä karja, vaikka mä sanon, että siin ei oo myyntitulot ei oo kauheen suuria. (TAKO/DO42:15)

Laitilalainen juustolayrittäjä kuvaa hienosti tuotekehittelyn tarvelähtöisyyttä, sekä yhteistyökentän monimuotoisuutta:

Idea on ain syntynyt vähän niinku tarpeesta, eli tota ensiks on tehty tuorejuustoa kun ei olla tavallaan osattu mitään muuta ja – – sitten tietenkin silloin 20 vuotta sitten niin tietoo löydettiin suurin piirtein mummun keittokirjoista, et katottii, et aaa setehdään noin. Ja – – nyt tänäpäivän tietenkin niin sitten netti on kova sana eli tota jos varsinkin jos pystyy kattomaan ulkomaankielisii ni se olis viel parempi, – – mutta sitten tota tällä hetkellä on tommosia konsulttipalveluita – – ketkä esimerkiks myyvät hapatteita niin heiltä saa esimerkiksi jonkun verran apua – – ja yliopistoilta saa kun tota elintarvikeinsinöörejäkin niinku valmistuu, niin... et sinne kun soittelee niin pystyy heiltäkin saan mut heillä ei sit taas ole käytännön kokemusta – –. (TAKO/DO42:10)

Tietoa on haettu edellisten sukupolvien kokemuksista, yliopiston elintarvikeinsinööreiltä ja erilaisilta konsulteilta, eikä tarve ja apu ole aina kohdanneet. Konsulteilta ja tutkijoilta saa tietoa ja perusohjeet, mutta tuotteen valmiiksi saattaminen täytyy tehdä itse. Vuohenmaito käyttäytyy kovin

eri lailla kuin lehmän maito, eikä tietoa aina ole saatavilla esimerkiksi siitä miten maito käyttäytyy eri lämpötiloissa. On tehtävä kymmeniä ja taas kymmeniä kokeiluja ja kirjattava tulokset ylös, jotta seuraavalla kerralla ei tarvitse käydä koko prosessia läpi. Saloniemen Riitta on kokenut työskentelyn maidonjalostajien kanssa yhteistyötä tuotekehittelypuolella tekevän Innolactin Jussi Heinosen kanssa erittäin hedelmälliseksi ja Saloniemi kiittelee Heinosta avuliaaksi, innostavaksi sekä kuuntelevaksi yhteistyökumppaniksi. Tuotekehitys on jatkuvaa työtä, mutta se voi myös tarkoittaa sitä, että vanhoja tuotteita kehitetään entistä paremmiksi. Juustolayrittäjälle itselleen merkityksellisimpiä ovat ne tuotteet, jotka ovat tuottaneet eniten päänvaivaa. Juustolan tuotteiden nimistä voi ehkä päätellä jotain siitä, minkälainen prosessi niiden taakse kätkeytyy: ”Työvoitto”, ”Tahdonvoima”, ”Pakkomielle” jne. (TAKO/DO42:10, <https://www.saloniemenjuustola.fi/> luettu 21.8.2020)

Jymy Jäätelön tuoteidean perustana on ollut yrityksen toimitusjohtajan lapsuusmuistot keskieuropalaisesta jäätelöstä, joka oli italialaistyyppistä gelatoa. Kenelläkään Jymyn perustajajäsenistä ei ollut tietoa tai työkokemusta jäätelön valmistuksesta, joten paljon on opittu kokemuksen kautta. Toimitusjohtaja Horst Neumann haki oppia erilaisilta pieniltä jäätelöntuottajilta ja Jymyllä oli heti yritystoimintansa alussa käytössään hollantilainen konsultti, jolta he ovat sittemmin saaneet hyödyllisinä neuvoja ja tukea. Vuoden 2019 keväällä Jymy palkkasi tohtorikoulutetun henkilön johtamaan tuotekehitystyötä ja onnistuneen rekrytoinnin seuraukset ovat olleet jo nähtävissä. Neumannin mukaan merkittävä panostus tuotekehittelyyn on laadun ja jatkuvan kehittymisen edellytys. Tuotekehitysprosessi etenee siten, että yhteisesti sovitaan mitä lähdetään tekemään ja kaikki osallistuvat ideointiin, mutta päävastuu ideoinnista ja toteutuksesta on tuotekehittäjällä sekä häntä avustavalla kokilla. Koeversioita maistellaan yhdessä ja kehitetään eteenpäin, kunnes koe-eriä aletaan maistattamaan ja arvioituttamaan kuluttajista koostuvalla valikoidulla porukalla ja sitten tuote tehdään saadun palautteen pohjalta valmiiksi ja saatetaan tuotantoon. Viime vaiheessaan mukaan kuvioon tulevat pakkaussuunnittelu, sekä tuote-esittelyt päivittäistavaraliikkeiden alihankkijoille. (TAKO/DO42:11–12)

Tuotekehitysvaiheessa on tärkeää miettiä mitkä maut toimivat milläkin markkinoilla, etenkin kun yritystoimintaa harjoitetaan sekä koti- että ulkomaan markkinoilla. Suomalaiset marjat ovat arvossaan Saksassa, mutta kotimaisille kuluttajille marjatuotteet eivät ehkä ole riittävän eksoottisia.

Suomen satavuotisjuhlavuoden kunniaksi kehitelty mäntyjäätelö on sen sijaan ollut menestys niin Suomessa kuin Saksassakin. Tähän mennessä Jymy Jäätelön menestynein jäätelömaku on kuitenkin tuttu vanilja. 2020-luvun alussa menestyvät elintarvikkeet, jotka ovat joko gluteenittomia tai vegaanisia, tai sekä että. Jymyn kaikki tuotteet ovat gluteenittomia. Jäätelö myy paremmin kesäaikaan, mutta nykyään jäätelöä ostetaan myös syksyllä ja talvella hämärien iltojen makunautinnoksi sohvan nurkassa syötäväksi. Talvella kaupaksi menevät täyteläisemmät maut ja kesällä kuluttaja kaipaa kevyempää makumaailmaa. Tuotteiden vastaanotto on ollut alusta asti hyvä ja Jymy pääsikin heti suuriin ketjuvalikoimiin sekä viemään tuotteensa ulkomaille. Ala on voimakkaasti kilpailtu ja uusia toimijoita tulee markkinoille jatkuvasti. (TAKO/DO42:11–12)

Kyrö Distilleryn alkuperäinen tuoteidea oli viski, mutta gini tuli jo hyvin varhaisessa vaiheessa mukaan suunnitelmiin yksinkertaisesti siitä syystä, että viskin kypsymiseen menee vuosia ja tarvittiin tuote, joka saadaan saman tien myyntiin. Kyrön tuotekehittelyssä yhdistyvät innovatiivinen suunnittelutyö ennakkoluulottomaan luovuuteen ja he ovat asettaneet varsin suuria odotuksia tuotteilleen:

Se lähti siitä, että me tilattiin paljon sellasia aromikittejä, eliikä tällasia uutettuja aromipakkauksia, joissa oli erilaisia nesteampulleja, mis oli kaikennäköisiä eri yrttiaromeja. – – Sit sieltä lähetettiin ihan vaan haistelemaan ja hakemaan ideoita, et mitä peruskomponentteja vois olla. Tietysti ginissä on aina katajanmarja se peruskomponentti, mut mitä sen jälkeen. Sitten oleellistahan siinä oli, et me saadaan se paikallisuus ja meidän alueen yrttigin näkymään, mut myös se, että meidän piti kehittää sille jonkinnäkönen sielu sille tuotteelle, et mikä se oikeenon. Ja siitä lähti se idea, et se on suomalainen kesäpäivä pullossa ja siinä on sitten mesiangervot ja koivunlehdet tällaset, jotka tuoksuu vahvasti suomalaiskesässä ihan joka puolella Suomee janiin edespäin. Ja sit karpalo ja tyrni, jotka on sitten hyvin suomalaisia tällaisia marjaisia makuja, niin niistä se sitten tuli kasaan. Mutta kyl se sellai seittämisen kymmentä iteraatiota, kokeilukertaa vaati, että se alko seresepti olemaan siinä. Ja sit se on tietysti aina eri asia ku sitä alkaa tuottaa isompaa määrää, ettämiten se käyttäytyy ja omat kommervenkkinsä. Mutta kyl se sit saatiin, vajaa vuosi siinä kehityksessä meni ja me otettiin paljon näkemystä ja kommentteja myös tuolta ravintolakentältä ja baarimestareilta ja niin edespäin, kun me kuitenkin amatööreinä oltiin liikenteessä ni heidän kans palaute siitä, että miltä se maistuu, miten se toimii juomissa ja niin edespäin, oli tosi tärkeä. (TAKO/DO42:18)

Vaikka Kyrön porukka oli sitä mieltä, että heillä on huipputuote käsissään, tuli valtava menestys heille silti yllätyksenä. He voittivat maailman parhaan Gin & Tonic -ginin palkinnon ensimmäisissä

kilpailuissa, johon osallistuivat ja kilpailut sattuivat olemaan alan suurimmat maailmassa. Maailmanmenestyksen jälkeen myös kiinnostus Suomessa lähti kovaan nousuun. (TAKO/DO42:18)

Hunajayrittäjälle oli alusta asti selvää, että hän haluaa keskittyä nimenomaan lajihunajan eli yksikukkaishunajan tuottamiseen. Mehiläisten biologiaan tutustuminen ja ympäristön arvioiminen ovat ensiarvoisen tärkeitä, kun lähdetään pohtimaan mehiläistarhalle paikkaa. Paikka määrittelee sen, minkälaista lajihunajaa on mahdollista tuottaa. Yrittäjän omien sanojen mukaan hänessä ”... asuu tällainen sisäinen hifistelijä (naurahtaa), ni mä tykkään tehdä tällai vaikeimman kautta tätä hommaa”. Lajihunajan tuotannossa ei voida puhua samalla tavalla tuotekehittelystä kuin suurimmassa osassa elintarviketuotannon tuotteista, sillä tuote on sataprosenttista hunajaa. Siitä ei oteta mitään pois, eikä siihen lisätä mitään. Tuotteistamiseen ja pakkaussuunnitteluun täytyy ja kannattaa panostaa. Yrittäjä on hankkinut jonkin verran tietoa muilta mehiläistarhaajilta, mutta koska lajihunajat on vielä varsin huonosti tunnettu hunajantuotannon osa-alue Suomessa, on suurin oppi tullut työtä tekemällä. Koska mediassa on viime vuosina puhuttu enenevässä määrin pölyttäjien heikosta tilanteesta, keskusteluttaa aihe myös kuluttajien keskuudessa ja he ovat myös kiinnostuneita oppimaan uutta pölyttäjistä ja hunajasta. (TAKO/DO42:13)

Sirkkatuotteiden jatkojalostusta tekevän Entiksen menestystuotteiden, proteiinijauhon ja lihan korvikkeen etuina ovat hyvät ravintoarvot, sekä ekologisuus lihan tehotuotantoon verrattuna. Erilaisten proteiinivalmisteiden suosion kasvu on suorassa suhteessa lisääntyneen kuntosaliharjoittelun ja fitness-kulttuurin kanssa ja tähän markkinarakoon Entis on pyrkinyt iskemään proteiinijauhollaan. Ympäristötietoisuuden kasvu ja yleistynyt kiinnostus ruoantuotannon kestävyteen on lisännyt tehoeläintaloudelle vaihtoehtoisten proteiinintuotantotapojen syntymistä ja hyönteisistä valmistettu lihan korvike on yksi näistä tuotteista. Hyönteisruoka on edelleen länsimaalaisille kuluttajille varsin tuntematon asia, eikä yrittäjä koe, että heidän yrityksensä olemassaolon aikana (kolme vuotta) olisi tapahtunut suurta muutosta asenteissa. Vastaanotto on hyvin kahtalaista, toiset suhtautuvat uteliaisuudella ja innokkuudella sirkkatuotteisiin, mutta osalle ajatus hyönteisten syömisestä tuntuu edelleenkin vastenmieliseltä. (TAKO/DO42:14)

Välipalaistuminen on maailmanlaajuinen trendi. Ruuanlaitolta kaivataan helppoutta ja vaivattomuutta, hyvää makua unohtamatta. (TEM 2020, 84) Osa tutkimusaineistoni yrittäjistä on selvästikin ollut tietoinen tästä trendistä. Entiksen ensimmäinen sirkkatuote oli ns. matalan kynnyksen tuote, eli suklaalla päällystetyt sirkat, koska haluttiin että kuluttajien ensi kosketus hyönteisravintoon olisi mahdollisimman helppo. Seuraaviksi tuotteiksi valikoituivat proteiinirikas sirkkasmoothie ja myslin kaltainen proteiini Snacks (TAKO/DO42:14) Koivunalhon tilan Heinokset halusivat kehittää lupiinista tuotteen, joka olisi mahdollisimman valmis ja helppo keino saada päivittäinen proteiinintarve tyydytettyä. Alkoi pastatuotteen kehittäminen. Koivunalhon luomu makealupiinipasta sisältää 60 % vehnä jauhoa ja 40 % lupiinijauhoa ja keittoaika on vain kolme minuuttia. (TAKO/DO42:5–6) Helppo syötävä hamppusnacksi on Hamppufarmin yrityksen eniten myyty tuote ja seuraavaksi suosituin on monikäyttöinen hamppuöljy. Paraikaa yrityksessä kehitetään uusia niin sanottuja arkituotteita, jotta ihmiset saataisiin kuluttamaan hampputuotteita tasaisemmin vuoden ympäri. (TAKO/DO42:9) Myssyfarmilaiset ovat koemielessä valmistaneet välipalapatukoita öljyn puristamisessa yli jääneestä siemenpuristeesta. (TAKO/DO42:7)

5.2 Tuotantotavat ja -välineet

Perinteet tuotantotavoissa

Yrittäjiltä kysyttiin näkyvätkö perinteet tuotantotavoissa ja tuoko yritys jotain uutta elintarviketuotantoon. Joillain haastatelluilla oli selvästi vaikeuksia ymmärtää, mitä kysymyksellä tuotantotapojen perinteikkyudesta tarkoitettiin. (mm. TAKO/DO42:17) Kolme yrittäjää vastasi, että koska heidän yrityksensä on niin tuore, ei heillä voi olla vielä muodostunut perinteitä. (TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:14) Eräs yrittäjä kertoi perinnebiotoopeista (TAKO/DO42:1) ja toinen mainitsi viljanviljelyn olevan yritystoimintansa peruspilari (TAKO/DO42:8). Perinteistä kysyttäessä osa haastatelluista yhdisti aiheen paikallisuuteen ja sen hyödyntämiseen markkinoinnissa. (mm. TAKO/DO42:16, TAKO/DO42:18) Litteraatioita ja joitain vastauksia lukiessa kävi mielessä, että kunpa haastattelija olisi hieman täsmentänyt kysymyksenasettelua, jotta olisi saatu tarkempaa tietoa tuotantotavoissa mahdollisesti hyödynnettävistä perinteistä.

Perinteisten tuotantotapojen ylläpitäminen tuntuu olevan suoranaan arvovalinta useammallekin yrittäjälle. Esimerkiksi Riihipuodin väki jauhaa viljan myllynkivellä eli noin 4000 vuotta vanhalla menetelmällä. (TAKO/DO42:3) Vanhaa perinnettä edustaa myös mehiläisten hoito ja hunajankeruu.

Mehiläisten hoito on hyvinkin perinteikäs ja jopa konservatiivinen ala, eivätkä perusasiat ole juuri muuttuneet viimeisten 40–50 vuoden aikana. Tuotantoa voisi toki koneellistaa, mutta Nora Mäntysaari on halunnut säilyttää käsityöläisyyden leiman, eikä ole lähtenyt koneellistamaan hunajan käsittelyä. (TAKO/DO42:13) Käsityön runsas määrä näkyy myös luomujäätelöä valmistavan Jymyn tuotantotavoissa. He esimerkiksi raaputtavat veitsenkärjellä vaniljansiemenet kokonaisista vaniljatangoista bourbon-vanilja jäätelöönsä ja marjat tulevat heille aina kokonaisina sen sijaan että he tilaisivat marjat valmiiksi paloitetuina tai survottuina. (TAKO/DO42:11) Tammiluodon tilalla pitkät perinteet omenanviljelyssä, sillä ensimmäiset kirjalliset merkinnät alueella tapahtuneesta omenoiden viljelystä ovat peräti 1500-luvulta. Tilalla 3Spirit-yritystä pyörittävän Jani Jokisen siiderintuotantomenetelmä on sekin varsin iäkäs:

Se perinteisin mahdollinen, voisin kuvitella että muinaises Mesopotamiassa on tehty juomia tällä systeemillä. Eli kun ei käytetä mitään modernia kemiaa, niin siis ihan samalla tavalla olutta Egyptissä aikanaan... Tai miten on yleensä huomattu alkoholin olemassaolo, joku on lähteny vahingossa käymään. (TAKO/DO 42:4JJ)

Jokisen isän Timon yrityksen Tammiluodon viinitilan viinit ovat marjapohjaisia ja tuotantomenetelmä poikkeaa huomattavasti vanhemman perinteen omaavien rypäleviinien valmistuksesta:

Rypäleviineissä se mehu on sellaisenaan, koska siin on happopitoisuudet oikealla tasolla, mutta ku me tehään marjoista, ni niitten happopitoisuudet on niin korkeat, et niitä joudutaan laimentamaan vedellä, jotta päästään samaan happopitoisuuteen mikä rypäleissä on alun perin ja se tarkoittaa siis käytännössä sit sitä, että menetelmä on muuten ihan sama, mutta kun pistetään vettä joukkoon se vesi pitää jollain tavalla kompensoida ja samoin sitten puuttuva sokeri. Niin joudutaan lisäämään sokeria ja vettä, jotta päästään kahteentoista prosenttiin, mikä meil on kaikissa viineissä sama 12. (TAKO/DO42:4TJ)

Osassa yrityksistä laitteet ovat uusia, mutta tekotapa vanha. (mm. TAKO/DO 42:4, TAKO/DO 42:16–17) Koivunalhon isäntä Esa Heinonen vie ajatuksen perinteisistä tuotantotavoista lähes filosofiselle tasolle pohtiessaan kumpi on perinteikkäämpi tapa viljellä: myrkyillä vai ilman. Isäntä toivoo, että maanviljelyksen ”myrkkyausi” jää ihmiskunnan historiaan ikävänä välivaiheena ja että tulevaisuus on luomutuotannossa. Heinonen muistelee lapsuudestaan sitä, kuinka vastenmielistä puuhaa erilaisten peittausaineiden ja kasvinsuojelumyrkkyjen kanssa touhuaminen oli. Koivunalhon isännän mukaan viljelijöiden täytyy päästä eroon sellaisesta ajattelusta, että valitetaan kun homma ei toimi ja siitä huolimatta tehdään asiat täsmälleen samalla tavalla vuodesta toiseen. Tuotantoa ja

elintarviketeollisuutta ihan yleisestikin täytyy kehittää eteenpäin ja siinä on jokaisella viljelijällä oma roolinsa. Heinonen puhuu siitä, miten yhteiskuntamme on riippuvainen ulkomailta tuodusta kasvivalvauksesta ja siitä miten kestävämpi se on. Hän vie ajatteluaan aina huoltovarmuuden pohtimiseen ja yhteiskuntarauhaan saakka. Hänen mielestään olisi kaikkein tärkeintä pohtia ruoantuotannon kokonaisuutta:

Kyllä se täällä pitää tuottaa, sillä missä ihmiset on niin kun maailmankin mittakaavassa, niin siellä missä ihmiset asuu ja elää, niin siellä pitää lähiympäristössä se ruokakin tuottaa, ei mikään kansakunta voi jäädä tuontiruuuan varaan. – – Et toivottavasti jotain sen tyyppistä ajattelua toivois, että tois elintarviketeollisuuteen. Ja mun mielestä monet asiat on ihan hyvään suuntaan menossa, et Hesburger tuo näitä härkäpapujuttuja jo laajemmin kuluttajille ja sitten motivoi kotimaisen, just härkäpavun tuotannon kehittämiseen. Niin just kaikki tämmöset asiat on tosiaan tervetulleita. Ni ehkä lupiinikin täällä yhtenä tota kortena keossa on sit hyvää rakentamassa. Tää on se ajatus. (TAKO/DO42:5)

Riitta Saloniemelle oli aikanaan kova paikka, kun hän joutui luopumaan siitä ajatuksesta, että hänen juustolassaan valmistettaisiin tuotteita pastöroimattomasta maidosta. Pastöroinnissa epäilytti prosessin energiankulutus, sekä se kun aina ennenkin maito on käytetty suoraan lehmästä niin miksi nyt ei voi toimia samoin. Juustonvalmistusprosessi omaa pitkän historian, mutta historiallisten puumuottien sijaan nykyään käytetään muovisia juustokehiä ja siitäkin juustolan emäntä on hieman harmissaan. (TAKO/DO42:10)

Uusia lähestymistapoja

Jymy-jäätelö edustaa tutkimusaineiston joukossa niitä yrityksiä, jotka pyrkivät sisällyttämään mahdollisimman vähän lisä- tai säilöntäaineita tuotteisiinsa. Perinteikkyyden ajatellaan tässä yhteydessä olevan paluuta juurille, vanhanajan ruoanvalmistukseen, vastaiskuna teolliselle tehotuotannolle. Käytetään vähemmän, mutta aitoja ja puhtaita raaka-aineita ja tällainen arvovalinta esitellään kuluttajille esimerkkinä vastuullisesta toiminnasta. (TAKO/DO42:12) Kysyttäessä että mitä uutta yritys elintarviketuotantoon tuo, useampi haastateltava vastasi tämän samaisen juurille palaamisen, eli että raaka-aineet pyritään pitämään mahdollisimman puhtaina ja alkuperäisinä ja niihin lisätään mahdollisimman vähän erilaisia ainesosia. (mm. TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:18) Termit ”puhtaus”, ”aitous” ja ”luonnollinen” voivat siis edustaa sekä käsityötä ja perinteikkyyttä, että uusinta uutta.

Hamppufarmin yrittäjien aloittaessa toimintaansa tavallisissa ruokamarketeissa ei ollut saatavilla lainkaan suomalaista hamppua ja nyt kotimainen vaihtoehto siis löytyy, vieläpä useassa eri muodossa. Tuottajia on ollut ennen Hamppufarmiakin, mutta ennen heitä kukaan ei ole vienyt tuotantoa suunnitelmallisesti eteenpäin, maistattanut tuotteita asiakkailta ja harjoittanut johdonmukaista markkinointia. (TAKO/DO42:8–9) Myös Saloniemen juustola on onnistunut konseptoimaan sellaisen paketin, jollaista ei tiettävästi Suomesta muualta löydy. He hoitavat itse eläimet, jotka ovat kaikki alkuperäiskarjaa ja eläimet ruokitaan oman maan luomunurmella ja -rehulla. (TAKO/DO42:10) Pienuudessa on puolensa. Kyrö Distillery Companyn Miika Lipiäinen kertoo heidän tuotantoprosessinsa olevan varsin vanhakantainen, eikä välttämättä kaikkein tehokas. Mutta siten he saavat kontrolloitua makua ja tuotteen profiilia aivan eri tavalla, kuin mitä joku suurempi tuotantolaitos ikinä voisi tehdä. (TAKO/DO42:18)

Tuotantovälineet

Koivunalhon luomutilalla peltopuoli hoituu samoilla laitteilla kuin perusmaanviljely, mutta lupiininsiemenen kuorimiseen hankittiin käytettynä eräältä mylläriltä ns. kaurakuorija. (TAKO/DO42:5) Ne yrittäjät, joilla on maanviljelystä ja muuta alkutuotantoa, sanovat pärjäävänsä hyvin pitkälle perusmaatalouskoneilla: peltoviljelykoneilla, kylvö-, puinti- ja lypsykoneilla, maitotankeilla yms. (mm. TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:10) Luomutuotannossa saatetaan käyttää hieman erilaista laitekantaa, esimerkiksi rikkaäkeitä. (TAKO/DO42:15) Koneita ja laitteita täytyy tämän tästä korjata ja siihen löytyy osaamista omasta takaa, mutta varaosien suhteen harva on omavarainen (TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:16). Laitteita kierrätetään ja hyvistä työkoneista pääsee suhteellisen helposti eroon. (TAKO/DO42:16) Monilla tiloilla on yhdistelmä vanhoja ja uudempia koneita. (mm. TAKO/DO42:3) Jonkin verran tarvitaan erikoisvälineistöä, esimerkiksi kuivureita ja kuorijoita ja mitä erikoisemmasta viljelykasvista on kyse, sen varmemmin tarvitaan joko peruslaitteistojen soveltamista, tai kokonaan erillisiä, sitä varten rakennettuja koneita. (TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:5) Koneita myös kehitellään itse. (TAKO/DO42:9)

Tuotantovälineitä hankitaan suhteilla tutuilta, suurten ketjujen liikkeistä, maahantuojilta, erikoisliikkeistä ja ulkomailta. Verkostoitumisesta on hyötyä tässäkin. Hankinnoissa sattuu myös erehdyksiä, eikä tilattu tuote aina vastaa odotuksia. Mitä uudempi raaka-aine on kyseessä, sen

vaikeampaa sen hankinta on ja maantieteellisesti kauempaa tuotantovälineitä täytyy hakea. Etenkin pioneerialoilla koneisiin liittyy salamyhkäisyyttä ja yrityssalaisuuksia. Koneiden hankinta helpottuu ja konekanta lisääntyy, kun harvinaisempien viljelykasvien viljely yleistyy kotimaassa. Myös käsityöpainotteisten laitteiden hankinta on haasteellisempaa, kuin suurien teollisuuskoneiden, jotka on tehty käsittelemään suuri raaka-ainemääriä. (TAKO/DO42:9) Jäätelönvalmistusvälineitä on tarjolla monessakin paikassa, mutta kun yritys on päättänyt valmistaa tuotteensa oikeista, tuoreista raaka-aineista, tarvitaan erityiskalustoa esimerkiksi siihen, miten tuore minttu purkitetaan ja saadaan säilymään. (TAKO/DO42:12) Toiminnan kasvaessa täytyy laitekantaa päivittää suhteessa tuotantoon. Tuotanto käynnistetään varovasti mahdollisimman pienillä investoinneilla ja kun tuotantomäärät kasvavat, tarvitaan isompia pannuja ja modernimpaa välineistöä. (TAKO/DO42:18)

Raaka-aineiden hankinta

Osa yrittäjistä hyödyntää raaka-aineiden saamisessa sopimustuottajia (TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:5–6, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8) ja yksi ns. kerääjiä, jotka keräävät luonnonmarjoja ja villiyrtejä luomukeruualueilta. (TAKO/DO42:2) Sopimusviljelijät ovat löytäneet erilaisten verkostojen ja puskaradion avulla. Hamppufarmin sopimusviljelijät löytyivät lehti-ilmoituksella. Vuonna 2019 Hamppufarmille tuli oman tilan lisäksi hampppua kahdeltakymmeneltäneljältä eri tilalta ympäri Suomea, sekä ns. tavanomaisilta tiloilta että luomutiloilta. Luomuhampun tuottajia tarvittaisiin paljon enemmän kuin mitä raaka-ainetta on tällä hetkellä saatavana. Kiinnostusta on viljelijöiden keskuudessa, sillä hampusta saa tuplakatteen rehuohraan verrattuna. (TAKO/DO42:8) Useampi yrittäjä puhuu siitä, miten tärkeää raaka-aineiden hankinnan hajauttaminen on niiden saatavuuden kannalta. Kun sopimusviljelijöitä on ympäri maan ja he viljelevät kovin erilaisissa olosuhteissa ja eri maalajeilla, on raaka-aineiden saanti turvattu, vaikka jollain alueella sato menetettäisiin huonojen sääolosuhteiden takia kokonaan. (TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:7) Toisaalta se, että samaa tuotetta tuotetaan eri olosuhteissa eri puolilla maata, vaikuttaa myös raaka-aineen makuun. (TAKO/DO42:7)

Raaka-aineet pyritään hankkimaan mahdollisimman läheltä sekä taloudellisista, että ekologisista syistä. (TAKO/DO42:1) Lyhyempi kuljetusmatka on myös raaka-aineiden säilyvyyden ja jäljitettävyyden kannalta parempi vaihtoehto. (mm. TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:12) Kuluttajat

arvostavat nykyään enenevässä määrin sitä, että tuotanto- ja hankintaketju on mahdollisimman läpinäkyvä. (TEM 2020, 93–94; Vaara ym. 2020, 36) Aikataulutus ja määrien arvioiminen ovat tärkeitä, jotta osataan tilata oikeaan aikaan oikea määrä raaka-aineita. (TAKO/DO42:11)

Kompromisseja joudutaan tekemään, vaikka toiveena olisikin, että kaikki raaka-aineet tulisivat läheltä ja olisivat mahdollisimman eettisesti tuotettuja. Aina kotimaista vaihtoehtoa ei ole saatavilla. Esimerkiksi Koivunalhon luomutila ja osa heidän sopimusviljelijöistään hankkivat sinilupiinin siemenet Keski-Euroopasta, koska kukaan ei tietävästi tuota niitä Suomessa. (TAKO/DO42:5) Entis Oy:llä on tulevaisuudessa tavoitteena käyttää tuotteissaan sataprosenttisesti kotimaisia sirkkoja, mutta toistaiseksi suurin osa heidän käyttämistään sirkoista tulee Kanadasta. Kanadalaisilla sirkkatarhaajilla on yli kymmenen vuoden kokemus sirkkojen kasvattamisesta ja hinta-laatusuhde on aivan toinen kuin kotimaisten pienyrittäjien tuottamilla sirkoilla. (TAKO/DO42:14) Koska oluenvalmistukseen soveltuvan humalan viljely on vielä toistaiseksi kovin pienimuotoista Suomessa, joutuu Loimaan Panimo käyttämään ulkomaista humalaa. (TAKO/DO42:16–17)

5.3 Myynti ja markkinointi

Elintarviketeollisuus on Suomessa pääosin kotimarkkinateollisuutta, mutta kansainvälistyminen erityisesti Itämeren ympäristömaihin on vahvistumassa. Paikalliset ja alueelliset markkinat ovat keskeisiä monille alan pienyrityksistä, kuten leipomo- ja konditoria-alan yrityksille sekä pienpanimoille. (TEM 2020, 35) Markkinoinnilla yritys pyrkii edistämään tuotteidensa tai palveluidensa myyntiä. Monikanavaisuus tulee lisääntymään jatkossa entisestään ja sen ilmenee erilaisina verkkokauppoina, lähiruokamyymälöinä, osuuskuntina, ruokapiireinä, kumppanuusmaatalouksina ja ruokakassitoimituksina. Digitaalisuus vauhdittaa monikanavaisuuden lisääntymistä ja koronaepidemia digitaalisuutta. Monikanavaisuuden kehittyminen tarjoaa elintarvikeyrityksille uusia mahdollisuuksia tuotekokeiluihin, valikoimien kasvattamiseen ja asiakaskunnan tavoittamiseen. Monikanavaisuus muuttaa myös kaupan rakenteita. Koronapandemiatilanne on vauhdittanut verkkokaupan kehitystä, ja ruoan verkkokauppa on kasvanut reilusti. (Mt., 52)

Suurimmalla osalla tutkimusaineiston yrityksistä on nettisivuillaan verkkokauppa. (mm. TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:5–6) Verkkokauppa on siitä hyvä ja demokraattinen väline, että se palvelee kuluttajia maantieteellisistä rajoista ja etäisyyksistä huolimatta. Saloniemen juustolalla on ollut verkkokauppa työn alla jo pidempään, mutta haastattelussa Riitta Saloniemi kertoi, että korona laittoi suunnitelmat toistaiseksi jäihin. (TAKO/DO42:10) Verkkokauppa päästiin kuitenkin avaamaan syksyllä 2020. (<https://www.saloniemenjuustola.fi/puoti/> luettu 6.2.2021)

Osa haastatteluaineiston yrityksistä myy tuotteitaan yrityksen toimi- ja tuotantotilojen yhteydessä olevasta tilamyymälästä. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:8–9 ja TAKO/DO42:10) Ainoastaan yksi yrittäjä mainitsee erääksi myyntikanavakseen Reko-ringit (TAKO/DO42:10) ja kaksi lähiruokamyymälät (TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:5).

Tutkimusaineiston yritysten valmistamien tuotteiden myynti keskittyy suuriin marketteihin Varsinais-Suomen alueelle. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:3, TAKO/DO 42:5, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:10) Hunajayrittäjällä suurin osa myynnistä tapahtuu jälleenmyyjien kautta ja jonkin verran on tapahtumamyyntiä, erityisesti joulun alla. Hän ei kuitenkaan käy myymässä tuotteitaan toreilla, vaan erilaisissa design-tapahtumissa. (TAKO/DO42:13)

Erilaisilla tapahtumilla, festivaaleilla ja messuilla on suuri merkitys tuotteiden tunnettavuuden tekemisessä niin jälleenmyyjille, kuin kuluttajillekin. Messutyö on pitkälti eri tuotteiden maistatuksia ja asiakkaiden kohtaamista. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:16–17) Messutyön painotus on enemmänkin markkinoinnissa kuin myynnissä. Messuilla kävijöille kerrotaan, minkälaisesta tuotteesta on kyse ja mistä sitä saa ostettua. (TAKO/DO42:5) Messutyötä tehdään joko oman väen toimesta, tai kun oma työaika ja osaaminen ei riitä, ulkoistetaan esim. maistatukset konsulentille, kuten Hamppufarmilla on tehty. (TAKO/DO42:8–9) Maistatuksia tehdään myös päivittäistavaraliikkeissä, ekologisiin tuotteisiin erikoistuneissa liikkeissä esim. Ruohonjuuressa (TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8–9) ja suurten ketjujen marketeissa (mm. TAKO/DO42:8–9). Tehokkain tapa saada tuotteet myyntiin isoon markettiin on se, että asiakas pyytää kauppiasta ottamaan tuotteen valikoimiinsa, jonka seurauksena kauppias on yhteydessä tuottajaan pyytääkseen lisätietoja esim. hinnoista ja mahdollisesti päätyy tilaamaan tuotteita valikoimiinsa. (mm. TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO 42:10)

Meijän myynti suoraan siis tonne niinku jälleenmyyjille, ni se tapahtuu sillai, et ollaan yhteydessä puhelimitse, sähköpostilla ja sit mennään esittelemään tuotteet sinne, että jaksoittain. Käytännössä pitäis vähintään kahdesti vuodessa käydä kaikki ketjut tapaamassa, kertoo kuulumiset, suunnitelmat, ehkä markkinoinnin suhteen kiinnostaa heitä eniten ja sitten uusien tuotteiden suhteen. Ja jos on muuta kerrottavaa, mitä osataan kertoo meijän kuluttajista, niin se sitten siel ehkä myös kiinnostaa. Mutta sitä se on että käydään niinku tapaamas ihmiset, esitellään tuotteet ja ja tarjotaan hinnat, sitä se yksinkertaisuudessaan on. Ja jälleenmyyjät on, kaikki kaupan ketjut on niinku meijän tärkeimpiä jälleenmyyjä Suomessa. (TAKO/DO42:12)

Pienten tuottajien on vaikea saada tuotteitaan ketjuuntuneiden kauppojen valikoimiin. Kun päästään yhteisymmärrykseen keskinäisistä sopimuksista tuottajan ja kaupan välillä ja tuotteilla riittää jatkuvaa kysyntää, on järjestely osoittautunut puolin ja toisin toimivaksi. (Jokinen & Puupponen 2006, 122) On tärkeää, että kauppias tekee nostoja eri tuotteille, myös niille vähemmän kaupallisille. (mm. TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:3) Kaksi vastaajaa kertoo, että S-ryhmän myymälöihin on vaikeampaa saada tuotteet myyntiin kuin Keskon marketteihin. (TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:7) Myssyfarmin Rauhansuu toteaa, että he eivät ole onnistuneet saamaan rypsiöljyään S-ryhmän myymälöihin, koska sisäänostajan mielestä tuote on liian kallis. Rauhansuu ei ole ollut valmis laskemaan hintaa, sillä he saavat tuotteen myytyä ilman S-ryhmääkin. (TAKO/DO42:7) Rauhansuun havaintoa tukee keskisuomalaisten alkutuotantoa ja jatkojalostusta harjoittavien maanviljelijöiden keskuudessa tehty haastattelututkimus, jossa osa kauppoihin elintarvikkeita toimittavista tuottajista kertoo, että kauppohen kanssa syntyy tämän tästä erimielisyyksiä esimerkiksi tuotteiden hinnoista. Kauppiat korottavat ulosmyyntihinnat niin korkeiksi, että tuottajat pelkäävät sen heikentävän tuotteiden kysyntää ja karkottavan siten potentiaaliset kuluttajat tiehensä. (Jokinen & Puupponen 2006, 122)

Muutama yritys on saanut myytyä tuotteitaan myös ravintoloihin. Yleensä tuotteet myydään ravintolassa sellaisenaan, mutta joskus ravintoloitsijat pyytävät elintarviketuottajia valmistamaan jonkun aivan erityisen tuotteen vain heidän käyttöönsä. (TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:11, TAKO/DO42:16–17) Pienen yrityksen ketteryydestä on hyötyä siinä, että he voivat varsin joustavasti ja dynaamisesti lähteä toteuttamaan ravintolan toiveen omasta tuotteesta, esimerkiksi siiderin omalla etiketillä. (TAKO/DO42:4) Paikallisille jälleenmyyjille on ollut helppo myydä, kauemmas se on vaikeampaa. Soittamalla, ottamalla yhteyttä mahdollisiin asiakkaisiin ja käymällä paikan päällä viemässä esimerkiksi esittelypulloja. Marketteihin soitetaan, baareissa ja ravintoloissa käydään. (TAKO/DO42:16–17) Pään auki saaminen on tässäkin asiassa valttia. Kun tuote saadaan vakiinnutettua kyseisen ravintolan tai vaikkapa pubin tuotevalikoimaan, se

todennäköisesti myy hyvin. (mm. TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:16–17) Tislaamo- ja panimoyrittäjät ovat saaneet tuotteensa Alkon valikoimiin, mikä ei sekään olen aivan helppoa ja halpaa puuhaa. (TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:16–17, TAKO/DO42:18) Yleensä tuotteet toimitetaan ravintoloihin tai lähiruokapuoteihin joko itse tai tukkuliikkeiden välityksellä, mutta jotkut yrittäjät käyttävät toisinaan myös lähipiiriään tai sukulaisiaan apuna logististen haasteiden hetkellä. (TAKO/DO42:5–6, TAKO/DO42:12)

Luonnon Aromit Oy myy tuotteitaan sekä yksityishenkilöille, suurtalouksiin että teollisuuden raaka-aineiksi ja kaikki nämä asiakasryhmät ovat olleet olemassa koko yrityksen elinkaaren ajan eli 31 vuotta. (TAKO/DO42:2) Hamppufarmi myy hampppua rehuksi hevosille ja kotieläimille, sekä raaka-aineeksi kotimaisille ja ulkolaisille jatkojalostajille. (TAKO/DO42:8–9) Varsin pieni osa tutkimusaineiston yrittäjistä on lähtenyt viemään tuotteitaan myös ulkomaille. (TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:11–12, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:18)

Yrittäjiltä tiedusteltiin tyypillistä asiakasta ja vastaukset kuvastavat hyvin haastateltujen yritysten monimuotoisuutta. Matkailupalveluita tuottavan viinitilallisen merkittävimmät asiakasryhmät ovat erilaiset bussiryhmät, yritykset, yhdistykset, eläkeläiset ja erilaisten organisaatioiden muodostamat Tyky-ryhmät (TAKO/DO42:4TJ). Hamppufarmilla ollaan varsin hyvin perillä siitä, mitkä tuotteet ovat minkäkin ihmisryhmän mieleen. Hamppuproteiinia ja kuorittuja hampunsiemeniä ostavat nuoremmat kuluttajat, kun taas rouhe ja öljy tuntuvat olevan enemmän vanhemman väen suosiossa. (TAKO/DO42:8) Entis Oy:n Taskila kiteyttää hyvin tyypillisen asiakkaan ja kuvaus sopii hyvin myös monen muun yrittäjän lausuntoihin:

No jos tyypillinen asiakas pitäisi sanoa, niin se on ehkä sellainen, että isossa kaupungissa asuva, vähän korkeemmin koulutettu henkilö, joka on keskimääräistä paremmin perillä ympäristöasioista ja myös niin kuin ravinnosta ja sen vaikutuksesta hyvinvointiin. (TAKO/DO42:14)

Tiedostavat kuluttajat, vegaaniruokavaliosta kiinnostuneet ja erilaiset ruokahifistelijät mainitaan useammankin yrittäjän toimesta. (TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:16–17) Saloniemen Riitta jatkaa:

Asiakkaat on hyvin pitkälti fanaattisesti niinkun ruoka- niinku semmosii kulinaristeja... joko sitten niihin voi liittyä tää luomu, tai eettisyys, tai tai allergia. Mut ne ovat hyvin semmosii, hyvin tietosii, et ne ei ole semmosii asiakkaita mitkä niinkun hetken mielijohteest ostaa meidän tuotteita välttämättä. Voi tietyst niitkin ol, mut pääsääntösest niil on joku ideologia siel takana ja ja voi olla semmosiikin, et ne on esimerkiks voinut tulla meille jonnekin avoimiin oviin ja kattoo mejän tuotteet ja tyylin miten me tätä hommaa tehdään ja sen jälkkeen vast ruvennut ostamaan. Eli nykyisin on myöskin tosi semmosii, sanotaan näin, et joku voi olla niinku sellanen pikkurikas, öö ja haluaa kuitenkin tehdä asioita oikein, ni se voi niinkuin, vaiks se maksais paljonkin enemmän... (TAKO/DO42:10)

Pienille maaseudun elintarviketuottajille on tärkeää olla läsnä ja aktiivisia siellä, missä kuluttajatkin ovat. Kaikilla haastattelemillamme yrityksillä on nettisivut ja he ovat ainakin jollain tavalla edustettuna sosiaalisessa mediassa. Ainoastaan yksi yrittäjä sanoo, että markkinointiin ja mainontaan ei panosteta, koska siihen ei ole resursseja, mutta hänenkin yrityksellään on kuitenkin nettisivut ja Facebook-tili. (TAKO/DO42:15)

Useimmat haastatelluista hoitavat itse yrityksensä mainontaa ja markkinointia. Muutamalla yrittäjällä on sellainen etu, että heiltä löytyy ammatillista markkinointiosaamista omasta takaa (TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:11). Näissä yrityksissä tunnutaan tiedostavan muita yrittäjiä paremmin se, että markkinointia ja viestintää täytyy rakentaa tietoisesti ja ammattimaisesti, jolloin niistä saadaan parhaiten hyöty irti. Suurin osa tekee markkinointia kuitenkin oman työnsä ohessa, omista lähtökohdistaan käsin. Markkinoinnin merkitys ymmärretään, mutta usein sen tekemiseen jää muilta töiltä kovin vähän aikaa. Lähes kaikki yrittäjät kuvaavat merkittävimmäksi markkinointikanavaksi sosiaalisen median ja erityisesti Facebookin. Ainoastaan yksi vastaaja mainitsi Twitterin (TAKO/DO42:13), muutama kertoi olevansa tai aikovansa olla aktiivisia myös Instagramissa (TAKO/DO42:11–12, TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:16–17). Saloniemen Riitta kertoo pyrkivänsä siihen, että julkaisee yrityksen Facebook-tilillä ainakin kerran viikossa. Hän kertoo somepäivityksissä yrityksen toimintatavoista, kilien syntymistä ja esittelee uutuustuotteita. (TAKO/DO42:10) Facebookissa markkinoidaan tuotteita, mutta ennen kaikkea pidetään yllä tietynlaista imagoa ja pyritään tuomaan tuotteet ja yritys mahdollisimman lähelle kuluttajia. Facebook koetaan helpoksi ja tehokkaaksi välineeksi. (mm. TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:14) Myös palvelun maksuttomuus koetaan tärkeäksi, koska markkinointiin käytettävät resurssit ovat kovin rajalliset. (mm. TAKO/DO42:17) Niille yrittäjille, jotka toimivat ulkomailla, sosiaalinen media toimii hyvin myös etänä. (TAKO/DO42:11)

6 MAASEUTUYRITTÄJÄNÄ NYKY-YHTEISKUNNASSA

6.1 Arvot, eettisyys ja ympäristötietoisuus

Kotimaisuus nousee vahvasti esiin yrityksen arvoja kysyttäessä. (TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:8, TAKO/DO42:11, TAKO/DO42:13) Kuluttajat haluavat entistä tarkemmin tietää ruoan alkuperän sekä sen ravitsemukselliset arvot. (Kirveennummi & Mattinen & Kähkönen 2012, 10) Tuotannon lisäksi kotimaisuuden suosiminen näkyy myös esimerkiksi raaka-aineiden ja pakkausmateriaalien hankinnassa sekä työpaikkojen luomisessa ja työntekijöiden palkkaamisessa (mm. TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:12) Kotimaisuuteen liitetään myös sellaisia hankalasti määriteltäviä ja perusteltavia abstrakteja käsitteitä kuten luonnollisuus (mm. TAKO/DO42:4JJ), puhtaus (TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:4JJ, TAKO/DO42:7–8, TAKO/DO42:9), kemikaalittomuus (TAKO/DO42:4), terveellisyys (TAKO/DO42:2) ja tuoreus (TAKO/DO42:8). Myös sanat jäljitettävyyys, kestävyys ja vastuullisuus mainittiin kotimaisuuden yhteydessä. (TAKO/DO42:7)

Mä pyrin hankkimaan kaikki mahdolliset tarvikkeet ja palvelut ni kotimaasta, niin pitkälti ku mahdollista. – – Kyllä mä enemmän ostan kalliimmalla Suomesta ja vielä paikallisesti, jos vaan pystyn, koska mä haluan, haluan et pystyy sitte hyvällä omallatunnolla myös rummuttamaan sitä, että ostakaa kotimaista hunajaa. Sehän ois aika ristiriitasta, että mä ajattelin, et kuluttajien pitää ostaa kotimaisia elintarvikkeita, jos mä itse en pyrkis tekemään varsinkin niitä yrityksen ostoja kotimaasta. (TAKO/DO42:13)

Entis Oy:n Samuli Taskila on yrittäjistä ainoa, joka ei näe kotimaisuudella itseisarvoa. Taskilan mielestä on ympäristön kannalta järkevämpää lisätä ekologisesti kestävien ruoka-aineiden käyttöä ja vähentää lihan kulutusta, vaikka se tapahtuisikin Kanadasta saakka tuotujen raaka-aineiden (sirkkojen) avulla. Hän huomauttaa myös, että lihan tehotuotannon ympäristöongelmiin verrattuna kuljetusten osuus ympäristövaikutuksiin on minimaalinen. Suosimalla laadukkaita ulkomaisia raaka-aineita, pystytään tuotteiden hinnat pitämään edullisempina, jolloin kuluttajalla on matalampi kynnys tehdä ostopäätös ja tutustua erilaisiin sirkkatuotteisiin. (TAKO/DO42:14)

Myssyfarmin Rauhansuu arvostelee varsin voimakkein sanakääntein jäljitettävyyttä -sanana käyttöä. Hänen mukaansa kaikki yhtiöt kertovat olevansa vastuullisia, kestäviä ja ekologisia, mutta Rauhansuun mukaan se on vain markkinointikeino. Hän käyttää esimerkkinä Keski-Euroopan vaatealan markkinoita ja messuja, missä kaikki isot brändit kertovat tuotantonsa olevan eettistä ja vastuullista, mutta heidän tuotteensa valmistetaan edelleen ns. kolmansissa maissa kyseenalaisissa olosuhteissa. Rauhansuu ehdottaakin, että luomukriteereihin tuotaisiin mukaan sosiaalisen vastuun ulottuvuus. (TAKO/DO42:7)

Kotimaisuuden jälkeen tärkeimmäksi yrityksen edustamaksi arvoksi mainitaan eettisyys. (mm. TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:13) Myös itsenäistä ajattelua (TAKO/DO42:2) ja yrittäjyyttä (TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:13) arvostettiin, kuin myös kädentaitoja (TAKO/DO42:3), talonpoikaisarvoja (TAKO/DO42:5), laatua (TAKO/DO42:13) ja elämyksellisyyttä (TAKO/DO42:13). Riihipuodin Eeva ja Hannu Saari tuovat esiin kiinnostavan näkökulman kertoessaan halukkuudestaan vaalia monimuotoisen viljakulttuurin perinteitä. He pitävät esimerkiksi sihtiruisjauhoja valikoimissaan siitäkin huolimatta, että jauhot eivät myy erityisen hyvin, koska he haluavat olla monipuolinen luomumyllytoimija ja ylläpitää laadukkaita raaka-aineita ja tuotteita. (TAKO/DO42:3)

Arvoista kysyttäessä eettisyys nousee voimakkaasti esiin ja kun haastattelijat tiedustelevat mitä yrittäjät eettisyydellä tarkoittavat, on vastaus useimmiten luonto, luomu, luonnonmukaisuus ja ekologisuus. (mm. TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:10) Suhde luontoon ja ympäristöön tuntuu olevan aivan erityinen nimenomaan maaseudulla asuvien ja maataloutta harjoittavien yrittäjien keskuudessa. (Ks. Luoto & Ruuskanen & Susiluoma 1996, 84) Viljelijöiden suhde luontoon ja ympäristöön on kulttuurisesti ja sosiaalisesti määrittynyt ja tämä johtuu maanviljelyn merkityksestä ihmisille. Maatalous on inhimillistä toimintaa, jonka päämääränä on tuottaa käyttökelpoista ruokaa ja kuitutuotteita maaperustaisia uusiutuvia luonnonvaroja hyväksikäyttäen. Maatalous on tuottamista ja maanviljelijöiden suhde maahan, luontoon ja maisemaan perustuu tuottamisen periaatteelle. Näin ollen viljelijöiden suhdetta ympäristöönsä määrittää erityisen vahvasti heidän suhteensa työhön. (Thompson 1995, 47–48) Tiina Silvasti on tutkinut suomalaisten maanviljelijöiden vuoden 1995 jälkeen kokemaan elämäntavan muutosta, sen sosiaalista ja kulttuurista ympäristöä sekä maatalouden lopettamisen seurauksia. (mm. Silvasti 2001

& 2010) Silvastin mukaan suuri osa viljelijöistä näkee työnsä sopusointuiseksi yhteistoiminnaksi luonnon kanssa. Viljelijöiden on vaikea hahmottaa toimintansa negatiivisia ympäristövaikutuksia ja he ovat usein haluttomia tunnistamaan oman toimintansa negatiivisia ympäristövaikutuksia. (Silvasti 2010, 149; Luoto ym. 1996, 57)

Ympäristötietoisuus

Huoli ympäristöstä on läsnä oman tutkimusaineistoni yritysten toiminnassa monella eri tasolla: sekä abstraktimmalla tasolla, kun puhutaan yrityksen edustamista arvoista ja ilmastoahdistuksesta, että konkreettisemmalla tasolla, kun pohditaan vaikkapa yrityksen logistiikan järkevöittämistä, energiatehokkuutta tai kastelujärjestelmien rakentamista. Ilmastonmuutos näkyy maaseutuyrittäjien arjessa jo nyt monin eri tavoin. Paraislainen omenanviljelijä ja siideripanimoyrittäjä Jani Jokinen kuvaa muuttuneiden ilmasto-olosuhteiden mukanaan tuomia haasteita seuraavalla tavalla:

Sanotaan et kahtena edellisenä vuonna ni merkittävin ilmiö on ollu tää aivan hämmentävä kuivuus. Eli käytännössä vapun ja juhannuksen välillä ei oo satanut ollenkaan. Ja sehän sit vaan korostaa tätä kastelun merkitystä entisestään. Ja tietysti siihen liittyy vielä se, että nämä nykyiset runkotyypit ni niis on niin pieni juurakko, et ne kuivahtaa todella äkkiä. Vanhoissa muinaispuissa sitä ongelmaa ei ole, koska juurakko, hiusjuurakko varsinkin saattaa olla kuuden metrin syvyydessä. Eli se löytää aina sielt jostain kosteutta. Mutta, jos tollasen jätät kahdeks viikoks kastelematta ni huonosti käy. Ja sit viel edelliskesähän oli tolkuttoman kuuma, et oli yli kuukauden hellejakso, ni olosuhteet muistuttaa kesäsin nyt vähän niinku Espanjaa. Et on täs jotain tapahtumaisillaan. (TAKO/DO42:4JJ)

Kun haastattelija arvelee, että leudon talven jälkeen varmaan helpottaa, kun keväällä pääsee aikaisemmin käsiksi puutarhatöihin, toteaa Jokinen loputtoman märkyyden ja suojaavan lumikerroksen puuttumisen olevan pahasta. Puolisen metriä lunta olisi kuulemma hyvä, se suojaisi puuta ja juurakkoa. (TAKO/DO42:4JJ) Myös Koivunalhon luomutilan Maarit Heinonen muistelee aikaisempia lumitalvia haikeudella. (TAKO/DO42:6) Janne Rauhansuu kertoo, että toisinaan talvi tappaa syysrypsin, kun suojaavaa lumikerrosta ei ole saatu, vettä on satanut runsaasti ja siihen päälle on tullut vielä pakkaset. (TAKO/DO42:7)

Kysyttäessä ”Koetko ilmastoahdistusta” viisi vastaajaa sanoo, että ei koe. (TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:17) Useampi yrittäjä toteaa, että

on hyödyllisempää tehdä asioiden eteen jotain, kuin ahdistua. Erään yrittäjän puheesta käy ilmi suoranainen ilmastonmuutoskriittisyys:

Minä en koe ilmastoahdistusta. Se mitä me Suomessa voidaan asialle oikeestaan tehdä ni se on niin, niin pientä ja minimaalista, että minä en koe siitä itselleni huonoo omatuntoo. – – Toki se on se mihin me pyritään että koko ajan viedään enemmän ja enemmän ekologiseen suuntaan koska miksei, ei siitä ainakaan haittaa ole, mutta siis se että en itse koe ilmastoahdistusta, ilmasto on muuttunu aina. (TAKO/DO42:17) Haastatteluaineistosta käy ilmi, että luomutilalliset ovat keskimäärin kiinnostuneempia luonnosta ja kokevat omaavansa enemmän vaikutusmahdollisuuksia suhteessa ympäristön tilaan, kuin tavanomaista maanviljelystä harjoittavat maataloustuottajat. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:15) Koivunalhon luomutilalliset Esa ja Maarit Heinonen toteavat, että eivät koe ilmastoahdistusta, mutta ovat huolissaan tilanteesta. He suhtautuvat ilmastonmuutokseen rationaalisesti ja ratkaisukeskeisesti. Esa Heinonen kokee heidän tekevänsä oman osansa ja hän puhuu myös siitä, miten tärkeää on tunnistaa omat rajalliset resurssinsa ja olla itselleen armollinen. Esa Heinonen kertoo olleensa aina kiinnostunut luonnosta. Hän liittyi jo kouluaikanaan paikalliseen luonnonsuojeluyhdistykseen ja kokee luonnonsuojelun tärkeänä asiana. Hän viihtyy luonnossa myös vapaa-aikanaan, harrastaa luontovalokuvausta ja käy vaimonsa kanssa metsälenkeillä ja tutustumassa kansallispuistoihin. Heinonen näkee luomuviljelyn tätä taustaa vasten luonnollisena valintana ja tila liittyikin luomuun jo vuonna 1995, jolloin luomuviljely ei vielä ollut Suomessa kovinkaan yleistä. Heinosen näkevät luomutuotannon suojakaistoineen ja kasvipeitteisyyksineen yhtenä tärkeänä ratkaisuna kamppailussa ilmastonmuutosta vastaan.

Tää on tällasta ylisukupolvista toimintaa ja vaikka sanotaan kliseenä, että maa on vaan lainassa lapsiltamme, mut se on oikeesti niin. Me ei omisteta mitään täällä, me vaan hoidetaan hetken aika näitä, mihin meillä on lupa hoitaa. Ja tavoite on just se et me jätetään pellot paremmassa kasvukunnossa seuraavalle sukupolvelle, kun missä me ne itse saatiin. Niin kun puhtaampana ja siitä me ollaan varmoja, et meidän pelloilta ei löydy Roundupia, meidän pelloilta ei löydy mitään myrkkijä, kun seuraava sukupolvi ottaa – – me ollaan tyytyväisiä omiin valintoihimme ja mitä me ollaan tähän tuotu. (TAKO/DO42:5)

Kolme yrittäjää vastaa kysymykseen ”koetko ilmastoahdistusta” myöntävästi (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:13). Haastatteluaineistosta nousee esiin näkemys toiminnan kokonaisvaltaisuudesta ja siitä, että ympäristö tulee huomioida mahdollisimman laajasti tuotannon kaikissa vaiheissa, niin pakkausmateriaalien valinnassa kuin resurssien tehokkaassa hyödyntämisessäkin. (mm. TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:11–12) Myös hävikin välttäminen mainitaan konkreettisten keinojen valikoimassa. (mm. TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:10). Muutama

yrittäjä sanoo tekevänsä jo nyt niin paljon töitä ekologisen kestävyys- eteen, ettei tämä nykyinen ilmastonmuutoskeskustelu ole suuremmin vaikuttanut heidän toimintaansa. (TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:15) Myssyfarmin Rauhansuu näkee haasteet pikemminkin mahdollisuuksina, kuin ahdistuksen aiheuttajina. Hän haluaa yritystensä kautta toimia eräänlaisena pioneerinä ja uskoo voivansa muuttaa maailmaa parempaan suuntaan. Rauhansuun mukaan esikuvat ovat tärkeitä ja hän on valmis tekemään lujasti töitä asioiden eteen. Silloin on itselläkin parempi olla, kun kokee tehneensä kaiken voitavansa. (TAKO/DO42:7)

Hamppufarmilaiset kokevat kompensoivansa tuotannostaan syntyviä päästöjä, kun heidän tuotantonsa pääraaka-aine on ekologisesti kestävä hamppu. He hyödyntävät energiantuotannossaan uusiutuvaa energiaa (aurinkosähköä) ja etsivät jatkuvasti hampputuotteille sopivia muovittomia tuotepakkauksia. (TAKO/DO42:8–9) Isontuvan jäätelön Elina Simola näkee puolestaan omat vaikutusmahdollisuutensa ekologiseen kestävyys- eteen, että kun hän tarjoaa kuluttajille paikallisia elintarvikkeita, jotka on valmistettu paikallisista raaka-aineista (yrtit, sienet, maito jne.), on se huomattavasti ekologisempaa kuin ruoka, joka joudutaan tuomaan ulkomailta. Hänen mielestään vientiä tulisi säädellä tarkemmin, erityisesti elintarvikkeiden osalta. Simolalle luonto on ollut aina tärkeä ja hän kokee tyytyväisyyttä siitä, että voi esimerkiksi perinnebiotooppeja ylläpitämällä vaikuttaa uhanalaisten luonnonympäristöjen säilymiseen. (TAKO/DO42:1) Luonnon Aromit Oy:n Anni-Inkeri Törmänen kokee niin ikään tärkeänä sen, että pystyy toiminnallaan vaikuttamaan ekologiseen kestävyys- eteen ja lajien säilymiseen. Hän korostaa lajien säilymisen olevan tärkeä itseisarvo sekä luonnonvara-alan yrittäjälle, että luonnolle. Törmänen kertoo, että herkkää ja hidaskasvuista isohirvenjäkälää kerätessä noudatetaan tarkasti ohjeita, joiden mukaan yhdestä paikasta ei saa kerätä liikaa ja kun kyseistä paikasta on jäkälää otettu, rauhoitetaan esiintymä viideksi vuodeksi. (TAKO/DO42:2)

Tammiluodon viinitila sijaitsee Saaristomeren ympäröimällä niemellä Paraisilla Turun saaristossa. Viinitilan isäntä Timo Jokinen kertoo heidän ottavan ympäröivän meren ja saaristoluonnon huomioon kaikessa yrityksensä toiminnassa. Tammiluodon viinitilan ja 3Spirit Oy:n omenatarhoissa tehdään Jokisen mukaan ainoastaan välttämättömimmät ruiskutukset tuhohyönteisiä vastaan. Ruiskutuksilla pyritään estämään omenakääriäisen ja pihlajanmarjakoin aiheuttamat tuhot kasvustoille. Omenatarhoilla suositaan tuholaisten luonnollisia vihollisia, kuten leppäkerttuja ja pyritään luomaan niille hyvät elinolosuhteet, jotta tuholaisten biologinen torjunta olisi optimaalista.

Jokinen sanoo olevansa ylpeä siitä, että ruiskutukset on tehty minimiarvoilla ja luonnollisia tuholaisia suositaan. (TAKO/DO42:4TJ)

Isontuvan jäätelön Simola nostaa positiivisten ilmiöiden rinnalle myös negatiivisemmän näkökulman siitä, kuinka maataloustuottajia syyllistetään yhteiskunnallisessa keskustelussa, sen sijaan että heidät nähtäisiin vastuullisina ruoantuottajina. Haastateltu kokee asetelman epäreiluksi, koska maataloustuottajat toimivat voimassa olevan lainsäädännön asettamissa puitteissa. Ilmastoahdistuksella ja asian ympärillä käydyllä yhteiskunnallisella keskustelulla on ollut se vaikutus, että haastateltu kertoo pohtineensa maidontuotannon lopettamista koska kokee että heidän työtään ei enää arvosteta. (TAKO/DO42:1)

Omavaraisuus

Omavaraisuus ja eettisyys kietoutuvat tiiviisti toisiinsa haastateltavien puheissa. Nähdään sekä taloudellisesti kannattavampana, että ekologisesti kestävämpänä esimerkiksi tuottaa itse rehu omille eläimille. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:15) Luonnon Aromit Oy:n Törmänen kasvattaa itse niitä vihanneksia, joita ei tahdo saada luomuna muualta, muun muassa lehtikaalia. (TAKO/DO42:2) Saloniemen juustola on eläintilaksi harvinaisen omavarainen. Riitta Saloniemen mukaan ainoat asiat, jotka joudutaan ostamaan tilan ulkopuolelta, ovat kivennäiset, suola, hapatteet ja houkutusrehu.

Kaikki on lähtenyt siit niinku liikkelle, et lähetään tekemään jotain omaa, et tiedetään mitä syödään. Niin niin nyt kun mä teen sen täydellisesti et meidän, isäntä viljelee pellolla viljat ja rehut ja vielä käärii ja tekee ne meille ne eläimille ne eteen. Mä tasan tarkkaan tiedän misä ne on kasvanut ja kummoses olosuhteis ja mitä lantaa ne on saanu niinku kasvaakseens. (TAKO/DO42:10)

Suomisen Maito Oy:n Olli Suomisen äänessä on ylpeyttä, kun hän toteaa, että muilla kotimaisilla jäätelönvalmistajilla ei ole sellaista omavaraisuusastetta tuotteissaan, kuin mikä heillä on. Tulehan jäätelön pääraaka-aine heidän omalta maitotilaltaan. (TAKO/DO42:12) Kuluttajien kiinnostus raaka-aineiden alkuperään ja eettisyyteen on lisääntynyt ja tuottajat ovat asiasta hyvinkin tietoisia. Kuluttajalla ei tosin välttämättä ole keinoja selvittää miten eri tuotteet eroavat toisistaan nimenomaan eettisiltä ominaisuuksiltaan. Yrittäjä kiittelee voittoa tavoittelemattomia yhdistyksiä (esim. Finnwatch) ja heidän tekemiään tutkimuksia siitä, että näiden toimijoiden kautta kuluttajille

tarjoutuu mahdollisuus arvioida eri tuottajien ja tuotteiden eettisyyttä. (TAKO/DO42:12) Samaan tavoitteeseen pyritään myös erilaisten tuotteiden laatukriteerejä korostavilla merkeillä. (Hanska ym. 2020, 103)

Jotta muualta tilattavat raaka-aineet olisivat eettisesti mahdollisimman korkealaatuisia, vaatii raaka-aineiden ja mahdollisten yhteistyökumppaneiden kartoittaminen valtavasti tutkimustyötä. Voi olla, että kovassa kiireessä tuotannon alussa joudutaan aloittamaan vähemmän eettisillä raaka-aineilla ja hetken päästä ollaan siinä tilanteessa, että etsitään eettisempää ja ekologisesti kestävämpää vaihtoehtoa ja korvataan aiempi sopimus sitten kun paremmat raaka-aineet löytyvät. Jymy Jäätelön Horst Neumannin mukaan eettisyyden ylläpitäminen, sen parantaminen ja valvonta ovat jatkuvan tuotekehityksen peruslähtökohtia. (TAKO/DO42:11) Entis Oy:n Taskila kertoo, että sirkköjen kasvatusoloihin ja eläinten lopettamiseen eettisesti kestäväällä tavalla pyritään kiinnittämään huomiota niin paljon kuin mahdollista. Samalla hän myöntää, että pieni yritys ei aina pysty täysin kontrolloimaan tuotantoprosessia kaikissa vaiheissaan ja että esimerkiksi tällä hetkellä heidän resurssinsa eivät riitä siihen, että he selvittäisivät, kuinka eettistä heidän tuotteissaan käyttämänsä suklaa on. (TAKO/DO42:14)

Eläinten kanssa työskentely

Kuluttajat ovat raaka-aineiden eettisyyden ohella yhä kiinnostuneempia myös tuotantoeläinten hyvinvoinnista ja se ohjaa tuottajia kiinnittämään enemmän huomiota eläintenpidon eettisiin puoliin. (Valtioneuvoston kanslia 2019, 19) Suomisen maito Oy:n ja Jymy-jäätelön Olli Suominen viittaa jopa siihen, että vegaanitrendiä vastaan voi taistella ainoastaan sillä, että eläimistä pidetään oikeasti todella hyvää huolta, jotta syy vegaaniksi ryhtymiselle ei ainakaan olisi se, että eläimet joutuvat kärsimään huonoissa oloissa. (TAKO/DO42:12) Mielenkiintoinen näkemys yrittäjältä, jonka yrityksen myydyimmät tuotteet ovat vegaanisia.

Kolme haastateltavaa kertoo eläinten parissa työskentelyn perustana olevan rakkaus eläimiä kohtaan. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:12) Eläinten hyvinvointi nähdään koko tuotannon lähtökohtana. Kun eläimiä kohdellaan kunnioittavasti ja hyvin, niiden terveydestä ja

hyvinvoinnista huolehditaan, tuottavat ne laadukasta ja elintarvikekelpoista raaka-ainetta. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:13) Saloniemen Riitta toteaa, että ellei eläinten hyvinvointi olisi prioriteetti numero yksi, ei koko hommaa jaksaisi tehdä. (TAKO/DO42:10)

Luomutuotanto mahdollistaa eläimille ns. tehotuotantoa paremmat olot. Luomueläintuotannossa eläintuotantoa ei maksimoida samalla tavalla kuin tehokasvatuksessa, mikä näkyy myös lihan ja muiden eläinkunnan tuotteiden parempana laatuna. Lääkkeiden ja antibioottien sijaan karjaa hoidetaan vahvistamalla eläinten omaa vastustuskykyä. (Massa & Lillunen & Karisto 2006, 169) Luomukanalassa jokaisella kanalla tulee olla kesäisin neljä neliometriä laidunala, joten tästä syystä luomukanaloiden tilakoot eivät pääse paisumaan aivan valtaviksi. (TAKO/DO42:12)

Eläimet ovat osa jokapäiväistä arkea, niille annetaan nimet, niiden yksilölliset tarpeet tunnustetaan ja eläinten hyvinvoinnista huolehditaan. (TAKO/DO42:1) Peltoviljelyä harjoittavan ja ympäristöpalveluja tarjoavan LuomuHeikkilän Teemu Heikkilä kertoo, että joistain eläimistä tulee syystä tai toisesta itselle läheisempiä kuin toisista, mutta silti hän ei pidä eläimiä perheenjäseninään. Eläimiä kunnioitetaan ja niistä pidetään hyvää huolta, mutta asetelma on selkeä: ihmiset ovat sekasyöjiä ja kasvattavat eläimiä syödäkseen. (TAKO/DO42:15)

Naudasta lienee helpommin havaittavissa mahdollinen epätyytyväisyys tai kärsimys, kuin esimerkiksi hyönteisistä. Entis Oy:n Taskila spekuloi, että hyvin todennäköisesti sirkat joutuvat jossain tuotannon vaiheessa kokemaan kärsimystä, vaikka niiden elinoloissa on pyritty ottamaan lajille tyypilliset olosuhteet huomioon. Lopettaminen tapahtuu pakastamalla, jolloin vaihtolämpöiset sirkat vaipuvat ensin horrokseen ja kuolevat sitten muutaman tunnin kuluessa. (TAKO/DO42:14)

Saloniemen Riitan kuvauksen mukaan eläinten kanssa työskenteleminen on sitä, että eläimille asetetaan rajat ja rutiinit ja ne tuovat turvallisuuden tunnetta eläimille. Saloniemi puhuu eläinten välistä luottamusta, kun vaikkapa paimenkoirien avustuksella siirretään eläimiä laitumelta toiselle. Lehmät ja vuohet luottavat siihen, että koirat pysyvät riittävän kaukana, ihminen luottaa koiriin ja

laiduneläimet luottavat ihmiseen siinä, että kaikki toimii kuten pitääkin. Parhaimmillaan yhteistyö eläinten kanssa on sellaista, ettei tarvita sanoja eikä tekoja, koko homma on balanssissa ja pyörii ilman, että tarvitsee tehdä mitään. Myös se on Saloniemen mukaan eläinten hyvinvoinnista huolehtimista, että pystytään tekemään eläimen lopettamispäätös ajoissa ja että lopetus toteutetaan asianmukaisesti ja oikeanlaisissa olosuhteissa.

Sitten myöskin toi niin eläinten olosuhteet, et niil on aina ruokaa ja ne lopetetaan siten, että mä voi itseäni kattoo peiliin eikä mun tarte mieltii, eli mä olen itse seuraamas ollut ja tiedän kummosis olosuhteis ne lopetetaan, ni se on mul tärkeää. Niin tota...ne, se tavallaan niinku ympyrä, joka sulkeutuu sitten, et ne syntyy meillä ja sitten mä hoidan ne viel niin, että ne tavallaan niinkun mun käden kautta sitten lähtee kylmänä pois. (TAKO/DO42:10)

Saloniemen tilan tuotteiden eettisyyttä ja omavaraisuusastetta lisää entisestään se, että eläimistä pyritään hyödyntämään kaikki mahdollinen, mikä hyödynnettävissä on. Emäntä valikoi nahoista parhaat taljoiksi ja loput lähetetään pukinenahkateollisuuden raaka-aineeksi. Teurasjätteet kuivatetaan koirien ravinnoksi ja sisäisestä rasvasta keitetään saippuaa. (TAKO/DO42:10)

Tutkimusaineiston yrittäjistä kolmella on alkuperäisrotuisia eläimiä. (TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:15) Saloniemen tilan kaikki eläimet ovat alkuperäisrotuisia: suomenlehmiä ja -vuohia. (TAKO/DO42:10) Finhoneyn Nora Mäntysaari kokee auttavansa alkuperäisrodun säilymistä ollessaan yksi Suomen noin kahdestakymmenestä mehiläistarhaajasta, joilla on mustia mehiläisiä. Ilmastonmuutos tuo mukanaan negatiivisia asioita mehiläisille, esimerkiksi erilaisia eksoottisia sairauksia ja siksin alkuperäisrodun säilyttäminen on tärkeää. (TAKO/DO42:13)

Eläinten kanssa toimiminen tuottaa iloa ja niitä on mukava rapsutella. Työ on palkitsevaa ja motivoivaa, kun näkee että eläimet voivat hyvin. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:12) Työskentely eläinten kanssa ei kuitenkaan ole pelkästään kivaa ja mukavaa, vaan se tarkoittaa pitkiä päiviä ja raskasta työtä, jota tehdään ennen kaikkea eläinten ehdoilla. (TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:12)

6.2 Suhde lainsäädäntöön ja viranomaisiin

Maaseudun elintarvikealan pienyrittäjiltä löytyy ymmärrystä heidän toimintaansa säätelevälle lainsäädännölle. Erityisesti asia ymmärretään elintarviketurvallisuuden näkökulmasta.

(TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:19) Lainsäädäntö määrittelee myös sen, minkä verran erilaisia näytteitä täytyy ottaa ja milloin. (TAKO/DO42:10) Suomisen Maito Oy:n ja Jymy Jäätelön Olli Suominen kokee, että lainsäädäntöä ei ole mitenkään erityisen paljon ja että viranomaiset ovat suhtautuneet heihin asiallisesti. (TAKO/DO42:12)

Riitta Saloniemi peräänkuuluttaa tasapuolisuutta lain tulkinnassa. Hän kertoo haastattelijalle tuoreen omakohtaisen esimerkin. Saloniemi halusi valmistaa vuohenmaidosta saippuaa, mutta törmäsi lainsäädäntöön, jonka mukaan kosmetiikkaa ei saa myydä luomuna, mikäli raaka-aineet ovat eläinperäisiä. Eli siis vaikka raaka-aineet olisivat luomua, ainoastaan kasvipohjainen luonnonkosmetiikka voi saada luomustatuksen. Tämän Saloniemi kokee ristiriitaisena ja epäoikeudenmukaisena. (TAKO/DO42:10)

Kotimainen lainsäädäntö rajoittaa hampun tuotteistamista. Hamppufarmi ei nykyisen lainsäädännön voimassa ollessa pysty valmistamaan esimerkiksi teetä tai hamppööljyä. Suomalaiselle hampulle ollaan luomassa omat laatustandardit (koskien esim. säilytykselle asetettavia kosteusrajoja ja öljypitoisuudelle omat standardit) yhteisen hankkeen puitteissa, jossa Hamppufarmikin on mukana.

Hamppufarmin Ville Virtanen kokee standardit osittain jopa rahastukseksi. Vaaditaan laatujärjestelmiä ja kirjainyhdistelmiä, jotka maksavat, mutta juuri mikään ei sitten välttämättä kuitenkaan muutu. Virtanen toteaa kuitenkin myös, että sertifikaatit ja standardit ovat tätä päivää ja sellaisia tarvitaan, jotta päästään neuvottelemaan suurempien ruoanvalmistajien kanssa.

(TAKO/DO42:9)

Jymy Jäätelön Neumann kiittelee sitä, että EU:n lainsäädäntö ja kansallinen lainsäädäntö on yhtenäistetty, koska se helpottaa EU:n sisällä tapahtuvaa vientiä. Lainsäädäntöön liittyy myös runsaasti kielellisiä, tuotenimiin liittyviä asioita, jotka täytyy selvittää hyvissä ajoin, jotta ne osataan ottaa huomioon markkinoinnissa. Neumann kertoo esimerkin heidän uudesta tuotteestaan, joka on vastine vegaaniselle valkosuklaalle. Koska vegaanista valkosuklaata ei saa liian matalasta

kaakaoprosentista johtuen kutsua valkosuklaaksi, on Jymy Jäätelön ollut pakko nimetä tuotteen sisällöksi vaalea vaniljakaakaokastike. (TAKO/DO42:11) Myös panimopuolella on törmätty semanttisiin haasteisiin. 3Spiritin Jani Jokinen viittaa isänsä viinitilan (Tammiluodon viinitila) tuotteisiin kertoessaan, että kotimaisen lainsäädännön mukaan hedelmä- tai marjapohjaisista viineistä on käytettävä termejä 'hedelmäviini' ja 'marjaviini'. Suomalainen lainsäädäntö ei Jokisen mukaan tunne sellaista sanaa kuin viini, koska Suomi ei ole perinteinen viinimaa, jossa viiniä olisi valmistettu rypäleistä, kuten esimerkiksi Keski- ja Etelä-Euroopassa. Tilanne saattaa ilmastonmuutoksesta johtuen muuttua lähivuosina ja mikäli joku onnistuu Suomessa valmistamaan kelvollisen rypälewiinin myyntiin, tulee sitä nykyisen lainsäädännön puitteissa kutsua nimellä 'rypäleistä käymisteitse valmistettu alkoholijuoma'. (TAKO/DO42:4JJ)

Byrokrania koetaan haastavaksi ja työlääksi. Moni yrittäjä tekee kaiken itse, ilman ulkopuolista apua. Pelkästään yritystoiminnan käynnistämisessä on suuri paperityö ja hakemusten suo, mutta kun on alkuun päästy niin kuukausittaiset, kolmannesvuosittaiset ja vuosittaiset raportoinnit ja kirjanpito hoituvat lähes omalla painollaan. (mm. TAKO/DO42:16) Vuosien varrella paperihommiin kehittyi rutiini, joka sujuvoittaa asioiden hoitamista edelleen. Akateeminen koulutus ja aiempi kokemus viranomaisilmoitusten ja erilaisten hakemusten tekemisestä helpottavat asioiden omaksumista. (TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:16)

Tutkimusaineistossa on mukana neljä panimoalan yritystä (Tammiluodon viinitila, 3Spirit Oy, Loimaan panimo ja Kyrö Distillery Company), jotka ovat keskenään varsin erilaisia yrityksiä. Kaikkien toimintaa säätelee alkoholilainsäädäntö. On mielenkiintoista huomata, miten erilaisiin asioihin panimoalan yrittäjät kohdistavat kritiikkinsä. Timo Jokisen pettymys kohdistuu Alkon monopoliin ja erityisesti lainsäädäntöön, joka määrittelee sitä minkä vahvuista alkoholia paikallisista tilamyymälöistä saa kuluttajille myydä. Tästä johtuen likööriä on myynnissä tilalla anniskelussa, mutta he eivät saa myydä valmistamaansa likööriä tilamyymälästään omalla etiketillään, koska tuotteen alkoholiprosentti on liian korkea. Samoissa tiloissa toimiva Jani Jokisen yritys 3Spirit on ottanut myydäkseen myös jonkin verran viinitilan valmistamaa likööriä, koska kuluttajien mielestä tuote on erinomainen ja koska sitä ei ole muualta saatavissa. Haastattelua tehdessä käy ilmi, että likööriä on menossa kuluvaan kevään (2020) aikana myyntiin Turun saariston Alkoihin ja kahteen Turun myymälään. Jokisen kertoma esimerkki kuvaa hyvin myös sitä turhautumista, jota tilaviinien ja artesaani-alkoholijuomien ystävät tuntevat nykyisen lainsäädännön ollessa voimassa:

Siel on semmosii asiakkaita ku, mul on lista tuolla, ilmota vaan mihin Alkoon menee, ni he menee kymmenen pulloa ostaa, saman tien. Sit ne yrittää täältä mult ostaa aina et ”kato älä ei pistetä ylös mihinkään” tai sit et kaadetaan johonki heiän omaan pulloon ja mä sanon et ku valitettavasti kun ei käy mut et se on menossa meil tosiaan tonne Alkon hyllylle täs kevään aikana, uskoisin. (TAKO/DO42:4 TJ)

Loimaan panimoyrittäjän harmituksen aihe on suoramyynnin rajoitusten sijaan pikemminkin tiukka lainsäädäntö ja erityisesti raportoinnin määrä. Vaikka Niina Vesasella on pitkä historia yrittäjänä ennen panimoyrittäjäksi ryhtymistään, tuli alkoholilainsäädännön mukanaan tuoma byrokratian määrä silti yllätyksenä. Verottoman ja verollisen varaston ylläpito ja erityisesti se, missä järjestyksessä asiat tulee tehdä, on ollut kaikkein haasteellisinta. Vesanen on etsinyt asiasta tietoa netistä, soitellut ja kysellyt kollegoilta ja viranomaisilta, sekä oppinut kantapään kautta. (TAKO/DO42:16)

Kyrö Distillery Company on haastatteluaineiston alkoholin tuottajayrityksistä selkeästi suurin, menestynein ja kansainvälinen. Yrityksen toimitusjohtaja Miika Lipiäinen muistuttaa, että useampi eri viranomaisen valvoo heidän toimintaansa. Valvira säätelee tuotantoa ja markkinointia, Tulli muun muassa kypsytystiloja ja varastoja, paloviranomaiset rakennuksia jne. Lipiäinen nostaa ehkä hieman yllättäen esiin Suomen ja suomalaisten ongelmallisen ja jopa traumaattisen suhteen alkoholiin ja alkoholinkulutukseen ja näkee siinä suoran yhteyden kansallisen kauppamonopolin, Alkon ja valtionomisteisen Altian, voittokulkuun. Vasta EU:hun liittymisen myötä maahantuonti, jakelu ja valmistaminen vapautui jossain määrin, vaikka vähittäiskauppa jäikin vielä valtiolle.

Joten se regulaation historia kertoo sitä, että siinä missä Länsi- ja Keski-Euroopassa etenkin on tosi pitkä historia erilaisten alkoholien valmistuksella ja siellä valtio ja nää valmistajat on luonu aikojen kuluessa suhteen, joka sit sisältää aika paljon regulaatiota siihen, että kans että miten tuotetta valmistetaan ja niin edes päin. Mut Suomessa se homma poikkeaa siinä, että tääl on poikkeuksellisen paljon regulaatiota siihen, että kuinka, miten ja millä hinnalla alkoholia kulutetaan. Elikkä täällä Suomessa luotetaan tuotannon puolesta kunhan vaan saa ne vaatimukset kuntoon, niin valmistajaan aika paljon, mut kuluttajaan vähän. Ja Euroopassa se on ehkä tietyllä tavalla toisin päin. Mut se, että tääl ei luoteta siihen kuluttajaan, että hän pystyy pitämään alkoholinkäyttönsä kontrollissa, ni stten tarkoittaa sitä, että meidän toiminta faktisesti vaikeutuu markkinoilla, esimerkiksi markkinoinnin, tarinankerronnan, kaiken tällasen puolesta. Ja sit, kyllä siellä valmistuksessakin niitä aitoja, minkä yli pitää hyppiä on paljon, mut sit niitten jälkeen se päivittäinen toiminta on suht hyvää. (TAKO/DO42:18)

Elintarvikealan yrittäjät kokevat, että lainsäädäntö tekee yrittämisestä ja luomujatkojalostamisesta varsin monimutkaista, koska direktiivejä on runsaasti, valvonta tiukkaa ja dokumentointi erittäin tarkkaa. Luonnon Aromit Oy:n Törmäsen mukaan lainsäädäntö- ja direktiiviviidakossa taiteilu on haastavaa, mutta siitä on mahdollista selviytyä (TAKO/DO42:2) On tärkeää olla perillä erilaisista reunaehdoista, joiden puitteissa toimintaa pystyy pyörittämään ja kehittämään. (TAKO/DO42:5) Luomutarkastuksissa olisi useamman yrittäjän mukaan keventämisen, johdonmukaistamisen ja parantamisen varaa. (mm. TAKO/DO42:2) Riihipuodin yrittäjät kertovat esimerkin, joka kuulostaa absurdiudessaan jokseenkin käsittämättömältä:

Koko ajan tämä luomutarkastus on melkeen niinko vaikeutunu, koska tarvitaan, on keksitty aina lissää ja lissää mitä tarttis. Oli, parhaimpana oli jo täsä, et ko ne rupes sanomaan et ko myllyl tulee lattialle pölyä, se täytyy ottaa rikkalapiolla pois ja se täytyy punnita ja merkata tota noin, niinko hävikiks. (TAKO/DO42:3)

Ei ihme, jos yrittäjästä tuntuu toisinaan siltä, että tarkastajat käyttävät virantoimituksessaan suoranaista mielivaltaa. Riihipuodin yrittäjiä kummastuttaa se, että miten tarkastajat voivat esittää tietävänsä asiat paremmin kuin kyseinen toimija. (TAKO/DO42:3) Vaikka tarkastusten pikkutarkkuutta kauhistellaan ja koetaan hyvin vahvasti, että maanviljelijät ovat joutuneet suorastaan silmätikuiksi, ymmärretään ja hyväksytään toiminta mahdollisten väärinkäytösten välttämiseksi. Koivunalhon luomutilalla on vuosien varrella hyödynnetty positiivista ajattelua suhtautumisessa lainsäädäntöön ja erilaisiin vaatimuksiin:

Ne pitää aina joka kevät kattoo, sinne tulee pieni muutoksii, joka vuos tehdään. Jotkut on ihan hyvii muutoksii, jotkut on huonoi muutoksii, mut et se on aina, mut et kaikkee toimintaa, teetsä mitä vaan, ootsä minkä alan yrittäjä vaan, kaikessa on säädökset ja normit, minkä mukaan pitää toimia, et niiden kans täytyy vaan oppii myös elämään. Jos niit pitää mörkönä, sillo ne on iha hirveitä mörköjä, niist saa todella kauheen taakan hartioilleen, mut et, mun mielest me ollaan pyritty ainakin suoriutumaan sillalailla ettei oteta niinkun, ei anneta säädöksistä ja EU:n vaatimuksista ja muusta tulla niinkun liian painavia taakkoja. (TAKO/DO42:6)

Erilaiset tuet koetaan tärkeiksi ja erityisesti maanviljelypuolella ei ilman tukia pärjättäisi. Vuodet ovat erilaisia ja sato saattaa jonakin vuonna jäädä peltoon ja laitteet hajota. Myös vakuutukset maksavat pitkän pennin. (TAKO/DO42:8) Olli Suominen toteaa Jymy Jäätelön puolesta, että he ovat saaneet pieniä investointitukia lähinnä laiteinvestointeihin, mutta että elintarviketuotantoa ei tueta samalla tavalla kuin maataloutta. Suominen tuo esiin tärkeitä ja ajankohtaisia epäkohtia

tukijärjestelmästä. Suomisen mielestä tukien merkitys on suuri erityisesti maatalouspuolella, mutta suotavaa olisi, jos tukien merkitys vähenisi tulevaisuudessa ja maatalous voisi kannattaa omillaan. Suominen ehdottaa, että tukia ohjattaisiin ilmastonmuutosta hillitseviin toimiin. (TAKO/DO42:12) Myös Koivunalhon luomutilalla pohditaan sitä, ovatko tuet paras mahdollinen väline kannustaa maataloustuottajia elintarviketuotantoon, vai olisikohan joku muu keino parempi. (TAKO/DO42:5–6)

Isontuvan jäätelön Elina Simola puolestaan kritisoi koko tukijärjestelmän olemassaoloa toteamalla, että EU-tuet eivät ole riittäviä, jotta edes maataloustuotanto olisi kannattavaa. Simola kertoo, että he elävät hyvinkin säästeliäästi työmääräänsä nähden. Työpäivien pituus on usein 12, 14 tai 16 tuntia ja tuntipalkaksi jää noin pari euroa per työntekijä. (TAKO/DO42:1) Saloniemen juustolan Riitta Saloniemen viesti on saman suuntainen. Tuet ovat pienentyneet entisestään ja koko ajan saa tehdä enemmän töitä, jotta saa yrityksen tuloksen pysymään mahdollisimman vakaana. (TAKO/DO42:10) Mehiläistarhaaja ja hunajayrittäjä Nora Mäntysaari toteaa, että mehiläistarhaus on yksi vähiten tuetuista maatalouden aloista. Mäntysaari kummastelee käytäntöä suhteessa maanviljelijöiden saamiin tukiin, sillä mehiläisten suorittama pölytystyö mahdollistaa maanviljelijöiden työn onnistumisen sekä suuremman ja laadullisesti paremman sadon. Mäntysaari kiittelee kuitenkin sitä, että mehiläistarhaus lasketaan erikoistuissa kuuluvaksi maatalouteen, joka mahdollistaa esimerkiksi nuoren viljelijän aloitustuen ja investointitukien hakemisen. (TAKO/DO42:13)

Kunnan yritysilmapiiri

Jostain syystä ainoastaan yhdeltätoista kahdestakymmenestä haastatellusta kysyttiin, että miten he ovat kokeneet kunnan yritysilmapiirin. Kaksi vastaajaa kokee ilmapiirin neutraaliksi (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:10) ja ainoastaan yksi kuvailee yrityksen kotipaikkakuntaa Loimaata varsin negatiivisin sanankääntein muun muassa kuolevaksi maaseutukunnaksi ja hän suunnittelee yritystoimintansa siirtämistä Paraisille kun ”siellä on semmonen jotenkin positiivinen ilmapiiri”. (TAKO/DO42:13) Paraisilla toimivan Tammiluodon viinitilan Timo Jokinen vahvistaa huhut todeksi kertomalla, että he ovat saaneet toteutettua kaikki projektinsa hienosti ja että Paraisen kaupunki tukee matkailutoimintaa kaikissa muodoissaan. (TAKO/DO42:4 TJ) Parainen profiloituu selkeästi matkailukuntana (<http://visitparainen.fi/> luettu 11.12.2020), mutta

tämän tutkimusaineiston perusteella ei voi juurikaan tehdä johtopäätöksiä siitä, miten kunta mahdollisesti kannustaa elintarvikealan yrittäjiä työssään. Loimaan panimon yrittäjä Niina Vesanen puolestaan kiittelee kaupunkia mukavasta ja kannustavasta vastaanotosta ja kertoo, että he saivat kiitettävästä neuvontaa ja opastusta heti yritystoimintansa alussa. (TAKO/DO42:16)

Murtolan Hamppufarmin Ville Virtanen toteaa Marttilan kunnan toimivan aktiivisesti yritysten tukemiseksi. (TAKO/DO42:9) Liedon Seppälän kylällä toimivan Koivunalhon luomutilan Heinokset ovat myös huomioineet Liedon yrittäjämönteiseen ilmapiiriin. Liedon maine yrittäjystävällisenä kuntana on saavuttanut valtakunnallisenkin maineen, sillä kunta on useampaan otteeseen mainittu Yrittäjä-lehdessä, kun on tiedusteltu yrittäjämönteisiä kuntia. Heinokset kertovat olevansa tyytyväisiä, eivätkä kuulemma osaa enempää odottaa. He ymmärtävät sen, että koska haluavat asua syrjässä, tarkoittaa se sitä, että jotkut asiat ovat etäisyyksistä johtuen hankalampia ja he ovat valmiita tekemään sen, mitä asuminen siellä vaatii. (TAKO/DO42:5–6) Luonnon Aromit Oy:n Anni-Inkeri Törmänen kuvailee hyvin sitä, minkälainen merkitys kunnan tekemillä toimilla ja osoittamallaan arvostuksella on paikallisille yrittäjille ja laajemminkin:

Kyllä se vaikuttaa ja pienten yritysten arvostaminen. Se, että kunta tuo sen esille, niin on sillä merkitystä. Ainaki ite oon näin kokenu ja uskosin, että yksin ja kaksin yrittävät yritykset muutkin. Kuitenki Suomessa niitten varassa työllisyys paljon lepää, että kun puhutaan yrittämisestä, niin ei aina aateltas isoja yksiköitä, vaan aateltas ihan sen yksinyrittäjänki kannalta. Ja kyllä minusta nyt Pudasjärvellä tällä hetkellä näin on. Aikonaan Sotkamossa oli myöski, että siellä samaan aikaan esimerkiksi, kun tämä yritys on syntyny, niin on syntyny monta muutaki maaseutuyritystä. Useat pystyy nyttien saamaan jatkajiaki, että jatkavat, että kyllä siinäki syntyprosessissa niin on kunnanki toimilla ollu siellä iso vaikutus. (TAKO/DO42:2)

6.3 Yrittäjyys ja maaseutu toimintaympäristönä

Maaseudun asuttuna pitäminen

Yrittäjiltä tiedusteltiin heidän mielipiteitään maaseudun asuttuna pitämisestä, keinoista, jolla se voisi olla mahdollista ja siitä, mitä mieltä he ovat nykyisestä kaupungistumiskehityksestä. Maaseudun asuttuna pitäminen koetaan tärkeäksi. (mm. TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:11, TAKO/DO42:13) Ainoastaan kaksi yrittäjää näkee

kaupungistumiskehityksen olevan vääjäämätöntä, eikä heillä ole ideoita kehityssuunnan pysäyttämiseksi. (TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:14) Koivunalhon Heinokset kokevat olevansa onnekkaita, koska heidän aikuiset lapsensa ovat päättäneet asettua maaseudulle. (TAKO/DO42:5–6)

Useampi yrittäjä tuo esiin palvelut ja niiden säilymisen. Maanviljelyksen monialaistuessa ja kodin ulkopuolella tehtävän työuran yleistyessä lähipalveluiden käyttö väheni. Varallisuuden kasvu ja autoistuminen ovat lisänneet sitä, että ihmiset eivät ole enää sidoksissa ainoastaan oman asuinalueensa palveluihin, vaan voivat hakeutua itselleen mieluisimpien palveluiden äärelle. (Lehtonen 2016, 200) Hamppufarmin Ville Virtanen on kuitenkin toiveikas sen suhteen, että syrjäseuduilla ja pienillä paikkakunnilla olevat ihmiset ylläpitävät olemassa olevia palveluita. Niin kauan kuin paikalliset käyttävät paikallisia palveluita, kehityssuuntaa on ainakin mahdollista hidastaa, jollei muuttua aivan kokonaan. (TAKO/DO42:9) Esa Heinonen ehdottaa, että maaseutu nähtäisiin surkuttelun sijaan voimavarana. Heinosen mielestä Seppälän kylä, missä heidän tilansa on, sijaitsee loistavalla ja keskeisellä paikalla, lähellä kaupunkeja ja työpaikkoja, mikäli olisi tarve käydä tilan ulkopuolella töissä. Heinonen toivoo, että kunta tekisi sen suuntaisia päätöksiä ja toimenpiteitä, jotta erilaisten ihmisten maalle muutto mahdollistuisi. Heinosen mukaan maaseudulla asuminen vaatii tietynlaisen ihmistyyppin ja erilaista luonnetta, kuin kaupunkiasuminen. Heinonen arvelee, että paraikaa meneillään oleva luonnon ja ympäristön arvostuksen lisääntyminen saa ihmiset kiinnostumaan maaseudusta entistä enemmän. Hänen mielestään maaseudun tyhjeneminen ei ole mikään itsestänselvyys. (TAKO/DO42:5) Anni-Inkeri Törmäsen mukaan se, että elintarviketeollisuuden jatkojalostus tehtäisiin mahdollisimman pitkälle myös maaseudulla, olisi parasta maaseudun elinvoimaisuuden ylläpitämistä. (TAKO/DO42:2) LuomuHeikkilän Teppo Heikkilä Loimaalta osoittaa syyttävän sormensa sekä yksittäisten ihmisten, että poliittisten päättäjien suuntaan. Oikeansuuntaisia aluepoliittisia päätöksiä tekemällä ihmisten henkilökohtaisia valintoja pystyttäisiin ohjaamaan siten, että muutto maaseudulle voisi tulla aidosti mahdolliseksi valinnaksi. (TAKO/DO42:15)

Monipaikkaisuus ja monialayrittäjäisyys

Myssyfarmin Rauhansuu on toiveikas tulevaisuuden suhteen. Hän oli keskustellut erään Aalto-yliopiston väestön liikkeitä tutkivan professorin kanssa, joka oli todennut, että pääkaupunkiseudulla on olemassa väestöryhmä, joka ei vielä näy tilastoissa, mutta joilla on tarve ja halu muuttaa pois

kaupungista. Korkeasti koulutettuja, asiantuntijatehtävissä olevia hyvin toimeen tulevia perheellisiä ihmisiä, jotka arvostavat luontoa, ympäristön puhtautta ja rauhallisuutta. Tällaisilla ihmisillä olisi kaikki mahdollisuudet tehdä etätöitä kauempaakin maaseudulta käsin. (TAKO/DO42:7) Töiden löytyminen maaseudulta tai kohtuullisen matkan päästä kotoa ja etätyöskentelyn mahdollistaminen ovat keskeisiä keinoja maaseudun asuttuna pitämisessä. Tietoliikenneyhteydet alkavat olla monessa kunnassa jo niin kehittyneitä ja valokuituverkot vedetty jo lähes jokaiseen tupaan, että työskentely kaupunkien ulkopuolella on niiltäkin osin täysin mahdollista. (TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:5) Koronapandemian hyviä puolia on ollut se, että työn tekemisen kulttuuri ja etätyöskentely saivat aivan uutta puhtia vuoden 2020 aikana. (TAKO/DO42:13, TAKO/DO42:19) Myös Finhoneyn Nora Mäntysaarella on selkeä visio kuntien roolista tulevaisuuden työskentelykulttuurin mahdollistajana:

Ja toki sitte maaseutukuntien pitää miettiä sitä, että miten se kunta pidetään houkuttelevana ja sellaisena et siellä on riittävät palvelut, jotta sellaset ihmiset, joiden työ ei ole paikasta riippuvaista, pystyy tarvittaessa muuttaa sinne. Tai ylipäätään ees tietää jonku maaseutukunnan olemassaolosta. (TAKO/DO2:13)

Monipaikkaisuus voisi olla eräs maaseudun asutettuna pitämisen keinoja. (TAKO/DO42:13)

Monipaikkaisuudella tarkoitetaan ihmisten arjen elinympäristöjä yhä useammin leimaavaa, monien merkityksellisten paikkojen ja niiden välillä tapahtuvan toistuvan liikkumisen kokonaisuutta. Etätyö, kakkosasuminen tai kulttuuri-identiteetti ovat esimerkkejä monipaikkaisuudesta. Maaseutu linkittyy useisiin monipaikkaisiin ryhmiin: identiteetiltään maalaiset, etätyöläiset, vapaa-ajan asuminen maaseudulla ja maaseudulla tapahtuvat harrastukset. Fyysisen monipaikkaisuuden lisäksi myös virtuaalisten ympäristöjen merkitys kasvaa. Monipaikkaisuus voi olla vapaaehtoista, etuoikeutettua tai pakotettua ja se voi liittyä asumiseen, työhön, vapaa-aikaan ja sosiaalisiin suhteisiin. (Haukkala 2011, 10, 41) Jymy Jäätelön Horst Neumann asuu Helsingissä ja yrityksen päämaja sijaitsee Aurassa. Neumann kertoo käyvänsä usein keväisin ja kesäisin töissä Halikon mökiltään käsin, sekä tekevänsä sieltä käsin toisinaan myös etätöitä. (TAKO/DO42:11)

Valtaosa haastatelluista maaseutuyrittäjistä kertoi, että tämän päivän maaseutuyrittäjän tulot syntyvän pienistä puroista. Monialayrittäjyys nähdään mahdollisuutena maaseudulle ja sen yrittäjille. Velvollisuuden ja välttämättömyyden lisäksi osa yrittäjistä sanoo nauttivansa työnkuvan monipuolisuudesta. (mm. TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:10) Osalla on kotitilansa tai yrityksen tuotantotilojen yhteydessä puoti, josta myydään suoramyyntinä sekä oman yrityksen, että joissain tapauksissa myös muiden alueen yrittäjien tuotteita. (mm. TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:4,

TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:16–17) Matkailutoiminta on keskeinen osa Tammiluodon Viinitilan toimintaa ja tilalla toimii myös oma puoti. (TAKO/DO42:4) Loimaan Panimolla harjoitetaan panimotoiminnan ja oman myymälän pyörittämisen ohella asiakkaille ns. ”tasting- kierroksia”. (TAKO/DO42:16–17) Myssyfarmi lienee tunnetumpi villatuotteistaan, kuin elintarvikepuolen tuotteista. (TAKO/DO42:7) Koivunalhon Heinokset tekivät jo yritystoimintansa alkumetreillä päätöksen, että pyörittävät maatalousyrittäjänsä ohella ICT-palveluihin keskittyneitä perheyhtiötä, koska pelkällä luomutilapuolella ei kuulemma tullut toimeen. Sivubisneksen pyörittäminen on myös mahdollistanut sen, ettei Heinokset ole joutuneet ottamaan niin paljon lainaa yritystoiminnan kehittämiseen, kuin mitä he olisivat joutuneet ottamaan, jos käyttäisivät kaiken aikansa ainoastaan maatalouspuolen töihin. Seuraava sukupolvikin tietää, että luomutilan kylkeen on otettava myös toisenlaista toimintaa ja tytär käykin oman luomutilan pyörittämisen ohella miehensä kanssa kodin ulkopuolella töissä. (TAKO/DO42:5–6) Hamppufarmin yrittäjien tukipilareina toimivat maanviljely ja metsänhoito. (TAKO/DO42:8–9) Investointien määrä ja aika, jonka haluaa töihin käyttää määrittävät sitä, minkä verran niitä muita töitä on otettava siihen ”kylkeen”. Saloniemen juustolassa asia on ratkaistu siten, että juustonvalmistuksen lisäksi pariskunnan mies urakoi muille heinätöitä ja erilaisten juustojen lisäksi heidän tilapuodissaan myydään myös muita itse omalta tilalta saaduista raaka-aineista valmistettuja jugurteja, jäätelöä, vuohenlihaa, vuohenmaitosaippuaa jne. Tällainen töiden hajauttaminen tuo myös turvaa, mikäli jokin tulovirta jostain syystä tyrehtyy. (TAKO/DO42:10) Saman on havainnut hunajayrittäjä, joka toteaa että:

Jos nyt kävis vaikka niin, että tähän kohtaan tuliskin tällanen katovuosi ja ei tulis ollenkaan hunajaa, ni kyllä siinä tapauksessa mun pitäis keksiä sitte muita hommia. Et jonkun verran mä ite teen myös tollasia puhujakeikkoja, mutta ne liittyy kyllä aina siis mehiläisiin ja pölyttäjiin ja hunajantuotantoon, joten mä lasken että kuuluu ikään kuin tähän samaan toimintaan. Mutta hunaja on se pääjuttu. (TAKO/DO42:13)

LuomuHeikkilän Teppo Heikkilä kertoo olevansa lähitienoon ainoa päätoiminen maanviljelijä. Hän toteaa, että ei halua rahoittaa toimintaa millään toisella työllä ja että yrityksen täytyy kannattaa niin hyvin, että sillä elää. LuomuHeikkilässä on ollut aiemmin maatilamatkailua ja suoramyyntiä, mutta niihin ei ole panostettu enää vuosiin. Heikkilä suhtautuu varsin kriittisesti tällaiseen maatalan sivussa pyöritettävään oheistoimintaan ja näkee asiassa suurempiakin yhteiskunnallisia epäkohtia:

Se on helposti semmosta, että – – annetaan tällainen helppo ratkaisu johonkin tällaiseen maatalouden kannattamattomuusongelmiin tai tämmöisiin, että suoramyynti tai jotain tällaisia sivuelinkeinoja. Se on ihan älytöntä. Että nyt jo hukutaan töihin ja

puhnautti tappaa kohta meistä puolet kohta. Niin sitten sanotaan, että hommaa joku tällanen sivuelinkeino. Se on ihan älytöntä. Tai joku suoramyynti! Totta kai siitä tuotteesta saadaan parempi hinta, mutta ei se oo semmonen, että se menisi jossain sivussa. Se on yks työpäivä lissää. (TAKO/DO42:15)

Heikkilä kertoo omasta kokemuksestaan, että kun hän vähensi ”tällaiset rönsyt” pois, on hän voinut paremmin ja myös yrityksen talous on ollut paremmassa kunnossa kuin koskaan. Heikkilän mukaan sivuelinkeinolla ei paikata tuottamatonta toimintaa. (TAKO/DO42:15)

Kuudestatoista yrityksestä ainoastaan Jymy jäätelön Neumann, Kyrön Lipiäinen ja Entiksen Taskila työskentelevät ainoastaan näissä yrityksissä toimitusjohtajan tehtävissä. Edellä mainitut yritykset toimivat osin ulkopuolisten sijoittajien rahoituksella. (TAKO/DO42:11, TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:18).

Yrittäjyys

Janne Rauhansuun suhtautuminen yrittäjyyteen on ihailtavan idealistinen. Hän toivoo voivansa yrityksensä kautta vähentää vastakkainasettelua maaseudun ja kaupungin välillä. Hänen mielestään maaseudulla ja nimenomaan ruoantuotantopuolella tulisi ymmärtää se, että asiakkaat ovat kaupungeissa ja että yrittäjien tulee tuottaa heille sitä, mitä he haluavat. (TAKO/DO42:7) Pääosin yrittäjät kokevat, että heidän työhönsä suhtaudutaan positiivisesti. (mm. TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:17) Koivunalhon Esa Heinosen mukaan nykyään maanviljelijät mielletään enemmänkin yrittäjiksi, mikä on Heinosen mielestä aivan oikein. (TAKO/DO42:5) Eräs yrittäjä tuo esiin työelämän muutokset laajemminkin ja toteaa, että erityisesti suhtautuminen pienyrittäjyyteen on muuttunut positiivisemmaksi. Hänen arvionsa mukaan tulevaisuudessa yleistymässä oleva monipaikkaisuus tulee muuttamaan suhtautumista yrittäjyyteen entistäkin positiivisemmaksi. (TAKO/DO42:2) Sekä Jymy Jäätelön Olli Suominen että Loimaan Panimon Ari-Veikko Röppänen kertovat kiittävästä ja kannustavasta asenteesta, jota he ovat saaneet osakseen paikallisilta. (TAKO/DO42:12, TAKO/DO42:17) Röppänen esittää kainon toiveen, että tämä positiivinen asenne näkyisi myös ostokäyttäytymisessä ja paikalliset myös käyttäisivät kehumiaan lähipalveluita ja ostaisivat lähituotteita. (TAKO/DO42:17) Isontuvan jäätelön Elina Simola sanoo, että suhtautuminen on positiivista, mikäli yrittäjä osaa brändätä elämäntapansa oikealla tavalla ja valjastaa maatalouselinkeinon markkinoinnillisiin tarkoituksiin. Hän toteaa myös, että aina tulee olemaan niitäkin henkilöitä, jotka eivät ymmärrä maaseutua, eivätkä siten ehkä osaa arvostaa sitä ja siellä toimivia yrittäjiä. (TAKO/DO42:1)

Yrittäjyys koetaan monella tavoin haasteellisena. Kaikki lähtee ihmisestä itsestään ja täytyy olla monella tavoin erittäin aktiivinen. Koivunalhon luomutilan Maarit Heinonen myöntää pohtineensa, että varmasti pääsisi helpommalla, jos olisi toisella työssä, neljästä viiteen viitenä päivänä viikossa. Olisi kuukausipalkka sekä viikonloput ja illat vapaat ja selkeät lomajaksot. (TAKO/DO42:5) Kaksi yrittäjää kokee yrittäjyyden suurimmaksi haasteeksi tulon hankkimisen, koska katteet ovat huonot ja kilpailu kovaa. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:12) Jymy Jäätelön Olli Suomisen mielestä yrittäjyydessä on parasta se, kun näkee oman tuotteen menestyvän ja saa kuluttajilta hyvää palautetta. Myös ihmisten palkkaaminen on palkitsevaa. (TAKO/DO42:12) Ja kun kotimaan markkinat eivät riitä, on suunnattava ulkomaan markkinoille. Menestyminen ulkomailla, oikean mallin, osaamisen ja pääoman löytäminen ovat yrittäjyyden suurimpia haasteita Kyrö Distilleryn Miika Lipiäisen mukaan. Lipiäinen toteaa, että Suomi on pieni talous ja maamme maine hyvien kuluttajabrändien tuottajana on vasta alkutekijöissään. (TAKO/DO42:18)

Anni-Inkeri Törmänen nostaa haasteiden yhteydessä esiin yrittäjien sosiaaliturvan (TAKO/DO42:2) ja useampi mainitsee oman terveyden. (mm. TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:3) Yrittäjät kertovat suurimmiksi haasteiksi ennakoimattomat tilanteet, joihin ei oikein mitenkään pysty vaikuttamaan etukäteen, oli sitten kyse sairastumisesta, säistä tai sähkön hinnan noususta (mm. TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:14) Eräs yrittäjä mainitsee ihmisten väliset suhteet, se miten tärkeää olisi, että ne pysyisivät kunnossa, sillä ihmissuhteita ei saa rahallakaan korjattua. (TAKO/DO42:12) Myös erilaiset viranomaismääräykset, sertifikaatit ja laatujärjestelmät mainitaan. (TAKO/DO42:19) Pussi- ja pakkausmerkinnät, tai vaikkapa luomumerkin sijainti pakkauksessa saattaa muuttua nopeallakin aikataululla ja sellaisten muutosten toteuttaminen pakkauksiin on kallista touhua. Yrittäjä joutuu maksumieheksi, kun kaikkea ei voi siirtää hintoihin. (TAKO/DO42:3)

Jymy Jäätelön Horst Neumann toteaa ajankäytön liittyvän yrittäjyyden haasteisiin aina tavalla tai toisella ja yrittäjällä on aina korkeat henkilökohtaiset panokset mukana, oli sitten kyse ajankäytöllisistä tai taloudellisista resursseista. Vastuu lepää usein vain muutaman henkilön harteilla ja onnistumisen pakko tuo mukanaan lisäpainetta. (TAKO/DO42:11) Joskus haasteista voi seurata myös mahdollisuuksia. Useampikin yrittäjä nosti haastatteluissa esiin koronapandemian myötä heränneen keskustelun elintarviketurvallisuudesta ja ruokaomavaraisuudesta. He näkevät toivottavana ja jopa mahdollisena sen, että pandemian seurauksena kotimaisen ruoantuotannon ja maataloustuottajien arvostus voisi saavuttaa aivan uuden tason ja jopa luoda uusia mahdollisuuksia

maaseudun pienyrityksille. (mm. TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:19) Riihipuodin Eeva Saari mainitsee positiivisena asiana maatalouden työllistämisaikutukset, mutta toteaa samassa lauseessa, että kuvio toimii valitettavasti myös toiseen suuntaan. Mikäli maidontuotanto vähenee Suomessa entisestään, sen mukana loppuu esimerkiksi kotimainen juustontuotanto. (TAKO/DO42:3)

Vaikuttaa siltä, että jalostukseen suhtaudutaan positiivisesti, mutta alkutuotanto kohtaa enemmän kritiikkiä ja jopa suoranaista vastustustakin. (mm. TAKO/DO42:12) Kaksi yrittäjää puhuu muista poiketen huomattavasti kriittisemmästä suhtautumisesta maataloustuottajiin. (TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:8)

No ei näitä ainakaan helpoks meille tehdä. – – Viljan hinnat tullut hirveesti alas. Tottakai ilmastosta ruvettu puhumaan, ni ajatellaan et traktoreilla ajetaan turhaan pellolla, mut eipä sielä kyllä turhaan ajella. Et kyl niin ku kaikki ajot, mitä pelloilla tehdään on hyvin tarkkaan suunniteltuja ja mitä maanviljely. Maanviljelijöitä ei arvosteta, ainaki siltä tuntuu välillä. Et hirveesti välillä niin ku ei ajatella, et kuinka paljon se maanviljelijä sen peltensa eteen tekee. Useimmat maanviljelijät nykypäivänä tekee kahta työtä. Esimerkiks mekin tehdään. Meillä on HamppuFarmi, joka työllistää meidät satakymmenenprosenttii ja kevät ja syksyt me ollaan peltotöissä siihen päälle. – – Sanotaan, että öö, kyl sais enemmän arvostaa ainakin. Ja joskus tuntuu, että tuntuu, että ihmiset tuijottaa vaan siihen, kun lehdissä kirjoitetaan, et taas on maanviljelijöillä tukiaika. Niin sit ruvetaan siitä kirjottamaan, et eihän ne oo mitään teekkään ni miks niille tukia maksetaan ja jotenki niinku ei avata sitä koko todellisuutta, siitä mitä tää maanviljely on. (TAKO/DO42:8)

Maaseutu toimintaympäristönä

Tutkimusaineiston yrittäjien mukaan maaseutuasuminen on asenteesta kiinni. Jos puutteellisiin palveluihin, sähkökatkoksiin, huonoon säähän tai pimeyteen suhtautuu negatiivisesti, tuntuu elämä melkoisella varmuudella kurjalta. (TAKO/DO42:8) Maaseudulla eläminen ja yrittäminen merkitsee haastatelluille ennen kaikkea vapautta. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:3, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:14, TAKO/DO42:15, TAKO/DO42:19) Saa tehdä mitä tykkää (TAKO/DO42:3) ja pystyy olemaan esimerkiksi lastenlasten kanssa arkenakin. (TAKO/DO42:5) Moni sanoo maaseudun parhaaksi puoleksi luonnon (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:5, TAKO/DO42:6, TAKO/DO 42:13) ja myös hiljaisuutta ja rauhaa kiitellään. (TAKO/DO42:6, TAKO/DO42:8, TAKO/DO42:12) Luonnossa toimiessaan saa toimia ikään kuin ”luojan puutarhurina tuolla pellolla ja nähdä se kasvun ihme joka vuosi” ja se on jotain mikä ei ole

millään tavalla ihmisestä riippuvaista. Onnistumiset ja elämykset palkitsevat. (TAKO/DO42:5)

Mehiläistarhuri kokee tärkeänä saada olla ja elää siellä, missä ruokaa tuotetaan. (TAKO/DO42:13)

Jani Jokinen kuvailee elin- ja työympäristöään Paraisilla:

Noh se merkitsee sitä, et mä oon periaattees joka päivä luonnossa jollain tavalla. Vietän todella paljon aikaa ulkona tietysti, ympäri vuoden ja niin edespäin. Ja kyllä ku me ollaan tääl nyt sit kohta, mitä me ollaan asuttu yhdeksän vuotta, tai jotain ni ei mul toistaseks oo mitään hinkua kaupunkiympäristöön. Ja tosiaan se on aika monipuolista hommaa. Tossa periaatteessa jonkun työn lomassa tulee tietysti vähän tarkkailtua, et muuttolinnut lähtee tai muuttolinnut tulee. Tosiaan tääl on tätä luontonäytelmää käynnissä jatkuvasti. On aika aitiopaikka tarkkailla muutenkin et miten tää muuttuu tää homma ja kuin paljon se on jo muuttunu täs paris kymmenes vuodes. (TAKO/DO42:4JJ)

Yhteisöllisyys ja hyvät naapurit nousevat vastauksissa arvoon arvaamattomaan. (TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:8, TAKO/DO42:15) On tärkeää, että naapurisuhteet ovat kunnossa, koska täytyy voida luottaa siihen, että hädän hetkellä naapurista saa aina apua. (TAKO/DO42:8)

Anni-Inkeri Törmänen kokee itselleen tärkeänä sen, että kaikki hänen toimensa niin omassa henkilökohtaisessa elämässään kuin työelämässäänkin, tähtää maaseudun ihmisen laadukkaan ja hyvinvoivan elämän mahdollistamiseen. Asiat ovat ihmisen kokoisia ja ihmiset kokevat, että pystyvät vaikuttamaan asioihin. (TAKO/DO42:2) Omia arvoja vastaava elämä mahdollistuu maaseutu ympäristössä. (TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:15) Ympäristöpalveluja tuottavalle itsensä introvertiksi identifioivalle yrittäjälle tila, vapaus ja se, että kukaan ei määrittele hänen tapaansa olla, ovat kaikkein tärkeintä maaseutuasumisessa. (TAKO/DO42:15) Maaseudulla asuminen ja yrittäminen on elämäntapa ja oma valinta. (TAKO/DO42:12) Saloniemen Riitta toteaa että:

Kyl se on niinkun täsä on just on mietitty, et jos tämä otettais pois, mä en tiedä mitä mä tekisin. Tää on niinku mulle kaikki. Et mä olen silleen harvinaisen hullu ihminen et tota, – – edelleenkin kahdenkymmenen vuoden jälkeen ni mä voin ihan puhtain sydämin sanoa, et mä niinkun öö nautin siitä työn hetkestä kun mä saan olla töissä ja tehdä sitä töitä, et toki on niitä hetkiä kun elukat esimerkiks sairastaa, ni se ei ol oikeen koskaan kivaa, mut pääsääntöisesti niin tämä kokonaisuus on niin tärkeää et totaa, – – mä en tiedä mikä olis parempaa. (TAKO/DO42:10)

Jatkuvuus

Oman yrityksen ja kotitilan toiminnan jatkuvuus on yrittäjille tärkeää. Kahdeksan yrittäjää kertoo toivovansa, että seuraava- ja sitä seuraava sukupolvi jatkaisi heidän elämäntyötään.

(TAKO/DO42:1, TAKO/DO42:2, TAKO/DO42:4, TAKO/DO42:5–6, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8, TAKO/DO42:9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:16) Isontuvan jäätelön Simola sanoo, että hänelle on tärkeää voida jättää tila omille lapsilleen sellaisessa kunnossa, että he voivat sitten itse halutessaan valita, että mihin suuntaan haluavat lähteä yritystä kehittämään. Yksi syy miksi Simola opiskelee parhaillaan luonnonvara-alaa ja luonnonkosmetiikan tekemistä on se, että se voisi olla yksi niistä aloista esimerkiksi erikoiskasviljelyn ohella, jotka tulevat ehkä jatkossa olemaan yritystoiminnan keskiössä. (TAKO/DO42:1)

Luonnon Aromit Oy:ssä vaalitaan pitkien asiakassuhteiden merkitystä ja pidetään kunnia-asiana sitä, että vanhoja asiakkaita halutaan jatkossakin palvella yhtä hyvin, kuin heitä on palveltu nykyisen yrittäjän äidin toimesta 1980-luvun lopulla, kun yritys perustettiin. ”Niin kyllä tällä historialla on iso merkitys ja tosiaan niillä pitkillä asiakassuhteilla. Sillain tunnen tämän niinkun juurevaksi (naurahtaa) työksi”, Luonnon Aromit Oy:n Törmänen toteaa. (TAKO/DO42:2)

Koivunalhon luomutilan pariskunta on tyytyväinen siitä, että he ovat onnistuneet tartuttamaan positiivisen asenteen maataloutta kohtaan myös lapsiinsa, sillä kaikki kolme lasta ovat maatalouden kanssa tekemisissä ja ovat halukkaita jatkamaan yritystoiminnan parissa. On iso motivaatiotekijä työssä jaksamiselle, kun tietää että omalla työllä ja yrityksellä on jatkuvuutta. Heinosten mielestä sillä on iso merkitys, miten vanhemmat puhujat lastensa kuullen yrittäjyydestä. Jos perheessä aina puhutaan siitä, miten raskasta kaikki on, on todennäköisempää, että negatiivinen asenne tarttuu myös lapsiin. (TAKO/DO42:5) Kun lapsuus on eletty vanhempien työntekoa seuraten ja itsekin tilan töihin jo varhain osallistuen, ovat olosuhteet otolliset sille, että omaksutaan viljelijän identiteetti ja jatketaan siten jatkuvuuden ideaalia. (Silvasti 2001, 289) Konkreettisen tekemisen kautta lasten suhde kotitilaan muodostuu elämykselliseksi, fyysiseen kokemukseen perustuvaksi, kiinteäksi paikkasuhteeksi. Näin tilasta ja sen ympäristöstä tulee erityisellä tavalla merkityksellinen ja se kasvaa osaksi häntä itseään ja hänen kokemusmaailmaansa. (Haarni ym. 1997, 16–17)

Osa yrittäjistä haluaa tähdentää, että vaikka kiinnostusta yritystoimintaan tuntuu olevan lasten keskuudessa, jatkamisen tulee olla jälkipolven oma valinta. (TAKO/DO42:5–6, TAKO/DO42:7, TAKO/DO42:8–9, TAKO/DO42:10, TAKO/DO42:16)

7 MAASEUDUN ELINTARVIKEALAN YRITYKSET NYT JA TULEVAISUUDESSA

Tämän tutkimuksen tavoitteena on ollut selvittää maaseudun muuttuvaa toimintaympäristöä elintarvikealan yrittäjien näkökulmasta. Olen tarkastellut sitä, minkälaista yrittäjän työ on 2020-luvulla varsinaissuomalaisella maaseudulla. Samalla olen selvittänyt sitä, minkälaisia sopeutumiskeinoja yrittäjillä on selviytyä jatkuvien muutosten keskellä. Tutkin myös, miten yrittäjät kokevat omat vaikutusmahdollisuutensa suhteessa sellaisiin globaaleihin nyky-yhteiskunnan haasteisiin kuten ilmastonmuutoksen ja kaupungistumiseen. Kulttuurianalyttistä näkökulmaa apuna käyttäen olen analysoinut yrittäjien kokemuksista esiin nousseita teemoja, joiden avulla yrittämiseen ja toimintaympäristön muutokseen liittyviä näkökulmia on mahdollista ymmärtää osana heidän arkeaan.

Valtaosa tutkimusaineiston yrityksistä on maaseudulla toimivia sukutiloja ja perheyriksiiä. Yrittäjät, joiden sukutiloilla on pitkä historia, liittyy voimakas sitoutuminen paikkaan. Toiminnan ja toimialan luonne vaikuttavat siihen, mikä on yrityksen kannalta paras sijainti. Yrityksistä kymmenellä harjoitetaan maanviljelyä ja viidellä maatilalla on myös tuotantoeläimiä. Kaikki maanviljelyä harjoittavat tilat ovat omien maiden lisäksi vuokranneet peltoa tai laidunmaata muualta. Oman raaka-ainetuotannon lisäksi osa hankkii raaka-aineita myös muualta, kuten esimerkiksi Hamppufarmi, jonka oma hampuntuotanto on varsin pientä. Kuudella maatilalla työskentelee omien perheenjäsenten lisäksi ulkopuolisia työntekijöitä vakituisesti enintään kaksi henkilöä. Moni yrittäjä käyttää kiireellisimpinä ajankohtina sesonkityöntekijöitä. Osa töistä teetetään vuokratyöntekijöillä tai urakoitsijoilla.

Yrittäjän työ koostuu pitkistä päivistä ja on toisinaan myös yksinäistä puurtamista. Arki jäsentyy vaihtelevien työtehtävien muodostamalle rytmille ja päivien pituudet vaihtelevat erityisesti maataloudessa paljon kasvukaudella. Erilaiset muuttujat kuten työntekijätilanne ja tilauskanta vaikuttavat päivien rakentumiseen. Osa yrittäjistä pystyy kuvailemaan työpäivänsä kulun lähes minuutilleen, kun taas toisilla jokainen työpäivä on erilainen. Arkea ja työtä on suurimman osan mukaan lähes mahdotonta erottaa toisistaan. Poikkeuksen muodostavat yrittäjät, joilla ei ole alkutuotantoa. Heidän päivänsä koostuvat enimmäkseen hallinnollisista töistä ja asiakassuhteiden ylläpitämisestä. Myynnin ja markkinoinnin merkitys on ymmärretty kaikissa tutkimuksessa mukana

olevissa yrityksissä. Elintarvikealan yritykset luottavat edelleen perinteiseen markkinointiviestintään, mutta sen rinnalla on otettu haltuun myös sosiaalisen median kanavat. Koronaepidemian aikana verkkokaupan merkitys on korostunut entisestään.

Jos arki ja työ kietoutuvat toisiinsa yrittäjien elämässä, on työn ja vapaa-ajan erottaminen usein haasteellista. Seitsemän yrittäjän mukaan se ei ole mahdollista. Työtehtävät seuraavat usein mukaan lomallekin. Suuren työmäärän, stressin ja vastuun vastapainona on yrittäjän vapaus, joka mahdollistaa sen, milloin työt tehdään ja missä järjestyksessä. Työn ja vapaa-ajan erottamista pidetään yrittäjän hyvinvoinnin kannalta tärkeänä. Toisaalta, kun työ koetaan erityisen mielekkääksi, ei työn ja vapaa-ajan erottaminen ole niin merkityksellistä. Suurimmiksi haasteiksi yrittäjät kokevat työssään lainsäädännön ja byrokratian, tulojen muodostuksen sekä tietynlaiset ennakoimattomat tilanteet. Yrittäjän henkilökohtaisilla ominaisuuksilla ja asenteella nähdään olevan merkitystä siihen, miten haasteisiin suhtaudutaan ja työssä pärjätään.

Kuluttajat ovat entistä tiedostavampia ja vastuullisuus sekä läpinäkyvyys korostuvat. Kuluttajat odottavat tuotteiden tukevan kokonaisvaltaista hyvinvointia ja syömiseltä haetaan hyvän maun lisäksi myös helppoutta. Suomalaiset kuluttajat arvostavat kotimaisuutta ja kotimaisuuden arvostus on vahvistunut entisestään koronapandemian aikana. (TEM 2020, 93-94) Tutkimusaineistossa mukana olevien yritysten valmistamia tuotteita ostaa tyypillisesti hyvin toimeentuleva, korkeakoulutettu, ympäristö- ja ravintoasioista tietoinen kaupunkilainen. Asiakaslähtöinen, laadukas ja tulevaisuuteen suuntautuva tuotekehitys on elinvoimaisen yrityksen elinehto. Yrittäjät kertovat tuotekehittelyn tavoitteena olevan puhtaan, aidon ja luonnollisen maun saavuttaminen. Tuotekehittelyä tehdään sekä oman porukan kesken, että erilaisten yhteistyötahon kanssa.

Yritystoiminnan virkeänä ja toimintakykyisenä pitäminen edellyttää jatkuvaa hereillä oloa ja uudistumista. Yrittäjien täytyy seurata herkästi erilaisia kulloinkin pinnalla olevia trendejä pysyäkseen ajan hermoilla. Tutkimusaineiston yritykset edustavat maaseudun elintarviketuotannossa viime vuosina yleistynyttä ilmiötä, jossa pääraaka-aineeksi on otettu jokin täysin uusi raaka-aine (esim. hyönteiset) tai vaihtoehtoisesti on otettu tuotantoon jokin perinteinen viljelykasvi (esim. öljyhamppu) ja lähdetty kehittämään niiden ympärille uudenlaista tuotantoketjua ja liiketoimintaa. Tässä perinteet kohtaavat uudet toimintatavat ja erikoistuminen on valttia.

Yrittäjät ovat erittäin tietoisia sekä oman arkensa tasolla että yritystoiminnassaan ilmastonmuutoksesta ja luonnon monimuotoisuuden köyhtymisestä ihmiskunnalle ja ympäristölle aiheutuvista haasteista. Osa yrittäjistä on myös henkilökohtaisella tasolla vallitsevasta tilanteesta hyvinkin huolissaan. Useampi yrittäjä kertoo pyrkivänsä huomioimaan ympäristön hyvinvointiin liittyviä asioita kaikessa yritystoiminnassaan. Yleisesti ottaen yrittäjät kokevat suomalaisen elintarvikealan lähtökohtaisesti tukevan kestävästä kehitystä, paikallistaloutta ja maaseudun elinvoimaisuutta. (Ks. Vaara ym. 2020, 7) Luomutuotannossa mukana olevat alkutuottajat kokevat keskimäärin enemmän tyytyväisyyttä oman toimintansa positiivisiin ympäristövaikutuksiin, kuin niin sanotut tavanomaista maataloutta harjoittavat toimijat. Useampikin yrittäjä ilmaisee toiveensa siitä, että yritystoiminnalle löytyisi jatkuvuutta myös heidän jälkeensä. Perheyriyksissä lapset otetaan mukaan tilan ja yrityksen töihin ja siten viljelijän tai yrittäjän identiteetti omaksutaan jo varhain ja suhde paikkaan muodostuu konkreettisen tekemisen kautta elämykselliseksi.

Hankkeeseen mukaan pyydettyjen yritysten valintaan olisi pitänyt käyttää enemmän aikaa. Olisi ollut suotavaa, että yritysten joukossa olisi ollut vieläkin monimuotoisempi joukko erilaisia yrityksiä, jotta aineistosta olisi saanut enemmän irti. Myös haastattelurungon rakennetta ja kysymyksiä olisi kannattanut pohtia perusteellisemmin. Se olisi saattanut helpottaa kokonaisuuden hahmottamista ja siten myös aineiston jäsentämistä. Vasta työni loppumetreillä havaitsin, että eräs aineistossa mukana oleva yritys (LuomuHeikkilä) ei ole elintarvikealan tuottaja lainkaan. Olen kuitenkin käsitellyt hänen ajatuksiaan ja kokemuksiaan tässä työssä samalla tavoin kuin aineiston muita yrittäjiä ja päätin havainnon tehtyäni myös säilyttää ne työssäni, koska aineisto on muutenkin varsin niukka ja koska kyseisen yrittäjän ajatukset monipuolistavat aineistoa omalta osaltaan.

Näkemykseni yrittäjien työstä on muodostunut tulkitsevan tutkimusotteen tuloksena, jossa informanttien kokemukset yhdistyvät omaan tutkijan tulkintaani pohjautuvaan analyysiin. Kyse ei ole millään muotoa kattavasta tutkimuksesta ja työssä esitetyt näkökulmat edustavat vain rajattua näkökulmaa niistä erilaisista kokemuksista, joita yrittäjät ovat haastattelutilanteissa tuoneet esille. Näen tässä tutkimusaineistossa mahdollisuuksia syventää ymmärrystä esimerkiksi monialaisuudesta ja monipaikkaisuudesta tai yrittäjien luontosuhteesta. Erityisen kiinnostavaa olisi tutkia elintarvikealan yrittäjyyttä yhdistämällä tähän tutkimusaineistoon julkisuudessa esitettyjä

puheenvuoroja ja yhteiskunnallista keskustelua liittyen lähiruokaan, kotimaisuuteen ja ruokaomavaraisuuteen. Erilaiset identiteettiin, paikkaan, alueeseen ja paikallisuuteen liittyvät pohdinnat voisivat myös olla tämän aineiston pohjalta mielenkiintoisia tutkimuksenaiheita. Näiden aiheinen läheisempi tarkastelu olisi kuitenkin vaatinut täydentävien haastatteluiden ja uusien tutkimuskysymysten esittämistä.

Tavoitteenani on tässä työssäni ollut muodostaa kokonaiskuva siitä, mitä on olla elintarvikealan pienyrittäjä varsinaissuomalaisella maaseudulla vuonna 2020. Riitta Saloniemi kiteyttää hyvin kaikki ne paineet, joita maaseutuyrittäjät joutuvat kohtaamaan sekä yhteiskunnan taholta, että myös odotukset, joita he itse itselleen asettavat:

No siinä tietysti meidän tarttis tääl maaseudul olla monialaosaajia ja meidän tarttis olla karjanhoitajia ja markkinointii, nettiosaajii, – – ja huoltajii ja meidän tarttis käydä markkinoimas viikonloppun messuil ja samaan aikaan olla lypsyllä, hoitaa lapset ja parisuhde ja tota sukulaiset ja vanhat äidit, ni siinä on must kyl haastetta ihan riittämiin. (TAKO/DO42:10)

LÄHTEET

Tutkimusaineistot

Maatalousmuseo Sarkan TAKO-kokoelma. Haastattelut, useita haastatteliijoita 2020

TAKO/DO42:1
TAKO/DO42:2
TAKO/DO42:3
TAKO/DO42:4
TAKO/DO42:5
TAKO/DO42:6
TAKO/DO42:7
TAKO/DO42:8
TAKO/DO42:9
TAKO/DO42:10
TAKO/DO42:11
TAKO/DO42:12
TAKO/DO42:13
TAKO/DO42:14
TAKO/DO42:15
TAKO/DO42:16
TAKO/DO42:17
TAKO/DO42:18
TAKO/DO42:19

Elektroniset lähteet

<https://core.ac.uk/download/pdf/161421946.pdf>
<https://xn--vs-lhiruoka-o8a.fi/aitoja-makuja-yritystilasto-2020-julkaistu-varsinais-suomen-luvut/>
<https://sites.utu.fi/hiiskuttua/kansatieteesta-etnologiaan/> luettu 26.4.2021
fi.wikipedia.org/wiki/yrittäjä luettu 10.4.2021
<https://www.arcticmilk.fi/historia.html> luettu 20.2.2021
<https://hamppufarmi.fi/pages/keita-olemme-1> luettu 31.1.2021)
https://kyrodistillery.com/region_FI/fi/ luettu 4.2.2021
<https://maatalonjaatelo.com/> luettu 31.10.2020
<https://myssyfarmi.fi/> luettu 2.4.2021

<https://www.saloniemenjuustola.fi/> luettu 21.8.2020

<https://www.saloniemenjuustola.fi/puoti/> luettu 6.2.2021

<http://visitparainen.fi/> luettu 11.12.2020

Kirjallisuus

Ehn, Billy & Löfgren, Orvar 1982: *Kulturanalys. Ett etnologiskt perspektiv*. LiberFörlag, Lund.

Ehn, Billy & Löfgren, Orvar 1996: *Vardagslivets etnologi Reflektioner kring en kulturvetenskap*. Natur och Kultur, Stockholm.

Ehn, Billy & Löfgren, Orvar 2001: *Kulturanalyser*. Gleerup, Malmö.

Ehn, Billy 2014: Arjen yllätyksiä – Huomaamattoman etnografia ja kulttuurianalyysi. Teoksessa Pilvi Hämeenaho & Eerika Koskinen-Koivisto (toim.) *Moniulotteinen etnografia*. 59–75. Ethnos toimitte 17, Helsinki.

Erkkola, Maijaliisa & Fogelholm, Mikael & Konttinen, Hanna & Laamanen, Jani-Petri & Mäenpää, Emmi & Nevalainen, Jaakko & Nikula, Harri & Pirttilä, Jukka & Uusitalo, Liisa & Saarijärvi, Hannu 2019. *Ruokaympäristön osatekijät ja ohjauskeinot*. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2019:51. Saatavissa:
https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161760/VNTEAS_51_ROK-loppuraportti.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Eskola, Jari & Lätti, Johanna & Vastamäki, Jaana 2018: Teemahaastattelu: lyhyt selviytymisopas. Teoksessa Raine Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1: Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. 5. uud.p., 27–51. PS-Kustannus, Jyväskylä.

Fingerroos, Outi & Peltonen, Ulla-Maija 2006: Muistitieto ja tutkimus. Teoksessa Outi Fingerroos & Riina Haanpää & Anne Heimo & Ulla-Maija Peltonen (toim.) *Muistitietotutkimus. Metodologisia kysymyksiä*. Tietolipas 214. 7–24. SKS, Helsinki.

- Fingerroos, Outi & Jouhki, Jukka 2014: Etnologinen kenttätö ja tutkimus: metodin monimuotoisuuden pohdintaa ja esimerkkitapauksia. Teoksessa Pilvi Hämeenaho & Eerika Koskinen-Koivisto (toim.) *Moniulotteinen etnografia*. Ethnos toimitte 17. 79–108. Ethnos ry, Helsinki.
- Haarni, Tuukka & Karvinen, Marko & Koskela, Hille & Tani, Sirpa 1997: Johdatus nykymaantieteeseen. Teoksessa Tuukka Haarni & Marko Karvinen & Hille Koskela & Sirpa Tani (toim.) *Tila, paikka ja maisema. Tutkimusretkiä uuteen maantieteeseen*. 9–36. Vastapaino, Tampere.
- Hanska, Jari 2020: Rakenteissa syntyä laatua. Teoksessa Jari Hanska (toim.) & Henri Alén & Saara Kankaanrinta & Jarkko Lehtopelto *Suomalaisen ruoan laatukirja*. 101–125. Vastapaino, Tampere.
- Haukkala, Teresa (toim.) 2011: *Monipaikkaisuus – Ilmiö ja tulevaisuus*. Sitran selvityksiä 54. Helsinki. Saatavissa: <https://media.sitra.fi/2017/02/27172901/SelvityksiC3A454-2.pdf>
- Heikkilä, Katariina 2003: Maaseutu kansatieteellisenä tutkimuskohteena. Teoksessa Helena Ruotsala (toim.) *Meiltä ja maailmalta. Omistettu professori Pekka Leimulle hänen täyttäessään 60 vuotta 5.12.2003*. Scripta Aboensia 2, Ethnologica. 91–105. Turun yliopisto, Turku.
- Heikkilä, Katriina 2009. Farm Space as an Arena for Female Entrepreneurship. Teoksessa Pia Olsson & Helena Ruotsala (toim.) *Gendered Rural Places*. 51–67. SKS, Helsinki.
- Heinonen, Jarna 2000: *Mistä uusia yrittäjiä maaseudulle? Puheenvuoro maaseutuyrittäjyydestä*. Turun kauppakorkeakoulu, Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus, Sarja B tutkimusraportteja B12/2000, Turku.
- Heinonen, Sirkka 2001: *Uudet suunnat maaseudun tulevaisuudelle*. Tulevaisuussarja 7. Tulevaisuuden tutkimuksen seura, Helsinki.
- Hienonen, Kati 2010: *Maaseutu tulevaisuuden merkitysyhteiskunnassa. Trendianalyysi*. Sitran selvityksiä 52. Sitra, Helsinki.
- Huuskonen, Visa 1992: *Yrittäjäksi ryhtyminen. Teoreettinen viitekehys ja sen koettelu*. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja Sarja A-2:1992. Turun kauppakorkeakoulu, Turku.

Hämeenaho, Pilvi 2014: *Hyvinvoinnin verkostot maaseudulla asuvien äitien arjessa. Etnologinen tutkimus palvelujen käytöstä ja hyvän arjen rakentumisesta*. Tutkimuksia 129. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, Helsinki.

Hänninen, Kirsi 2006: *Visiosta toimintaan. Museoiden ympäristökasvatus sosiokulttuurisena jatkumona, säätelymekanismina ja innovatiivisena viestintänä*. Jyväskylä Studies in Humanities 57. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä. Saatavissa:
<https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/13459/9513925706.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ikonen, Hanna-Mari 2008: *Maaseudun naiset yrittäjinä. Elettyjä käytäntöjä ja jaettuja merkityksiä yrittävässä yhteiskunnassa*. Tampereen yliopisto, Tampere.

Jaakkola, Juhani & Tunkelo, Eino 1987: *Tuotekehitys – ideoista markkinoille*. Weilin & Göös, Helsinki.

Jokinen, Pekka & Puupponen, Antti 2006: *Paikallisuus kestäväen ruoantuotannon perustana?* Teoksessa Tuija Mononen & Tiina Silvasti (toim.) *Ruokakysymys. Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*. 113–130. Gaudeamus, Helsinki.

Jouhki, Jukka & Steel, Tytti 2016: *Etnologinen tulkinta ja analyysi Kohti avoimempaa tutkimusprosessia*. Ethnos-toimite 18. Ethnos ry, Helsinki.

Kirveenummi, Anna & Räsänen, Riitta 2000: *Suomalainen kylä kuvattuna ja muisteltuna*. SKS, Helsinki.

Kirveenummi, Anna & Saarimaa, Riikka & Mäkelä, Johanna 2008: *Syödään leväpullia pimeässä. Tähtikartastoja suomalaisten ruoan kulutukseen vuonna 2030*. Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen julkaisuja. Turku. Saatavissa:
https://tuhat.helsinki.fi/ws/files/99246920/Sy_d_n_lev_pullia_loppuraportti_print.pdf

Kirveenummi, Anna & Mattinen, Laura & Johanna Kähkönen (toim.) 2012: *Ruista ja sisua. Varsinais-Suomen ruokaketjun vahvuudet, nykytila ja tulevaisuus*. Tulevaisuuden tutkimuskeskus,

Tutu e-julkaisuja 2/2012. Turku. Saatavissa:

https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/147512/eTutu_2012-.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Korkiakangas, Pirjo 2005: Muistoista tulkintaan – Muisti ja muisteluaineistot etnologian tutkimuksessa. Teoksessa Pirjo Korkiakangas & Pia Olsson & Helena Ruotsala (toim.) *Polkuja etnologian menetelmiin*. Ethnos-toimite 11. 129–147. Ethnos ry, Helsinki.

Koskihaara, Niina & Mäkinen, Minna 2017: Kuntaliitos paikallisena tunteiden ja toiminnan näyttämönä. Teoksessa Outi Fingerroos & Niina Koskihaara & Sanna Lillbroända-Annala & Maija Lundgren (toim.) *Yhteiskuntaetnologia*. Tietolipas 255. 183–207. SKS, Helsinki.

Kouri, Jaana (toim.) 2015: Johdanto. Jaana Kouri (toim.) *Askel kulttuurien tutkimukseen*. Scripta Aboensia 3.15–39. Turun yliopisto, Turku.

Latvala, Terhi & Väre, Minna & Niemi, Jyrki (toim.) 2020: *Maa- ja elintarviketalouden suhdannekatsaus 2020*. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 33/2020. Luonnonvarakeskus, Helsinki. Saatavissa: <https://jukuri.luke.fi/handle/10024/545930>

Lehtonen, Jussi 2016: *Skenaarioita maaseudun palveluista. Kaupat kirjastot, pankit ja postit historiasta tulevaisuuksiin*. Turun yliopiston julkaisuja; Sarja C osa 429. Turun yliopisto, Turku.

Lento, Katri 2020: Lupiinista jauhoa, sirkoista suklaata. Sarka dokumentoi muuttuvan maaseudun elintarviketeollisuutta. *Laari 2020* Vuosikirja. Saatavissa: https://www.sarka.fi/wp-content/uploads/2020/11/Laari_2020-valmis.pdf

Luoto, Ilkka & Ruuskanen, Petri & Susiluoma, Heikki 1996: *Risupartoja vai markkinamiehiä? Tapaustutkimus Etelä-Pohjanmaan luomutuottajista*. Chydenius-instituutin tutkimuksia 5. Jyväskylän yliopisto, Kokkola.

Löfgren, Orvar 1996: Ett ämne väljar väg. Teoksessa Billy Ehn & Orvar Löfgren *Vardagslivets etnologi. Reflektioner kring en kulturvetenskap*. 13–87. Natur och kultur, Stockholm.

Massa, Ilmo & Lillunen, Anu & Karisto, Antti 2006: Ruokaan liittyvät uudet merkitykset. Teoksessa Tuija Mononen & Tiina Silvasti (toim.) *Ruokakysymys Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*. 156–182. Gaudeamus, Helsinki.

Mäki, Maija 2014: ”Muuttuuko ihminen – ja mihin suuntaan?” Muutosvoimia ja niiden vaikutuksia suomalaisen arkeologian kulttuuriperinnön tulevaisuuksiin suhteessa matkailuun. Teoksessa Niina Koskihaara & Maija Mäki & Kirsi Sonck (Toim.) *Osumia Kansatieteellisiä avauksia muutoksesta, sen hallinnasta ja sopeutumisesta*. 16–28. Turun yliopisto, Turku.

Olsson, Pia & Ruotsala, Helena (toim.) 2009. *Gendered Rural Places*. SKS, Helsinki.

Paaskoski, Leena 2008: *Herrana metsässä. Kansatieteellinen tutkimus metsänhoitajuudesta*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1170. Hakapaino, Helsinki.

Paavola, Virpi 2003: *Alueellisten tekijöiden merkitys maaseudun yrityskeskittymien syntyyn – Esimerkkinä sikatalouden ja kutoma-alan yrityskeskittymät*. MTT:n selvityksiä 45. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, Helsinki. Saatavissa:
<https://jukuri.luke.fi/handle/10024/440925>

Perttula, Juha 2009: Kokemus ja kokemuksen tutkimus. fenomenologisen erityistieteen tieteenteoria. Teoksessa Juha Perttula & Timo Latomaa (toim.) *Kokemuksen tutkimus Merkitys – tulkinta – ymmärtäminen*. 115–164. Lapin yliopistokustannus, Rovaniemi.

Rikkinen, Pasi & Harmoinen, Taina & Teräväinen, Hanne 2008: *Maatilyrityksen menestystekijät*. ProAgria Maaseutukeskusten liiton julkaisuja, nro 1056. ProAgria Keskusten Liitto, Vantaa.

Ruotsala, Helena 1992: *Oulujoen vesistön rakentamisen ja säännöstelyn sosiokulttuuriset vaikutukset*. Turun yliopisto, Turku.

Ruotsala, Helena 2005: Matkoja, muistoja, mielikuvia – kansatieteilijä kentällä. Teoksessa Pirjo Korkiakangas & Pia Olsson & Helena Ruotsala (toim.) *Polkuja etnologian menetelmiin*. Ethnos-toimite 11. 45–76. Ethnos ry, Helsinki.

Ruotsala, Helena 2019: *Kolmen kotimaan mies – professori Ilmar Talven syntymästä 100 vuotta*. Teoksessa *Sananjalka Suomen kielen seuran vuosikirja* 61. 272 – 280. Suomen kielen seura, Turku.

Räsänen, Riitta 1993: Kylä, yhteisö ja miljöö kansatieteen tutkimuskohteina – katsaus lähestymistapojen historiaan. *Maaseudun Uusi Aika* 1993, 11–28.

Salomonsson, Anders 1999: *Bondeliv*. Teoksessa Anders Salomonsson (toim.) *Svenskt bondeliv. Livsform och yrke*. 10–71. Studentlitteratur, Lund.

Silvasti, Tiina 2001: *Talonpojan elämä Tutkimus elämäntapaa jäsentävistä kulttuurisista malleista*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 821. SKS, Helsinki.

Silvasti, Tiina 2010: *Maatilan varjossa Rakennemuutoksen anatomiaa*. Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 2010: Tutkimuksia. Sosiaalipolitiikka. Helsingin yliopisto, Helsinki.

TEM 2020: Elintärkeä, monimuotoinen elintarvikeala. Toimialaraportit 2020:2 Työ- ja elinkeinoministeriö, Helsinki. Saatavissa:

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162570/TEM_2020_2_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Thompson, Paul B. 1995: *The Spirit of The Soil. Agriculture and Environmental Ethics*. Routledge, London.

Vaara Elina & Väisänen Karoliina & Tunkkari-Eskelinen Minna & Järvinen Suvi & Pölkki Leena 2020: *Elintarvikealan pk-yritysten toimintaympäristö 2020*. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Jyväskylä. Saatavissa:

https://mmm.fi/documents/1410837/1890227/Elintarvikealan_toimintaymparisto_2020.pdf/48cb3e72-dab5-ee25-90e5-93be6ca1b9c5/Elintarvikealan_toimintaymparisto_2020.pdf?t=1610436396019

Valtioneuvoston kanslia 2019: *Kohti kestävää suomalaista ruokakulttuuria. Ohjeistus periaatteiden viemiseksi käytäntöön*. Valtioneuvoston kanslian julkaisuja 2019:16., Helsinki. Saatavissa:

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161707/VNK_16_2019_Kohti%20kestavaa%20suomalaista%20ruokakulttuuria_net.pdf

Åström, Anna-Maria 2005: Den etnologiska forskningsprocessen – en djupdykning i mentala och materiella sfärer. Teoksessa Pirjo Korkiakangas & Pia Olsson & Helena Ruotsala (toim.) *Polkuja etnologian menetelmiin*. 25–42. Ethnos-toimite 11. Ethnos ry, Helsinki.

LIITTEET

Liite 1

Luettelo Maaseudun elintarviketeollisuus -hankkeeseen haastatelluista henkilöistä ja Sarka museon TAKO-kokoelmaan tallennetuista litteraatioista.

Arkistointitunnus	Nimi	Yritys	Toimiala
TAKO/DO42:1	Elina Simola	Isontuvan jäätelö Oy	Maidontuotanto, jäätelö, peltoviljely + metsätalous
TAKO/DO42:2	Anni-Inkeri Törmänen	Luonnon Aromit Oy	Luonnontuotteet, kuivatut luomuvihannekset
TAKO/DO42:3	Hannu & Eeva Saari	Riihipuoti Oy	Mylly
TAKO/DO42:4	Timo Jokinen (TJ)	Tammiluodon viinitila	Viinitila, matkailupalvelut
TAKO/DO42:4	Jani Jokinen (JJ)	3Spirit Oy	Siideripanimo, viinin maahantuonti
TAKO/DO42:5	Esa Heinonen	Koivunalhon luomutila	Peltoviljely, nurmisiementuotanto, sinilupiinin jatkojalostus
TAKO/DO42:6	Maarit Heinonen	Koivunalhon luomutila	Peltoviljely, nurmisiementuotanto, sinilupiinin jatkojalostus
TAKO/DO42:7	Janne Rauhansuu	Myssyfarmi Oy	Vilja-, öljy- ja palkokasvien viljely ja jatkojalostus
TAKO/DO42:8	Virve Kettunen	Murtolan Hamppufarmi Oy	Peltoviljely, hampun jalostus
TAKO/DO42:9	Ville Virtanen	Murtolan Hamppufarmi Oy	Peltoviljely, hampun jalostus + metsätalous
TAKO/DO42:10	Riitta Saloniemi	Saloniemen juustola	Peltoviljely, maidontuotanto, alkuperäiskarjan maidosta valmistetut juustot ym. tuotteet
TAKO/DO42:11	Horst Neumann	Suomisen Maito Oy/Jymy Jäätelö	Maidontuotanto, jäätelö
TAKO/DO42:12	Olli Suominen	Suomisen Maito Oy/Jymy Jäätelö	Maidontuotanto, jäätelö
TAKO/DO42:13	Nora Mäntysaari	Finhoney Oy	Mehiläistarhaus, lajihunajien tuotanto
TAKO/DO42:14	Samuli Taskila	Entis Oy	Sirkkatuotteiden jatkojalostus
TAKO/DO42:15	Teppo Heikkilä	LuomuHeikkilä	Peltoviljely, ympäristöpalvelut
TAKO/DO42:16	Niina Vesanen	Loimaan Panimo Oy	Olutpanimo
TAKO/DO42:17	Ari-Veikko Röppänen	Loimaan Panimo Oy	Olutpanimo
TAKO/DO42:18	Miika Lipiäinen	Kyrö Distillery Company	Gini- ja viskitislaamo
TAKO/DO42:19	Juha Lundström	Arctic Milk Oy	Meijeri

HAASTATTELURUNKO: MAASEUDUN ELINTARVIKETEOLLISUUS

Taustatiedot

Nimi

Syntymävuosi ja -paikka

Asuinpaikka

Koulutus, ammatti ja työhistoria (lyhyesti)

Kerro lapsuudenperheestäsi

Kerro perheestäsi

Työ ja oma yritys

Kerro tilastasi/yrityksestäsi (menneisyys, nykyisyys)

Mitä viljelet? Mitä karjaa ja kuinka paljon sinulla on? Kuinka monta hehtaaria tilan koko on, millaista maata/metsää siihen kuuluu?

Miten päätös yrittäjäksi syntyi, mitkä tekijät siihen vaikuttivat?

Miksi yritys sijaitsee kyseisessä paikassa?

Keitä yrityksessä työskentelee, onko ulkopuolisia työntekijöitä? Miten työntekijät löytyvät?

Kuinka pitkään olet harjoittanut ko. yritystoimintaa?

Onko tilan jatkuvuus sinulle tärkeää? Jos kyseessä on esim. vanhempien tila, miten olet päättänyt jatkamaan sitä?

Millaisia taloudellisia resursseja toiminta on vaatinut/vaatii?

Millainen on tavallinen työpäiväsi?

Voiko työtä ja vapaa-aikaa erottaa (miten)? Onko se sinulle tärkeää?

Tuotteet ja tuotantotavat

Miten tuoteideasi on syntynyt? Mistä olet saanut tietoa tuotteista ja niiden valmistuksesta?

Miten uusien tuotteiden valinta on tapahtunut, miten siitä on neuvoteltu (jos esim. jatkaa vanhempien tilaa ja muuttanut tuotteita)?

Kerro tuotekehityksestä (teetkö sitä itse vai yhteistyössä, kenen kanssa, pitääkö sitä tehdä jatkuvasti)?

Onko tuotteillasi tärkeysjärjestystä, onko "ykköstuotetta", vaikuttavatko vuodenaajat ja sesongit? Onko tässä tapahtunut muutoksia?

Miten tuotteesi on otettu vastaan? Onko suhtautumisessa tapahtunut muutoksia?

Näkyvätkö perinteet tuotantotavoissa, jos niin miksi? Tuoko yrityksesi jotain uutta elintarviketuotantoon, mitä?

Näkyvätkö ruokatrendit ja erityisruokavaliot tuotteissa ja niiden valinnassa?

Millaista eläinten kanssa työskentely on? Mikä merkitys eläinten hyvinvoinnilla on toiminnassasi, miten sitä voi tukea? Onko esim. alkuperäisrotujen säilyminen sinulle tärkeää (miksi)?

Mistä saat raaka-aineesi? Millaisia verkostoja hankinta vaatii? Onko omavaraisuusasteella sinulle merkitystä? Onko eettisyys raaka-aineissa tärkeää (mitä se tarkoittaa)?

Mitä tuotantovälineitä tuotantosi edellyttää? Mistä niitä voi hankkia, onko saatavilla lähellä?

Monialaisuus: pitääkö yrityksen rinnalla olla muuta toimintaa?

Myynti ja markkinointi

Miten myynti tapahtuu? Keitä ovat jälleenmyyjät? Entä asiakkaat; onko tyypillistä asiakasta (kuvaile); onko tapahtunut muutoksia?

Miten mainonta, markkinointi ja viestintä tapahtuu? SOME, puskaradio ja muut kanavat?

Mikä on brändäämisen merkitys? Miten brändääminen tapahtuu?

(Maaseutu)yrittäjänä nyky-yhteiskunnassa

Millaisia arvoja yrityksesi edustaa? Mitä eettisyys sinulle merkitsee?

Koetko ilmastoahdistusta (maataloustuottajana)?

Voitko omalla työlläsi vaikuttaa ekologiseen kestävyys-/lajien säilyvyyteen, miten? Onko se sinulle tärkeää?

Mikä merkitys paikallisuudella ja kotimaisuudella on toiminnassasi?

Miten lainsäädäntö (EU, kansalliset) ja tuet vaikuttavat työhösi? Entä kunnan yritysilmapiiri?

Mitä ajattelet maaseudun asuttuna pitämisestä? Miten se voisi tapahtua? Mitä ajattelet nykyisestä kaupungistumiskehityksestä?

Millaista on olla yrittäjänä nyky-yhteiskunnassa; miten maaseudun yrittäjyyteen suhtaudutaan? Mitkä ovat yrittäjyyden suurimmat haasteet?

Mitä maaseudulla eläminen ja toimiminen sinulle merkitsee? Mikä siinä on parasta?

Haluaisitko lisätä vielä jotain? Onko joitain asioita jäänyt käsittelemättä?

KIITOS HAASTATTELUSTA!

Esine-kysymys: Mikä esine/materiaalia kuvaa tilaasi/yritystäsi parhaiten? Voimmeko siirtyä katsomaan sitä?