

UUSI-MUTASEN TILAN KEHITYSSUUNNITELMA



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö
Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma
Mustiala, kevät 2013

Maria Lyytikä & Tia Mustajärvi



MUSTIALA

Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma
Maatilatalouden suuntautumisvaihtoehto

Tekijät	Maria Lyytikä & Tia Mustajärvi	Vuosi 2013
Työn nimi	Uusi-Mutasen tilan kehityssuunnitelma	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Uusi-Mutasen tilalle sopiva tuotantosuunta nykyisen lihantuotannon rinnalle. Vaihtoehtoisina tuotantosuuntina olivat lihan suoramyynti, maidontuotanto ja vuohituotanto. Tarkoitus oli säilyttää työpaikat kolmelle henkilölle. Selvitys tehtiin yhteistyössä nykyisten yrittäjien kanssa, jotka olivat myös toimeksiantajia. Aineistona on käytetty tilan perustietoja, kannattavuuslaskelmia, sekä kirjallisuutta.

Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin teemahaastatteluja, joista oli apua mietittäessä tilan toista tuotantosuuntaa. Haastatteluja tehtiin yhteensä kuusi, kaksi jokaisesta tuotantosuunnasta. Haastatteluiden avulla selvitettiin mitä pitää ottaa huomioon kunkin tuotantosuunnan kehittämisessä.

Yhteistyössä tilanväen kanssa valittiin uudeksi tuotantosuunnaksi vuohituotanto. Vuohenmaidon jatkojalostaminen kiinnosti ja laskelmat osoittivat, että vuohien ottaminen tilalle parantaisi tulosta. Lähiruualle on tällä hetkellä kysyntää ja vuohituotteiden menekki kasvaa, kunhan niitä tuodaan enemmän esille.

Vuohituotanto vaatii investointeja eläintiloihin, sekä juuston jatkojalostuspaikkaan. Markkinoiden kartoitusta täytyisi jatkaa ennen vuohituotannon aloittamista.

Avainsanat Lihansuoramyynti, vuohituotanto, maidontuotanto, lähiruoka, juusto, vuohi, nauta, kannattavuus, paikallisuus,

Sivut 31 s. + liitteet 4 s.

Mustiala
Degree Programme in Agricultural and Rural Industries
Agriculture Option

Author Maria Lyytikä & Tia Mustajärvi **Year** 2013

Subject of Bachelor's thesis Plan for development of Uusi-Mutanen farm

ABSTRACT

The aim of this thesis was to find a new production line for Uusi-Mutanen farm which is a suitable diversification for current beef production. Production choices were a farm shop selling meat, milk production and goat production. The idea was to create work for three people. The development plan was made together with the present farmers who also were the commissioners. Basic information about farms, profitability calculations and literature were material of this thesis.

The research method was theme interview to help with finding another production line for farm. Six interviews were made, two for each production line. We found out through interviews what should be noted when advancing with the different production lines.

In cooperation with the farmers, we decided to take goat production for the new production line. Goat milk processing was interesting and calculations show that acquiring goats will increase the profitability of the farm. There is a good market for local food and goat product consumption will be higher when it gets more visibility.

Goat production needs investing in animal buildings and cheese processing. Market surveying should be continued before starting goat production.

Keywords straight selling meat, goat production, milk production, local food, cheese, goat, cattle, profitability, locality

Pages 31 p. + appendices 4 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	TILAN LÄHTÖTILANNE	1
2.1	Sijainti ja historia	2
2.2	Nykytilanne	2
2.3	Koneet ja rakennukset	2
2.4	SWOT-analyysi.....	3
2.4.1	Vahvuudet.....	3
2.4.2	Heikkoudet	4
2.4.3	Mahdollisuudet	4
2.4.4	Uhat	4
3	TILAN TAVOITTEET.....	5
4	LIHANTUOTANNON TILANNE SUOMESSA	5
4.1	Lihantuotanto lukuina	5
4.2	Tulevaisuuden haasteet	6
5	YRITYSSTRATEGIAT	6
5.1	Tilan päämäärä	6
5.2	Kasvu.....	7
6	MAIDONTUOTANTO	8
7	LIHAN SUORAMYyntI	10
8	VUOHITUOTANTO	10
9	AINEISTO JA MENETELMÄT	12
9.1	Tutkimuksen tarkoitus.....	12
9.2	Case-tutkimus.....	12
9.2.1	Teemahaastattelu	12
10	HAASTATTELUT	13
10.1	Aineiston käsittely.....	13
11	TULOKSET	13
11.1	Lihan suoramyynti.....	14
11.1.1	Lihan suoramyynti.....	14
11.1.2	Markkinointi ja asiakkaat	14
11.1.3	Toteutus Uusi-Mutasen tilalla	15
11.2	Vuohituotanto.....	15
11.2.1	Suoramyynti	16
11.2.2	Markkinointi ja asiakkaat	16
11.2.3	Toteutus Uusi-Mutasen tilalla	16
11.3	Maidontuotanto	17

11.3.1 Toteutus Uusi-Mutasen tilalla	18
12 HAASTATTELUISSA ESILLE NOUSSEET ASIAT	18
12.1 Brändi	18
12.2 Lähiruoka	19
12.3 Investoinnit	19
13 HAASTATTELUIDEN YHTEENVETO	20
13.1 Tuotantosuunnan valinta	20
14 UUDEN TUOTANTOSUUNNAN VAATIMAT MUUTOKSET	21
15 JATKOJALOSTUSPAIKKA	22
16 JUUSTONVALMISTUSPROSESSI	22
16.1 Maidon laatu	23
16.2 Juustonvalmistuksen vaiheet	23
16.3 Veta- ja tuorejuusto	24
17 JUUSTON MARKKINOINTI	25
18 TALOUS	25
19 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	26
LÄHTEET	27

Liite 1	Maitotilan haastattelu
Liite 2	Lihansuoramyynti haastattelu
Liite 3	Vuohituotannon haastattelu
Liite 4	Katelaskelma vuohi

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä käsitellään kehityssuunnitelmaa Uusi-Mutasen tilalle. Tämä työ on ajankohtainen, koska tilalla on tapahtumassa sukupolvenvaihdos lähivuosina. Suunnitteluhetkellä tilalla kasvatetaan lihakarjaa vasikasta teurasikään.

Työllä halutaan kartoittaa mahdollisen uuden tuotantosuunnan soveltuminen tilalle sekä sen kannattavuus. Tutkittavat tuotantosuunnat ovat lihan suoramyynti, vuohituotanto sekä maidontuotanto. Tarkoituksena on myös säilyttää nykyinen lihakarjan kasvatus uuden tuotantosuunnan rinnalla.

Lihantuotannon kannattavuus on pysynyt heikkona vuosien ajan ja lihan suoramyynti toisi parannusta tuloksiin. Suoramyynti on vaihtoehtona, koska se ei vaadi suuria investointeja, ja lihasta saisi paremman hinnan.

Vuohituotanto on Suomessa pienimuotoista ja alalle tarvitaan lisää tuottajia. Vuohituotanto kiinnostaa erikoisuutensa sekä vähäisyytensä takia. Kulluttajat arvostavat erikoistuotteita, mikä lisää vuohituotteiden kysyntää.

Maidon tuottajahinta on ollut kasvusuunnassa ja se on pysynyt suhteellisen vakaana. Tämä tuotantosuunta kiinnostaa, sillä maidon hinta on paremmalla tasolla kuin lihan hinta. Kokemusta löytyy naudoista entuudestaan, myös lehmien kanssa työskentely kiinnostaa.

Tutkimusmenetelmänä käytetään teemahaastatteluja. Haastateltavia tiloja on kaksi tuotantosuuntaa kohden, yhteensä kuusi tilaa. Haastatteluja varten tehdään kolme eri haastattelupohjaa, jokaiselle tuotantosuunnalle omansa. Haastatteluista tehdään yhteenveto, jonka pohjalta mietitään tuotantosuunnan sopivuutta tilalle.

Opinnäytetyö on niin laaja, että aiheet on pyritty jakamaan tasaisesti kummallekin tekijälle. Tia on perehtynyt starttihakomossa lihan suoramyyntiin. Maria on tutkinut starttihakomon sekä muiden kurssien kautta tilan lähtötilannetta, vuohituotantoa ja lihan suoramyyntiä. Jaoin opinnäytetyön tämän pohjalta niin, että Tia perehtyi lihan suoramyyntiin ja maidontuotantoon. Maria taas perehtyi tilan lähtötilanteeseen ja vuohituotantoon. Haastattelut suoritettiin yhdessä.

2 TILAN LÄHTÖTILANNE

Tässä osiossa käydään läpi Uusi-Mutasen tilan sijaintia ja historiaa sekä nykytilannetta eläinten ja peltojen osalta. Koneista ja rakennuksista tuodaan esiin viimeisimmät, mittavimmat muutokset.

2.1 Sijainti ja historia

Uusi-Mutasen tila sijaitsee Jyväskylän Korpilahdella. Korpilahden keskustaan on matkaa 16 km ja Jyväskylään noin 40 km. Tila kuuluu C1-tukialueeseen. Tilaan kuuluu myös Lammin kunnassa sijaitseva tila, jossa on metsää ja pieni määrä peltoa.

Tila on alun perin siirtolaistila, jota viljellään nyt neljännessä polvessa. Päätuotantosuuntana on ollut lihakarjatalous kohta neljäkymmentä vuotta. Tilaa alettiin kehittää voimakkaasti vuonna 1998 rakentamalla uusia tuotantotiloja ja lisäämällä eläinmäärää sekä nykyaikaistamalla konekanta. Vanhaa kivinavetta on peruskorjattu 2000-luvulla ja ensimmäinen pihatto valmistui 1998 ja toinen 2003.

Tilalla tehtiin osittainen sukupolvenvaihdos 12.1.2006, jolloin yksi tilan lapsista, Matias, osti tilasta 52 prosenttia. Siihen kuuluvat myös koneet, kalusto ja eläinpääoma. Nyt yrittäjiä tilalla on kolme; Matias sekä vanha isäntäpari Lassi ja Saija. Tilan verollinen muoto on kiinteistöyhtymä, koska tilalla on myös metsätaloutta, muutoin se olisi ollut maatalousyhtymä.

2.2 Nykytilanne

Peltoalaa on yhteensä 90 ha, joista 30 ha on omaa peltoa ja loput vuokra-peltoja. Eläinmäärä on tällä hetkellä 375 ja metsää on 67 ha. Tila tuottaa kotimaista laatulihaa ja sillä on sopimus HK Agri oy:n kanssa. Tilalla kasvatetaan nautoja ternivasikasta teurastusikänsä. Tavoitekasvatusaika on 660 päivää. Vasikat tulevat välittäjältä 40 kpl:een erissä nelisen kertaa vuodessa, lisäksi haetaan lähitiloilta vasikoita. Eläimiä menee teuraaksi vuodessa noin 200. Ruokinnassa käytetään oman rehun lisäksi ostorehuna perunamäskiä, panimomäskiä, kivennäistä, rypsirohetta ja valkuaismelassia, sekä vasikoille juomarehua.

2.3 Koneet ja rakennukset

Tilan konekanta on suhteellisen uusi, koska koneisiin on investoitu viime vuosina. Tilan peltotyöt tehdään puintia lukuun ottamatta omilla koneilla.

Tuotantorakennukset ovat nykyaikaisia ja sopivia nykyiseen tuotantoon, mutta investointeja vaaditaan, jos tuotantosuuntaa muutetaan. Vanhin rakennuksista on kivinavetta, jota on peruskorjattu tarpeen mukaan. Tällä hetkellä se toimii juottamona, jonne mahtuu kaksi noin 30 vasikan ryhmää (Kuva 1). Ensimmäinen pihattoista valmistui vuonna 1998, sen ryhmäkar-sinoista osa on vinokuivikepohjaisia. Toinen pihatto on rakennettu vuonna 2003, se on kokonaan vinokuivikepohjainen (Kuva 2). Pihattoihin mahtuu yhteensä noin 310 eläintä. Tuotantotiloissa käytetään kuivikkeina turvetta ja olkea.



Kuva 1. Kivinavetta



Kuva 2. Pihatto

2.4 SWOT-analyysi

Swot-analyysin tarkoituksena on kartoittaa tilan vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Swot-analyysi voidaan tehdä koko yritystä koskien, mutta se on myös käyttökelpoinen työkalu uuden tuotteen arviointiin (Wikipedia 2012).

2.4.1 Vahvuudet

Tilan vahvuuksia ovat hyvät tuotantotilat. Nykyaikaiset kylmäpihatot on rakennettu vuosina 1998 ja 2003. Vanhasta kivinavetasta on tehty juotamo. Myös konekanta on hyvä ja monipuolinen; tilalla on traktoreita ja seosrehuvaunu, rehunkorjuukalustoa kuten pyöröpaalausvälineet, lietteen ja kuivalannan levitysvaunut, kylvö- sekä pellonmuokkauskoneet. Yrittäjillä on hyvä ammattitaito, Lassi on ollut 35 vuotta, Saija 15 vuotta sekä Matias kohta 7 vuotta päätoimisena viljelijänä.

Hyvinä asioina ovat työn vapaus ja monipuolisuus, saa itse suunnitella työpäivät ja töitä tehdään niin ulkona kuin sisälläkin. Ternivasikoita on ollut saatavilla hyvin vuosina 2009-2012. Tilan kirjanpito on hyvin järjestyksessä ja veropaperit ovat selkeästi omissa kansioissaan, muut paperit on jaoteltu omiin mappeihinsa. Eläinluettelot löytyvät tietokoneelta ja kansioista.

2.4.2 Heikkoudet

Tilan heikkouksia on peltojen alueellinen hajanaisuus, mikä pidentää kuljetusmatkoja. Tämä näkyy rahallisesti polttoainekulujen kasvuna. Tehokas työaika lyhenee kun siirtomatkoihin kuluu aikaa. Peltoja on 20 km päässä, eivätkä kaikki ole samalla suunnalla. Osa peltolohkoista on pieniä, joten isojen koneiden kanssa työskenteleminen on hitaampaa. Peltolohkon vaihtaminen vie tehokasta työaikaa, koska koneet on laitettava kuljetusasettoon.

Työ sitoo ympäri vuoden, koska eläimet on ruokittava joka päivä ja kesällä tulee vielä muita lisätöitä. Sääoloihin ei pysty vaikuttamaan, niihin on vain sopeuduttava. Työvoiman saanti on hankalaa, koska työ on raskasta ja pienipalkkaista.

2.4.3 Mahdollisuudet

Tilan mahdollisuuksia on tilakoon kasvattaminen. Lisäpeltojen saatavuus on tällä hetkellä huono. Tulevaisuudessa se voi olla parempi, seudulla on jonkin verran tiloja, joiden kannattavuusnäkökulmasta ovat melko huonot, eikä jatkajia ole.

Tilojen välinen yhteistyö varsinkin kesäaikaan olisi todella tärkeää. Osa pelloista on vuokrattu yhdessä toisen tilan kanssa, näin töitä pystytään jakamaan ja kalustoa on enemmän käytössä. Tekemällä peltotöitä yhdessä toisen tilan kanssa ei tarvitse itse tehdä jokaista työvaihetta. Kylvöaika on lyhyt, ja jos on kylvöalaa paljon, niin tilojen välinen yhteistyö korostuu. Koska kuivikkeena käytetään turvetta, yhtenä vaihtoehtona olisi kuivalannan jatkojalostaminen, esimerkiksi bioenergiaksi. Olisi iso säästö, jos siitä pystyisi kehittämään tuotteen, jolla saisi omalle tilalleen tuotettua lämmön.

Erilaisten eläintautien ja luonnonkatastrofien lisääntyessä ulkomailla kotimaisen lihan kulutus kasvaisi ja hintakin nousisi. Eläinten terveydenhuollosta ja hyvinvoinnista huolehtiminen ehkäisee eläintauteja. On seurattava maatalouden jatkuvaa kehitystä ja hankittava uusinta tietoa.

2.4.4 Uhat

Lihan hinta voi laskea niin alas, ettei lihatuotanto enää kannata. Vastavasti hankintamenot, rehun ja muiden tarvikkeiden hinnat, voivat nousta niin korkeiksi, että tulot eivät pysty kattamaan niitä. Vasikoiden saatavuus voi heikentyä, jolloin eläinmäärää jouduttaisiin pudottamaan ja tilan tuotto

pienenisi tai voisi loppua kokonaan. Eläintautien kurissa pitämien ja uusien tautien ennaltaehkäisy.

Lisäksi vaikuttavat poliittinen epävarmuus, mahdolliset tukileikkaukset ja EU:n jäsenmäärän kasvun vaikutus kansainvälisiin tukiin. Ei myöskään ole tietoa millaista tukea Suomen valtio on valmis maksamaan kotimaisesta lihasta. Kuluttajat ovat viime kädessä hyvinkin merkittävässä asemassa; ovatko he valmiita ostamaan kotimaista lihaa, vaikka kotimainen liha olisi ulkomaista kalliimpaa.

3 TILAN TAVOITTEET

Tilan tavoitteena on säilyttää työpaikat kolmelle henkilölle, joista kaksi olisi tilan osakkaina ja yksi työntekijänä. Lihantuotantoa pitää laajentaa tai valita jokin toinen tuotantosuunta nykyisen tuotannon rinnalle. Peltoalaa voi lisätä, mikäli tuotantosuunnaksi valikoituu jokin muu kuin lihan suoramyynti. Muutosten tavoitteena on myös parantaa tilan kannattavuutta. Toisen tuotantosuunnan aloittaminen nykyisen rinnalla tulisi alusta alkaen samaan yrityksen talousyksikköön, eli tulot ja menot käsiteltäisiin yhtenä kokonaisuutena.

4 LIHANTUOTANNON TILANNE SUOMESSA

Tässä luvussa esitellään lihantuotannon tuottajahinnat sekä lihan menekki vuositasoilla. Lisäksi tarkastellaan kuluttajien näkemyksiä ja arvostusta lihaa kohtaan.

4.1 Lihantuotanto lukuina

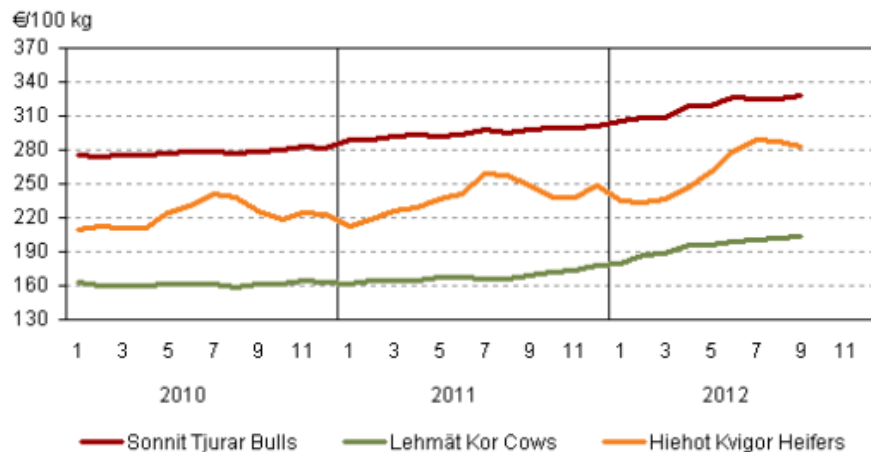
Vuonna 2011 lihaa kulutettiin Suomessa henkilöä kohden yhteensä 77,7 kiloa, naudanlihan kulutus oli 18,6 kiloa (Lihatiedotus 2012). Lihankulutus on kasvanut Suomessa jatkuvasti, mutta naudanlihan suosio on pysynyt melko samana, tai laskenut aavistuksen (kuvio 1).



Kuvio 1. Naudanlihan tuotanto 2010-2012 (Matilda 2012a.)

4.2 Tulevaisuuden haasteet

Lihantuotannon kannattavuus on ollut Suomessa jo useita vuosia heikko. Tuotantokustannukset ovat kasvusuunnassa, lihan tuottajahinnat (Kuvio 2) ovat alhaisia ja tuotannolle maksettavat tuet väheneviä. Kannattavuuden heikentyminen saa viljelijät vähentämään investointeja ja luopumaan lihan tuotannosta kokonaan. (MTK 2012a & YLE 2012a.)



Kuvio 2. Naudanlihan tuottajahinnat (Matilda 2012c.)

Kuluttajat tulevat koko ajan vaativammiksi lihan alkuperän ja tuotantotavan suhteen. Ruuan alkuperästä ja eläinten hyvistä kasvuolosuhteista halutaan varmistua ja se tuo omat haasteensa tuottajalle. Ihmiset ovat vieraantuneet maaseudusta, joten tuottajan mielestä hyvä kasvuympäristö eläimelle ei välttämättä ole sitä kuluttajan mielestä.

Lihantuotannon aiheuttama ympäristökuormitus mietityttää yhä useampia kuluttajia (HS 2009) ja luomutuotanto onkin kasvusuunnassa (Taloussanomien 2011).

5 YRITYSSTRATEGIAT

Strategia on tärkeä yritykselle, jotta se pystyy menestymään asiakasmarkkinoilla ja selviytymään kilpailussa. Yritysstrategian on sanottu olevan yrityksen määrittelemä suunta ja sen vaatimat pelisäännöt, se myös määrittelee yrityksen tavoitteet. Strategia helpottaa pelisääntöjen laatimista ja tavoitteiden määrittämistä yrityksen sisällä. (Viitala & Jylhä 2008, 69-70.)

5.1 Tilan päämäärä

Koska tavoitteena on parantaa tilan kannattavuutta ja säilyttää työpaikat kolmelle henkilölle, on tilan muutoksissa kysymys strategisista päätöksistä. Yritysstrategiassa päätetään, missä liiketoiminnassa ollaan mukana ja

mistä luovutaan (Viitala & Jylhä 2008, 71–72). Opinnäytetyössä tarkastellaan eri tuotantovaihtoehtojen sopivuutta tilalle.

Harkittaessa tuotantosuunnan laajentamista on ensimmäiseksi selvitettävä tilan nykyiset ja uudet resurssit. On otettava huomioon rahoitus, oman tilan työvoima, uuden tuotantosuunnan osaaminen, sekä ympäristön soveltuvuus tuotantoon. Tuotantoympäristöä pitää arvioida myös kuluttajien näkökulmasta.

Strategian muuttamisessa on otettava huomioon riskit verrattuna tuottoon (Haapanen, Heikura & Leino 2004, 174). Riskeinä ovat uuden tuotantosuunnan alkuinvestoinnit ja mahdollisten markkinoiden löytäminen valitusta tuotantosuunnasta riippuen.

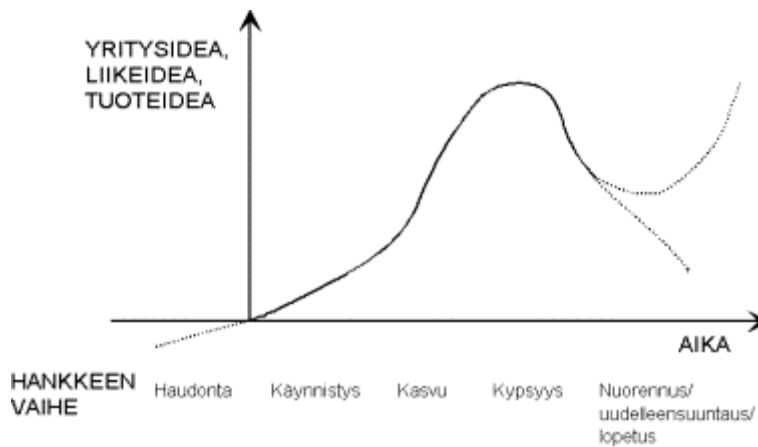
5.2 Kasvu

Tärkeä edellytys yrityksen kasvuun on oikean asiakkaan löytäminen. Nykytuotannossa eläimet lähtevät teurastettavaksi HK Agrille, josta lihat myydään eteenpäin. Suoramyyntin toteutuessa asiakkaita olisivat kuluttajat, tuotteet täytyisi saada myytyä kauppoihin ja ravintoloihin. Myös lähiseudun asukkaat ovat tärkeitä. Yrityksen tulee olla asiakaslähtöinen, jotta sillä on mahdollisuus kehittyä suoramyyntitilana. Asiakkaiden vaikutus yrityksen tulokseen on nykyään entistä suurempi, sillä asiakas voi määrittellä osittain tuotteen menekin ja hinnan. (Storbacka 2005, 13–20.) Yrityksen kasvu lähtee nykyisten asiakkuuksien pysymisestä (Storbacka 2005, 36).

Pk-yrityksissä yrittäjä on samalla työntekijä, johtaja, omistaja, kehittäjä ja uuden keksijä. Menestyksekkäimmät yritykset ovat sellaisia, joille asiakas on antanut idean uudesta toimintatavasta tai tuotteesta. Heikommin menestyvät ja kasvavat sellaiset yritykset, jotka luovat epävarmuutta tuotteen ostajia ja käyttäjiä kohtaan. Pitää olla varma ja uskoa oman tuotteen menekkiin, tämä on tärkeää varsinkin alkuvaiheessa, joka on kriittisin aika, eikä silloin saa antaa periksi. Yrittäjiä on monenlaisia, kuten harrastelijaja elämäntapayrittäjiä, jotka keskittyvät itsensä työllistämiseen sekä toteuttamiseen. He eivät havittele suurinta kasvua ja suurempaa voittoa. Toinen kategoria ääri laidassa koostuu yrittäjistä, jotka tähtäävät riskillä nopeaan kasvuun. (Äijö 2008, 28–30.)

Elinkaarimalli on yritysten tärkeimpiä malleja (Kuvio 3). Se etenee yrityksen syntymästä sen kuolemaan. Elinkaaren pituus määrittelee yrityksen määränpään, jos kaarta ei saada pidennettyä, loppuu toiminta vähitellen jossain vaiheessa. Matkan varrella tulee eriasteisia haasteita, joista yrittäjien on selviydyttävä jatkaakseen eteenpäin. Elinkaarimallin ensimmäiset viisi vaihetta kuvaavat eniten pk-yrittäjiä. Ensimmäinen vaihe on kuheruskausi ennen yrityksen syntymää. Siinä ollaan lähtökuopissa, punnitaan ja mietitään tulevaisuutta ja uusia ideoita. Yrityksen syntymän jälkeen seuraa lapsuusvaihe. Tämä kuvaa toimintaa ja tuloksiin tähtäämistä. Kolmantena on Go-Go-vaihe, yritys on kestänyt pahimmat vastoinkäymiset henkissä ja tulosta syntyy. Neljäs vaihe on nuori aikuinen, jossa yritys on niin

pitkällä, että johto siirtyy ammattimaiseen johtamiseen. Tällöin omistaja itse usein siirtyy pois tuotannon puolelta. Viidentenä on kukoistava keski-ikä, jolloin yritys on päässyt todelliseen kasvuun ja tuotteen menekki on vakiintunut. (Äijö 2008, 31-36.)



Kuvio 3. Perusnäkemys ideoiden elinkaaresta (Yrittäjäkoulu 2000.)

Yritys lähtee liikeideasta, johon uskotaan ja jota kehitetään eteenpäin. Yrityksen kasvu voi kestää kuukausista vuosikymmeniin, jonka jälkeen yrityksen tulos alkaa tasaantua. Tasaantumisen jälkeen alkaa yrityksen taantuma, ellei yritystä ole kehitetty eteenpäin tarpeeksi ajoissa. Jos yritys ei pysty investoimaan, on se tullut tiensä päähän. (Edelmann 2012.)

Investoinnit tähtäävät jatkuvaan kehittymiseen, jotta saadaan varmuus yrityksen toimeentulosta tulevaisuudessa. Investoinneilla tähdätään pidemmän aikavälin tavoitteisiin. (Storbacka 2005, 116–117.)

Uusi-Mutasen tilan tulos on tasaantumisvaiheessa, jolloin sitä on kehitettävä eteenpäin. Vanha isäntä on jäämässä eläkkeelle, jolloin nuoret viljelijät pääsevät kehittämään tilaa. Tämän hetkisen tuotantosuunnan rinnalle olisi tarkoitus ottaa toinen tuotantosuunta. Samalla saadaan luotua työpaikka kolmelle henkilölle.

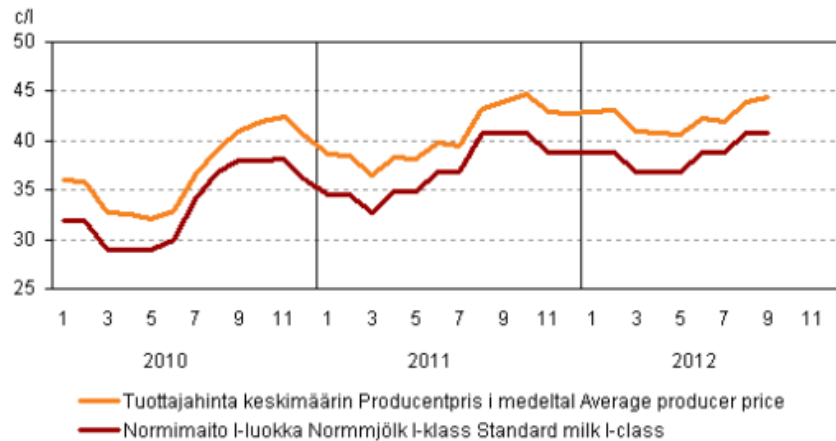
Kasvun vaihtoehdot ovat maidontuotannon aloittaminen, lihantuotannon laajentaminen suoramyyntiin sekä vuohitalous. Lähiruoka on nostanut suosiotaan viime aikoina Suomessa, sillä lähellä tuotettua ruokaa arvostetaan enemmän (Kauppa.fi 2012).

6 MAIDONTUOTANTO

Maidontuotanto on yhtenä tuotantosuunnan vaihtoehtona, koska tuottajalle maksettava hinta on maidossa pysynyt tasaisempuna kuin lihasta, maidosta myös maksetaan paremmin. Tulo on säännöllistä, mikä helpottaa laskujen maksua.

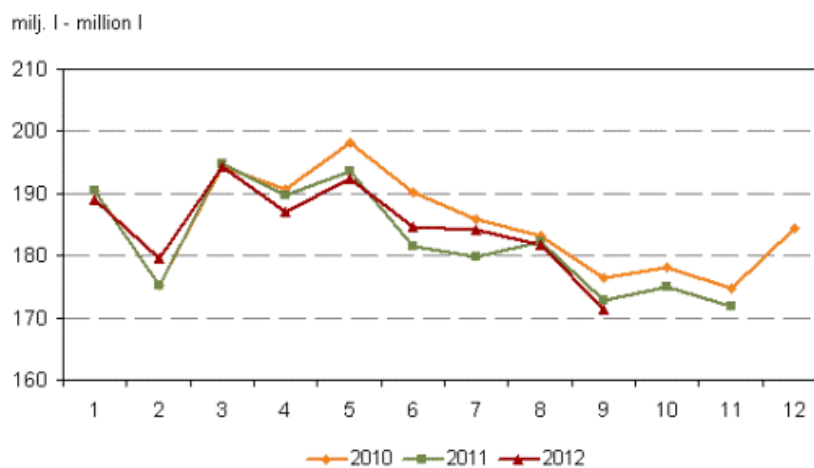
EU:ssa maidontuotanto on kasvusuunnassa vuoden 2011 lopun vahvan markkinakehityksen ansiosta (kuviot 5). Hankala taloustilanne on lisännyt kuluttajien epävarmuutta ja se saattaa jatkossa ohjata kuluttajien ostokäyt-

täytymistä halvempien tuotteiden suuntaan. Siitä huolimatta maitotuotteiden kysyntä on säilynyt vakaana, tämä on mahdollistanut paremmat tuottajahinnat viime vuoteenkin verrattuna. Maidon tuotantokustannukset ovat nousseet, joten maidon hinnan nousu on tuonut tuottajillekin jonkin verran helpotusta tilanteeseen (kuvio 4). (Maito ja me 3/2012.)



Kuvio 4. Maidon tuottajahinnat (Matilda 2012c.)

Tuotantokustannukset ovat vuoden 2011–2012 aikana nousseet enemmän kuin tuottajahinnat. Kahden vuoden aikana kustannukset ovat nousseet 7 snt/l kun tuottajahinta on noussut vain noin 3 snt/l. Kuluja ei saada katettua tuilla ja maidosta saatavalla hinnalla, vaan osa joutuu luopumaan omasta palkastaankin. Tuotantokustannuksien noustessa täytyisi tuottajahintojen nousta samassa suhteessa. Tällä hetkellä ollaan myöskin kaavailemassa tukileikkauksia, mikä veisi lopullisesti maatalouden ahdinkoon. Hintojen ja tukien osalta on löydettävä jokin päätös varsin pian, muuten lopettavien maitotilojen lukumäärät nousevat korkeiksi. (MTK 2012b.)



Kuvio 5. Maidontuotanto 2010–2012 (Matilda 2012d.)

Pienet maitotilat lopettavat ja suuria tiloja syntyy. Vuoden 2008 jälkeen yli 100 lehmän navetoita on tullut yli puolet lisää. Uutena toimintatapana ovat yhteisnavetat, joissa yhteistyötä tekevät pienet, noin 30 lehmän tilat. Pari kolme tilaa rakentaa yhdessä uuden, ison navetan, jonne sijoitetaan

kaikkien tilojen lehmät. Eniten yhteisnavetoita perustavat nuoret viljelijät. Yhteisnavetoiden määrät ovat vielä pieniä, ne lasketaan kymmenissä, mutta tulevaisuudessa niitä ennustetaan syntyvän lisää. Suosio on noussut, mutta kehitys on hidasta, sillä sopivien yhteistyökumppaneiden löytäminen ei ole aivan helppoa. Yhteistyön myötä voidaan olettaa viljelijöiden saavan enemmän vapaata esimerkiksi viikonloppuisin. Kun yrittäjiä on enemmän, pystyy työtä vuorottelemaan varsinkin robottinavetoissa. (YLE 2012b.)

7 LIHAN SUORAMYyntI

Lihan suoramyynti tuli mukaan vertailuun tuottajalle maksettavan huonon hinnan takia. Liha myydään loppukäyttäjälle hyvään hintaan, mutta tuottaja saa siitä vain pienen osan. Työmäärää lisäämällä voisi itse myydä lihan suoraan kuluttajalle, jolloin välikädet jäävät pois ja kannattavuus paranee.

Lihan myynti suoraan tilalta on kasvusuunnassa, sillä kuluttajia kiinnostavat yhä enemmän ruuan alkuperä, tuotantotapa, eläinten kasvuolosuhteet sekä tuottajat (Ruokatieto 2012).

Suomessa on menossa tällä hetkellä ruokabuumi, jossa korostetaan laatua ja ulkonäköä. Kuluttajat ovat valmiita maksamaan lähiruoasta enemmän kuin tavanomaisesta. Kuluttajat mieltävät lähiruoan eettiseksi, turvalliseksi ja laadukkaaksi verrattuna massatuotettuun ruokaan.

Uudistunut elintarvikelaki helpottaa pienimuotoista lihan suoramyyntiä. Lihantarkastusvaatimus säilyy normaalisti, kun liha menee yleiseen kulutukseen. Tällä pyritään varmistamaan lihan turvallisuus sekä laatu. Teurastamolta tuottaja saa halutessaan lihat palautuksena, jolloin tuotteen voi myydä itse suoraan kuluttajalle. Paikallisiin kauppoihin sekä ravintoloihin voi myydä pienen osan, sallittu osuus tulee olemaan noin 20 prosenttia lihan kokonaisymyynnistä. Tässä tapauksessa välikädet jäävät pois, jolloin tuottaja saa paremman hinnan lihasta. Tämä lisää myös tuottajan työmäärää. Laajalle toiminnalle, jossa tuotteita menee paljon kauppoihin sekä ravintoloille, vaaditaan laitoshyväksyntä kunnalliselta viranomaiselta sekä pienteurastamon laitoshyväksyntä Eviralta. (Lihatalous 2011, 22-24.)

8 VUOHITUOTANTO

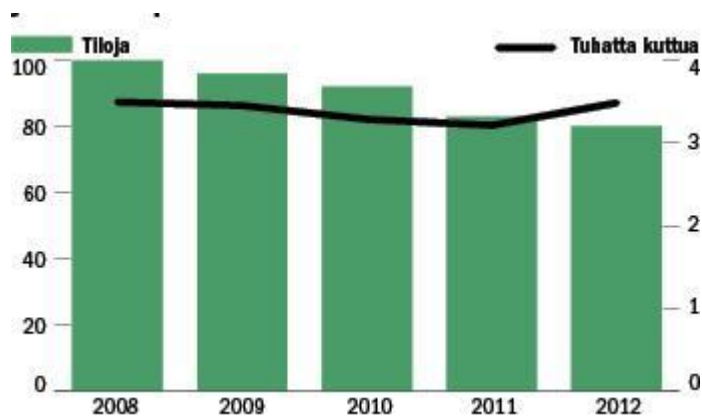
Vuohituotannon kiinnostavuus nousi esille vähän vahingossakin, maidon terveellisyyden myötä. Varsinkin allergisille sopii vuohenmaito hyvin, lehmänmaito ei välttämättä lainkaan. Myös vuohen pieni koko viehättää, vaikka vuohet ovatkin omapäisiä eläimiä.

Vuohituotanto on Suomessa pienimuotoista ja muutamia pieniä ja keskisuuria vuohitiloja on tällä hetkellä lopettamassa. Lopettavien tilojen eläimet pitäisi saada uusille tiloille, jottei vuohien määrä vähentyisi. Vuohien vähäisyys Suomessa tuo mukanaan ongelmia. Yhteistyöllä yrittäjät yrittävät saada asioita eteenpäin kiireen keskellä. Yhdeksi ongelmaksi nousevat tietojärjestelmät, joita muilla suurimmilla tuotantosuunnilla on

käytössä, mutta vuohitiloille ei vastaavia vielä ole tarjolla. Eläinrekisteri olisi myös erittäin tarpeellinen, sillä jalostusasiat ovat omien merkintöjen varassa ruutuvihossa.

Kuluttajat ovat ratkaisevassa asemassa Suomen vuohentuotannon jatkuvuuden turvaamisessa. Jos menekki ei kasva, loppuvat kotimaiset vuohenmaitotuotteet Suomesta. Jatkojalostuspaikat ovat vähentyneet. Ne kuitenkin mahdollistavat ammattimaisen vuohituotannon, sillä kaikista ei ole juustontekijäksi.

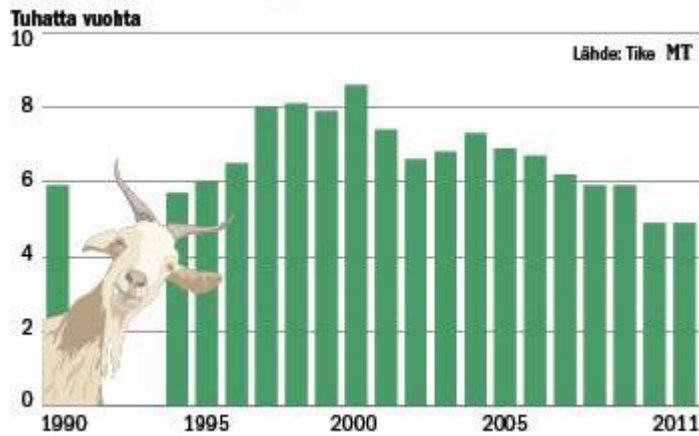
Kuttutukea hakevan on pystyttävä osoittamaan jatkojalostuspaikka, missä maito käsitellään tai sitten maito on itse jatkojalostettava. Jälkimmäinen vaihtoehto vaatisi juustolan perustamisen, mikä on kallista. (Kotimaisen vuohenjuuston tulevaisuus vaakalaudalla. Maaseudun tulevaisuus 5.11.2012, 8-9.)



Kuvio 6. Kuttutukea hakeneet tilat ja tukikelpoiset kutut 2008–2012 (Maaseudun tulevaisuus 2012a.)

Vuohitalous on alueellisesti keskittynyttä. Isoimmat vuohitilat ovat Etelä-Pohjanmaalla ja Pirkanmaalla. Ne tuottavat maitoa Jalasjärvellä olevalle Juustoportille, joka on tällä hetkellä Suomen ainoa vuohenmaitoa keräävä yritys. Keskimääräistä enemmän kuttuja on myös muualla eteläisessä ja lounaisessa Suomessa ”Sivusen mukaan vuohenmaidon tuotanto on taloudellisesti vastaavassa tilanteessa muiden kotieläintuotantosuuntien kanssa.” Tällä tarkoitetaan, että vuohistakin voi saada elannon. (Vainio 2012, 36.)

Vuonna 2011 kuttujen lukumäärä oli 4900 ja pukkien 750 (Kuvio 7). Kuttutukea hakeneiden tilojen keskimääräinen eläinmäärä oli 43 kuttua. Tukea hakevia maatiloja oli vain 80, niistä eniten, eli 15 tilaa, sijaitsi Pirkanmaalla (Kuvio 6). Korkein yksikkökoko oli Etelä-Pohjanmaalla, jossa tiloilla oli keskimäärin 148 kuttua. Keski-Suomessa tukea haki 4 tilaa, joiden keskimääräinen katraskoko oli 3 kuttua. (Matilda 2012b.)



Kuvio 7. Vuohien määrä 1990-2011 (Maaseudun tulevaisuus 2012b.)

Vuohen monipuolisuus tuotantoeläimenä pitäisi saada yleiseen tietoon. Tällä hetkellä vain muutama pienempi teurastamo suostuu ottamaan vuohia vastaan ja hyödyntämään niiden lihat. (Ollilla 2012, 38.)

9 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkimusmenetelmänä on käytetty teemahaastatteluja. Kustakin kolmesta vaihtoehdosta olevasta tuotantosuunnasta haastateltiin kahta erilaista yrittäjää. Tutkimuksessa oli yhteensä kuusi maatilaa.

9.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tavoitteena oli selvittää haastatteluiden avulla Uusi-Mutasen tilalle sopivinta tuotantosuuntaa naudanlihan kasvatuksen rinnalle. Haastattelukysymykset tehtiin Uusi-Mutasen tilan tarpeisiin sopiviksi ja jokaista tuotantosuuntaa ajatellen. Kysymykset eivät kuitenkaan tuoneet suoraa vastauksia, vain suuntaa-antavia.

9.2 Case-tutkimus

Case-tutkimus on menetelmänä monipuolinen, siinä käytetään hyödyksi monia erilaisia menetelmiä. Menetelmällä analysoidaan tiettyä tapahtumaa rajatussa ympäristössä. Case-tutkimus pyrkii antamaan mahdollisimman laajan kuvan tutkimuksen kohteesta. Jokaisella yksiköllä tai tutkimuskohteella on erilaisia tapoja, eikä case-tutkimuksen tarkoituksena ole yleistää kaikkia samaan kategoriaan. Case-tutkimuksen alalajina on teemahaastattelu. (Virtuaali ammattikorkeakoulu 2007)

9.2.1 Teemahaastattelu

Työssä käytettiin aineiston tiedonkeruun menetelmänä teemahaastattelua. Teemahaastattelulla kerätään laadullista aineistoa ja se on käytetyin menetelmä Suomessa. Kyseessä on puolistrukturoitu haastattelu, joka antaa

haastattelulle avoimuutta ja joustavuutta. Teemahaastattelu on keskustelu, missä tutkija pyrkii saamaan tutkimuksen aihepiiriin kuuluviin asioihin selvyyttä. Haastattelu etenee yleisesti tutkijan ehdoilla, haastateltava voi kuitenkin kertoa vapaamuotoisesti mielipiteensä, näin saadaan asiasta enemmän irti. Keskustelut käydään etukäteen valitun teeman pohjalta. (Aaltola & Valli 2010, 26-28.)

Tämä tutkimus käyttää kvalitatiivista eli laadullista menetelmää, jolla saadaan selville asioiden todellisia syitä sekä muita vaikuttavia tekijöitä. Tämän metodin etuuksia ovat luovuus ja joustavuus. (TNS gallup 2012.)

10 HAASTATTELUT

Haastateltavien tilojen löytäminen osoittautui luultua hankalammaksi. Lihan suoramynttilat löytyivät netin kautta, sillä markkinointia varten tiloilla oli nettisivut. Maidontuotantotilat olivat hankalampia löytää, koska suurimmalla osalla ei ole tarvetta nettisivuille. Nämä tilat löytyivät osittain tuttujen avustuksella. Vuohitilojenkin hankkimisessa oli haastetta, sillä tiloja on vähän ja ne sijaitsevat pääsääntöisesti Etelä-Pohjanmaalla. Vuohitiloilla oli kotisivuja, joten nekin löytyivät hyvin netin kautta. Sopivat tilat löytyivät kumminkin Etelä- ja Keski-Suomesta.

Ennen haastatteluja suunniteltiin haastattelupohjat jokaiselle tuotantosuunnalle. Kyselyrungoista tehtiin mahdollisimman samantyyppisiä, jokaisen tuotantosuunnan erityispiirteet otettiin kuitenkin huomioon. Näin kerättyä aineistoa oli helpompi käsitellä ja analysoida. Haastatteluissa käytetyt lomakkeet löytyvät liitteinä 1-3.

Haastattelut tehtiin yhdessä. Tiloihin otettiin yhteyttä puhelimitse ja selvitettiin niiden halukkuutta osallistua haastatteluun. Yhteyttä jouduttiin ottamaan useaan tilaan, sillä syyskiireet olivat monilla esteenä.

10.1 Aineiston käsittely

Haastattelut nauhoitettiin, jonka jälkeen ne litteroitiin. Litteroimisella tarkoitetaan nauhoitetun aineiston puhtaaksikirjoittamista tekstimuotoon. Litterointi on työläs vaihe, sillä nauhoitetta voi joutua kelaamaan moneen kertaan. Haastattelut litteroitiin yleiskielisesti, äännähdyksiä ei ole otettu huomioon.

Teemahaastattelua yleensä analysoidaan teemoittelemalla tai tyypittelemällä (Aaltola & Valli 2010, 42-43). Tutkimus on laadullinen, joten tässä työssä analysoidaan teemoittelemalla, johon käytämme sisällönanalyysiä. Sisällönanalyysillä saadaan sanallisesti kuvattua tallenteen sisältöä (Karasti 2005, 27).

11 TULOKSET

Haastattelujen tulokset tulevat tässä osiossa esille tuotantosuunnittain. Tilojen taustat, markkinat sekä asiakkaat selvitetään.

11.1 Lihan suoramyynti

Lihan suoramyyntitilat löytyivät Jyväskylästä ja Paimiosta. Haastattelussa keskityttiin nimenomaan suoramyyntiin.

Tilalla A oli 45 aberdeenangus- rotuista emolehmää ja lisäksi 15 ylämaankarjan emoa. Ylämaankarjan lihat tila myi suoraan asiakkaille ja angus-rodun eläimet menivät teurastamoon, niitä ei myyty suoramyyntinä. Osa ylämaankarjasta myytiin myös jalostuseläimiksi ja tilalla teurastettiin vain noin neljä eläintä vuodessa. Teurastamo sijaitsi 10 kilometrin päässä tilasta. Eläimet olivat noin 2,5-vuotiaita teuraaksi mennessään. Emot poikivat keväällä. Suoramyyntiä tila oli tehnyt yli 10 vuotta.

Tilalla B oli 45 limousin-rotuista emolehmää. Vuoden verran tila oli myynyt nuorten eläinten lihat suoramyyntinä, sitä ennen kolmasosa meni teurastamon kautta. Vain vanhemmat lehmät menevät enää teurastamon kautta myyntiin. Teurastamo sijaitsi noin 20 kilometrin päässä tilasta. Emot poikivat keväällä.

11.1.1 Lihan suoramyynti

Molemmat tilat myivät suoramyytävät lihat pääosin lähiseudun asukkaille. Tilalla B oli yksi isompi ravintola asiakkaana. Ravintolat koettiin ongelmallisemmiksi, koska ne vaatisivat tasaisia lihantoimituksia ympäri vuoden. Tasainen lihantoimitus asiakkaalle vaatisi enemmän yhteistyötä tuottajien kesken. Tila A harjoitti pienimuotoista suoramyyntiä, vain ylämaankarjan lihat menivät suoraan asiakkaalle. Hinnoittelua tilat pitivät tilakohteisina. Aluksi on hankalaa löytää oikeaa hintaa, mutta sen verran lihasta on saatava, että toiminta kannattaa.

Kummatkin tilat hankkivat asiakkaat ennen eläinten teurastusta, joten liha on markkinoitu etukäteen. Lihat myytiin tuoreena paketeissa, joissa oli jauhelihaa, paistia ja filettä. Tila A myi myös muita lihajalosteita, kuten makkaraa.

Asiakkaat hakivat lihat pääasiassa suoraan tilalta, mutta myös leikkaamolta haku onnistui. Tila A toimitti lihoja myös asiakkaan kotiin, jos asiakkaalla oli hankaluuksia tulla hakemaan lihoja.

Tiloilla oli kylmiöt lihan lyhytaikaista säilyttämistä varten. Nämä olivat myös suurimmat suoramyynnin vaatimat investoinnit. Lihan pakastaminen vaatisi, että virallinen pakastamo jäädyttäisi sen.

11.1.2 Markkinointi ja asiakkaat

Kummatkin tilat markkinoivat netissä lihaa. A-tilalla ei ollut nettisivuja, mutta tila mainosti lihaa niittylihan¹ sivuilla sekä oman rotuyhdistyksen²

sivuilla. Kummallakin tilalla liha tuntui markkinoivan itse itseään ja asiakaskunta oli suhteellisen vakiintunutta. Tilat joutuivat välillä myymään ”ei oota” suuren kysynnän vuoksi. Sesonkiajat vaihtelivat vuodenaikojen mukaan. Menekki nousi kevättä kohden, myös ennen joulua kysyntää oli enemmän. Markkinointina tiloilla toimi asiakkaan mahdollisuus tulla katsomaan eläinten kasvuolosuhteita. Tilat mainitsivat myös, että asiakkaat pitävät tärkeänä yhteyttä suoraan tuottajaan ilman välikäsiä.

Tilalla B sanottiinkin markkinoinnin vievän todella paljon aikaa, melkein toisen henkilön työajan. Paljon on utelijoita ja kiinnostuneita ihmisiä, jotka soittelevat ja kyselevät toiminnasta. Myös asiakkaiden kanssa sopimiset vievät aikaa ja jos vaikkapa lihan teurastukseen tulee muutoksia, joutuu kaikki asiakkaat soittamaan uudestaan läpi.

Tilojen tyypillisimmät asiakkaat halusivat tietää eläimen alkuperän tarkemmin. Karppaajat³ ovat myös tuoneet lisää asiakkaita tiloille ja erityisesti niittylihaa myyvällä tilalla A oli karppaajia asiakkaina.

Tilojen mielestä suoramyynäntiin ollaan menossa entistä enemmän ja varsinkin emolehmätiloilla on hyvät puitteet harrastaa suoramyynäntiä. Ennen aloittamista kannattaa perehtyä kunnolla asiaan. Pitää miettiä, miten myy lihaa, paketeissa vai muulla tavalla. On tarpeen kartoittaa asiakkaat. Hyvän brändin luominen herättää ihmisten mielenkiinnon. Hinnoittelua pidettiin tärkeänä asiana. On vältettävä liian alhaisia hintoja, koska silloin jatkossa on vaikeampi nostaa hintaa. Korkeat hinnat puolestaan voivat kartoittaa asiakkaita.

- 1) Niittyliha on sellaisen eläimen lihaa, joka on saanut laiduntaa vapaasti kesällä
- 2) Lähes jokaisella nautarodulla on oma rotuyhdistyksensä Suomessa, joka ajaa oman rotunsa etuja
- 3) Karppaaja ihmiset eivät syö viljaa ja suosivat vähähiilihydraattisia ruokia

11.1.3 Toteutus Uusi-Mutasen tilalla

Kysyessämme vinkkejä lihan suoramyynäntiin kumpikin tila neuvoi miettiään miten ja kenelle myy lihaa. Tila A kehotti aloittamaan pienellä määrällä ja kysynnän kasvaessa nostamaan teurastettavien eläinten määrää. Brändin luomista pidettiin myöskin tärkeänä seikkana.

Tilalle tulisi hankkia ainakin kylmiö lihan lyhytaikaista säilytystä varten. Lihan kuljetus leikkaamolta tilalle pitäisi järjestää esimerkiksi suurissa kuljetuslaatikoissa.

11.2 Vuohituotanto

Vuohituotannon haastattelut toteutettiin kahdella erityyppisellä tilalla. Tila C jatkojalosti maidon ja myi suoramyynäntinä, kun taas tilan D maidot menivät Juustoportille Jalasjärvelle.

Tilan C eläinmäärä oli 125 kuttua lypsyssä plus nuorkarja, johon kuului noin 20 leikattua pukkikiliä. Pukkikilit kasvatetaan vuoden ikään, jonka

jälkeen ne teurastetaan. Peltoalaa, johon kuului myös luonnonhoitopeltoja, oli 77 hehtaaria. Tuotantorakennus oli kylmäpihatto, lisäksi oli erillinen lypsypaikka, jossa oli 30-paikkainen putkilypsyasema. Kesäaikaan eläimet pääsivät laitumelle. Vuosittainen maitomäärä oli 50 000 litraa.

Tilalla D oli lypsyssä 287 kuttua, vuohia oli kaiken kaikkiaan lähes 400. Peltoalaa oli 21,5 hehtaaria, josta noin puolet säilörehulla ja puolet viljalla. Tuotantotilat olivat lämpimät, eivätkä eläimet laiduntaneet. Lypsypaikkana toimi 48-paikkainen putkilypsyasema. Vuosittainen maitomäärä, 180 000 litraa, meni Juustoportille.

Eläinsairaudet ovat vähäisiä kutuilla, varsinkin utaretulehduksia esiintyy erittäin harvoin. Tilalla D oli kahdeksan vuoden aikana ollut vain neljä utaretulehdustapausta. Kuttu peittää myös kaikki sairaudet viimeiseen saakka.

11.2.1 Suoramyynti

Tila C myi osan maidosta raakamaitona¹ sekä jatkojalosti sitä juustoksi (veta, gouda, chevre) ja rahkaksi. Tuotteiden hinnoitteluun vaikuttaa käytetyn maidon määrä, juuston kypsytysaika sekä valmistuksen vaikeusaste. Hinnoittelusta haastateltava toikin esiin tärkeän seikan: ”Täytyy tehdä itelleen hinnottelu selväksi, mikä on se oma arvo, mistä haluaa saada sen rahan, mitä ite painottaa.” Myös kilipukkien lihat myytiin suoramyyntinä.

Tilalla D harjoitettiin haastatteluhetkellä vain vähän suoramyyntiä. Suoraan asiakkaalle tehtiin esimerkiksi juustoa tilauksesta. Raakamaitoa tilalta haettiin vähäinen määrä.

- 1) Raakamaito on kotieläinten maito, jota ei ole käsitelty millään lailla. Siihen ei ole lisätty eikä siitä ole poistettu mitään, sen saa ainoastaan jäädyttää.

11.2.2 Markkinointi ja asiakkaat

Vuohituotteiden ostajia ovat allergiset ihmiset sekä kulinaristit, jotka haavevat jotain uutta ja kiinnostavaa. Ihmiset käyvät paljon tiloilla katsomassa eläimiä varsinkin kesäaikaan, niiden harvinaisuuden takia.

Tilan C tuotteet viedään pääsääntöisesti kauppoihin, mutta tilalta saa ostettua niitä myös suoraan. Tällä tilalla on myös kotisivut. Markkinointiin täytyy varautua alussa. Tilan emäntä kuvasi asian selkeästi: ”Aikaa vie ensimmäisen viiden vuoden aikana todella paljon, joka viikko pitäisi ehtiä jonnekin esittelemään”. ”Puskaradio” on erittäin hyvä viestinviejä.

11.2.3 Toteutus Uusi-Mutasen tilalla

Neuvot uusille yrittäjille olivat samantyyppisiä ja ne tulivat melko samaan sävyyn kummaltakin tilalta. Kuttujen nupoutusta pidettiin tärkeänä, sillä ne hakkaavat sarvillaan toistensa utareet rikki. Tästä kustannuksesta ei kannata säästellä. Investoinneissa kannattaa ottaa huomioon, ettei lähde

alkuun liian suurellisesti, vaan aloittaa varovaisesti. Tätä asiaa painotettiin erityisesti, sillä tänä päivänä ei voi laskea pelkästään meijerin varaan. Markkinat pitää saada kuntoon ennen kuttujen hankkimista. Lisäksi pitää myös opetella valmistamaan hyvin jotain tiettyä juustoa.

Rakennuksissa ei karsinoiden puolella saa olla mitään muttereita eikä pultteja, sillä kutut avaavat ne. Haastateltavat muistivat kuulleen sanonnan jonkun vanhan miehen suusta: ”Kuttu on kuin nainen.”

Ehdotettiin myös, että vanha asuinrakennus remontoidaan vuohien kasvatus- ja juustonvalmistustilaksi. Tuotteen jatkojalostukseen tulisi myös rakentaa pieni juustola, mutta alkuun voisi lähteä pienestä liikkeelle. Pakkaamiseen tarvitaan kuitenkin vakuumikone. Juustontekoon tarvitaan noin 50 litran kippikattila, se helpottaa valtavasti työskentelyä. Tarvitaan myös lämpömittari. Juustojen säilyttämiseen tarvitaan jääkaappi/kylmiö. Juustomuotit tarvitaan ehdottomasti, kukaan ei osta huonon näköistä juustoa.

11.3 Maidontuotanto

Haastattelukohteet sijaitsivat Keski-Suomessa. Tilojen maidot menivät MaitoSuomen meijerille ja litrahinta haastatteluja tehdessä oli 0,43 senttiä.

Tilalla E oli parsinavetta. Lypsäviä lehmiä oli noin 20 ja peltoalaa oli 19,7 hehtaaria. Tila oli juuri saanut myös lannanlevityssopimuksen noin kymmenen hehtaarin alueelle. Tilalla oltiin juuri tekemässä sukupolvenvaihdosta, samassa yhteydessä lypsylehmien määrä oli tarkoitus nostaa 30:een. Lehmät lypsettiin parressa. Aikaa lypsy vei päivässä neljä ja puoli tuntia. Puhdistus vei puoli tuntia ja ruokinta puolitoista tuntia.

Lehmät saivat säilörehua vapaasti, pyöröpaalit tuotiin pienellä traktorilla pöydälle, josta ne levitettiin käsin. Tämä koettiin työlääksi varsinkin talvella ja siihen aiotaan tulevaisuudessa tehdä parannuksia. Lisäksi jaettiin valkuaisrehua sekä melassi ja kivennäiset.

Tilalla F oli kylmäpihatto, kuivikkeena käytettiin turvetta. Lypsäviä lehmiä oli vajaa 30 ja peltoalaa 32 hehtaaria. Lypsy hoidettiin kahdeksanpaikkaisella kalanruotoasemalla, tähän kului päivittäin noin kaksi tuntia.

Kylmäpihatossa koettiin ongelmaksi kuivitus, jossa kului paljon turvetta. Putsaustyöhön kului ainakin puoli tuntia päivässä. Parsipetejä oli mietitty, mutta tilanväkeä mietitytti niiden kestävyys, koska ne painuvat ajan mukana. Pihattomallista pidettiin, koska eläimet pääsevät liikkumaan. Kylmästä on hyötyä sorkille. Ne pysyvät paremmassa kunnossa.

Lehmät saivat säilörehua vapaasti ja se jaettiin koneellisesti pöydälle, kiosista ne saivat litistettyä kauraa ja puolitiivistettä. Lehmät eivät saaneet lypsyasemalla mitään lisäruokaa. Umpeen meneville lehmille syötettiin olkea, jotta ne saadaan nopeasti umpeen.

Tilat lähtisivät tekemään verhoseinäpihattoa, jos nyt rakentaisivat. Ilmanvaihtoa pidettiin erittäin tärkeänä lehmille. Kosteutta ei saisi olla, koska se

lisää bakteereja ja utaretulehduksia. Parsien kuntoa ja puhdistusta nostettiin paljon esiin. Lietelannan ja kuivalannan välillä on merkittäviä eroja. Kummassakin on hyvät ja huonot puolensa. Lietelannassa lehmien kulureitit ovat vetisempiä, vaikkakin raapat kulkevat edestakaisin. Tämä aiheuttaa roiskeita utareisiin. Tulevaisuuden näkymät on vielä hyvät, sillä maidon hinnat on toistaiseksi saatu pidettyä hyvinä.

11.3.1 Toteutus Uusi-Mutasen tilalla

Saadut neuvot olivat samantyyllisiä. Kannattaa aloittaa mahdollisimman pienillä investoinneilla ja kehittää toimintaa vähitellen. Eläinainekseen kannattaa panostaa alusta alkaen. Hiehot kannattaa ostaa vuoden ikäisinä ja siemennettyinä. Silloin poikimiseen on aikaa, jolloin ne ehtivät tottua uuteen karjaan. Lypsävien kanssa on oltava valmis tekemään työtä ja niistä täytyy olla kiinnostunut, muuten ei hommasta tule mitään.

Uusi-Mutasen tilalla pitäisi vähentää sonnien määrää, jotta eläinpaikkoja vapautuisi lypsylehmien käyttöön. Yhdestä vinokuivikepihatosta saisi käyttökelpoisen tilan lehmille. Suurin investointi olisi lypsypaikan ja maitohuoneen rakentaminen. Toisena vaihtoehtona on rakentaa lehmille kokonaan uusi tuotantorakennus.

Maito menisi ainakin alussa meijeriin, kiinnostusta maidon jatkojalostukseen voisi myöhemmin löytyä, kunhan toiminta vakiintuu.

12 HAASTATTELUISSA ESILLE NOUSSEET ASIAT

Tässä luvussa käsitellään muutamaa asiaa, jotka nousivat haastatteluissa eniten esiin ja jotka tuntuivat tärkeimmiltä tuotannon kannalta. Lihatuotannossa eniten esiin noussut asia suoramyyntin kannalta oli brändi, joka koskee myös vuohituotantoa, sillä kummassakin tapauksessa kyseessä on suoramyyntitoiminta. Vuohituotannosta esiin nousi lähiruoka, mikä sivuaa myös lihan suoramyyntiä. Maidosta esiin nousi investointien suuruusluokka, joka myös sivuaa kaikkia muitakin tuotantosuuntia.

12.1 Brändi

Haastateltaessa kahta erilaista lihakarjatilaa esiin nousi tilojen itselleen luoma brändi. Brändi koostui lihan laadusta sekä tilan oman rodun parhaista ominaisuuksista. Tuotteen täytyy erottua muista, näin saadaan lisää kiinnostavuutta tuotteelle (Eläin 2012b, 56-58).

Brändi tarkoittaa miellelyhtymää, joka asiakkaalle tulee tuotteesta. Tuotteen brändiin voi itse vaikuttaa mainonnalla. Hyvä esimerkki kotieläinpuolelta ovat kanan liekkisiivet, jotka ovat broilerin jäännöspaloja, mutta brändäyksen avulla niistä on saatu suosittua pikaruokaa.

Brändillä on aina jokin tarkoitus ja brändi onkin usein yrityksen arvokkain omaisuus. Tämän ansiosta saadaan vahvistettua yrityksen kannattavuutta, sekä jatkuvuutta. (Lindberg-Repo 2005, 57.)

Brändin tarkoituksena on saada kuluttajat ymmärtämään kotimaisen lihan laatu, vaikka siitä joutuisi maksamaan vähän enemmän. Kotimaisten tuotteiden suosiminen tuo myös työpaikkoja, sekä viljelijöille parempaa kannattavuutta. Brändin luominen vaatii tuotteen esilläoloa. Näkyvyyttä tilat hakivat käymällä erilaisissa tapahtumissa esittelemässä tuotteitaan. Nykykuluttajat haluavat tietää tarkkaan eläinten kasvatusvaiheista, sekä valmiin tuotteen eri valmistusvaiheista. Naudanlihan tuotanto ja myynti voi nousta menestyksekkäästi, jos se osataan tuoda ihmisille oikealla tavalla esille. (Eläin 2012a, 41.)

Jotta tilalle voidaan määrittää sopiva brändi, on oltava tarkoin selvillä tilan tavoitteista, asiakaskunnasta ja tuotteen laadusta. Tilalla on oltava myös selvä brändivisio. Asiakaskunta on tunnettava hyvin, jotta markkinointi osataan kohdistaa oikein. (Lindberg-Repo 2005, 58.)

12.2 Lähirooka

Tällä hetkellä lähirooka on suosittua ja asiantuntijan mukaan se tulee myös jatkumaan tulevaisuudessa normaalina toimintana alkuhuuman jälkeen. (Pirkka 2012.)

Lähirooka tunnetaan ja sen alkuperä tiedetään. Lähirooka on myös tuoretta. Paikalliselta tuottajalta on lyhyt kuljetusmatka kuluttajalle. Läheisyys luo luottamuksen kuluttajan ja tuottajan välille. Kuluttajat mieltävät tehotuotannon ja lähirooan vastakkaisiksi asioiksi ja ovat kiinnostuneita tuotteen alkuperästä. Tehotuotettu ruoka on yleensä yli puolet halvempaa kuin pientuottajien valmistama tuote. Tämä rajoittaa pientuotteen myyntiä. Pienten lähirookakauppojen ongelmana ovat suuret kauppaketjut, jotka pystyvät myymään tuotteita halvemmalla suuren valikoiman ansiosta. Kuluttajien mielestä tuotteiden tulisi olla helposti saatavilla, tämä on osalla pientuottajista hankalasti toteutettavissa. Lähirookakauppojen vaarana on pientuottajien näkökulmasta se, että ne voivat päästä hallitsemaan tuottajien. Pientuottajat ovat joustavimpia ja pystyvät ennakoimaan tuotteiden menekkiä, tällä tavoin vältetään jäteruoan määrän kasvua. (Puupponen 2010, 56-59.)

Lähirookien kuluttajat ovat tietoisempia tuotteisiin käytetyistä raaka-aineista, kuten lisäaineista. Karppaus on osaltaan myös lisännyt lähirooan suosiota kuluttajien keskuudessa (Pellervo lihatalous 2011, 3).

12.3 Investoinnit

Tähtäämällä mahdollisimman pieniin alkuinvestointeihin saisi tuotannon lähtemään käyntiin, pikkuhiljaa voisi tehdä parannuksia. Isoimmat ja eniten tuotantoon vaikuttavat investoinnit on kumminkin syytä tehdä huolella, jotta säästyään myöhemmiltä tappioilta. Investointien riskinä on mark-

kinoiden epävakaisuus, sillä tuottajahintojen vaihtelua ei voida ennustaa. (Karjaviestit 2010a, 2.)

Investointi tarkoittaa taloudellista sijoittamista pitkälle aikavälille, sillä saadaan lisää tulosta usean vuoden ajan. Tilanteet, joissa yritys joutuu investoimaan, ovat tuotannon perustaminen tai laajentaminen sekä koneiden ja laitteiden uusiminen. Investointituilla pyritään tukemaan ja kehittämään maatilojen toimintaa. (Yritys-Suomi n.d.)

Ilman investointeja maatilan tulevaisuus on vaakalaudalla, sillä jos vanhoihin rakennuksiin ja koneisiin ei panosteta, ne jäävät ajasta jälkeen. Investoimalla työolosuhteisiin saadaan helpotusta omaan työhön ja jaksamiseen. Eläinaineksen laatuun kannattaa myös panostaa, sillä se lisää kestävyttä ja tuottoisuutta. (Karjaviestit 2010b, 4-5.)

13 HAASTATTELUIDEN YHTEENVETO

Kolmesta tuotantosuunnasta valitaan tilan tarpeisiin parhaimmin soveltuva tuotanto. Päätöstä tehtäessä otetaan huomioon haastatteluista saatu tieto sekä tilanväen oma halukkuus valittavaan tuotantosuuntaan.

Maitotilaksi muuttaminen vaatisi suurimmat investoinnit. Pitäisi rakentaa kokonaan uusi tuotantorakennus tai muuttaa kylmäpihattoa niin, että siihen saisi lehmille tilat. Hyvän eläinaineksen löytäminen toisi omat haasteensa.

Lihan suoramyynä olisi investointien kannalta pienin. Tällä hetkellä kasvatuseläimet ovat maitorotuisia ja suoramyynä vaatisi pihvirotuisia eläimiä. Emolehmäkarjatilojen kanssa täytyisi tehdä yhteistyötä, jossa sonnit ostettaisiin niiltä suoraan. Haasteeksi tulisi löytää mahdollisimman läheltä sopivat emolehmäkarjat, siihen vaikuttaisi myös emojen rotu. Tiettyyn rotuun keskittyminen olisi eduksi suoramyynnissä, joten ostettavien eläinten täytyisi olla samanrotuisia. Välityksen kautta ei voi ottaa eläimiä, jos lihat myy itse.

Vuohituotannon aloittaminen vaatisi toiseksi suurimmat investoinnit, mutta vanhasta asuinrakennuksesta saisi tehtyä tilat eläimille, jolloin ei tarvitsisi rakentaa kokonaan uutta tuotantorakennusta. Maito täytyy jatkojalostaa itse, sillä lähin meijeri sijaitsee Jalasjärvellä ja sen keräilyreitti ei kulje Jyväskylän alueella. Pienillä kustannuksilla aloittaminen vaatisi investoinnit juuston valmistustilaan sekä -laitteisiin. Eläinaineksen saaminen olisi kuitenkin helpompaa kuin lehmävaihtoehdossa.

13.1 Tuotantosuunnan valinta

Kolmesta tuotantosuunnasta jatkokehittelyyn valittiin vuohituotanto. Vuohituotanto on vähäistä Suomessa ja varsinkin Keski-Suomen alueella ei montaa tilaa ole, lähinnä on vain kutun harrastajia. Tilanväki kallistui myös enemmän lypsäviin eläimiin, sillä lihan tilanne on pysynyt vuodesta

toiseen muuttumattomana. Jatkajat myös halusivat lihantuotannon rinnalle maitopuolta ja varsinkin vuohituotantoa. Innostuminen tuli juuri tuotannon vähäisyyden myötä, myös tuotteen menekkiin uskottiin vahvasti. Markkinoiden löytämisessä on haasteensa, pitää löytää oikeat tavat tuoda tuotetta esille. Tuotannon aloittaminen pienemmässä muodossa on myös helpompaa kuin lehmävaihtoehdossa. Vuohien käsittely on helppoa niiden pienen koon vuoksi. Hoidosta selviää yhdelläkin henkilöllä. Hyvänä apuna on tilan paimenkoira. Sairaudet ovat kutuilla vähäisiä ja kokoonsa nähden kuttu lypsävät kohtuullisesti. Vuohet pysyvät lehmiä paremmin puhtaana, jolloin kuivituskustannuksetkin ovat pienemmät.

Lypsylehmien maidontuotannon investoinnit olisivat liian suuret. Lisäksi kylmäpihaton toimivuus kestokuivikepohjalla on suuri kysymysmerkki. Lehmien suurimmat lääkintäkustannukset ovat utaretulehduksien hoito, jolloin maakuupaikkojen on oltava kunnossa.

Lihan suoramyynnissä suurimmaksi ongelmaksi nousi pihvirotuisten eläinten saanti. Tällä hetkellä lihan suoramyyntiä harjoittavat nimenomaan sellaiset emolehmätilat, joilla itse kasvatetaan sonnit myyntipainoon. Eritään pienimuotoisesti tätä voisi tehdä, jos Uusi-Mutasen tilalle saisi sonneja kasvatukseen emolehmätiloilta maitorotuisten sonnien rinnalle. Tulevaisuudessa voisi ollakin, että tilalla harjoitetaan naudanlihan suoramyyntiä vuohituotteiden yhteydessä. Emolehmiä tilalle ei haluta, sillä laidunnusmahdollisuudet ovat rajalliset, koska tilan yhteydessä on laidunnukseen liian vähän omia peltoja.

14 UUDEN TUOTANTOSUUNNAN VAATIMAT MUUTOKSET

Uusi tuotantosuunta aloitetaan pikkuhiljaa. Alkuun otetaan noin 40 lypsykuttua. Näin saadaan avattua markkinoita vuohenmaitotuotteille ja tulevaisuudessa lisättyä lypsävien määrää omasta eläinaineksesta. Vuohi tarvitsee peltoalaa 0,15 hehtaaria, joten tälle kuttumäärälle riittää noin kuusi hehtaaria peltoa. Tarvittava peltoala saadaan hankkimalla lisäpeltoa.

Tuotantotilat kutuille remontoidaan vanhasta hirsirunkoisesta asuinrakennuksesta (Kuva 3). Rakennuksen yhteydessä on myöhemmin rakennettu pannuhuone- ja saunaosasto, josta remontoidaan pieni juustonkäsittelytila ja maituhuone. Osa rakennuksen sisätilasta on jo purettu. Maituhuone tulee pannuhuoneen tilalle, jatkojalostuspaikaksi tulee pesuhuonetilä ja saunatilasta tulee kylmiö.



Kuva 3. Hirsirunkoinen asuinrakennus

15 JATKOJALOSTUSPAIKKA

Eviran mukaan jatkojalostuspaikka on elintarvikelaitos, jolloin tuotetta saa myydä kauppoihin ja ravintoloihin (Evira 2012). Ennen aloittamista on tehtävä ilmoitus Eviraan ja tilalla on oltava omavalvontasuunnitelma. Elintarvikelaitos tullaan tarkastamaan ennen toiminnan aloitusta. Tuotteita valmistavalla ja käsittelevällä henkilöllä on oltava hygieniapassi. (Finlex 2006.)

Elintarvikelaitos on eriteltävä muista tiloista ja toiminnoista. Jatkojalostushuoneistossa pintojen on oltava helposti puhdistettavia, myrkyttömiä, nestettä hylkiviä ja kestäviä. Pintamateriaaliesimerkkejä ovat valkoinen polyesteri, PVDF eli polyvinyylideenifluoridi tai teräslevy (Huurre n.d). Lattian on oltava tasainen, eikä siinä saa olla rakoja. Lattiamateriaaliksi käy esimerkiksi akryylibetoni, joka ei ole liukas, kestää lämpökäsittelyä ja on helppo puhdistaa (Pohjanmaan erikoislattia Oy n.d). Rosteripinnat työtasoina ovat käytännöllisimmät, ne eivät ruostu ja ovat helposti puhdistettavia. Kaikkien tasojen ja välineiden on oltava irti lattiasta, jolloin ei pääse syntymään bakteeripesiä. Tilassa on oltava käsienpesupaikka ja hanan on oltava kosketusvapaa. Juustojen säilytykseen on varattava tarpeeksi tilaa kylmiöstä. Ilmanvaihdon ja valaistuksen on oltava kunnossa. Veden riittävydestä on huolehdittava ja sen laatua tarkkailtava. Juustojen pakkaukseen tarvittaville välineille on hyvä olla erillinen varasto. Pesu- ja desinfiointiaineet on säilytettävä erillään. (Haukkala, vuohiluento 18.11.2011.)

16 JUUSTONVALMISTUSPROSESSI

Vuohenjuusto on tärkein vuohenmaidosta valmistettu tuote, koska sen koostumus ja maku ovat ainutlaatuisia (Jaudas 1987, 74). Juustonvalmistus on tärkeä osa toimintaa, sillä vuohenmaitoa ei haeta tilalta meijeriin. Juusto on jalostettava itse, jotta se saadaan kaupaksi. Jatkojalostus kiinnostaa myös tilan jatkajia, eikä sitä pidetä huonona asiana. Juustojen val-

mistus toki vaatii opettelemista sekä koulutusta. Aluksi keskitytään vain muutaman eri juustolajin valmistukseen. Valikoimaa voidaan lisätä myöhemmin.

Aluksi on tarkoituksena keskittyä veta ja tuorejuuston valmistamiseen, sillä ne ovat nopeita valmistaa, eivätkä vaadi kypsytystä. Esimerkiksi goudajuusto vaatii kolmen kuukauden kypsytyksen, jolloin kylmätilojen tarve lisääntyy. Tuotteessa on rahaa kiinni ja tuote voi mennä pilalle kypsytyksaikana esimerkiksi huolimattomasti tehdyn pakkauksen tai kylmiön väärän lämpötilan takia. Kun keskittyy kahden eri juuston valmistamiseen, saa tehtyä isompia erä kerralla ja markkinointi helpottuu.

16.1 Maidon laatu

Lypsyhygienia on tärkeää, koska se vaikuttaa maidon ja siitä jalostettavan juuston bakteeripitoisuuteen. Lypsypaikan tulee olla puhtas, lypsäjän käsien on oltava puhtaat ja vetimet on puhdistettava ennen lypsyä. Alkusuihkeiden otto on tärkeää maidon aistinvaraisen tarkastelun mahdollistamiseksi ja bakteeripitoisimman maidon poistamiseksi vetimistä. Hyvä lypsyhygienia vähentää kolibakteereita maidossa/elintarvikkeessa. Kaikkien astioiden ja tankkien on oltava puhtaita, jotta niistä ei pääse leviämään bakteereita. Suuri määrä bakteereita maidossa aiheuttaa juuston keittovaiheessa laadun epätasaisuutta.

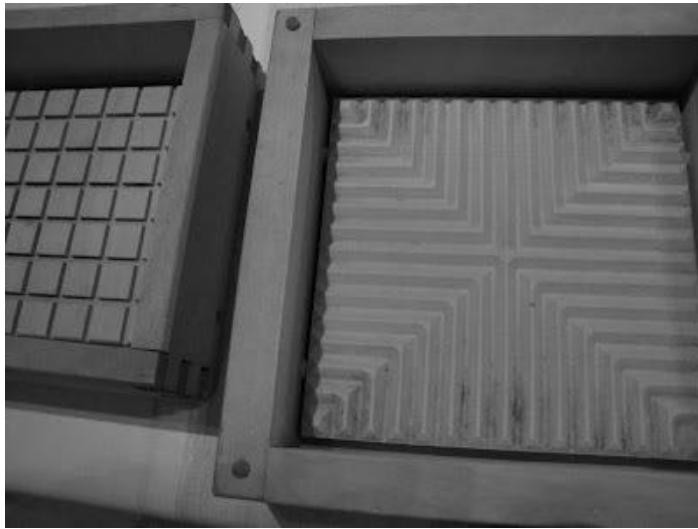
Maidon on oltava tuoretta, jotta siitä saadaan maistuvaa juustoa. Maito tulee jäädyttää kahdessa tunnissa alle + 4 asteeseen. Lämpötilat on merkittävät ylös ennen ja jälkeen lypsyn. Maidosta on otettava maitonäyte kerran kuukaudessa. (Valkama, vuohiluento 20.1.2012.)

16.2 Juustonvalmistuksen vaiheet

Suurin osa juustoista valmistetaan edelleen perinteisten vaiheiden kautta. Maito saostetaan, paloitellaan, hera erotellaan puristamalla ja lopuksi juusto suolataan. Maito saostetaan lisäämällä siihen hapatetta ja juoksutetta tai molempia, riippuen siitä mitä juustoa tehdään.

Kun massa ja neste alkavat erottua maidosta, sitä aletaan sekoittaa, eli paloitella. Tällöin saadaan erikokoisia juustorakeita. Kuivempaa juustoa tehdessä juustorakeet paloitellaan pienemmäksi.

Kattilassa hera nousee pinnalle ja raemassa painuu pohjalle. Heraa pyritään poistamaan mahdollisimman paljon ennen kuin vesi lisätään. Vettä lisätään, jotta saadaan vähennettyä sokerin ja muiden vesiliukoisten ainesten määrää. Vesi vähentää juuston happamuutta, jolloin maitohappomäärä pysyy kurissa. Juustomassa siirretään kattilasta muottialtaaseen, johon lisätään paino päälle. Juustomuotit ovat kuviollisia (Kuva 4). Muoteissa on reikiä, jotta hera pääsee pois. Suolaus on tärkeää, koska se vaikuttaa maun lisäksi juuston kypsymiseen ja säilymiseen. Suola voidaan lisätä joko juoksutteen ja hapatteen lisäämisvaiheessa tai upottaa juusto suolaliuokseen. Suolaliuokseen upottamista käytetään yleisimmin. (Aho & Hildén 2007, 121-125.)



Kuva 4. Juustomuotit (Nuppulinna 2012)

16.3 Veta- ja tuorejuusto

Veta-juuston valmistuksessa maito lämmitetään yli 85-asteiseksi, joko pastörintilaitteella tai kattilassa. Pastörinti on pakollista, jos juusto markkinoidaan kaupan kautta. Tämän jälkeen maito jäädytetään noin 30-asteiseksi, siihen lisätään hapate ja sekoitetaan hyvin. Maidon annetaan olla tunnin verran sekoittamatta. Juoksute lisätään maitoon koko ajan sekoittaen, tämä vaihe kestää minuutin ajan. Seuraavaksi annetaan nesteen taas seisoa tunnin verran, jolloin hera alkaa erottua juustomassasta. Massa painuu pohjalle ja hera kohoaa pintaan. Massa sekoitetaan kevyesti rikki, jonka jälkeen annetaan sen vielä seisoa puolisen tuntia. Heraa kaadetaan mahdollisimman paljon pois pinnalta, jonka jälkeen juustomassa siirretään muottialtaaseen. Laitetaan painot päälle ja annetaan olla 12 tuntia, jolloin loppu hera valuu massasta. Juustomassasta on tullut kiinteää ja sen voi siirtää suolaliuokseen. Kun juusto on tarpeeksi suolainen, se voidaan pakata esimerkiksi vakuumpussiin.

Tuorejuustoa eli juoksutinjuustoa valmistettaessa maito lämmitetään 32-38-asteiseksi, jonka jälkeen siihen lisätään juoksutin (Kuva 5). Tämän jälkeen maito sekoitetaan hyvin ja annetaan sen seistä noin 15-20 minuuttia ja hyytyä. Juoksetunutta maitoa sekoitetaan noin minuutin ajan, jonka jälkeen sen annetaan taas seistä noin 15 minuuttia, tässä ajassa hera on erottunut juustomassasta. Ylimääräinen hera kaadetaan pois ja juustomassa siirretään juustomuottiin. Muotin pohjassa on reikiä, joista loppu hera pääsee valumaan pois. Tässä vaiheessa juustomassa maustetaan suolalla maun mukaan, suolaisempi juusto kuitenkin säilyy vähäsuolaista juustoa paremmin. Voidaan myös käyttää mausteita, kuten yrttiseoksia. Juustomassa painellaan tiiviisti muottiin sekä käännellään sitä kahdesta neljään kertaan. Painon voi laittaa hetkeksi päälle halutessaan. Juusto on valmista ja se pakataan esimerkiksi vakuumpussiin.



Kuva 5. Juoksutinjuusto (Nappulinna 2012)

Tuorejuuston valmistukseen menee aikaa paljon vähemmän kuin Feta-juuston, tällöin myös säilyvyys aika on lyhyempi tuorejuustolla. Feta-juusto säilyy yhdestä kolmeen kuukauteen säilytystavasta riippuen ja tuorejuusto viikon verran. (Ryömä 1993, 3-8.)

17 JUUSTON MARKKINOINTI

Juuston markkinoinnin onnistuminen on ratkaisevaa tuloksen kannalta. Vuohenjuuston markkinointi voi olla haastavaa, koska vuohenjuusto ei ole jokapäiväistä kulutustavaraa. Toisaalta taas erikoistuotteet käyvät nykypäivänä paremmin kaupaksi kuin vaikka kymmenen vuotta sitten. Ensimmäiset vuodet ovat työllistävimpiä, sillä markkinointikanavat eivät aukea heti ja tuotteita täytyy tuoda esille. Markkinoilla ja toreilla myyminen on tuotteen tunnettavuuden lisäämiseksi tärkeää. Markkinoiden kartoitus on hyvä aloittaa jo ennen vuohituotannon aloittamista.

Myynti ja jakelu on hoidettava itse, jotta tuote olisi kannattava. Tuotteen vientipäivät voisivat olla kaksi kertaa viikossa, silloin tuotteita vietäisiin lähemmäksi asiakkaita. Mahdollisia asiakkaita olisivat lähialueen lähiruokakaupat, ravintolat ja pitopalvelupaikat. Pieni osa tuotteista myytäisiin tilalta suoraan kuluttajille. Tuotteelle olisi hyvä löytää muutama isompia määriä ostava liike, jotta myynti- ja rahtikulut jäisivät kohtuulliselle tasolle.

18 TALOUS

Liiketulos kertoo, paljonko liiketoiminnasta on jäänyt jäljelle rahoituserien ja verojen jälkeen. Liiketulos saadaan vähentämällä kokonaistuotoista muuttuvat ja kiinteät kustannukset sekä poistot. (Kauppalehti 2011.)

Laskelmissa on käytetty katetuottomenetelmää. Nykytuotannon rinnalle otettava vuohituotanto parantaa taloutta, vaikka työtunnit nousevat 6509

tunnista 7309 tuntiin. Vanhan tuotantorakennuksen korjausarviona on käytetty lehmäpaikan hintaa, sillä vuohikohtaisia paikkahintoja ei ollut saatavilla. Lehmäpaikan hinta on noin 4100 euroa ja kun yksi lehmä vastaa kymmentä kuttua, niin kuttupaikan hinnaksi tulisi noin 410 euroa (Maito ja Me 2006). Kuttuja lypsyssä olisi 40, joten se tekisi noin 16 500 euroa. Tämä sisältää lypsypaikan ja koneet. Rakennuskustannuksiksi on varattu laskelmissa 20 000 euroa.

Juustolan rakentamisen alustava kustannusarvio on 60 000 euroa. Seiniin ja lattiaan tarvitaan erikoismateriaaleja, ja ovien sekä työtasojen pitää olla ruostumatonta terästä. Juustolaan hankittavien isojen laitteiden hinta-arviot ovat: vakuumikone noin 2000 euroa, kippikattila 1000 euroa ja teollinen astianpesukone 2000 euroa, yhteensä noin 5000 euroa. Laskelmissa juustolan tekemiseen ja laitteisiin on varattu 70 000 euroa.

Nykytuotannon kate oli heikko, vain 1 505 euroa. Vuosikustannukset olivat 43 135 euroa. Vuohituotanto parantaa tilan kannattavuutta huomattavasti, uudeksi katteeksi tuli 48 238 euroa (Taulukko 1). Vuosikustannukset nousevat investointien myötä 50 110 euroon. Vuohilaskelmassa on käytetty juuston kilohintana 15 euroa (Liite 4), mutta siinä on korottamisen varaa, jolloin kilohinnaksi tulisi 17 euroa. Tämä hinta muutos nostaisi katteen 55 158 euroon.

Taulukko 1. Nykytuotannon ja nyky- ja vuohituotannon kannattavuusvertailu.

	Nykytuotanto	Nyky- ja vuohituotanto
Kate	1 505 €	48 238 €
Kustannukset	43 135 €	50 110 €
Työtunnit	6509 h	7309 h

19 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Työn tarkoituksena oli selvittää Uusi-Mutasen tilalle nykyisen lihantuotannon rinnalle uutta tuotantosuuntaa. Tarkastelussa oli kolme eri tuotantosuuntaa, jotka olivat lihan suoramyynti, maidontuotanto ja vuohituotanto.

Haastateltavia tiloja oli yhteensä kuusi, kaksi tilaa kutakin tuotantosuuntaa kohti. Tilojen haastatteluajankohta ei ollut paras mahdollinen, sillä osa tiloista kieltäytyi haastattelusta syksyn kiireiden vuoksi. Parempi ajankohta haastatteluille olisi voinut olla talvella. Opinnäytetyön aikataulu oli kumminkin tiukka ja aikaa haastatteluiden tekemiselle talvella ei ollut. Soitot usealle eri tilalle tuottivat tulosta ja haastattelut päästiin toteuttamaan.

Haastattelupohjat olisi ollut hyvä lähettää tiloille etukäteen, jolloin tilanväki olisi voinut pohtia vastauksiaan perusteellisemmin.

Haastattelujen pohjalta valittiin, mitä tuotantosuuntaa lähdetään selvittämään pidemmälle. Valintaa tehtäessä otettiin huomioon haastattelut, tilanväen oma mielipide tulevasta tuotantosuunnasta sekä tuotteen markkinatilanne nyt ja tulevaisuudessa. Päätös oli lopulta helppo. Tilanväki valitsi uudeksi tuotantosuunnaksi lihanautojen kasvatuksen ohelle vuohituotannon.

Vuohituotannosta lähdettiin selvittämään tarvittavien tuotantotilojen, kuten jatkojalostuspaikan vaatimuksia. Alustavat laskelmat osoittivat, että jo 40 lypsävän kutun ottaminen tilalle on kannattavaa ja parantaa tilan tulosta. Tilalla on tyhjillään vanha hirsirunkoinen asuinrakennus, johon saa remontoitua vuohille tilat. Asuinrakennuksen yhteydessä olevasta entisestä pesuhuoneesta ja saunasta saa tehtyä pienen juustolan. Rakennukseen mahtuu myös pieni lypsypaikka vuohille. Tilan konekanta on hyvä, joten siihen ei tarvitse investoida.

Aluksi jatkojalostus keskitetään kahteen tuotteeseen, jotka on helppo säilyttää, eivätkä vaadi kypsytystä. Esimerkiksi goudan tekoon ei haluta heti ryhtyä. Se vaatii kolmen kuukauden kypsytyksen, vie tilaa kylmiöstä ja epäonnistumisen riski on suurempi. Tilan täytyy rekisteröityä elintarvikelaitokseksi, jotta juustojen myynti kauppoihin on sallittua.

Pyrkimyksenä on löytää jatkojalostustuotteille vähintään kaksi suurempaa ostajaa, jotta saadaan toimituskulut pysymään kohtuullisina. Asiakkaiksi pyritään saamaan pääasiassa kauppoja, ravintoloita ja pitopalvelupaikkoja, jotka tilaavat isoja kertaeriä. Tuotteen tunnetuksi tekeminen on varsinkin alkuvuosina tärkeää. Messuilla ja markkinoilla kiertäminen on hyvä tapa saada tuotteelle julkisuutta. Puskaradion toimivuutta ei saa unohtaa, sillä asiat kulkeutuvat ihmisten korviin ja mielenkiinto herää.

Tavoitteena on, että tila työllistää myös jatkossa kolme henkilöä. Tämä onnistuu vuohien avulla. Vuohet ja maidon jatkojalostus työllistävät ainakin yhden henkilön kokopäiväisesti.

LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Juva: WS.

Aho, J. & Hildén, T. 2007. Maidon matkassa. Helsinki: Edita Prima oy.

Edelmann, J. 2012. Yrityksen kasvun vaiheet. Viitattu 3.10.2012.
<http://www.yrityskasvu.fi/2012/09/yrityksen-kasvuvaiheet.html>

- Eläin 2012a. Pihvikarjaliitto – suomalaisen lihan brändääjä. 2/2012, 41.
- Eläin 2012b. Kaikki menee, eikä riitäkään. 2/2012, 56-58.
- Evira 2012. Laitokset. Viitattu 22.11.2012.
http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus_ja_myynti/elintarvik-elainsaadanto/laitokset/
- Finlex 2006. Elintarvikelainsäädäntö. Viitattu 22.11.2012.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060023>
- Haapanen, M., Heikura, J. & Leino, K. 2004. Maatila liikeyrityksenä. Juva: WSOY.
- Hartikainen, K. 2011. Suoramyyntin vaatimukset muuttuvat. Lihatalous. 4.11.2012, 22.
- Haukkala, J. 2011. Tekniikan assistentti. Foodwest Oy. vuohiluento 18.11.2011.
- Huurre n.d. Kylmätilat/ kauppa ja teollisuus. Viitattu 2.12.2012.
http://www.huurrefinland.fi/tuotteet_ja_palvelut/Kylmatilat/
- HS 2009. Raportti: Lihantuotanto aiheuttaa ylipuolet kasvihuonepäästöistä. Viitattu 10.9.2012.
<http://www.hs.fi/ulkomaat/artikkeli/Raportti+Lihantuotanto+aiheuttaa+yli+puolet+kasvihuonekaasup%C3%A4%C3%A4st%C3%B6ist%C3%A4/1135250900585>
- Jaudas, U. 1987. The new goat handbook. Hong Kong: Gräfe and Unzer.
- Kauppa.fi 2012. Lähi- ja luomuruoka entistä suosituimpia. Viitattu 5.10.2012.
http://www.kauppa.fi/ajankohtaista/uutiset/laehi_ja_luomuruoka_entistae-suositumpia_22695
- Kauppalehti 2011. Nettotulos ja nettotulos-%. Viitattu 8.1.2013.
<http://www.kauppalehti.fi/balance/ohjeet/nettotulos+ja+nettotulos-%25/20110261775>
- Karasti, H. 2005 Tutkimusmenetelmät. TOL Oulun yliopisto. 11.10.2012, 27.
- Karjaviesti 2010a. Aina on oikea aika investoida. 2/2010, 2.
- Karjaviesti 2010b. Maatilan kehittyminen edellyttää investointeja. 2/2010, 4-5.
- Kotimaisen vuohenjuuston tulevaisuus vaakalaudalla. Maaseudun tulevaisuus 5.11.2012, 8.

Lihatalous 2011. Suoramyyntin vaatimukset muuttuvat. 5/2011, 22-24.

Lihatiedotus 2012. Lihan kulutus Suomessa kg/hlö. Viitattu 9.8.2012.
http://www.lihatiedotus.fi/www/fi/tilastot/lihan_kulutus_suomessa.php

Lindberg-Repo, K. 2005. Asiakkaan ja brändin vuorovaikutus. Helsinki: WSOY.

Maaseudun tulevaisuus 5.11.2012a. Kuttutukea hakeneet tilat ja tukikehittämöiset kutut 2008–2012.

Maaseudun tulevaisuus 5.11.2012b. Vuohien määrä 1990-2011.

Maito ja Me 2006. Parsipaikan hinnassa suuret erot. Viitattu 8.1.2013.
<http://ammattilaiset.valio.fi/maitojame/rakentaminen06/parsipaikan.htm>

Matilda 2012a. Lihantuotanto. Viitattu 26.9.2012.
<http://www.maataloustilastot.fi/tilasto/2026>

Matilda 2012b. Vuohien lukumäärä. Viitattu 4.11.2012.
<http://www.maataloustilastot.fi/kotielainten-lukumaara>

Matilda 2012c. Naudanlihan tuottajahinnat. Viitattu 8.11.2012.
http://www.maataloustilastot.fi/maataloustuotteiden-tuottajahinnat-syyskuu-2012_fi

Matilda 2012d. Maito- ja maitotuotetilasto. Viitattu 11.11.2012.
<http://www.maataloustilastot.fi/maito-ja-maitotuotetilasto>

MTK 2012a. Lihantuotannon kannattavuutta parannettava välittömästi. Viitattu 10.9.2012.
http://www.mtk.fi/liitot/etelasavo/ajankohtaista/tiedotteet_2010/fi_FI/1295938616090/

MTK 2012b. Maidontuottajien tuotantokustannusten nousun näyttävä tuottajahinnassa ja tukiratkaisuissa. Viitattu 11.11.2012
http://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2012/syyskuu/fi_FI/maidontuotannon_kannattavuus/

Nousiainen, J. 2012 Vakautta markkinoiden puristuksessa. Maito ja Me 26.9.2012, 5.

Nuppulinna 2012. Kotijuustoa ja taimimultaa. Viitattu 3.12.2012.
http://nuppulinna.blogspot.fi/2012_02_01_archive.html

Ollila, M. 2012 Uusia tuulia vuohiyhdistyksessä. Lammas & vuohi. 3/2012, 38.

Pellervo lihatalous 2011. Lähiliha nyt hyvässä vedossa. 8/11, 3.

Pirkka 2012. Lähiruoka ei ole mikään ohimenevä buumi. Viitattu 8.11.2012.

<http://www.pirkka.fi/artikkeli/115994-lahiruoka-ei-ole-mikaan-ohimeneva-buumi>

Pohjanmaan erikoislattiat Oy n.d. Akryylimassa. Viitattu 2.12.2012.

<http://www.pohjanmaanerikoislattiat.fi/index.php?page=akryylilattiat>

Puupponen, A. 2010. Maaseudun uusi aika 2010. Tampere: Tammerprint Oy.

Ruokatieto 2012. Valinnoilla voi vaikuttaa ympäristövaikutuksiin. Viitattu 26.9.2012.

http://opetus.ruokatieto.fi/Suomeksi/Oppimateriaali/Ruokavisan_oppimateriaali/Ymparisto/Ruuan_ymparistovaikutukset/Valinnoilla_voi_vaikuttaa_aterian_ymparistovaikutuksiin

Ryömä, H. 1993 Vuohi ja kotikokki. Suomen vuohiyhdistys.

Storbacka, K. 2005 Kannattava kasvustrategia. Juva: WSOY.

Taloussanommat 2011. Luomu myy hyvin S-kaupoissa. Viitattu 9.8.2012.

<http://www.taloussanommat.fi/kauppa/2011/10/03/luomu-myy-hyvin-s-kaupoissa/201114074/12>

TNS gallup 2012. Kvalitatiivinen tiedonkeräys. Viitattu 5.10.2012.

<http://www.tns-gallup.fi/asiantuntemus/tiedonkerays/kvalitatiivinen>

Vainio, E. 2012 Vuohenmaitoa Ilmajoelta. Lammas & vuohi. 2/2012, 36.

Valkama, L. 2012. Hirvijärven osuusmeijeri. Vuohiluento 20.1.2012.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2008. Liiketoimintaosaaminen. Edita Prima Oy.

Virtuaali ammattikorkeakoulu 2007. Case-tutkimus. Viitattu 12.11.2012

<http://www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464144782/1194348546586/1194356433452.html>

Wikipedia 2012. Swot-analyysi. Viitattu 15.9.2012.

<http://fi.wikipedia.org/wiki/SWOT-analyysi>

YLE 2012a. Lihantuotanto kriittisessä tilassa. Viitattu 10.9.2012.

http://yle.fi/uutiset/lihantuotanto_kriittisessa_tilassa/5068670

YLE 2012b. Maitotilat hupenevat- suurnavetoita ei synny samaan tahtiin. Viitattu 2.12.2012.

http://yle.fi/uutiset/maitotilat_hupenevat_-_suurnavetoita_ei_synny_samaan_tahtiin/6374473

Yrittäjäkoulu 2000. Yrittäjät oppijoina. Viitattu 3.12.2012

http://www.yrittajakoulu.fi/yrittajyyden_oppia/dokumentit/showtext.asp?UID=9333&docID=122&index=6

Yritys-Suomi n.d. Investoinnit. Viitattu 8.11.2012.

<http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/aihe?aihe=1000046>

Äijö, T. 2008. Kilpailukyky huippukuntoon. Juva: WSOY.

Maitotilan haastattelu

Tilan taustaa

- Minkä verran karjaa?
- Peltoala?

Tuotantotilat?

- Lämmin/kylmä?
- Millainen lypsyasema/robotti?
- Hyvät/huonot puolet?

Maitomäärä?

- Minne menee?
- Tämän hetkinen litra hinta?
- Tuotosseuranta miten hoidetaan?

Vasikan hinta?

Eläinsairaudet

- Lääkekustannukset?

Ruokinta

- Mitä/miten?
- Lisäruokinta

Työmäärä

- Lypsy?
- Tarkkailu/seuranta?
- Ruokinta?
- Puhdistus?

Mitä tekisitte toisin?

- Hyvät puolet/parannettavaa?

Tulevaisuuden näkymät?

- Vinkkejä maidontuotannon aloittaville yrittäjille
- mitä pitää ottaa huomioon -> investoinnit yms.?

Onko vielä jotain tärkeää mitä olemme unohtaneet kysyä?

Lihansuoramyynti haastattelu

Tilan taustaa

- Minkä verran karjaa?

Mistä idea lähti suoramyyntiin?

Mitä toimenpiteitä vaaditaan suoramyynnin aloittamiseen?

- Lainsäädäntö ym.

Investoinnit

Meneekö kaikki liha suoramyyntiin?

Kuinka paljon aikaa suoramyynti vie?

- Markkinointi
- Tuotteen menekki

Työn määrä

Asiakkaat

- Keitä, mistä päin?

Tuotteen hinnoittelun peruste?

Onko alueellanne kilpailijoita?

Teurastus, leikkuu ja pakkaus

- Missä? Kuljetus?
- Hintaa?

Tuotteen toimitus asiakkaalle

- Pakastettuna/tuoreena?
- Lihan säilytys tilalla

Mitä huonoja/hyviä puolia suoramyynnissä?

Tulevaisuuden näkymät

- ollaanko menossa enemmän suoramyyntiin?
- Vinkkejä lihansuoramyyntiä aloittaville yrittäjälle

Onko vielä jotain tärkeää mitä olemme unohtaneet kysyä?

Vuohitilan haastattelu

Tilan taustaa

- Minkä verran karjaa?
- Peltoala

Tuotantotilat?

Lypsypaikka?

- Hyvät/huonot puolet?

Maitomäärä?

Ruokinta

- Mitä/miten (määrät)

Työmäärä

- Lypsy?
- Ruokinta?
- Puhdistus?

Mitä toimenpiteitä vaaditaan suoramyynnin aloittamiseen?

- Lainsäädäntö ym.

Investoinnit?

Kuinka paljon aikaa suoramyyni vie?

- Markkinointi
- Tuotteen menekki

Tuotteen hinnoittelun peruste?

Asiakkaat

- Keitä, mistä päin?

Maidon jalostus

- Miten?
- Hintaa?

Mitä tekisitte toisin?

- Hyvät puolet/parannettavaa?

Tulevaisuuden näkymät?

- Vinkkejä vuohituotannon aloittaville yrittäjille
- mitä pitää ottaa huomioon -> investoinnit yms.?

Onko vielä jotain tärkeää mitä olemme unohtaneet kysyä?

KATETUOTTO		Vuosi	
Tuotot/ha	Määrä	á-hinta	€
Juustoa	99,00	15,00 €	1 485,00 €
Kansallinen tuki		317,00 €	152,16 €
alkuperäistuki		270,00 €	40,50 €
			- €
			- €
			- €
			- €
			- €
Yhteensä:			1 677,66 €
Muuttuvat kustannukset:			
säilörehu	1095	0,032 €	34,62 €
vehnä	365,00	0,211 €	77,09 €
rypsirouhe	65,7	0,354 €	23,26 €
Kivennäiset	7,3	0,550 €	4,02 €
			- €
vakuumpussit	198	0,190 €	37,62 €
Tarra	198	0,200 €	39,60 €
Juoksute	4,0	42,000 €	166,32 €
suola	3,3	0,320 €	1,05 €
			- €
Lääkintä, sähkö yms.	1,00	60,000 €	60,00 €
			- €
Kili	1,02	40,000 €	40,80 €
			- €
			- €
Eläinpääoma	40,80	9 %	3,69 €
Liikepääoman(30%) k	157,61 €	5 %	7,88 €
Muuttuvat kustannukset yht.			495,93 €
Kate I			1 181,73 €
Ihmistyö	20,0	15,00 €	300,00 €
Kate II			881,73 €