

Seinäjoen
ammattikorkeakoulun
julkaisusarja

B

Seinäjoen ammattikorkeakoulu
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Kirsti Sorama, Terhi Anttila,
Salla Kettunen ja Heikki Holma

MAATILOJEN PUURAKENTAMISEN TULEVAISUUS - ELINTARVIKE- KLUSTERIN ENNAKOINTI

Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja
B. Raportteja ja selvityksiä 77

Kirsti Sorama, Terhi Anttila,
Salla Kettunen ja Heikki Holma

MAATILOJEN PUURAKENTAMISEN TULEVAISUUS - ELINTARVIKE- KLUSTERIN ENNAKOINTI



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Seinäjoen ammattikorkeakoulu
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Seinäjoki 2013

Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja
Publications of Seinäjoki University of Applied Sciences

- A. Tutkimuksia Research reports
- B. Raportteja ja selvityksiä Reports
- C. Oppimateriaaleja Teaching materials
- D. Opinnäytetöitä Theses

SeAMK julkaisujen myynti:

Seinäjoen korkeakoulukirjasto
Kalevankatu 35, 60100 Seinäjoki
puh. 020 124 5040 fax 020 124 5041
seamk.kirjasto@seamk.fi

ISBN 978-952-5863-63-5 (verkkojulkaisu)
ISSN 1797-5573 (verkkojulkaisu)

TIIVISTELMÄ

Kirsti Sorama, Terhi Anttila, Salla Kettunen ja Heikki Holma. 2013. Maatilojen puurakentamisen tulevaisuus - elintarvikeklusterin ennakointi. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 77, 86 s.

Tämä maatilojen puurakentamista tulevaisuudessa kartoittava tutkimus on osa Palvelevat Puurytykset -toimialahanketta, jota on rahoitettu Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta. Kyseessä on Suomen metsäkeskus, Etelä- ja Keski-Pohjanmaan alueyksikön ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun yhdessä toteuttama puutuotealan kehittämishanke.

Tämän tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää maatilojen tulevaisuuden puurakentamista ennakoimalla elintarvikeklusterissa tapahtuvia muutoksia seuraavan 10 vuoden aikana. Tutkimuksessa käytettiin laadullisia ennakointimenetelmiä ja informantteina olivat vertikaalisen klusterin toimijat kuluttajasta alkutuottajiin ja rakennusyrittäjiin. Tarkastelemalla klusteria toimialan sijaan kyetään löytämään monia sellaisia muutosajureita, joilla on vaikutusta toimialaan, mutta jotka eivät löydy keskittymällä pelkästään yhden toimialan ennakointiin. Tutkimuksessa haastateltiin kaikkiaan 31 klusterin toimijaa. Ensimmäiseen vaiheeseen, teemahaastatteluihin osallistui 13 toimijaa. Seuraavassa vaiheessa ryhmähaastatteluihin osallistui 12 toimijaa ja viimeisenä toteutettuun työpajaan osallistui kuusi (6) toimijaa. Osallistujat edustivat kauppaa, elintarviketeollisuutta, alkutuottajia, rakentajia sekä eri tahojen julkisia toimijoita.

Elintarvikeklusterilla on pitkät perinteet ja tämä näkyy eräänlaisena muutosjäykkyytenä tulevaisuuden ennakoinnissa. Toimijoiden on vaikea irrottautua ajattelemaan tulevaisuutta totutusta poikkeavasti. Kuitenkin maailma ja erityisesti kuluttajat muuttuvat merkittävästi ja nämä muutokset tulisi huomioida jo alkutuotannossa – tuottajien tulisi nähdä asiakkaanaan nimenomaan kuluttaja, eikä vain teollisuus tai kauppa.

Kun myös alkutuotannossa ymmärretään kuluttajia ja ruuan kuluttamisessa tapahtuvia muutoksia, kyetään näkemään uusia mahdollisuuksia. Yksi merkittävin huomio on, että klusterin toiminta monimuotoistuu tulevaisuudessa ja myös maatilojen toiminta monimuotoistuu. Tämä tulee vaikuttamaan myös tulevaisuuden maatilarakentamiseen ja puurakentamisen uusiin mahdollisuuksiin. Perinteisesti ajatellaan maatilarakentamisessa kotieläinsuojia, varastoja ja konehalleja asuinrakennusten lisäksi. Tulevaisuudessa mautiloilla tarvitaan tiloja myös tuotteiden jalostamiseen, käsittelyyn ja varastointiin entistä enemmän. Lisäksi tarvitaan tilamyymälöitä kuluttajakaupan monimuotoistuesssa. Nämä voivat olla joko yhden tilan yhteydessä tai

useamman tilan yhteisiä, jopa lähempänä kuluttajaa kuin alkutuotantoa. Tällaiset tilatarpeet luovat kysyntää erikokoisille rakennusratkaisuille.

Monet mautilojen puurakentamiseen liittyvät esteet ovat enemmänkin asenteissa ja uskomuksissa kuin varsinaisesti tietoon perustuvia. Puurakentamisen paloturvallisuus ja hygieenisuus ovat tekijöitä, joita käytetään perusteina sille, ettei puu olisi sopiva materiaali. Nämä ovat kuitenkin monilla uusilla puurakentamisen teknologioilla korjattavissa. Tarvitaan vain lisää tutkimusta, jotta kyettäisiin perustelemaan puun käytön sopivuus mautilarakentamiseen.

Avainsanat: mautilat, puurakentaminen, elintarviketalous, ennakointi

ABSTRACT

Kirsti Sorama, Terhi Anttila, Salla Kettunen and Heikki Holma. 2013. Future of the Wood Construction on Farms - Food Industry Future Foresight. Publications of Seinäjoki University of Applied Sciences B. Reports 77, 86 p.

This research charts the possibilities to build farm buildings out of wood in the future. It is part of Palvelevat puuyritykset (User-oriented wood enterprises) cluster project, which is financed by the Rural Development Programme for Mainland Finland. This project is co-implemented by The Finnish Forest Centre, Southern- and Central-Ostrobothnia and Seinäjoki University of Applied Sciences and it develops the wood product field.

The aim of the study was to explain future wood building of farm's by predicting the coming changes in the food processing industry during the next ten years. The qualitative methods of future foresight were used in the study and informants were the actors of the vertical cluster, from consumer to producers and construction enterprises. By analyzing the cluster instead of the field of one business, it is possible to find many such driving forces, which have an effect in the field of business, but which cannot be found by doing future foresight only on one field of business. All together 31 actors were interviewed. At the first stage, 13 actors took part to theme interviews. At the second stage, 12 actors took part to focus group interviews and at the third stage six (6) actors took part to a workshop. Participants represented trade, food industry, producers and different public actors.

Food industry has a long tradition, which can be seen as a sort of change resistance in the future foresight. It is difficult for the actors to distance oneself to think the future in a different way than what they are used to. However, the world, and especially the consumers, change significantly and these changes should be considered already in primary production – producers should see consumers as their customers, not only food industry or trade.

When the consumer behavior and changes in food consumption are understood also in primary production, new possibilities can be seen. The most significant point is that the activities of the food cluster and farm activities will diversify in the future. This will have an effect on the future farm construction and on the new possibilities of building out of wood. Traditionally, farm construction is understood as animal shelters, storehouses and machine sheds in addition to houses. In the future, a growing amount of space is also needed for processing, handling and storing of products. These can either serve one farm or be common for several farms, and be

located even closer to the consumer than primary production. Such needs for space create demand for different size building solutions.

Many obstacles concerning building out of wood are concerned more with attitudes and beliefs. They are not so much based on knowledge. Impropriety of wood is often justified by fire safety and hygiene. These factors can be overcome by several technologies. More research is needed in order to be able to justify the use of wood in farm construction.

Keywords: farms, wood construction, food supply chains, foresight

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

KUVIOT JA TAULUKOT

1 JOHDANTO	9
1.1 Ennakointi työmenetelmänä.....	10
1.2 Elintarvikeketju	13
1.3 Päivittäistavara-kauppa	14
1.4 Elintarvikeketjun säätely.....	16
2 KIRJALLISUUSKATSAUS ELINTARVIKEKLUSTERIN TULEVAISUUDESTA	19
2.1 Kuluttajan ja kulutuksen linkittyminen yhteiskuntaan.....	19
2.2 Kuluttaja ja teollisuus.....	22
2.3 Kuluttaja ja kauppa	23
2.4 Kuluttaja päätöksentekijänä	24
2.5 Maatilojen tulevaisuus	29
2.5.1 Tuotantosuunnat ja tilarakenne.....	30
2.5.2 Globaalit muutokset	33
2.6 Elintarviketeollisuus tulevaisuudessa.....	37
2.7 Kauppa tulevaisuudessa	42
2.8 Muutosten tarkastelua	47
3 TEEMA- JA RYHMÄHAASTATTELUT KLUSTERIN TOIMIJOILLE	49
3.1 Teemahaastattelut kaupan ja elintarviketeollisuuden toimijoille	50
3.2 Ryhmähaastattelut klusterin toimijoille.....	53
3.2.1 Ryhmähaastattelu kaupan ja teollisuuden edustajille.....	54
3.2.2 Ryhmähaastattelu alkutuottajille	59
4 MAATILARAKENTAMISEN TULEVAISUUS.....	61
5 JOHTOPÄÄTÖKSET MAATILARAKENTAMISEEN	68
5.1 Muuttuva maailma muuttaa perinteisiä toimintatapoja.....	69
5.2 Maatilarakentaminen nyt ja tulevaisuudessa	70
5.2.1 Rakentaminen ja valmispaketit	71
5.2.2 Puurakentamisen teknologia.....	72

5.2.3 Kaavoitus	74
5.2.4 Poliittinen päätöksenteko	75
5.3 Yhteenveto	75
LÄHTEET	77
LIITTEET	83

KUVIOT

KUVIO 1. Kuluttaja tulevaisuudessa.....	28
KUVIO 2. Elintarvikkeiden tuonti ja vienti vuonna 2012.....	29
KUVIO 3. Maatilojen määrän kehitys ja maankäyttölajit 2000-2012.....	37
KUVIO 4. Tulevaisuuden elintarviketeollisuus.....	42
KUVIO 5. Kauppa tulevaisuudessa.....	47
KUVIO 6. Alkutuotanto suhteessa elintarvikeklusterin muutokseen.....	58
KUVIO 7. Maatilojen tulevaisuus.....	60
KUVIO 8. Graafinen esitys tärkeimmistä muutostekijöistä.....	62

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Kotieläintuotannon kehitys 1995-2012.....	36
TAULUKKO 2. Maatilojen määrän ja tilakokojen kehitys.....	36
TAULUKKO 3. Muutostekijöiden saamat pisteet.....	61
TAULUKKO 4. Valmispakettien puutteen mahdollisuudet ja uhat maatilojen puurakentamisessa.....	64
TAULUKKO 5. Tuottajahintojen mahdollisuudet ja uhat maatilojen puurakentamisessa.....	65
TAULUKKO 6. Maatalouden tukien ja rahojen riittävyyden mahdollisuudet ja uhat maatilojen puurakentamisessa.....	65
TAULUKKO 7. Puurakentamisen teknologian kehittymisen mahdollisuudet ja uhat maatilojen puurakentamisessa.....	66
TAULUKKO 8. Kaavoituksen ja lupien mahdollisuudet ja uhat maatilojen puurakentamisessa.....	67

1 JOHDANTO

Maatilarakentamisen tulevaisuus riippuu maataloudesta, mutta myös muualla elintarvikeketjussa tapahtuvista asioista. Maatalous on myös yritystoimintaa, rakentaminen ja rakennuksiin investoiminen sen kehittämistä. Yritysten liiketoiminnan ja yhteistyöverkostojen kehittäminen edellyttää myös yrityksen, toimialan ja klustereiden tulevaisuuden ennakkointia, jotta kehittämistyö löytää oikean suunnan.

Tässä tutkimuksessa ennakoidaan, miten elintarvikeklusterissa tapahtuvat tulevaisuuden muutokset tulevat vaikuttamaan maataloihin ja ennen kaikkea maatilojen puurakentamiseen. Erilaisia muutoksia tarkastellaan niin kuluttajan, kaupan, teollisuuden kuin alkutuotannon näkökulmasta ja pyritään erilaisilla menetelmillä jalostamaan tietoa sellaiseksi kokonaisuudeksi, että sen perusteella voidaan löytää maatilojen puurakentamiselle uusia mahdollisuuksia. Kaikki muutostekijät, liittyvät ne kuluttajiin, kauppaan, teollisuuteen, alkutuotantoon tai rakentamiseen perustuvat muutoksiin ihmisessä (elämys- ja merkitysyhteiskunnassa), luonnossa (bioyhteiskunnassa) ja/tai teknologiassa (digi/ubiyhteiskunnassa). Ennakointiprosessin tuloksena syntyy koko klusterin toimijoiden avulla tiivistetty tieto tulevaisuuden mahdollisuuksista maatilojen puurakentamiseen.

Tutkimuksessa käytettiin toimintaympäristöanalyysia hankkimalla olemassa olevaa tietoa elintarvikeklusterin tulevaisuudesta. Tässä vaiheessa hyödynnettiin myös erilaisia aikasarjoja. Tätä tietoa jäsennettiin vertikaalisen klusterin toimijatasoilla: kuluttaja, kauppa, teollisuus ja alkutuotanto. Asiantuntijätietoa ei kerätty varsinaisesti delfoi-menetelmällä, vaan se korvattiin asiantuntijoille tehtyinä teemahaastatteluinä. Näiden kahden vaiheen tulokset koottiin väittämiksi, joita ryhdyttiin jalostamaan elintarvikeklusterin tulevaisuusskenaarioiksi käyttämällä kahta erilaista ryhmätyömenetelmää. Ensimmäisenä menetelmänä käytettiin Focus Group -ryhmähaastattelumenetelmää elintarvikeklusterin toimijoille (kauppa ja elintarviketeollisuus) ja toisena tulevaisuustyöpajaa maatilarakentamisen asiantuntijoille.

Raportin rakenne etenee seuraavasti. Johdannossa käsitellään ennakkointia, elintarvikeketjua, päivittäistavarakauppaa ja elintarvikeketjun säätelyä. Raportti on jaoteltu tutkimuksen etenemisen ja käytettyjen menetelmien mukaisesti. Luku kaksi koostuu elintarvikeklusterin tämän hetken tarkastelusta ja tulevaisuuden ennakkointitietoa sisältävän kirjallisuuskatsauksesta. Kirjallisuuden perusteella löydettiin teemahaastattelujen teemat. Teemahaastatteluissa esiin nousseista asioista laadittiin pohja ryhmä- eli focus-group -haastatteluille. Viimeisen vaiheen, työpajan, aiheiden valinnassa ja käsittelyn perustana käytettiin edellisistä vaiheista saatuja tuloksia. Kaikki haastattelut ja niiden tulokset esitellään luvussa 4. Luvussa 5 keskitytään yhdistämään eri osioissa saatuja tuloksia maatilojen puurakentamisen näkökulmasta.

1.1 Ennakointi työmenetelmänä

Ennakoinnin käsitteenä esitetään nousseen tulevaisuuden tutkijoiden tietoisuuteen 1980-luvulla. Kuitenkin voidaan todeta, että johtamisen teorioiden puolella sillä on pidempi historia. Henri Fayol, ranskalainen kaivosinsinööri ja administratiivisen koulukunnan oppi-isä, esitti jo vuonna 1900 pitämässään puheessa, että johtajien pitää tehdä ennakkointia ja suunnittelua, jotta yritys ja ympäristö pysyvät sopuosinussa keskenään (Wren, Bedeian & Breeze 2002, 908). Näin ollen ennakkoinnilla olisi jo yli sadan vuoden perinteet johtamisen teoriassa. Jos vertaamme tuota ajankohtaa nykypäivään, voidaan todeta, että silloin elettiin yhtä suurien muutosten aikaa kuin tälläkin hetkellä. Murros agrariiyhteiskunnasta teollisuusyhteiskuntaan oli tuolloin alkanut. Nyt elämme siirtymää tietoyhteiskunnan ykkösvaiheesta tietoyhteiskunnan kakkosvaiheeseen, jonka muutosvoimat kietoutuvat pääosin kolmen erilaisen yhteiskunnan piiriin: elämys- ja merkitysyhteiskunta, bioyhteiskunta sekä digi-/ubiyhteiskunta.

Tulevaisuusajattelulle Elina Hiltunen (2012) esittää kolme keskeistä tehtävää: ennakkointi, kommunikointi ja innovointi. Tulevaisuuden ennakkointi liittyy tulevaisuusajatteluun ja on osa tulevaisuuden tutkimusta. Tulevaisuuden tutkija, professori Sirkka Heinonen puolestaan määrittelee tulevaisuuden tutkimuksen seuraavasti: ”tulevaisuudentutkimus on systemaattista, kokonaisvaltaista, monitieteistä ja kriittistä pitkän tähtäyksen analyysia tulevaisuutta koskevista teemoista ja tulevaisuuden kehitysvaihtoehtoista”.

Tulevaisuuden ennakkointia voidaan tehdä sekä määrällisenä että laadullisena. Laadullisia menetelmiä käytetään erityisesti silloin, kun tärkeitä trendejä tai kehityskulkuja on vaikea selvittää yksin-kertaisten indikaattoreiden avulla tai kun asiaa koskevia tietoja ei ole saatavana. Lisäksi laadullisilla lähestymistavoilla kannustetaan erilaisiin luoviin ajattelutapoihin.

Tulevaisuuden ennakkointi on erilaisten muutostekijöiden avulla avautuva maailma, joka sisältää suhteellisen todennäköisiä tapahtumia ja ilmiöitä sekä lukuisia enemmän tai vähemmän varmoja kehityskulkuja tai tapahtumia, jotka vaikuttavat elämäämme. Jotkin muutokset tapahtuvat niin hitaasti, että tuskin havaitsemme muutosta. Jotkin muutokset puolestaan ovat nopeita ja niiden vaikutukset koemme lähes välittömästi. Lisäksi maailmassa ja ihmisessä itsessään on paljon pysyvää; sellaista mikä ei ole muuttunut vuosituhansienkaan kuluessa. Kuitenkin ihminen muuttumattomuuksineen joutuu muuttamaan toimintatapojaan sopeutuessaan muuttuvaan ympäristöön.

Muutosta ajavat voimat liittyvät aina ihmiseen, luontoon tai teknologiaan. Muutos yhdessä näistä saa aikaan myös muutoksia kahdessa muussa. Usein miten kuiten-

kin luonto ja teknologia ovat ottaneet ylivoiman ja ihmiselle on jäänyt sopeutujan osa. Viimeisten vuosien ja vuosikymmenten aikana teknologia on ollut sellainen muutosajuri, jonka mukana sekä ihminen että luonto ovat muuttuneet ja joutuneet muuttumaan yhä kiihtyvällä vauhdilla. Elämme tällä hetkellä siirtymävaiheen loppua, jolla yhteiskuntamme määritetään uudelleen kolmen edellä mainitun tekijän kautta. Ihmisten elämää määrittää siirtyminen elämys- ja merkitysyhteiskuntaan, jossa onnellinen elämä – merkityksellisyys ja elämyksellisyys – muodostavat ihmisten valintojen arvopohjan. Luontoa ja sen muutosta määrittää jo tällä hetkellä ja yhä enenevästi tulevaisuudessa bioyhteiskunta, jossa kaikki liittyy siihen, millä tavalla kykenemme säilyttämään luonnon ympärillämme ja tuhoamatta sitä enempää. Kolmatta tekijää, teknologiaa, ja sen muutosta kuvaa jo nyt vahvasti digi-/ubiyhteiskunnan määritteet. Digitaalisuus on muuttanut maailmaa, ja tämä muutos tulee todennäköisesti jatkumaan vahvana tulevaisuudessa. Periaatteessa digitalisoituminen tarkoittaa fyysisen ja digitaalisen erilaisia yhdistelmiä. Harva asia on pelkästään digitaalinen sisältämättä missään vaiheessa mitään fyysistä. Toisaalta on vaikea kuvitella, että tänä aikana olisi myöskään enää sellaisia asioita, jotka olisivat pelkästään fyysisiä. Ubiyhteiskunta tarkoittaa kaikkialla läsnä olevaa tietotekniikkaa, joka on jo nyt saanut aikaa suuria muutoksia ihmisten toiminnassa. Tämä kehitys tulee jatkumaan. Yhteiskunnassa tämä kehitys tarkoittaa esimerkiksi sitä, että robotit kehittyvät ja tulevat korvaamaan ihmisen monissa sellaisissa töissä, jotka eivät aina ole ihmisestä kovin mielekkäiltä tuntuneetkaan. Mutta ne tulevat todennäköisesti korvaamaan ihmiset monenlaisissa töissä.

Ennakointiin liittyy monenlaisia menetelmällisiä ratkaisuja. Seuraavassa esitetään erilaisista käytettävissä olevista ennakoitimenetelmistä lyhyet kuvaukset.

Ennakoiva asenne

Ennakoiva asenne tarkoittaa tietoista pyrkimystä jatkuvasti arvioida toimintaympäristön muutoksia ja niiden taustalla vaikuttavia syitä. Tällainen asenne on enemmänkin tapa toimia kuin varsinainen menetelmä, mutta sitä voi myös harjoitella ja kehittää. Yksilötasolla siihen liittyy keskeisesti pyrkimys omien vakiintuneiden toimintatapojen arviointiin ja kyseenalaistamiseen. Organisaatitasolla se tarkoittaa sellaisen kulttuurin ruokkimista, joka kannustaa kyseenalaistamiseen, tiedon siirtymiseen ja uusien asioiden esille tuomiseen.

Toimintaympäristöanalyysit

Toimintaympäristöanalyysit eivät ole varsinainen menetelmä sinänsä, vaan olennainen osa kaikkia ennakointi- ja tulevaisuustiedonhankintaprosesseja. Siinä tiedon keräämisen ja analysoinnin kohteena ovat organisaation ulkoisen ympäristön muutokset - trendit, megatrendit, heikot signaalit ja niiden taustalla vaikuttavat muutosvoimat. Tähän tarkoitukseen voidaan hyödyntää esimerkiksi tilastoaineistoa, asiantuntijahaastatteluita, delfoi -menetelmää, lehtiä ja muita julkaisuja.

Delfoi-menetelmä

Delfoi-menetelmällä tarkoitetaan käytännössä puolistrukturoitua tai strukturoitua kyselytutkimusta, jossa vastaajien anonyymisti esittämät tulevaisuusarvot halutusta asiasta tai ilmiöstä kerätään ja jalostetaan tiedoksi. Menetelmällä ei niinkään pyritä tilastolliseen edustavuuteen, vaan etsitään tutkittavan aihealueen hahmottamisen kannalta keskeisiä henkilöitä, joiden asiantuntemusta ja näkemyksiä hyödyntäen pyritään rakentamaan kokonaiskuva valitusta ongelma-alueesta ja mahdollisista kehityssuunnista.

Alun perin menetelmällä pyrittiin tuottamaan yksimielinen asiantuntijanäkemyks, mutta nykyään keskitytään enemmänkin mielipiteiden erilaisuuksien tarkasteluun ja päämääränä on saavuttaa mahdollisimman laaja ymmärrys tutkittavaa asiaa koskevista mielipiteistä ja ajatuksista sekä niiden taustalla vaikuttavista perusteluista.

Skenaariot

Skenaario on tunnetuin tulevaisuudentutkimuksen termi. Skenaario on mahdollisen tulevaisuuden kuvaus. Skenaariossa voidaan esittää ajallisesti, vaiheittaisesti ja loogisesti etenevä kehityspolku nykyisyydestä tulevaisuuteen tai vaihtoehtoisesti tulevaisuudesta nykyisyyteen. Skenaariot eivät ole ennusteita vaan mahdollisina pidettyjä vaihtoehtoisia tulevaisuuksia ja tulevaisuuden kehityspolkuja. Skenaariotyöskentelyssä esitetään yleensä vähintään kolme vaihtoehtoista tulevaisuuden kuvaa.

Tulevaisuusverstaat ja muut ryhmätyömenetelmät

Tulevaisuusverstaat ja muut ryhmätyömenetelmät perustuvat ohjattuun keskusteluun. Niissä pyritään tuomaan yhteen tutkittavan aihealueen hahmottamisen kannalta keskeisiä henkilöitä, joiden asiantuntemusta ja näkemyksiä hyödyntäen pyritään rakentamaan kokonaiskuva valitusta ongelma-alueesta ja mahdollisista kehityssuunnista. Ryhmätyömenetelmillä voidaan mm. etsiä ratkaisuja konkreettisiin ongelmiin, tuottaa ideoita ja innovaatioita, välittämään hiljaista tietoa sekä rakentaa yhteistä tahtotilaa.

Aikasarjat ja matemaattiset mallit

Joukko erilaisia tilastollisia menetelmiä, joiden avulla tarkastellaan tutkittavan kohteen tai ilmiön historiaa, josta etsitään säännönmukaisuuksia ja tehdään ennusteita ilmiön kehityksestä tulevaisuudessa. Tällaiset ennusteet tarjoavat hyvän lähtökohdan ennakkoinnille. Niitä hyödynnettäessä on kuitenkin huomioitava annettu lähtöasetelma ja malliin sisältyvät epävarmuudet. Malleilla ja aikasarjoilla ei voida ennakoida toimintaympäristön laadullisia muutoksia tai vallitsevien trendien murroksia.

1.2 Elintarvikeketju

Maatalous tuottaa perusraaka-aineen elintarvikeketjulle. Panoksena se käyttää maata, pääomaa, työvoimaa ja erilaisia välituotteita, kuten lannoitteita ja rehuja. Maatalous on pääomavaltainen toimiala, joka tarvitsee välituotteita myös investointeihinsa, esimerkiksi navettarakennuksiin, rehusäiliöihin, viljan kuivaamoihin, ojiin, siltarumpuihin jne. Maatalous käyttää myös runsaasti energiaa (erityisesti sähköä ja öljytuotteita). (Kotilainen, Koski, Mankinen & Rantala 2010, 4.)

Maatalouden tuotteita toimitetaan eteenpäin kuluttajille eri kanavia pitkin, tuotteesta ja maiden rakennetekijöistä riippuen. Maito ja liha toimitetaan lähes aina elintarviketeollisuuden jatkojalostajille. Tilateurastusta ja maidon suoramyntiä rajoittavat hygieniamääräykset. Vilja myydään pääosin myllyteollisuudelle, joka jatkojalostaa viljaa leipomoteollisuuden käyttöön. Osa viljasta käytetään rehuna joko omalla tilalla tai myydään joko suoraan tai välittäjien kautta erikoistuneille maidon, lihan tai kananmunien tuottajille. Peltokasveja käytetään pienessä mittakaavassa myös energiantuotantoon. Vihanneksetkin toimitetaan usein jatkojalostajille, jotka puhdistavat ja pakkaavat ne sekä toimittavat edelleen kaupoille. (Kotilainen ym. 2010, 4.)

Pääosa tuotetuista tuotteista tai raaka-aineista myydään ja toimitetaan raaka-aineeksi elintarviketeollisuudelle. Se käyttää maataloudelta tulevien välituotteiden ohella muilta kotimaisilta sektoreilta ja ulkomailta ostettuja panoksia. Tässä ketjun osassa raaka-aineen kuljetukset tuottajilta jatkojalostajille muodostavat merkittävän kustannuserän. Energiapanoksia käytetään lisäksi tehtaiden prosesseissa ja kuljetuksissa. Elintarviketeollisuudelta tuotteet menevät useimmiten tukkukaupoille, joista osa myy vain omalle vähittäiskauppaketjulle. Osa on yleistukkureita, jotka myyvät kaikille, myös ketjuihin kuulumattomille vähittäiskauppiaille ja ravintoloille. Tukkukauppavaiheessa varsinaisen kaupankäynnin ohella logistiset toiminnot (kuljetus, varastointi) ovat keskeisiä sekä kustannuksia että arvonlisää luovia toimintoja. (Kotilainen ym. 2010, 4.)

Elintarvikeketjussa logistiikka (ml. kuljetukset) on hyvin suuressa roolissa. Toisaalta elintarvikkeet pilaantumisen uhan takia tarvitsevat hyvää logistiikkaa. Toisaalta, olisi hyvä miettiä olisiko tuotteiden kuljetuksille muita vaihtoehtoja kuin pitkät kuljetusmatkat, jotka usein vievät tuotteen kauppaan satojen kilometrien mutkan kautta verrattuna todelliseen maantieteelliseen etäisyyteen. Kotilainen ym. esittävät edellä, että logistiset toiminnot luovat arvonlisää. Logistiikkayhtiöt hyötyvät kuljetuksista ja varastoinneista. Valtio saa siitä jotakin verotuloina, mutta toisaalta esim. tieverkkoston huolehtimiseen menee valtion varoja puolestaan enemmän. Mikäli logistiikka on asiakkaan kannalta tehokkain ja edullisin, on sillä arvoa, muussa tapauksessa asiakas on kuljetus- ja varastointikustannusten maksaja. Ympäristön kanalta kuljetukset tulisi järjestää mahdollisimman vähän päästöjä aiheuttavalla tavalla, joten pitkät kuljetusmatkat eivät pääsääntöisesti ole ympäristöllekään hyviä.

Kotilaisen ym. (2010, 4) mukaan viimeisenä ketjussa ovat vähittäiskaupat, joista kuluttajat enimmäkseen ruokansa ostavat. Yleensä vähittäiskaupat ostavat tuotteensa tukkukaupoilta. Suomessa suurin osa kaupoista kuuluu johonkin kaupparyhmään. Pieni osa tuotteista tulee suoraan tuottajilta (pääasiassa vihanneksia, marjoja, pieniä eriä leipomotuotteita jne.). Paikallisilla pientuottajilla on jonkin verran mahdollisuuksia myydä tuotteitaan alueensa vähittäiskaupoissa. Jos heidän tuotantonsa on mittavaa, he tarvitsevat myös tukkukauppaa tai vähintään useita vähittäiskauppoja tuotteidensa jakeluun.

Elintarvikeketjuun voidaan laskea mukaan myös kuluttajat, jotka valmistavat tuotteita ruuaksi. Kaikkea ruokaa ei todellisuudessa syödä, vaan sitä menee myös jätteeseen elintarvikeketjun eri vaiheessa. Elintarvikeketjun voi siis nähdä alkutuottajalta (jalostuksen, kaupan ja useiden kuljetusten kautta) kuluttajalle ulottuvana. Toisaalta siihen voidaan laskea mukaan alkutuotannon käyttämät tuotantopanokset sekä loppupäässä kuluttajalta ja ketjun varrelta syntyvän elintarvikejätteen käsittely. Tässä hankkeessa keskityttiin erityisesti kuluttajiin, kauppaan, teollisuuteen ja alkutuotantoon. Kuluttajia ei kutsuttu työskentelyyn erityisenä ryhmänä, vaan muiden alojen edustajat olivat samalla mukana myös kuluttajina.

1.3 Päivittäistavarakauppa

Suomen päivittäistavaramarkkinat ovat erittäin keskittyneet, sillä noin 80 prosenttia alasta on kahden vahvan toimijan hallussa. Vuonna 2012 S-ryhmän markkinaosuus oli 45,6 prosenttia ja Keskon 34,7 prosenttia. Lisäksi Suomen Lähikauppa Oy:llä (Valintatalo ja Siwa) oli 7,3 prosentin osuus ja muilla yksityisillä (mm. Lidl) 12,4 prosentin osuus. (PTY 2013). Turun Sanomien (15.11.2013) mukaan Lidl on kasvanut ja on nousemassa kolmanneksi ohi Suomen Lähikauppa Oy:n.

Molemmat suuret toimijat ovat kasvattaneet markkinaosuuttaan vuodesta 2009. Pienistä toimijoista osuuttaan on onnistunut kasvattamaan ainoastaan Lidl. Suomen markkinoille on leimallista volyymin pienuus yhdistettynä merkittäviin etäisyyksiin. Perusolosuhteisiin voidaan lukea myös pohjoinen sijainti, joka ilmasto-olosuhteidensa johdosta asettaa suuremmat vaatimukset käytettävälle tiloille ja logistiikkaketjun häiriöttömälle toiminnalle. Lisäksi kattava lainsäädäntö asettaa velvoitteita koskien muun muassa kaupan panoskäyttöä, työehtoja ja sijoittumista. Perusolosuhteita leimaa toimijoiden välinen kilpailu, jolloin kannattavan liiketoiminnan harjoittaminen asettaa huomattavia vaatimuksia toiminnan tehokkuudelle. (Björkroth, Frostenius, Kajova & Palo 2012, 11–12.)

Kilpailun näkökulmasta kaupan ajama koko elintarvikeketjun toiminnan tehostuminen voi olla myönteistä edellyttäen, että siitä syntyvä hyöty välittyy lopulta kulut-

tajalle saakka esimerkiksi tuotteiden edullisempina hintoina (Björkroth ym. 2012, 11–12). Näin ei kuitenkaan ole yksiselitteisesti tapahtunut. Vuodesta 2000 vuoteen 2009 elintarvikeketjussa bruttomarginaalejaan ovat kasvattaneet eniten kauppa- ja ravintolapalvelut. Ainoastaan tuontituotteet ovat onnistuneet samaan, huomattavasti pienemmällä kasvuprosentilla. Maatalouden ja elintarviketalouden bruttomarginaalit ovat samalla aikajaksolla pienentyneet. (Arovuori, Karikallio & Pyykkönen 2011, 27).

Samalla on kuitenkin huomioitava myös toiminnan tehostamisvaatimusten mahdolliset kielteiset vaikutukset, esimerkiksi elintarviketeollisuuden keskittyminen edelleen, tuotteiden laatu, kuluttajan valinnanvaihtoehtojen mahdollinen kaventuminen ja tuoteinnovaatioiden tyrehtyminen. Päivittäistavarakaupan alalle on ominaista ketjuuntuminen sekä hankinnan ja logistiikan keskittyminen. Suurimmat kaupparyhmittymät ovat integroituneet vertikaalisesti hankintamarkkinoille. Huomattava osa päivittäistavarojen vähittäiskaupassa myydyistä tuotteista ostetaan keskitetysti ja jaetaan valtakunnallisten logistiikkakanavien kautta. (Björkroth ym. 2012, 11–12.)

Tietojärjestelmien nopea kehittyminen ja ketjuliiketoimintamalli ovat erityisesti 2000-luvulla lisänneet merkittävästi mahdollisuuksia toimitusketjun kumppaneiden verkostoyhteistyöhön. Käyttöön on otettu termi *kaupan arvoketju* tai *kaupan pitkä arvoketju*, jolla tarkoitetaan koko toimintoketjua tuottajilta kuluttajille asti. Verkostoyhteistyön avulla tehokkuutta pyritään lisäämään entisestään. Vähittäiskauppayritykset ovat muodostaneet tavarantoimittajien ja palvelujen toimittajakumppaneiden kanssa vertikaalisia yhteistyösuhteita, ikään kuin ketjuun tulevia sivuhaaroja. Tavoitteena on yhteistoiminnan kokonaisuoptimointi, eli mahdollisimman tehokkaiden toimintatapojen aikaansaaminen, jotka hyödyttävät kaikkia osapuolia, myös kuluttajia. Yhteistyöstä syntyvien hyötyjen ja niiden jakautumisen rinnalla käydään jatkuvaa keskustelua myös kaupan liian määrävävästä asemasta, sekä kovan kilpailun ja kilpailuttamisen periaate. Tähän yhteistyöhön voi kuulua myös, että eri toimijat keskittyvät ydinosamiseensa ja tiettyjen toimintojen suorittamiseen. Tästä huolimatta kaupan arvoketjun strategioiden ja prosessien omistaja on vähittäiskauppayritys, joka pyrkii vaikuttamaan verkoston kumppanien toimintaan omien keskeisten tavoitteidensa saavuttamiseksi. (Björkroth ym. 2012.)

Elintarvikeketjua koskevissa tutkimuksissa on usein havaittu, että kauppa on vuosien saatossa pyrkinyt sopeutumaan muuttuviin olosuhteisiin ja tehostanut omaa toimintaansa. Muutos näkyy muun muassa siinä, että myymälöiden lukumäärä on olennaisesti pienentynyt yli ajan. Tämä on tarkoittanut myymäläkoon keskimääräistä kasvua ja 2000-luvulle tultaessa hypermarket-myymlöiden merkityksen kasvua. Samalla kun itsepalvelun, valikoimien ja lajitelmien monipuolistumisen sekä kaupan ketjuuntumisen merkitys on kasvanut. (Björkroth ym. 2012, 14.)

Tulevaisuudessa kuluttajat odottavat kaupalta vaivatonta ja virheetöntä palvelua monikanavaisesti. Tämä tarkoittaa verkkokaupan ja monikanavakaupan lisääntymistä. Varsinkin erikoistavarakauppa siirtyy yhä enemmän verkkoon. Tällä trendillä on todennäköisesti negatiivinen vaikutus nykyisen kaltaisille hypermarket-myymlöille ja todennäköisesti hypermarketteihin tuleekin yhä enemmän kauppaliikkeiden sijasta muita palveluja. Niistä tulee ensisijaisesti ”viihtymis- ja elämyskeskuksia”, joissa on tarjolla vain harvoja nykyisin tarjolla olevista erikoistuotteista. Tulevaisuuden asiakas tyytyy itsepalveluun vain verkkokaupassa ja haluaa fyysisessä kaupassa palvelua. Tämä tarkoittaa uudenlaisia ratkaisuja fyysisen ja digitaalisen yhdistämiseen asiakaspalvelussa, jotta kustannukset pysyisivät kohtuullisina.

Kotilainen ym. (2010) ovat selvittäneet, että kaupan tuottavuus on Suomessa kansainvälisesti vertaillen hyvällä tasolla. Keskeinen selittäjä sille on, että Suomen kauppa on palveluiden hinnoilla ja tuotannon yksikkökustannuksilla tarkastellen verrattain kilpailukykyinen suhteessa läntisiin teollisuusmaihin. Heidän tulostensa mukaan kotimaisen maatalouden tuottavuuden on todettu olevan osin luonnollisistakin syistä verrattain heikko, mikä heijastuu väistämättä myös kotimaisiin raaka-aineisiin perustuvien tuotteiden kuluttajahintoihin (Björkroth ym. 2012, 14).

EU-maissa keskimäärin 16 prosenttia kotitalouksien kulutuksesta kohdistuu elintarvikkeisiin. Ruuan osuus kulutuskorista vaihtelee kuitenkin tuntuvasti maittain; köyhissä maissa osuus on suuri ja vauraissa maissa pieni. Uusissa EU-maissa ruuan osuus kulutuksesta on siten tuntuvasti suurempi kuin vauraissa jäsenmaissa, vaikka niissä elintarvikkeet ovat edullisempia. Vanhoista jäsenmaista Espanjassa ruoka vie myös huomattavan suuren osan kulutusmenoista. Suomessa ruuan osuus kulutusmenoista on 27 EU-maan joukossa kahdeksanneksi pienin, hieman yli 15 prosenttia. Osuus vaihtelee kotitalouksien sosioekonomisen aseman mukaan. Suurin osuus on työttömillä sekä vain kansaneläkettä tai toimeentulotukea saavilla. (Kotilainen ym. 2010.)

1.4 Elintarvikeketjun säätely

Elintarvikeketjun toimintaa säädellään eri tavoin. Maatalouden osalta keskeinen säätelymekanismi on EU:n yhteinen maatalouspolitiikka, joka määrittää tuen muodot ja tukitasot kussakin maassa. Ympäristönormit ja maataloutta koskevat eläinsuojelu-, eläintauti- ja hygieniasäännökset ovat pääpiirteissään peräisin EU-tasolta. EU:n yhteinen maatalouspolitiikka vaikuttaa maataloustuotteiden tuotannon tasoihin ja sitä kautta myös hintoihin. Esimerkiksi maidon tuotantoa on säännelty maitokiintiöin, mutta nyt niitä on alettu lieventää ja ne on tarkoitus lakkauttaa vuoteen 2015 mennessä. Tämä antaa markkinoille enemmän tilaa vaikuttaa tuotantomääriin.

Samalla tuottajahinnat määräytyvät enemmän kysynnän ja tarjonnan perusteella. Maatalouden tuessa on viime vuosina siirrytty yhä enemmän hintatuesta suoraan tulotukeen. EU:n tuen ohella maatalous saa kansallista EU:n hyväksymää tukea. (Kotilainen ym. 2010.) Hintatuki maksettiin tuotannon määrän mukaan kun taas suora tulotuki ei välttämättä ole laisinkaan sidoksissa tuotannon määrään. Tulotuki ei välttämättä kannusta hyvään tuotantoon.

Elintarviketeollisuuden osalta keskeisiä määräyksiä ovat hygieniasäännökset. Myös ne määräytyvät EU-tasolla. Hygieniasäännösten tiukkeneminen on edellyttänyt viime vuosina merkittäviä investointeja, mikä on parantanut tuoteturvallisuutta, mutta samalla heikentänyt pienten tuottajien asemaa markkinoilla. (Kotilainen ym. 2010.) Maitotiloilta suoraan ostettava maito on ollut viime vuosina keskustelussa esimerkkinä. Helsingin yliopiston eläinlääketieteellisessä tiedekunnassa tehdyssä kartoituksessa kävi ilmi, että noin 6 % suomalaisten tilojen (183 tilaa) tankkimaitonäytteistä oli positiivisia listerian suhteen ja 3 % positiivisia STEC:in (tunnetuin muoto EHEC) suhteen. Elintarviketurvallisuusvirasto Evirassa on lisäksi aiemmin osoitettu, että noin 30 % Suomen nautakarjasta kantaa suolistossaan kampylobakteeria, jolloin sen joutuminen maitoon ulosteen välityksellä on mahdollista. Suomalaisen maidon keskimääräiset bakteeripitoisuudet ovat sata kertaa pienemmät kuin EU-lainsäädännön sallimat enimmäispitoisuudet, jotka ylittyvät vielä monessa EU-maassa. (Eläinlääkäripäivät 28.11.2012.) Oletettavasti suurimman riskin aiheuttavat kuluttajat itse säilyttämällä maitoa liian kauan tai liian lämpimässä jääkaapissa, jolloin bakteerit pääsevät lisääntymään.

Myös elintarvikekaupassa hygieniasäännöstellä on merkittävä vaikutus kauppaliikkeiden ja koko logistiikkaketjun toimintaan. Markkinoillepääsyä säännellään lisäksi muun muassa kaavamääräyksillä. Kaupan aukiolosäännöstö puolestaan muodostaa yleiset toimintapuitteet koko kaupalle. Sekä elintarviketeollisuutta että kauppaa koskevat yleiset kilpailusäännökset. Nämä koskevat hintayhteistyötä, määräävää markkina-asemaa, markkinoillepääsyä jne. Vaikka sääntelyllä pyritään edistämään erilaisia markkinoiden ja kuluttajien kokonaisedun kannalta tärkeitä asioita, sääntely voi toisaalta vähentää kilpailua. (Kotilainen ym. 2010.)

Kirveennummen, Saarimaan ja Mäkelän (2008) mukaan elintarvikeketjussa muodostuu vähitellen erikoistuneita tuotantoketjuja, jotka toimivat aidon kysyntälähtöisen toimintamallin (lean manufacturing) mukaisesti. Tämä kehitys tapahtuu korostetuimmin suoramyynnissä tai muuten lyhyiden tuotantoketjujen toimintamallissa, hyvin kiinteiksi muotoutuvissa tuottaja-asiakassuhteissa. Näissä tilanteissa eräänlainen vertikaalinen tiimi kommunikoi koko ajan tietoverkkojen välityksellä asiakkaan kanssa. Tuotenäkökulmat muuntuvat enemmän palvelukokonaisuuksiksi, ja niistä edelleen palvelubrändeiksi, joiden luottamuksesta asiakas on valmis maksamaan ylläpitoon liittyvän lisähinnan. Palvelun erilaistaminen tuo lisäarvoa siten,

että se vastaa eettisten tai vastuullisuusnäkökulmien kautta uudelleenmuotoiltuja vaatimuksia. (Mts. 59.)

Palvelutuottajan ja ympäristön kannalta säästöjä syntyy siitä, että suoramyynnissä tai lyhyissä tuotantoketjuissa materiaaliset hukkaprosentit jäävät erittäin pieniksi. Elintarvikkeiden kohdalla tämä on iso kysymys. Kysynnän ja tarjonnan tiiviimmän yhteistyön ansiosta myös hintavaihtelut vähenevät huomattavasti. Ennakoimattomasti muuttuvassa kansainvälisessä ympäristössä tietyt kuluttajalähtöiset tuottajaryhmät pyrkivät tällä tavoin luomaan omia kestävästä kehitystä korostavia toiminnan ja elämisen ympäristöjään kun taas kansainväliseen kilpailustrategiaan luottavat pyrkivät hakemaan hetkellisempiä keinoja selviytyä tai hyötyä globaalin elintarviketalouden lasku ja noususuhdanteista. (Kirveennummi ym. 2008, 59.)

2 KIRJALLISUUSKATSAUS ELINTARVIKEKLUSTERIN TULEVAISUUDESTA

Tämän ennakkoinnin tavoitteena on tuottaa tietoa maatalojen puurakentamiseen. Ennakkoinnissa on kuitenkin tärkeää ymmärtää tulevaisuuden muutoksia laajemmin kuin vain yhden toimialan perspektiivistä, joten maatalojen rakentamiseen tulevaisuudessa tulee vaikuttamaan se, mitä koko elintarvikeklusterissa tulee tapahtumaan.

Ennakointityö aloitettiin lähdemateriaalin hankkimisella ja kirjoituspöytätyömuksella elintarvikeklusterin tulevaisuudesta. Luvun 2 alaluvuissa nostetaan lähdeaineiston perusteella esiin, miltä ruuan kuluttamisen, kaupan, elintarviketeollisuuden yritysten ja maatalouden tulevaisuus voisi näyttää vuonna 2020.

2.1 Kuluttajan ja kulutuksen linkittyminen yhteiskuntaan

Kulutus elämäntapana laajenee kaikille elämän alueille. Toisaalta kuluttajat yksilöllistyvät, mutta samalla he haluavat uudenlaista yhteisöllisyyttä ja mahdollisuutta vaikuttaa. Kuluttajat voivat muodostaa yhteisöjä aiempaa helpommin. Yhteisöjen avulla pyritään vaikuttamaan yritysten toimintaan ja politiikkaan. Uusi teknologia on tuonut markkinoille globaalit virtuaaliyhteisöt, joissa samoista asioista kiinnostuneet ihmiset ympäri maapallon voivat helposti vaihtaa kokemuksiaan. Näin he saavuttavat paljon tietoa ja sen ajatellaan asettavan suuria haasteita yrityksille ja politiikan toimijoille. Pystyäkseen vastaamaan haasteeseen, yritysten, viranomaisien ja päättäjien on tulevaisuudessa kuultava entistä enemmän kuluttajia niillä foorumeilla, joilla kuluttajat toimivat. Kuluttajat ovat tulevaisuudessa paljon muutakin kuin markkinoilla hankittavien tavaroiden ja palveluiden käyttäjiä; he toimivat aiempaa enemmän kansalaisen ja globaalisti jopa maailmankansalaisen roolissa. Käsitys kuluttajasta passiivisena tuotanto- ja jakeluprosessin loppupisteenä on auttamattoman vanhentunut. (Raijas & Repo 2009, 13.)

Raijaksen ja Revon (2009) mukaan nykyinen voimakkaasti eriytynyt ja pirstaloitunut kulutus korostaa yksilöllisiä mieltymyksiä, jotka tietty ryhmä voi jakaa. Itse ryhmiä (erilaisia alakulttuureja, heimoja ja kulutusyhteisöjä) voidaan luonnehtia juuri ryhmien kiinnostusten ja kulutuskohteiden perusteella. Syntyy erilaisia elämäntaparyhmiä, eli mikrokulttuureja makujen, kulutusmieltymysten, harrastusten tai tuotemerkkien ympärille. Näissä kulttuureissa ihmisiä yhdistävät kulutuskohteiden ja -käytäntöjen ympärille rakentuvat merkitykset, symbolit ja tarinat. Internet mahdollistaa ryhmien syntymisen paremmin kuin tietty alue. Kulutusrakenteessa

elintason nousu ja kotitalouden rakennemuutos (näkyvät siten, että esimerkiksi kotiin ostettujen elintarvikkeiden osuus kaikista menoista vähenee ja vapaa-ajan kulutuksen osuus nousee). (Mts. 14–19.)

Edellä mainitut perusteet ja kuluttajien käyttäytyminen antavat tuottajille aiheen olla mukana netissä. Yhteishankinnat suoraan tuottajilta ovat yleistyneet ja ruokapiirejä on jo hyvin monilla paikkakunnilla. Kauppapaikka ja tilausten tekeminen netissä on asiakkaille jo tuttua ja käteväksi koettua toimintaa. Tuotteiden tarinan ja alkuperän esiin nostaminen on osa brändäystä, jota tuottajan tulisi tehdä ollessaan tekemisissä kuluttajien kanssa.

Elintarvikkeiden terveellisyys on saanut huomiota osakseen koko Länsi-Euroopassa. Ajoittain esiin nousevat ruokakriisit (hullun lehmän tauti, dioksiini, yms.) saavat kuluttajat muuttamaan käyttäytymistään joksikin aikaa, mutta käyttäytymisellä on taipumus palautua kriisiä edeltävälle uralle ajan kuluessa. Nopeampia trendejä edustavat erilaiset terveystieteet, joista hyvänä esimerkkinä on margariinin ja voion eduista ja haitoista esitetyt mielipiteet pari vuotta sitten. Tuotteita on saatavilla paljon ja erilaisia, samoin näkemyksiä siitä mikä dieetti on hyvä. Viralliset ravitsemussuosittukset eivät enää ole ainoa ohjenuora. Tämä näkyy tuotteiden kysyntäpiikkeinä, joihin teollisuuden on usein hankala vastata. Moni muistaneekin huvenneet voi- ja rahkahyllyt.

Maa- ja metsätalousministeriön kansallisen ruokastrategian 2030 mukaan suomalaisen ruokajärjestelmän kilpailukyvyyn lähtökohtana on kuluttajien ja heidän muuttuvien tarpeidensa ymmärtäminen, mikä edellyttää ajattelutavan muutosta koko ruokajärjestelmässä. Tulevaisuudessa ruuan kulutuksessa siirrytään pelkästä nälän tyydyttämisestä kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin korostamiseen. Ruokaan liittyy yhä enemmän yhdessäoloa ja tekemistä, hyvinvoinnin tavoittelua ja itsensä toteuttamista. Arki ja viikonloppu erottuvat yhä selvemmin toisistaan ruuanlaittoon käytetyn ajan ja ruokailukäyttäytymisen suhteen, mutta vaatimus ruuan hyvästä mausta koskee sekä arkea että viikonloppua. Kuluttajien odotusarvo on, että kaupan oleva ruoka vastaa eettisyyden ja vastuullisuuden vaatimuksiin. Myös maahanmuuttajat tuovat tullessaan omat ruokakulttuurinsa ja makumieltymyksensä. (Huomisen Ruoka... 2010, 6.)

Tulevaisuuden uhkaavia suuntauksia ravitsemuksen terveysvaikutusten kannalta ovat osaamattomuus ja vähenevä ajankäyttö ruuanlaittoon, yhteisten aterioiden väheneminen, napostelun lisääntyminen ja sokeripitoisten ruokien ja juomien käytön sekä alkoholinkäytön lisääntyminen. Voimistuva piirre ravitsemuksessa on ruuanlaiton ja selkeiden aterioiden väheneminen. Näiden tilalla on lisääntyvä napostelu, pikaruokailu ja valmisruokien käyttö, minkä seurauksena väestö etäännyy yhä kauemmas ruuasta; sen alkuperästä ja itse ruuan valmistamisesta. Kiinnostus

terveelliseen ruokavalioon näyttää edellyttävän kiinnostusta ruokaan ja ruokakulttuuriin ylipäättään. Huomion kiinnittäminen ruuan muihinkin ominaisuuksiin kuin terveellisyyteen johtaa myös terveellisempään syömiseen. (Huomisen Ruoka... 2010, 12.)

Kirveennummi, Saarimaa ja Mäkelä (2008, 53) raportoivat asiantuntijoiden ja kuluttajien näkemyksiä ruuan kulutuksesta vuonna 2030. Saatujen tulosten mukaan tulevaisuudessa on keskeistä arkisten tottumusten vaihtelu ja muuttumattomuus runsaiden valintojen keskellä. Ruoasta haetaan hyviä aistielämyksiä ja monille ruoka onkin tärkeä arkinen harrastus. Suomalaista ruokaa arvostetaan vuonna 2030, mutta laadukas suomalainen ruoka myös maksaa. Kustannukset johtuvat osaltaan siitä, että esimerkiksi ilmastonmuutosten haitallisiksi koettujen vaikutusten vähentämiseen on pyritty kaikissa ruokajärjestelmän osissa. Kuluttajat ovat joutuneet tinkimään omasta mukavuudestaan ja tarjolla olevien valintojen lukumäärä on supistunut. Maatalouteen on kehitetty kestävyyttä edistäviä tuotantoratkaisuja.

Globaalilla tasolla ruuan tuotanto keskittyy suuriin yksiköihin. Suuri osa maailman ruoasta prosessoidaan suurissa yksiköissä tai monikansallisissa yritysverkostoissa ilman luotettavia alkuperätietoja, joten ihmisten on lähes mahdotonta tietää, millainen ruuan valmistusketju on ollut. Toisaalta on olemassa monivaikutteisesti hyödynnettyjä ekologisista alueita ja niiden tuottamaa paikallista ruokaa (lähiruokaa). Puhtaan ruuan kysyntä ja hinta ovat nousseet huomattavasti. Ruokajärjestelmän eri osiin ja erityisesti maataloustuottajien ympärille muodostuu yhteisöllisiä verkostoja ja apua tarjoavia palveluita. (Kirveennummi, Saarimaa & Mäkelä 2008, 53.)

Kirveennummen ym. (2008, 54) mukaan erilaisissa laskelmissa ja kansainvälisissä ennakkoinneissa on pidetty erittäin todennäköisenä sitä, että väestön kasvusta ja ilmastonmuutoksiin sopeutumisesta aiheutuu nykyistä suurempaa niukkuutta sekä pulaa vedestä ja ruoasta. Silvastin (2006, 185) mukaan vallitsevan globaalien elintarvikejärjestelmän keskeiset rakenteet on luotu jo kolonialistisella ajalla. Tämä tekee ymmärrettäväksi sen, että se palvelee parhaiten hyväosaisia. Toisaalta kuluttajat uskovat, että teknologian ansiosta vuonna 2030 ruokaa riittää kaikille. He uskovat, että tulevaisuudessa ruokaan kulutetun rahamäärän osuus ihmisten kokonaiskulutuksessa kasvaisi nykyisestä. Taloudellinen eriarvoistuminen kasvattaa köyhien ja rikkaiden kuilua; kulutus polarisoituu. Näin ollen ruuan halpa hinta tulee tulevaisuudessakin olemaan merkittävä tekijä ruokavalinnoissa, ainakin osalla kuluttajista. (Kirveennummi, Saarimaa & Mäkelä 2008, 54–55.)

Valinnoistaan tietoiset, maksukykyiset kuluttajat voivat valita laadukasta ruokaa ja edistää hyvinvointiaan. Kuluttajat kiinnittävät enenevässä määrin huomiota tuotteiden ympäristövaikutuksiin ja vastuullisuus lisääntyy, tosin myönteinen asenne ei näy samassa määrin käyttäytymisessä. Kuluttajat uskovat kasvissyöjien määrän li-

sääntyvän tulevaisuudessa sekä ympäristösyistä että terveysyistä. (Kirveennummi, Saarimaa & Mäkelä 2008, 57.)

Kuluttajat ostavat tällä hetkellä pienen osan ruuastaan muualta kuin päivittäistavarakaupoista. Monikanavaisuuden odotetaan lisääntyvän. Se ilmenee erilaisina lähiruokamyymälöinä, osuuskuntina, ruokapiireinä ja verkkokauppoina. Lähiruoka ja paikalliset tuotteet kiinnostavat kuluttajia ja ammattilaisostajia. Lisääntyvä kiinnostus ruuan alkuperään, sen tuotanto-olosuhteisiin ja tuottajiin näkyy uusina avauksina esimerkiksi kumppanuusmaataloudessa ja uudentyypisissä kaupoissa. Ruokapiirien ja pelto-osuuskuntien määrä on vielä vähäinen. (Hyrylä 2013b, 33.)

2.2 Kuluttaja ja teollisuus

Kulutuskäyttäytymisen muuttuminen on aina jossain määrin arvaamatonta, mutta siihen vaikuttavia tekijöitä ja trendejä ovat olleet Kempin, Kettusen ja Niemisen (2001, 14) mukaan muun muassa väestön ikääntyminen, perheeseen pieneminen, kuluttajien polarisoituminen, ruokatottumusten yksilöllistyminen, terveysnäkökohdettien korostuminen, ekologisten ja eettisten arvojen vahvistuminen sekä tarjonnan monipuolistuminen. Nämä trendit jatkuvat edelleen, vaikka alkuperäisestä tutkimuksesta onkin kulunut jo yli kymmenen vuotta.

Kuluttaminen on muuttunut myös perheeseen pienemisen myötä ja näkyy mm. pienten tuotepakkausten tarpeena, valmisruokien käytössä sekä pikaruokaloissa, pizzeriaissa ja ravintoloissa syömisen määrissä. Jokapäiväiset ateriat nautitaan enenevästi satunnaisissa tilanteissa ja välipalaruokailun tapaisesti. Ruuan tulee valmistua nopeasti, mutta samalla sen tulisi kuitenkin maistua vastavalmistetulta. (Kempin, Kettunen & Nieminen 2001, 14.) Teollisuuden pitäisi pystyä vastaamaan muuttuvaan kysyntään.

Väestön ikääntyminen heijastuu väistämättä myös elintarvikkeiden kysyntään. Iän myötä ravinnontarve yleisesti vähenee, mutta samalla ravinnon laadun painoarvo kasvaa. Tulevat aktiiviset ja ostovoimaiset ikäihmiset vaativat ravinnoltaan samanlaisesti terveellisyyttä, tuoreutta, houkuttelevaa ulko-näköä ja ehkä eksoottisuuttakin. Lisäaineiden käyttöä vaaditaan vähennettävän ja biogeneettisesti valmistettuihin tuotteisiin suhtaudutaan vastustaen. Väestön ikääntyessä myös erikoisruokavalioiden tarve kasvaa ja mielenkiinto monipuolisiin kasvisruokiin lisääntyy. (Kempin, Kettunen & Nieminen 2001, 14.)

Vuosituhannen vaihteessa uskottiin tulevaisuudessa raaka-aineiden ja tuotteiden käsittely- ja tuotantoprosesseiden kehittyvän ns. "minimal processing" -ajattelun

suuntaan. Sen mukaan kuluttajat haluavat enenevästi mahdollisimman vähän muunneltuja, luonnollisia, turvallisia ja ekologisia tuotteita. (Kempainen, Kettunen & Nieminen 2001.) Joitakin vuosia myöhemmin pohdittiin ruuan käyttöä vuonna 2030. Aterioiden nähtiin menevän yhä enemmän pikaruokien, puolivalmiiden aterioiden ja niiden yhdistelmien suuntaan. Kotiruuasta on tulossa elitististä ja se yhdistettiin parhaisiin raaka-aineisiin. (Kirveennummi, Saarimaa & Mäkelä 2008, 8.)

Luomutuotteiden kysyntä on kasvattanut osuuttaan ja tuotevalikoima laajenee edelleen. Luomun tausta-ajatuksen kannalta teollinen luomutuote on ristiriitainen asia. Luomuaatteen mukaisesti luomussa tulisi pyrkiä tuottajan ja kuluttajan mahdollisimman suoraan kontaktiin. Ihannetapauksessa tuotteita ostettaisiin suoraan tuottajilta. (Kakriainen, Mononen & Silvasti 2006, 151). Toisaalta kuluttajat haluavat yhä enemmän myös puolivalmisteita ja prosessoituja luomutuotteita. Tilanne on tiedostettu myös Valtioneuvoston periaatepäätöksessä, jossa korostetaan tarvetta viljelijöiden ja valmistajien väliin sijoittuvista yrityksistä, jotka esikäsittelevät tuotteet. Tällaisia olisivat esimerkiksi vihanneskuorimot. Tuotteet on kerättävä viljelijöiltä, pestävä, kuorittava, soseutettava, keitettävä, pakattava tai pakastettava, jotta ne ovat käyttökelpoisia ruuan valmistajille ja tukuille. Myös viljelijöille tämän tyyppinen jalostus tarjoaisi mahdollisuuksia maatilatoiminnan monipuolistamiseksi. Kuluttajille suoramyyni ja maatalojen yhteydessä olevat kaupat voisivat olla hankintakanava. (Lisää luomua! 2013, 4–5.) Toiminta olisi kuitenkin saatava kannattavaksi ilman, että jalostettu tuote menettä kilpailuedun kustannusten suhteen.

2.3 Kuluttaja ja kauppa

Kaksi kolmasosaa suomalaiskuluttajista haluaa syödä kotimaista ruokaa ja tarkistaa ruuan alkuperän. Seurantatutkimuksen tulosten perusteella kotimaisuuden arvostus on viime vuosina ollut jopa hienoisessa nousussa. (Nurro 2013.) Harvojen peruselintarvikkeiden säännöllisestä kulutuksesta ollaan siirtymässä kohti sattumanvaraisempaa laajemmän elintarvikevalikoiman käyttöä. Yksittäisten tuotteiden ja tuoteryhmien tasolla menekki on riippuvaista mm. hintakehityksestä sekä markkinoinnin onnistumisesta. (Kempainen, Kettunen & Nieminen 2001, 16.)

Suomalaiset eivät ole vallitsevasta talouden laskusuhdanteesta huolimatta vähentämässä kulutusta, mutta toisaalta he eivät myöskään usko ostavansa enemmän tai ole halukkaita esimerkiksi rahoittamaan ostoksiaan lainalla. Toisaalta muihin vastaajaryhmiin verrattuna erityisesti elämänuraansa aloittaville nuorille kuluttajille korkea elintaso oli tärkeämpää kuin muille. He suhtautuivat muutenkin myönteisemmin kulutukseen. Vastaavasti eläkeikää lähestyvät tai jo eläköityneet kuluttajat uskoivat vähentävänsä kulutusta. Merkittävä osa vastaajista oli myös valmiita

tinkimään ostoksistaan tai energian kulutuksesta ympäristösyistä. Muuten kulutus-tottumuksia ei juuri olla muuttamassa eettisistä tai ekologisista syistä. Korkea laatu, tunnetut merkit ja yksilöllisesti räätälöidyt tuotteet osoittautuivat melko tärkeiksi vastaajille. Suomalaisten kuluttajien uskosta tunnettujen merkkien laadukkuuteen kertoo se, että suurin osa vastaajista ei ollut valmiita ostamaan piraattikopioita ai-tojen tuotteiden sijasta. Vastausten perusteella vastuullinen kuluttaminen oli muita vastaaja-ryhmiä tärkeämpää lähinnä naisille ja korkeasti koulutetuille. (Nyrhinen ym. 2011, 53.) Sama ryhmä nousee esiin myös luomutuotteiden kuluttajina. Tyypil-linen luomutuotteiden käyttäjä on hyvin koulutettu äiti. Kuluttajia ovat myös nuoret kaupunkilaiset (Kakriainen, Mononen & Silvasti 2006, 142.)

Vastaajat eivät uskoneet merkittävästi ostavansa enempää luksustuotteita tulevai-suudessa. Suomalaiset kuluttajat yhdistivät luksustuotteet tunnettuihin merkkeihin ja korkeaan hintaan. Toisaalta myös käsin tehtyjä ja perinteikkäitä tuotteita sekä palvelua pidettiin yleisesti luksuksena, mikä osoittaa, että käsitys luksuksesta on kallistumassa pelkästä rahallisesta arvosta nautintoihin ja kokemuksiin. Suurim-malle osalle vastaajista ulkomaanmatkat ja kauneushoidot olivat edelleen luksusta, mutta vähemmistö mielsi ravintolassa käymisen ylellisyydeksi. (Nyrhinen ym. 2011, 53.)

Kuluttajälähtöisyys tulee toteutumaan laajoilla markkinoilla kuluttajan ja kau-pan välisessä suhteessa. Kuluttajien kasvaneet vaatimukset ja ruuan valintaan vaikuttavat uudet kulutussuuntaukset kuten esimerkiksi eettisyys, vastuullisuus luonnonmukaisuus, lähiruoka, Reilu kauppa, terveellisyys, erilaisten ruokavalioiden noudattaminen sekä kaikkienensa yhä eriytyneemmät ruokavaliot vaikuttavat entistä näkyvämmiin elintarvikeketjun toimintaan. Kuluttajien erityisvaatimuksia palvelevia elintarvikkeita tuodaan markkinoille yhä enemmän ja tämä näkyy luonnollisesti myös ruuan hinnassa. (Peltoniemi & Yrjölä, 2012). Kauppa puolestaan pyrkii ennakoimaan ja ruokkimaan kuluttajien tiedontarpeita ja vaatii toimittajiltaan yksityiskohtaisia tietoja tuotteiden alkuperästä. Elintarvikeketjussa alkaa eriytyä vähitellen erikois-tuneita tuotantoketjuja, jotka toimivat kysyntälähtöisen toimintamallin mukaan. (Rikkonen & Kruppa 2008, 58.)

2.4 Kuluttaja päätöksentekijänä

Kuluttajien ateriointikäyttäytymisen polarisoitumista tapahtuu Kemppaisen, Kettu-sen ja Niemisen (2001) mukaan seuraavilla ulottuvuuksilla:

- Kotona ateriointi vs. ulkona ateriointi
 - Valmistetut ateriat vs. valmisateriat
 - Aikasidonnainen ateriointi vs. epäsäännöllinen ateriointi
-

- Terveellinen ateriointi vs. roskaruoka
- Yhteinen ateriointi vs. eriaikainen ateriointi
- Gourmet-ruokailu vs. pikaruokailu
- Tasapainoisesti kaikkea vs. painottunut johonkin (esim. kasvikset)
- Kaloripitoiset ruoat vs. vähäkaloriset ruoat
- Laadun tavoittelu; erikoisuudet vs. huokeahintainen, heikompilaatuinen perusruoka (ei välttämättä laatuasia, ainoastaan hinta -> vrt. perusperuna ei ole laadultaan heikompaa, kirj.huom.)
- Kansallisruoat vs. etniset, monikulttuuriset ruoat

Yllä olevasta listasta ulkona aterioiminen antaa mahdollisuuksia tuottajien ja ravintoloiden väliselle yhteistyölle. Alusta saakka itse valmistetut, puolivalmisteiden hyödyntäminen ruuan laitossa tai valmisateriat vaativat erilaista tarjontaa. Valmisaterioiden kysyntä voi avata yhteistyötä tuottajien ja teollisuuden välille. Listan loppuosa kuvaa enemmän kuluttajan ruokaan liittyviä valintoja.

Ruokatottumukset ovat muuttuneet entistä yksilöllisemmiksi. Ruokaa ravinnoksi ja huvin vuoksi syövien välinen ero kasvaa edelleen. Osa kuluttajista suuntautuu yhä hienostuneempiin ja monivivahteisempiin ruokatottumuksiin: he haluavat olla luovia ja harrastaa ruuanlaittoa, jossa heidän oma persoonallisuutensa näkyy. He ostavat mieluummin esikäsiteltyjä ja maustamattomia puolivalmisteita, ovat hyvin vaihtelunhaluisia ja valmiita myös kokeiluihin. (Kemppainen, Kettunen & Nieminen 2001, 15.)

Osa kuluttajista haluaa vaikuttaa tietoisesti omien elintapojensa kautta. He toteuttavat heille tärkeitä arvoja jokapäiväisessä elämässä ja tekevät kuluttajana valintoja niiden mukaisesti. Nämä ns. LOHAS-kuluttajat (Lifestyles of Health and Sustainability) rakentavat oikeudenmukaisempaa ja terveellisempää maailmaa uudella tavalla. He ottavat selvää esimerkiksi valmistusprosesseista ja kantavat huolta kestävästä kehityksestä ja terveydestään, sekä jakavat tietonsa muillekin. Yrityksille trendi merkitseekin paitsi mahdollisuuksia, myös uhkia. Terveiden saralla suomalaiset ja muut eurooppalaiset LOHAS-kuluttajat ovat konservatiivisia. Siinä missä amerikkalainen seuraa joogineen ja retriitteineen vanhan hippiliikkeen jalanjäljissä, valitsee eurooppalainen lisäaineettomia ruokia ja luonnonmukaista kosmetiikkaa. (Mäki 2013.)

LOHAS-kuluttajan tunnuspiirteet täyttää 34 prosenttia suomalaisista, joten kyse ei ole marginaalisesta ilmiöstä. Vain kymmenes suomalaisista on LOHAS-kuluttajille täysin päinvastaisia kuluttajia, jotka ovat stereotyyppisesti ammatillisen koulutuksen saaneita miehiä. LOHAS-kuluttajat voidaan jakaa moderniin kärkiryhmään, johon kuuluu noin 10 % suomalaisista sekä perinteisempään ryhmään, joka kattaa noin 25 % suomalaisista. Perinteiseen ryhmään kuuluville suomalaisille LOHAS onkin

luonnollinen jatke marjastamiselle, sienestämislle ja mökkikulttuurille. He ovat kiinnostuneita mitattavista asioista, kuten eläinten tuotanto-olosuhteista ja ympäristöasioista. Heidän vakuuttamisensa edellyttää konkreettisia lukuja, esimerkiksi häkkipinta-alan tai hiilidioksidipäästöjen ilmoittamista. Joka kymmenes suomalainen kuuluu moderniin LOHAS-kuluttajien kärkiryhmään. Tyypillisesti moderniin kärkiryhmään kuuluva LOHAS-kuluttaja on korkeasti koulutettu kaupunkilainen. Tämän ryhmän jäsenet ovat laajasti kiinnostuneita maailmasta ja kaikkien hyvinvoinnista. Ryhmään kuuluu yhteiskunnallisesti aktiivisia ja luovia ihmisiä. (Mäki 2013.)

Kysymys ”Kun valitset ruokaa kaupassa, kuinka tärkeitä seuraavat elintarvikkeisiin liittyvät asiat ovat sinulle?” esitettiin kuluttajille jo vuonna 2005 (Piiroinen & Järvelä 2006) ja sitten uudelleen Peltoniemen ja Yrjölän tutkimuksessa (2012, 10) vuoden 2011 lopulla. Odotetusti herkullisuutta ja terveellisyttä pidetään sekä vanhemmassa että uudemmassa kyselyssä ykköskriteereinä, kun ruokaa hankitaan. Herkullisuutta ruuan ostotilanteessa piti molemmissa kyselyissä vähintään melko tärkeänä valtaosa vastaajista (97 %). Vastaavasti terveellisuuden painoarvo ruokahankinnoissa oli kasvanut, sillä vuonna 2011 sen osuudessa (91 %) oli nousua neljän prosenttiyksikön verran vuodesta 2005. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 10.)

Toteutetuissa kyselyissä oli mukana muutama terveellisuuden ulottuvuus (lisäaineettomuus, vähäsuolaisuus ja vähärasvaisuus) omana vaihtoehtonaan. Näistä lisäaineettomuus vaikuttaa selvästi aiempaa enemmän (+16 prosenttiyksikköä) kuluttajan ostopäätöksiin. Mielenkiintoista on, että hinta ohjaa ruuan valintapäätöksiä nykyään selkeästi enemmän kuin aiemmin. Hinta on noussut jo lähes yhtä tärkeäksi ruuan valintakriteeriksi kuin terveellisyys. Ilmeisesti taloudellisesti epävarmoina aikoina ruuan hintaan kiinnitetään entistäkin enemmän huomiota. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 10.)

Tuotannon eettisyyttä ja erityisesti eläinten kasvatusolosuhteita on käsitelty viime vuosina runsaasti julkisissa ja yksityisissä keskusteluissa. Kuluttajien kiinnostuksen herääminen tuotannon eettisyyden kysymyksiin näkyy suoraan em. kyselyiden vastauksissa. Vastaajista 34 % piti vuonna 2005 tuotannon eettisyyttä (Reilu kauppa, vapaan kanan munat) vähintään melko tärkeänä asiana ostotilanteessa. Vuoden 2011 kyselyssä tuotannon eettisyyttä vastaavat elintarvikkeiden ominaisuudet olivat erillisinä ominaisuuksinaan eläinten kasvatusolosuhteet ja Reilu kauppa. Ruuan valintatilanteessa vähintään melko tärkeäksi asiaksi arvosti eläinten kasvatusolosuhteita 62 % kuluttajista ja vastaavasti Reilun kaupan osuus oli 49 %. Siten tuotannon eettisyyttä verrattaessa esimerkiksi eläinten kasvatusolosuhteisiin saadaan arvostuksen nousua kahden kyselyn välillä peräti 28 prosenttiyksikköä. Myös lähi- ja luomuruoka ovat lisänneet suosiotaan ruuan valintakriteereinä. Vuonna 2011 kuluttajista 59 % arvosti lähiruokaa ja 39 % luomua ruuan valintatilanteessa vähintään melko tärkeänä asiana eli kasvua vuoteen 2005 nähden kertyi lähiruoassa 18 prosenttiyksikköä

ja luomussakin 13 prosenttiyksikköä. Odotettavissa on, että kuluttajien lisääntynyt lähi- ja luomuruuan arvostus näkyy tulevaisuudessa erikoismyymälöiden määrän nousuna ja valikoiman laajentumisena jo nyt lähi- ja luomuruokaa myyvissä päivittäistavaraupoissa. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 11.)

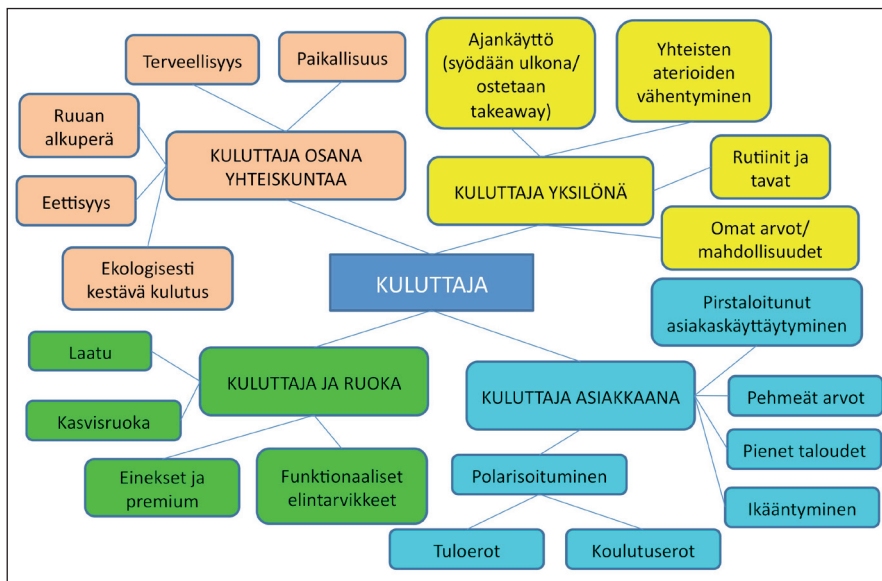
Kyselyn vastaukset osoittavat, että ruuan valintatilanteessa kotimaisuutta arvostetaan enemmän kuin edellisen kyselyn aikoihin. Tällainen suuntaus kansallismielisyyden voimistumiseen ruuan ostopäätöksissä saattaa ainakin osittain kummuta euroalueen viimeaikaisista talousongelmista. Suomalainen ruuan arvostusta on lisännyt myös se seikka, että Suomi on välttynyt suuremman mittaluokan ruokaskandaaleilta, kuten lintuinfluenssalta ja ruokamyrkytys epidemioilta. Kuluttajien asenteissa ruuan vähärasvaisuutta kohtaan on tapahtunut selvä muutos. On ilmeistä, että viimeisimpien ruokatrendien vaikutukset erityisesti vähähiilihydraattisen ruokavalion suosimisen eli karppeuksen muodossa ovat tehneet kuluttajista rasvan suhteen sallivampia. Vielä vuonna 2005 ruokaa hankittaessa vähärasvaisuutta piti 75 % vähintään melko tärkeänä tekijänä, mutta vuonna 2011 vastaava prosenttiosuus oli enää 59 %. GMO-vapaus on valintakriteeri, joka selvästi jakoi kuluttajien mielipiteitä. GMO-vapauteen kiinnittää huomiota 40 % kuluttajista. Näyttää siltä, että melko usealle kuluttajalle GMO-vapaa ei ole merkitykseltään täysin selvä ruuan valintakriteeri tai siihen on vaikea ottaa kantaa. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 12.)

Miehet ja naiset kokevat eri valintakriteerit tärkeiksi. Ainoastaan hintaa naiset ja miehet arvostivat yhtä paljon, muuten miehet ovat säännönmukaisesti hieman huolettomampia ruuan ostajia kuin naiset. Naiset kantavat todennäköisesti useammin päävastuun perheen ruokavarastojen täydentämisestä, joten esimerkiksi lasten terveellinen ravinnonsaanti saa kiinnittämään huomiota ruuan eri ominaisuuksiin. Erityisen suuria sukupuolten välisiä eroja löytyy seuraavissa ruuan valintakriteereissä: eläinten kasvatusolosuhteet, Reilu kauppa, kuitupitoisuus, lisäaineettomuus, lähiruoka ja luomu. Esimerkiksi eläinten kasvatusolosuhteita piti ruokaa ostettaessa vähintään melko tärkeänä tekijänä 71 % naisista, kun vastaava osuus miehillä oli 52 %. Vastaavasti Reilun kaupan ja kuitupitoisuuden kohdalla miesten prosenttiosuudet olivat 17 prosenttiyksikköä pienemmät. Lisäaineettomuuden, lähiruuan ja luomun prosenttiosuudet jäivät miesten vastauksissa 13–14 prosenttiyksikköä naisten osuuksia pienemmiksi. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 12.)

Kirjallisuuskatsauksessa esiin nousseita teemoja on ryhmitelty kuvioon 1. Kuluttajuutta voidaan tarkastella useista eri näkökulmista, jolloin se näyttäytyy aina hieman eri tavoin. Kuluttaja yhteiskunnallisen vaikuttajan roolissa tulee edelleen painottamaan ruuan tuotannon eettisyyttä ja alkuperää sekä ekologisuuksi. Ruuan terveyslisyyden painotus myös lisääntyy koulutustason edelleen noustessa ja kaupungistumisen edetessä.

Kuluttajat yksilöllistyvät myös suhteessa syömiseen. Suuri osa suomalaisista aterioi kodin ulkopuolella päivittäin – koululaiset, opiskelijat ja työssä käyvät syövät yhden aterian päivässä jossain muualla kuin kotona. Useille se onkin ainoa lämmin ateria arkipäivisin. Kuitenkin ravintoloissa syöminen muuten ei Suomessa edelleenkään tule olemaan yhtä yleistä kuin monissa muissa maissa, eikä tule lähivuosina lisääntymään, mikäli taloudellinen epävarmuus jatkuu edelleen. Jokaisella kuluttajalla on myös oma arvomaailmansa, jonka mukaan valinnat tehdään. Kuitenkin arvot vaikuttavat vain mahdollisuuksien rajoissa. Moni kuluttaja arvostaa luomuruokaa, mutta ei kuitenkaan sitä osta sen tavallista ruokaa korkeamman hinnan vuoksi. Hinta puolestaan tulee olemaan entistä tärkeämpi ruuan valintaperusta, jos ja kun yleinen taloustilanne ei kohene.

Kuluttajat asiakkaina polarisoituvat edelleen koko väestön polarisoituessa niin tuloerojen kuin koulutuserojenkin mukaisesti. Väestön ikääntyminen ja talouksien pientyminen tulevat myös jatkumaan ja niillä kummallakin on suuri merkitys ruuan kuluttamiseen ja ostokäyttäytymiseen. Yleensäkin kuluttajakunta pirstaloituu moniin erilaisiin alaryhmiin ja ostokäyttäytymistä saattaa olla vaikea ennakoida nopeiden trendien tullessa ja mennessä. Nämä johtuvat nopeasta tiedonsaannista ja tiedon valtavasta määrästä. Joka tapauksessa kuluttajien suhteessa ruokaan tulevat edelleen jatkumaan sellaiset trendit kuin laatu- ja kasvisruuan lisääntyminen, funktionaaliset elintarvikkeet sekä mahdollisuus valita ruokansa tilanteen mukaisesti. Esimerkiksi arkipäivisin turvaututaan eineksiin ja viikonloppuisin syödään hyvin, jotakin erikoista (ei hyvin erikoista).



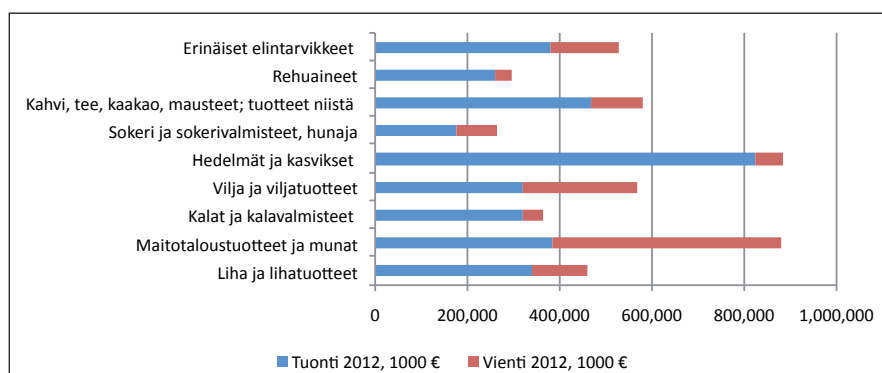
Kuvio 1. Kuluttaja tulevaisuudessa.

2.5 Maatilojen tulevaisuus

Suomessa maatilat ovat pääsääntöisesti olleet pitkään suvuissa. Kantatiloista on lohkottu osia uusille sukupolville, jolloin tilat ovat pienentyneet. Kehityskulku on kulkenut toiseen suuntaan teollistumisen kaudesta lähtien. Aktiivitalat ovat viime vuosikymmeninä ostaneet tai vuokranneet peltoa toimintaansa lopettavilta tiloilta. Sukutilojen myyminen ei kuitenkaan ole helppo ratkaisu. Omistusrakenne tarkoittaa myös sitä, että maatalousyrittäjällä on huomattava omaisuus panoksena toiminnassaan. Tuotannon lopettaminen on huomattavasti suurempi päätös kuin se olisi esimerkiksi vuokratilajelle.

Maatalous ruuantuottajana vastaa yhteen ihmisen perustarpeeseen. Niin kauan kuin tarvitaan ruokaa, tarvitaan myös sen tuottajia. Ruuan tuotannossa on jo nähty suuria muutoksia. Omavaraisesta ruuan tuotannosta on siirrytty teollistumisen myötä tehokkaampaan tuotantoon, jonka avulla tuottaja voi tuottaa ruuan yhä useammalle. Nyt ruokatuotteita kuljetetaan ympäri maailmaa.

Tullin keräämien tietojen mukaan Suomesta viedään eniten maitotuotteita, tuoretta tai jäädytettyä lihaa sekä viljatuotteita. Suomeen tuodaan eniten kahvia, tuoreita tai kuivattuja hedelmiä ja pähkinöitä, vilja- ja jauhovalmisteita sekä rehuaineita (Kuvio 2.). (Tulli, Tavaratilastoja 2013.) Lihan ja lihataloustuotteiden vientiin vaikuttaa osaltaan lihatalojen toimintamalli, jossa suomalaista lihaa viedään ulkomaille tietyn jalostusprosessin osan takia, jonka jälkeen sama liha kuljetetaan takaisin Suomeen. Suomesta ei esimerkiksi löydy pekonin valmistajia, vaan kotimaisesta lihasta valmistetaan pekonia mm. Ruotsissa. Maitotaloustuotteiden osalta juustoja tuodaan enemmän kuin viedään, voita, kermaa ja maitoa puolestaan viedään tuontia enemmän. Rehuaineiden osalta suurin osa tuonnista koostuu valkuaiskasveista, pääsääntöisesti rapsista. Myös soijaa ja rehuissa käytettäviä kivennäisaineita tuodaan jonkin verran.



Kuvio 2. Elintarvikkeiden tuonti ja vienti vuonna 2012. (Tulli, Tavaratilastoja 2013.)

2.5.1 Tuotantosuunnat ja tilarakenne

Maatalouden tilamäärä on vähentynyt aina 1960-luvun alkupuolelta lähtien. Tuolloin tiloja oli yli 300 000, kun niitä vuonna 2009 oli enää noin 64 000. Tilojen keskikoko on vastaavasti kasvanut, sillä lähes kaikki pelto on pysynyt tuotantokäytössä. Peltoalalla mitattuna keskimääräinen tilakoko oli vuonna 2009 noin 36 ha. Jos muutosnopeuden ajatellaan pysyvän samana, yksinkertaisen trendiennusteen mukaisesti tilamäärä putoaa vuoteen 2020 mennessä noin 45 000 tilaan ja samalla keskimääräinen tilakoko kasvaa noin 50 hehtaariin, jopa yli. (Pyykkönen, Lehtonen & Koivisto 2010, 4.)

Vuonna 2030 ennustetaan Suomessa olevan noin 30 000 maatilaa, joiden keskikoko voi nousta 75 hehtaariin. Kotieläintilojen osuus tiloista tulee olemaan noin 10 prosenttia vuonna 2030. (Karttunen 2010, 21.) Viljellyn peltoalan arvioidaan säilyvän kokonaisuutena jotakuinkin ennallaan. Merkittävä kokonaispeltoalan kasvu ei näytä todennäköiseltä, sillä peltoa on jo ennestään selvästi enemmän kuin maataloustuotteiden tuottamiseksi tarvitaan. Pellonraivaus saattaa jatkossakin lisätä peltoalaa joillakin alueilla, mutta samaan aikaan peltoala vähenee alueilla, joilla maataloustuotanto vähenee ja pellolle on vähän kysyntää, tai peltomaalle on muuta käyttöä. Alueellisia peltoalamuutoksia ajavat osaltaan kotieläintilojen kasvu ja tuotannon keskittymiskehityksen jatkuminen, mikä johtaa suuriin alueellisiin eroihin pellon kysynnässä. (Pyykkönen, Lehtonen & Koivisto 2010, 4.)

Kasvukeskusten laajeneminen vaikuttaa keskuksen läheiseen maatalouteen. Asutuskeskusten kehityessä niiden lähellä olevat maatilat ovat joutuneet vetäytymään kun viljelymaita on kaavoitettu teollisuuden, liikenteen, kaupan ja asumisen tarpeisiin. Asutuksen laajeneminen aktiivitulojen lähelle aiheuttaa helposti ristiriitoja. Maatilojen toiminnasta tulevat normaalit hajut tai pölyt voivat ajoittain esiintyvänäkin olla tekijöitä, jotka uudet asukkaat kokevat häiritseviksi. Keskusten läheisiä peltoalueita kaavoitetaan ja ostetaan enemmän tai vähemmän vapaaehtoisesti.

Tuotantosuunnittain tarkasteltuna voimakkainta tilamäärän vähentyminen on ollut kotieläintaloudessa.

- Kotieläintilojen määrää näyttää puolittuvan aina kymmenessä vuodessa.
 - Siipikarjatilojen väheneminen on ollut vielä tätäkin nopeampaa. Vuosien välillä voi olla kuitenkin merkittäviä eroja tilojen vähenemisessä.
 - Puutarhatuotannossa yritysmäärän vähentyminen on ollut hyvin voimakasta, vaikka sen käytössä oleva kokonaisala ei sen sijaan ole vähentynyt yhtä merkittävästi. Avomaan tuotannon ala on vähentynyt vuodesta 1995 vuoteen 2008 14 % ja kasvihuonetuotannon ala 8 %. Kasvihuonetuotannossa kokonaissato etenkin vihannespuolella on ollut kasvava tuotantoalan vähentymisestä huolimatta.
-

- Kasvinviljelytilojen määrä ei sen sijaan ole vähentynyt, koska osa kotieläintuotannon lopettaneista tiloista jatkaa kasvinviljelyä. On todennäköistä, että tämä kehitys myös jatkuu. Samaan aikaan kuitenkin on nähtävissä kehitystä, jossa myös kasvinviljelyä harjoitetaan pinta-alaltaan aiempaa selvästi suuremmissa yksiköissä. (Pyykkönen, Lehtonen & Koivisto 2010, 5.)
- Maitotiloilla on vuoden 2010 tietojen mukaan ollut noin 25 lehmää. Alle 20 lehmän karjien osuus on edelleen puolet, joskin niiden osuus maidontuotannosta on enää vajaa 15 %. Vuonna 2020 yli 50 lehmän tilojen osuus olisi noin 30 % ja osuus tuotannosta on ennusteiden mukaan noin 58 % ja tiloja olisi noin 5000. (Pyykkönen, Lehtonen & Koivisto 2010, 7–9.)
- Yli 80 % naudanlihan tuotannosta on suoraan kytköksissä maidontuotantoon (vasikoiden välitys lihakarjan kasvattajille, poistolehmät ja osa kasvattaa sonneja). Suomessa on paljon pieniä nautatiloja, jotka harjoittavat tätä tuotantoa välivaiheena maidontuotannosta luovuttuaan, ennen kuin luopuvat kokonaan kotieläintuotannosta. Emolehmätuotannon oletetaan kasvavan noin 12 000 eläimellä eli noin 65 000 emolehmään vuonna 2020. (Pyykkönen, Lehtonen & Koivisto 2010, 9–10.)
- Sianlihan tuotannon rakennekehitys on edennyt Suomessa nautakarjataloutta nopeammin. Vuoden 2009 tietojen perusteella Suomessa oli noin 2 200 sikatilaa, joista pelkästään porsaita tuottavia emakkosikalaita oli noin 300, lihasikalaita noin 800 ja noin puolet tiloista harjoitti yhdistelmätuotantoa. Vuoteen 2020 mennessä sikatilojen määrän arvioidaan tippuvan vajaaseen 900 tilaan. Kun otetaan huomioon tukipolitiikan muutokset, joissa sikatalouden tuki on irrotettu tuotannosta, on tämä kehityskulku odotettu. (Pyykkönen, Lehtonen & Koivisto 2010, 10–11).
- Siipikarjatuotanto keskittyy entistä suurempiin yksiköihin. Kanamunantuotantoon liittyy uusia tuotantomuotoja (luomu, vapaa ym.) ja sitä myös säädellään voimakkaasti. Esimerkiksi vuonna 2012 voimaan astunut direktiivi kieltää kanojen pidon häkeissä ja se osaltaan vaikuttaa ja on jo vaikuttanut tuotantorakenteeseen. Siipikarjantuotanto kohtaa rajua rakennekehitystä ja tilamäärä erityisesti kanamunantuotannossa tulee tippumaan rajusti. Broilerituotannossa tilojen määrän vähentyminen ei ole yhtä voimakasta, koska tuotannon oletetaan kasvavan 20 %. Kanamunantuotannossa Suomessa on sen sijaan edelleen runsaasti pieniä tiloja, joiden arvioidaan lopettavan tuotantonsa. (Pyykkönen, Lehtonen ja Koivisto 2010, 12–13.)

Suomessa maataloutta harjoitetaan suurimmaksi osaksi perheviljelmillä. Maatilojen yrityskoko kuitenkin kasvaa melko nopeasti, etenkin teknisistä ja taloudellisista syistä. Maatilojen määrä vähentyy noin kolmen prosentin vuosivauhdilla. Samanaikaisesti jäljellejäävät tilat suurenevat sekä hehtaareissa että kotieläinmäärissä mitaten. Rakennekehitys ja jatkuva tuotannon muu tehostaminen nähdään välttämättömiksi pohjoisen maatalouden kilpailukyyn säilyttämiseksi, vaikka maan sijainti

ja luonnonolosuhteet asettavatkin kehittämislle omat haasteensa. Maatalouden kehittämiseen tarvittavat investoinnit vaativat myös runsaasti pääomia ja siksi rakennepoliittisten tukitoimien tärkeys tunnustetaan. (Maatalouden rakennepoliittikka 2010.)

Kaikesta Suomessa syötävästä ruoasta noin 80 % on valmistettu Suomessa, ja tämän ruuan raaka-aineista noin 80 % on suomalaista. Tilastollisesti katsoen olemme omavaraisia esimerkiksi leipäviljan ja kananmunien suhteen ja lähes omavaraisia muun muassa maitotuotteiden, sianlihan ja naudanlihan suhteen. (Ruokatieto 2013). Käytännössä osa tuotteista viedään ja vastaavia tuotteita tuodaan ulkomailta. Valtioiden tehtävänä on turvata asukkaidensa elämää myös kriisiolosuhteissa. Tämän takia valtiot ovat halukkaita tukemaan kotimaista ruuantuotantoa. Toisaalta oikeus tuottaa ruokaa on myös ihmisten perustavaa laatua olevia oikeuksia ja globaalisti tarkasteltuna kiistelty asia useilla alueilla.

Rikkosen ja Kurpan (2008, 58) mukaan seuraavan viidentoista vuoden aikana vähenevillä tiloilla tuotanto automatisoituu ja työn määrä tuotettua yksikköä kohden vähenee. Tilarakenne homogenisoituu ja monimuotoisuus vähenee tehostamisvaatimusten myötä. Toisaalta ilmaston lämmitessä ja kasvukauden pidetessä viljelyn monimuotoistamisen mahdollisuudet kasvavat. (Karttunen 2010, 36.) Alkutuotanto työllistää entistä vähemmän ihmisiä, mutta maatilayrittäjien koulutusaste nousee. Maatilayritysten koon kasvaessa tiloille tarvitaan enemmän ulkopuolista työvoimaa, josta yhä useampi on vierastyövoimaa. Maatalous keskittyy useiden tuotantosuuntien osalta Etelä- ja Länsi-Suomeen ja maidontuotannon osalta myös Pohjois-Savo-Pohjanmaa akselille. Syrjäistä maaseutua uhkaa edelleen autioituminen. Erityisesti Itä- ja Pohjois-Suomessa siirtymävaiheessa kotieläintuotannosta kasvintuotantoon siirtyneet tilat luopuvat tuotannosta. Tuotannon kannattamattomuus voi ajaa viljelyalaa kesannoksi 250 000-500 000 ha. Pelloilta tuotettavan bioenergiakäyttöön tulevan biomassan osuus ei tule Suomessa nousemaan merkittäväksi, sillä metsästä tuotettu energia on Suomen kaltaisessa maassa relevantimpaa. (Rikkonen & Kurppa 2008, 58.)

Tuotantotilojen harveneminen tuo lisäkysymyksiä myös logistiikkaan. Maidontuotanto vaatii keräilyauton käyntiä tilalla joka toinen päivä. Tilaverkoston harventuessa joudutaan pohtimaan kuinka kannattavaa maidon (etenkin pienten määrien) keräileminen tilalta on ja kuinka kaukaa ja millaisissa erissä maitoa ollaan valmiita hakemaan. Asetelma voi kannustaa tiloja myös jatkojalostamaan maidon itse.

Nykyisen tasoisen tuotannon säilyttämien vaatii huomattavia investointeja maatalouteen. Maatalouden rakenne muuttuu kovalla vauhdilla teknologisen kehityksen ja tuottavuuden kasvun myötä. Varsinkin erikoistunut kotieläin- ja puutarhatuo-

tanto keskittyy yhä harvempien osaajien käsiin ja usein myös maantieteellisesti jo ennestään vahvoille tuotantoalueille. Tämä on myös yleismaailmallinen trendi. Kannattavuus- ja kustannuspaineet näkyvät yksittäisten investointien koon selvänä suurenemisena. Tämä kehitys näyttäisi jatkuvan seuraavat 10 vuotta, erikoistumisen ja tilakoon kasvun hyödyt ovat Suomessa ja sen keskeisillä tuotantoalueilla vielä yleisesti ottaen suuremmat kuin kustannukset. (Pyykkönen, Lehtonen ja Koivisto 2010, 22.)

2.5.2 Globaalit muutokset

Maataloustuotteiden globaali kysyntä on kuitenkin kuluneiden vuosikymmenten aikana kasvanut ja kasvu jatkuu edelleen. Väestön- ja kysynnän kasvu edellyttävät maailman ruuantuotannon lisääntymistä 40 prosentilla vuoteen 2030 mennessä. Maatalouden tuotanto on erittäin kotimarkkinakeskeistä, sillä vain pieni osa maailman kokonaistuotannosta liikkuu maiden rajojen yli. (Karttunen 2010, 20.) Maailman väestönkasvu ei ole jatkunut yhtä nopeana kuin aiemmin ennakoitiin, joten paine ruuantuotantoon ei ole aivan yhtä kova. Fossiilisten polttoaineiden hinnannousu vaikuttaa kuitenkin sekä tuotantopanosten hintaan että etenkin kuljetuskustannuksiin, jotka heijastuvat ruuan kuluttajahintoihin. Näin ollen kysyntä biopolttoaineille on olemassa ja myös ne tarvitsevat viljelymaata. Brasiliassa viljellään sokeriruokoa, USA:ssa maissia ja EU:n alueella öljykasveja biopolttoaineiden tuotantoa varten. (Alexandratos 2006, 1–2.)

FAO asetti vuonna 1996 tavoitteeksi nälän puolittamisen vuoteen 2015 mennessä. Jo nyt voidaan sanoa, että siinä tavoitteessa ei ole onnistuttu. Kalorimäärillä mitattu päivittäinen ravitsemus on kuitenkin parantunut. Yhtenä suurena osatekijänä kehityksessä on ollut väestörikkaan Kiinan parempi ravitsemuksellinen tilanne. Kiinassa lihankulutus on kolmen vuosikymmenen aikana kasvanut 9 kg:sta 50 kg:aan vuodessa. Lihankulutuksen kasvuvauhti maailman laajuisestikin on ollut kova, joskin se osoittaa taittumisen merkkejä. Maidon kysyntä jatkaa kasvuaan, etenkin kehitysmaissa tapahtuvan kysynnänkasvun seurauksena. (Alexandratos 2006, 1–2.)

Useissa kehitysmaissa maatalouspolitiikka on jäänyt heikolle hoidolle, mikä näkyy esimerkiksi vuosien 2008 ja 2011 maataloustuotteiden hintapiikkeinä maailmanmarkkinoilla. Ilmastonmuutoksen mahdolliset positiiviset vaikutukset Suomessa ovat laiha lohtu, koska maailmanlaajuisesti tarkasteltuna ilmastonmuutoksen seurauksena satotasot pienenevät. Biopolttoainetuotannon raaka-aineiksi kasvatettavien ruokakasvien osuuden kasvu on tasaantunut. Tämä johtuu osaksi USA:ssa ja EU:n alueella laadituista säädöksistä, joiden avulla säännellään biopolttoaineisiin käytettävän viljan määrää. (Alexandratos 2011, 475, 485.)

Ruuantuotannon lisääntymisen ohella tulee tarkastella ruokahävikin pienentämisen mahdollisuuksia. Silvennoinen ym. (2012, 43) ovat tutkineet, että Suomessa vältettävissä oleva ruokahävikki on 335–460 miljoonaa kg vuodessa. Tutkimuksessa tarkasteltiin käyttökelpoista ravintoa, ei siis biojätteeksi luokiteltavia ruhon osia, kahvin poroja tai vihannesten kuoria. Vähemmän kehittyneillä alueilla sadon varastointi ja tuholaisilta suojaaminen ovat suuria haasteita ja hävikin aiheuttajia.

Ilmastonmuutos vaikuttaa suomalaiseseen maatalouteen. Kuivuudesta ennakoidaan tulevan aiempaa suuremman ongelman ja kuivuus kasvukauden alussa tulee rajoittamaan kasvintuotantoa yhä enemmän ilmaston lämmitessä. Kasvukauden pidentyminen ja talven lämpeneminen mahdollistavat hedelmänviljelyn laajentumisen nykyistä pohjoisemmille alueille. Toisaalta muutokset tuovat mukanaan uusia tuholais- ja tautiongelmia ja vaikuttavat maaperään. (Peltonen-Sainio 2010, 8; Rikkinen ja Kurppa 2008, 58.)

Suomalainen maataloustuotanto voi hyötyä kasvuhuoneilmion mukanaan tuomasta muutoksesta, mutta muutoksen nopeus, ennustetut suuret säävaihtelut ääri-ilmiöineen sekä muut kielteiset tekijät aiheuttavat epävarmuutta. Vaikka ilmaston lämpenemistä onnistuttaisiin hidastamaan mittavin hillintätoimin, ei ilmastonmuutoksen vaikutuksilta voi välttyä, joten sopeutuminen on välttämätöntä. Koska pohjoiset maapallon osat lämpenevät muita nopeammin, täytyy Suomen kasvintuotanto sopeuttaa ripeästi. (Karttunen 2010, 35.)

Ilmaston lämpenemisen myötä nykyisiä päätuotantokasveja voitaneen viljellä pohjoisempana ja satopotentialit kasvavat merkittävästi. Erityisesti rapsin, herneen ja härkäpavun tuotanto voi muuttua laajamittaisemmaksi. Tätä tukevat parantuva sadontuottokyky, hyödyllisyys viljelykierroissa sekä erityisesti palkoviljojen typpiomavaraisuus ja se, että jo nykyajikkeet soveltuvat kohonneisiin lämpötiloihin. Näillä tuotantokasveilla on merkittävä rooli myös kotimaisen rehuvalkuaisen omavaraisuuden parantamisessa. (Peltonen-Sainio 2010, 5.)

Talvien leudontuessa syyslajikkeet yleistynevät ensimmäisinä. Syysmuotojen kilpailuetuna on hyvä sadontuottokyky: niiden sato on usein ainakin noin 1000 kg kevätkuotoja korkeampi. Viljelykasvien syysmuodot ovat tulevaisuudessa tärkeitä myös talviaikaisen kasvipeitteisyyden takia, sillä eroosio- ja huuhtoutumariskit kasvavat, mikäli syys- ja talviseiteet yleistyvät ja samalla talvet leudontuvat. Syysmuotojen nykyisestä laajempaa viljelyä tavoitteleva sopeuttaminen tulee olemaan haasteellista talvikaudella lisääntyvän olosuhdevaihtelun vuoksi. (Karttunen 2010, 35.)

Vaikka pitkällä aikavälillä satopotentiali kasvaa merkittävästi, satoisuusennusteiden toteutuminen edellyttää ilmastonmuutoksen vahvistamien, tuotantoa rajoittavien haasteiden ratkaisemista ja näihin tähtäävien ennakoivien sopeutumisstrategioiden

suunnittelua ja toimeenpanoa. Spontaanisti sopeuduttaessa maataloustuotantomme ei hyödy ilmastonmuutoksesta, vaan satotasot säilyvät korkeintaan nykyisellään. Monien tuotantokasvien viljelyn laajentamismahdollisuus, satoisuuden oletettu merkittäväkin lisääntyminen tai sopeuttamistoimissa onnistuminen eivät kuitenkaan yksinään ratkaise sitä, miltä peltoviljelymme tulee tällä vuosisadalla näyttämään. Maataloustuotteiden markkinoilla, hinnoilla ja tuotantoa koskevilla poliittisilla päätöksillä on jatkossakin erittäin suuri vaikutus viljelijän tekemiin valintoihin samoin kuin kykyyn investoida sopeutumistoihin ja sitä kautta peltoviljelyn yleiseen kehittymiseen. (Karttunen 2010, 36.)

Suomen maatalouden kannalta on erityisen tärkeää, että EU:n maatalouspolitiikkaan sisältyy jatkossakin järjestelmiä, joiden avulla voidaan tasata luonnonolosuhteista johtuvia eroja EU:n sisällä. Suomen sijainnista seuraa, että kasvinviljelyssä meillä ei nykytekniikalla päästä samoihin hehtaarisatoihin kuin pitkän kasvukauden maissa. Luonnonolosuhte-erot näkyvät eroina satotasoissa ja korkeina yksikkökustannuksina. Tämä pätee strategian tarkasteluvälillä, jolloin ilmastomuutos vasta alkaa vaikuttaa tuotanto-oloihin. Pitkällä aikavälillä Suomen asema maatalousalueena vahvistuu Euroopassa. Kotieläintuotannossa samat tekijät, kuten lyhyt laidunkausi ja pitkä talvi, nostavat tuotantokustannuksia. Niitä lisäävät myös Suomen harva asutus ja pitkät etäisyydet. (Huomisen ruoka... 2010, 15.)

Maa- ja metsätalousministeriön kansallisen ruokastrategian 2030 mukaan kotimaista kasvinjalostusta on kehitettävä, koska Suomen oloihin sopivia lajikkeita ei jalosteta muualla. Biotekniikka on tarpeellinen kasvinjalostuksen työväline. Vuonna 2030 biotekniikka ei ole samaa kuin tänään, koska tutkimus menee koko ajan eteenpäin. Biotekniikkaosaamista, kuten geenitekniikka on tärkeää saada myös julkisesti rahoitetun tutkimuksen piiriin, jottei siitä tule vain harvojen kansainvälisten yritysten omaisuutta ja jotta alaan liittyvässä tutkimuksessa säilyy avoimuus ja läpinäkyvyys. Ilmastonmuutos voi aiheuttaa tarpeen reagoida nopeastikin muuttuviin olosuhteisiin ja biotekniikalla jalostusta voidaan vauhdittaa. Koska jalostustyö ja uusien lajikkeiden hyväksyttämismenettely ovat hitaita, on liikkeelle lähdettävä heti. GM-lajikkeiden käyttöön ja niistä tehtyjen tuotteiden kauppaan pätee periaate: vapaus valita, oikeus tietää. Mahdollisuus GM-vapaaseen tuotantoon on turvattava niille, jotka tämän vaihtoehdon haluavat valita. On varmistettava riittävä tieteellinen asiantuntemus niin EU:n tasolla kuin kansallisesti, jotta geenitekniikan käytön vaikutuksia pystytään arvioimaan. (Huomisen ruoka... 2010, 16.)

Faktoja:

- Suomessa oli 59 042 maatilaa vuonna 2012. Tilojen määrä väheni 2 500 edellisvuodesta.
- Maatilojen keskipeltoala oli 38,9 hehtaaria. Tämä oli 1,5 ha enemmän kuin vuonna 2011.
- Kahdella kolmasosalla maatiloista päätuotantosuunta oli kasvintuotanto ja vajaa kolmasosa tiloista harjoitti kotieläintaloutta.
- Isojen tilojen määrä lisääntyy ja pienien tilojen määrä vähenee. Suurinta kasvu oli yli 100 hehtaarin peltokokoluokassa.
- Viljelijöiden keski-ikä laski hieman edellisvuodesta ja oli 50,7 vuotta.
- Maatiloista noin 90 prosenttia on yksityishenkilöiden omistamia.
- [Maatilojen rakenne 2013.]

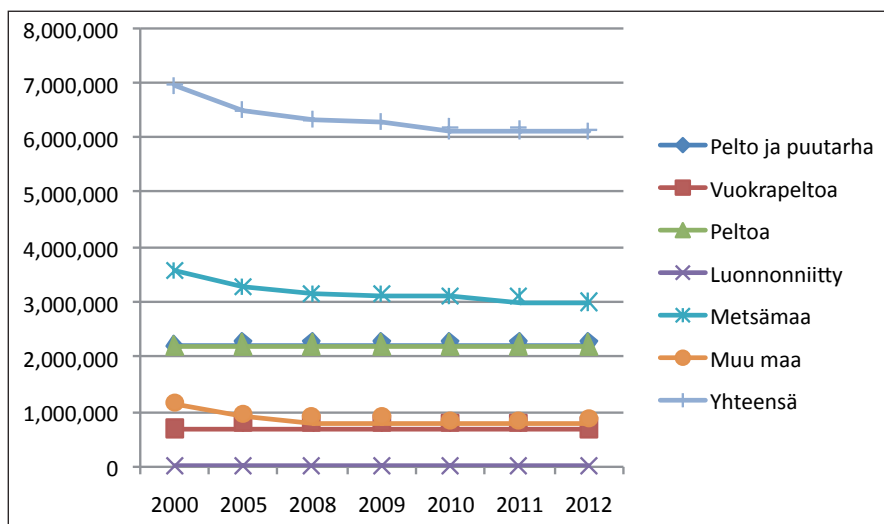
Taulukko 1. Kotieläintuotannon kehitys 1995–2012. (Ruokatieto 2013 b.)

Kotieläimet				
Kotieläimiä, 1000 kpl	1995	2005	2011	2012
Hevosia	50	64	76	68
Nautakarjaa	1 148	959	914	913
-josta lypsylehmiä	399	319	286	284
Lampaita	159	87	129	130
Sikoja	1 400	1 401	1 335	1 290
-joista emakoita	161	177	143	133
-joista lihasikoja	451	460	471	477
Siipikarjaa	10 358	10 538	10 236	10 761
-joista kanoja	4 179	3 128	3 304	3 173
-joista broilereita	4 276	5 472	5 421	6 038
-joista kalkkunoita	80	495	308	295
Eloporoja	208	207	196	192

Taulukko 2. Maatilojen määrän ja tilakokojen kehitys. (Ruokatieto 2013 b.)

MAATILAT						
Tilakoko, pelto, ha	1995 kpl	2005 kpl	2011 kpl	2012 kpl	% tiloista	% peltoalasta *
0-5	9 988	5 228	5 028	4 849	8	1
5-10	17 049	8 765	7 869	7 376	12	2
10-15	16 918	8 481	6 939	6 493	11	4
15-25	25 634	13 989	11 160	10 399	18	9
25-50	23 870	19 660	15 838	15 016	25	24
50-75	4 508	7 549	7 201	7 048	12	19
75-100	1 209	3 116	3 608	3 613	6	14
100-150	622	1 990	2 674	2 805	5	15
150-	166	793	1 267	1 443	2	14
Yhteensä	99 964	69 571	61 584	59 042		

* Pyörityksistä johtuen prosentiosuuksien yhteen laskettu summa on yli 100.



Kuvio 3. Maatilojen määrän kehitys ja maankäyttölajit 2000–2012. (Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus TIKE 2013.)

2.6 Elintarviketeollisuus tulevaisuudessa

Elintarviketeollisuuden toimialaraportin 2012 mukaan elintarvikkeiden vienti on kehittynyt suotuisasti. Viennin arvo kasvoi vuonna 2011 lähes 1,6 miljardiin euroon. Venäjä on tärkein vientimaa 26,5 %:n ja Ruotsi toiseksi tärkein 16,3 %:n osuudella. Tärkeimmät vientituoteryhmät olivat: juustot, alkoholijuomat, voi ja muut maitorasvat, ohra, sianliha, kaura, sokerikemian tuotteet ja suklaa. Elintarviketeollisuusliiton jäsenyrityksillä on myös ulkomaan liiketoimintoja, joiden arvo vuonna 2011 oli yli 4,2 miljardia euroa. Vuonna 2011 Suomeen tuotiin teollisia elintarvikkeita ja alkutuotannon tuotteita lähes 4,0 miljardin euron arvosta (lisäystä 13,6 %). Tuonnista merkittävimpiä tuotteita ovat alkoholijuomat, hedelmät, raakakahvi, juusto, vihannekset ja kasvikset sekä tuore kala. Elintarvikevienti on kehittynyt myönteisesti. Kansainvälistyvän elintarvikealan rinnalla luomu- ja lähiruuan sekä suomalaisen ruokakulttuurin arvostus on noussut. (Hyrylä 2012, 5.)

Elintarvikeala on kytköksissä maailmanmarkkinoihin. Kotimainen ruuankulutus ei merkittävästi kasva, joten alan kasvun nähdään tulevan erilaisten erikoistuotteiden viennistä, yritystojen myötä kansainvälistyvistä liiketoiminnasta, tuotteiden jalostusarvon nostamisesta tai palveluiden lisäämisestä. Suurten yritysten lisäksi myös pk-yritykset hakevat kasvua viennistä. Venäjän ja muiden lähialueiden merkitys kasvaa sekä perinteisen viennin että yritysten ulkomaille sijoittumisen kautta. Raaka-aineiden ja erilaisten tuotantopanosten hintavaihtelut vaikuttavat elintarvi-

kealan kustannuksiin. Kilpailukykyisen ja hyvälaatuisen raaka-aineen sekä veden saatavuudella ja ammattitaitoisella työvoimalla on keskeinen merkitys elintarvikejalostuksessa. (Hyrylä 2012, 59.)

Elintarviketeollisuuden toimialaraportissa esitetyn vision mukaisesti luomu- ja lähiruuan tarjonta seuraa kysynnän kasvua. Lähiruuan suosio vauhdittaa osaltaan uusien yritysten sekä lähiruokaan erikoistuneiden myymälöiden perustamista, myös päivittäistavara-kauppa tarjoaa yhä enemmän pienyritysten tuotteita ja paikallisia erikoisuuksia. Ruokapalveluissa ja matkailussa hyödynnetään lähiruokaa ja alueen ruokakulttuuria. Kauppa ja ammattikeittiöt ovat keskittyneet ja ketjuuntuneet. Kaupan ketjuuntuminen on lisännyt toimialan tehokkuutta. Teollisuuden näkökulmasta se on kiristänyt toimialan kilpailua hinnan ollessa keskeisenä valintakriteerinä. Elintarvikeyritysten kannattavuuden arvellaan pysyvän tyydyttävä mutta vakaana. Tuotetarjonta monipuolistuu myös lisääntyvien kansainvälisten tuotteiden ansiosta. Tuonti kasvaa vientiä nopeammin. Pitkien etäisyyksien on nähty suojanneen elintarvikealaamme, mutta toisaalta etäisyydet nostavat myös logistiikkakustannuksia niin kotimaassa kuin viennissäkin. (Hyrylä 2012, 59.)

Elintarviketeollisuuden toimialaraportin 2012 mukaan tuotanto automatisoituu, ja tuottavuutta haetaan investoimalla kustannustehokkaisiin prosesseihin. Elintarvikeketjussa turvallisuus ja vastuullisuus korostuvat yhä enemmän. Suomessa on toimiva elintarvikevalvonta. Tuotteiden korkea laatu syntyy tekemällä, ei valvomalla. Elintarviketoimijat ottavat enenevässä määrin käyttöön erilaisia laatu-, ympäristö-, vastuullisuus- ja turvallisuusjärjestelmiä ja viestivät niistä. Elintarvikelainsäädäntö ja -valvonta ovat muuttuneet riskiperustaisemmaksi. Muutos koskee myös valvontatietojen julkistamista, mikä voi lisätä elintarviketoimijoiden mahdollisuutta erottua kilpailijoistaan. Elintarvikelainsäädännön muutokset ovat helpottaneet lisäksi alalle tuloa ja pienimuotoista yrittäjyyttä. (Hyrylä 2012, 59.)

Kuten kuluttajia tarkasteltaessa todettiin, kuluttamiseen liittyy yhä enemmän arvovalintoja; Kuluttajien ja median kiinnostus ruokaan on lisääntynyt, ja ruuasta on tullut harrastus monissa kotitalouksissa. Kuluttajien noudattamat trendit vaikuttavat myös elintarviketeollisuuteen. Jotta muutoksiin pystytään vastaamaan, on tulevaisuuden ennakoitava lisättävä ja systematisoitava. Elintarvikkeiden hintatasoa ja hinnan jakautumista elintarvikeketjun sisällä seurataan entistä aktiivisemmin. Markkinoinnissa hyödynnetään yhä enemmän erilaisia ICT:n luomia mahdollisuuksia ja mobiilipalveluja. Vuorovaikutus kuluttajien kanssa lisääntyy ja kuluttajien osallistumista esimerkiksi tuotekehitykseen mahdollistetaan erilaisilla menetelmillä, kuten joukkoistamisella. (Hyrylä 2012, 59.)

Kuluttajien vaatimus valinnanvarasta haastaa elintarvikeketjun toimijat erilaistaan tarjontaansa ja palveluita. Jalostusasteen nostaminen parantaa hinnoitte-

lumahdollisuuksia. Erileistaminen, kaupallistamisen onnistuminen ja brändien merkitys kasvavat. Uudistuminen on tärkeää. Tuotekehityksen tueksi tarvitaan tietoa markkinoista ja kuluttajista sekä innovaatioita tuottavaa tutkimustoimintaa. Koko ruokajärjestelmän kehittäminen sekä elintarvikealan linkittyminen muihin toimialoihin on tarpeellista. (Hyrylä 2012, 59–60.)

Kansallinen ruokastrategia Huomisen ruoka julkaistiin vuonna 2010, ja sen tavoitteena on tehdä ruoka-alasta kilpailukykyinen kasvuala. Pääministeri Kataisen hallitusohjelmassa ruoka-ala kuvataan tulevaisuuden kasvualana, jossa kilpailukykyä ja yhteistyötä kehitetään kansallisessa ruokastrategiassa ja ruokapoliittisessa selonteossa asetettujen suuntaviivojen mukaisesti. Maa- ja metsätalousministeriön asettama Elintarvikeketjun neuvottelukunta hyväksyi lokakuussa 2011 uuden ruokaketjun toimenpideohjelman. Ohjelma korostaa ruokaketjun yhteistyötä. Kehitystä ohjaavina arvoina ovat kuluttajälähtöisyys, kilpailukyky ja vastuullisuus. (Hyrylä 2012, 59–60; Huomisen ruoka... 2010.)

Nykyään puhutaan paljon lähiruoasta: miten se eroaa suomalaisesta ruoasta vai eroaako lainkaan? Yleisesti käytössä oleva määritelmä on EU-tasolta: ”Lähiruoka on ruuantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria.” Maa- ja metsätalousministeriö käyttää samaa määritettä, tarkentaen alueen noin maakuntaan tai sitä pienempään kokonaisuuteen. Lähiruoka on ”paikallisruokaa, joka edistää oman alueen paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria, on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella”. (Lähiruokaa – totta kai! 2013, 12). Lähiruuan määritelmä ei ole tarkka. Toisaalta siitä saadaan aina aikaan keskustelua, mutta toisaalta taas vaikkapa kilometrimäärien tai tiettyjen alueiden määrittäminen ei ole mahdollista eikä mielekästäkään. Suuret elintarviketuotantolaitokset kuitenkin menettävät lähiruuan statuksensa usein joko raaka-aineiden tai valmiiden tuotteiden pitkillä kuljetusmatkoilla. Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK (2013) katsoo lähiruuan olevan mahdollisimman lähellä tuotettua suomalaista ruokaa, jonka alkuperä ja tuottaja ovat tiedossa. Jos elintarvikkeella on suomalainen nimi ja brändi, kuluttajat olettavat helposti, että se on tehty suomalaisista raaka-aineista Suomessa. Olennaista on se, että kuluttaja saa tietää, missä ja miten lähiruoka on tuotettu. (Nurro 2013.)

Tuottajajärjestön korostaessa suomalaista tuotantoa, korostaa Elintarviketeollisuusliitto ry (ETL) puolestaan sitä, että suomalainen ruoka on valmistettu Suomessa. Käytännössä kaikkia teollisuuden tarvitsemia raaka-aineita ei Suomesta kuitenkaan ole saatavilla. Suomalaisen elintarviketeollisuuden käyttämiä tuontiraaka-aineita ovat luonnollisesti esimerkiksi kaakao ja appelsiinit, mutta myös ruis ja sokeri ovat osin tuontia, koska kotimaista raaka-ainetta ei ole saatavilla riittävästi. Ruokamarkkinat ovat globaalit. Siksi elintarviketeollisuus puhuu lähiruoasta mielellään laajemmasta

näkökulmasta kuin tuottajajärjestö: kaikki Suomessa valmistettu ruoka on heidän näkökulmastaan lähiruokaa, jonka valmistajat tunnetaan hyvin ja joka pitää pyörät pyörimässä kotimaassa. Sekä isoilla että pienillä elintarvikevalmistajilla on alueellisia vaikutuksia. Valtakunnallisesti toimivien yritysten taloudelliset vaikutukset ulottuvat pieniä laajemmalle. (Nurro 2013.)

Maa- ja metsätalousministeriön kansallisen ruokastrategian 2030 mukaan tulevaisuuden ruoka ja sen raaka-aineet kulkevat yhä enemmän yli kansallisten rajojen. Kasvavaa tuontia vastaan Suomella on oltava tarjolla korkean jalostusarvon vientituotteita. Kilpailukykyisyys on suomalaisen elintarviketuotannon ja elintarviketeollisuuden säilymisen elinehto. Se tarkoittaa mm. kykyä vastata kuluttajan tarpeisiin ja toiveisiin oikeahintaisilla, laadukkailla ja turvallisilla tuotteilla. Jotta tähän päästään, on markkinat tunnettava perusteellisesti sekä kotimaassa että vientimaissa. Kilpailukykyisyys edellyttää, että suomalaiset ruokaketjun osat voivat toimia samoin kilpailuehdoin kuin ulkomaiset kilpailijansa. (Huomisen ruoka... 2010, 14.)

Seuraavassa (ks. Faktoja) on tiivistetty kirjallisuudesta löytyneitä piirteitä elintarviketeollisuuden tulevaisuuden näkymistä. Elintarviketeollisuuden asiakkaita ovat kuluttajat, suoraan tai välillisesti tuotteesta riippuen. Kuluttajien aikaansaama kysyntä heijastuu teollisuuteen. Osa kysynnästä kohdistuu kotimaisille markkinoille, osa ulkomaisen tuonnin varaan. Toisaalta elintarviketeollisuuden toimia säätelevät yhteiskunnan määräykset ja toimet. Se on myös osa ruokaketjua. Näitä tietoja on hyödynnetty mm. alkutuottajille suunnatussa pienryhmähaastattelussa.

Faktoja

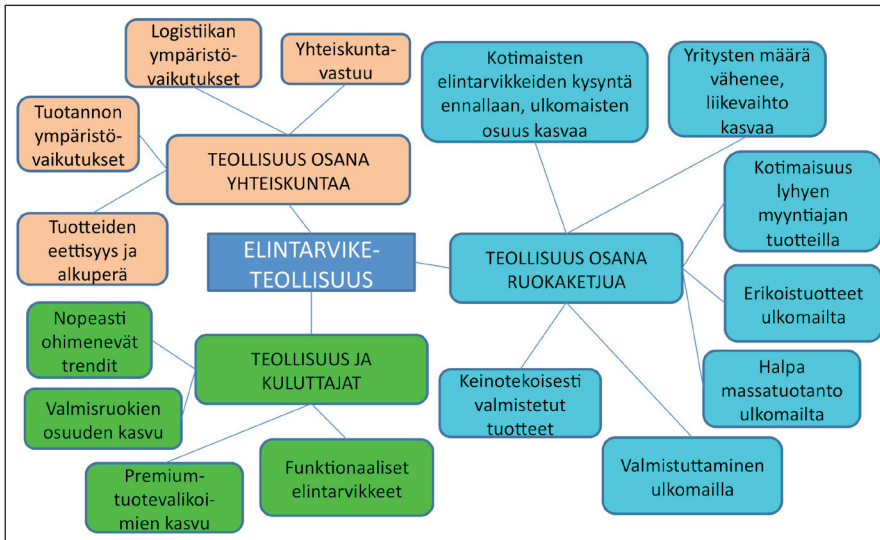
- elintarviketeollisuudessa vienti lisääntynyt
- ruokaketjut ovat yhä useammin ainakin osittain kansainvälisiä, kotimaisten yritysten yksiköitä ulkomailla
- luomu- ja lähiruuan kysyntä kasvussa
- kuluttajien trendit heijastuvat myös elintarviketeollisuuteen
- vuorovaikutus kuluttajien kanssa, ketjun läpinäkyvyysvaatimukset lisääntyvät
- polarisoituminen: toisaalta massatuotteita, toisaalta erikoistuotteita
- yhä globaalimmat markkinat

Elintarviketeollisuudelle osana yhteiskuntaa asetetaan yhä lisääntyvästi vaateita erilaisten ruuan alkuperään ja tuotannon sekä kuljetusten ympäristövaikutuksiin. Lisäksi elintarviketeollisuudelta aivan samoin kuin kaikelta muultakin liiketoiminnalta edellytetään yhteiskuntavastuuta. Elintarviketeollisuus on tärkeä osa ruokaketjua ja elintarviketeollisuudessa tehdyillä valinnoilla on vaikutusta koko ruo-

kaketjun toimintaan. Tulevaisuudessa edelleen tiettyjä tuotteita tuodaan Suomeen ulkomailta, koska kotimaista tuotantoa ei ole. Kuitenkin edelleen tuodaan myös sellaisia tuotteita, joita on tarjolla myös kotimaisina. Edelleen elintarviketeollisuus vie osan tuotannostaan jatkojalostettavaksi muualle ja tuottaa valmiit tuotteet takaisin Suomen markkinoille. Toistaiseksi tämä tulee jatkumaan, mutta kenties jossain vaiheessa (2030 jälkeen) tämän kaltainen toiminta saattaa vähentyä. Keinotekoisesti valmistettu ruoka tulee olemaan arkipäivää, mutta toistaiseksi, eikä ainakaan ennen vuotta 2020 tule tapahtumaan radikaalia lisääntymistä. Yritysten koon arvellaan vaikuttavan teollisuuden sisällä siten, että yritysten määrän arvellaan pienenevän, mutta yritysten koon kasvavan. Tämä trendi on näyttänyt todennäköiseltä silloin, kun elintarviketeollisuutta ja sen tulevaisuutta on käsitelty pelkästään toimialatasolla. Kun huomioidaan laajempi klusteri ja vedetään johtopäätöksiä monista erilaisista muutosajureista, tämä suunta ei ole täysin vakuuttava. Myöskään se, että kotimaisuus olisi jollain tavalla ehto lyhyen myyntiajan tuotteille, ei täysin ole vakuuttava teknologian kehityksessä.

Merkittävimmät kuluttajatrendit, jotka tulevat vaikuttamaan elintarviketeollisuuden toimintaan ovat kuluttajien nopeasti muuttuvat trendit. Tähän vastaaminen tulee muuttamaan teollisuuden rakenteita, eikä suinkaan kuten edellä oletettiin, isojen yritysten lisääntymisenä ja niiden kasvamisena. Edelleen kuluttajat tulevat lisäämään valmisruokien käyttöä – tai ainakin jonkinasteisten esivalmistettujen puolivalmisteiden käyttö lisääntyy. Terveellisyys ja elintarvikkeiden funktionaalisuus kenties on myös jatkuva trendi. Vaikka suuri osa kuluttajista tyytyy arkiruokailussaan perusruokaan, saattavat premium-tuotevalikoimat lisääntyä siitä syystä, että ruuan valmistuksesta on tullut monille viikonvaihteen harrastus. Tätä harrastusta lisää vielä television monet ruokaohjelmat.

Joka tapauksessa etenkin Etelä-Pohjanmaalla elintarviketeollisuus tulee olemaan merkittävä työllistäjä ja näin tärkeä osa yhteiskuntaa. Etelä-Pohjanmaan pyrkimys säilyttää koko ruokaketju elinvoimaisena on tärkeä tavoite. Tulevaisuuden elintarviketeollisuutta ja sen yhteyksiä on kuvattu kuviossa 4.



Kuvio 4. Tulevaisuuden elintarviketeollisuus

2.7 Kauppa tulevaisuudessa

Suomalaiselle päivittäistavarakaupalle on ominaista ketjuuntuminen sekä hankinnan ja logistiikan keskittyminen. Tilanne on samankaltainen muissakin Pohjoismaissa, sillä suureksi kootut volyymit auttavat laajassa ja harvaan asutussa maassa pääsemään riittävään logistiseen tehokkuuteen. Heikompi kustannustehokkuus merkitsisi korkeampia hintoja asiakkaille, pienempiä valikoimia sekä huonompaa palvelua ja saavutettavuutta. Toisin sanoen se on keskeinen kilpailuvaltti. (Päivittäistavarakauppa ry 2013, 7.) Kuten aiemmin raportissa on todettu, toivovat kuluttajat kuitenkin laajaa tarjontaa. Kuluttajien joukossa on yhä enemmän eri asioita arvostavia ihmisiä.

Päivittäistavaroiden vähittäiskaupan arvo oli Suomessa vuonna 2012 noin 16,04 miljardia euroa. Siihen lasketaan yksityiset ja osuustoiminnalliset elintarvikkeita myyvät myymälät Suomessa, liikenneasemien ketjuihin kuuluvat myymälät sekä halpahintamyymälät, joiden valikoimissa on tuoretavaraa, elintarvikealan erikoismyymälät ja kauppahallimyymälät. Kioskit ja torikauppa eivät sisälly lukuun. Päivittäistavaramyymälöiden kokonaisymyynnistä elintarvikkeiden osuus on noin 80 prosenttia. (Päivittäistavarakauppa ry 2013, 7.)

Suomen päivittäistavaramarkkinoille on jo pitkään ollut tyypillistä isojen myymälöiden vahva rooli. Yli 1 000 m² myymälöiden markkinaosuus on Nielsenin mukaan noin 65,2 %, ja myymälät, jotka muodostavat kymmenesosan myymälöiden kokonaisluvusta, vastaavat 50 prosentista päivittäistavaramyynnin arvosta. Suurten myymälöiden eduksi katsotaan niiden kustannustehokkuus pienempiin myymälöihin

verrattuna. Muuttoliike ja väestön ikärakenteen ja kulutustottumusten muutokset luovat kaupalle haasteita. Kaupan rakennemuutokseen vaikuttavat väestön muutto kasvukeskuksiin ja autoistuminen, sekä pyrkimys reagoida kysynnän muutoksiin, valikoimien kasvu. Laajan valikoiman hallinta mahdollistuu kehittyvän tietotekniikan avulla. Suuret myymälät kattavat taajamien kuluttajien valtakunnallisen elintarvikehuollon, mutta pienemmillä myymälöillä on tärkeä tehtävä paikallisen elintarvike- ja päivittäistavaratarjonnan järjestämisessä. (Päivittäistavarakauppa ry 2013, 8.)

Maa- ja metsätalousministeriön kansallisen ruokastrategian 2030 taustaraportin mukaan päivittäistavarakauppapisteiden lukumäärä on laskenut vuosi vuodelta, mutta laskusta huolimatta niiden kokonaismyymälöiden ja keskipinta-ala ovat kasvaneet. Suurten supermarkettien, hypermarkettien ja tavaratalojen lukumäärä on noussut samanaikaisesti kuin pienmyymälöiden, pienten valintamyymälöiden ja pienten supermarkettien määrä on laskenut. Kauppojen väheneminen on ollut nopeinta haja-asutusalueilla, mutta taajamissa kauppojen määrä on pysynyt vakiona. Ruokakauppaan liittyvät uudet palvelut, kuten nettikauppa ja kotiin toimitus, ovat lähteneet liikkeelle varsin varovasti. Kaupan rakennemuutos näkyy myös ruokaostosten keskittymisenä suuriin kaupan yksiköihin. Esimerkiksi hypermarkettien myynnin osuus kasvoi 15 prosentista 25 prosenttiin vuodesta 1995 vuoteen 2008 ja vastaavasti supermarkettien osuus kasvoi 20 prosentista 33 prosenttiin. (Huomisen ruoka... 2010, 25.)

Maa- ja metsätalousministeriön ja päivittäistavarakaupan näkemyksissä on mielenkiintoinen ristiriita. Päivittäistavarakauppa ry (2013, 8) kertoo ketjujen vastaavan muutokseen kehittämällä palvelujaan kaupungeissa, muissa taajamissa ja haja-asutusalueilla. Ministeriön näkökulmasta kauppapalvelujen saatavuus on jo huomattavasti heikentynyt niin kaupunkien lähiseutujen taajamissa kuin haja-asutusalueellakin (Huomisen ruoka... 2010, 25).

Verkkokaupan kasvu nostattaa uusia visioita alan kehitysnäkymistä, erityisesti käyttötavarakaupassa. Kauppaketjut ovat pyrkineet vastaamaan asiakastarpeiden muutokseen ja päivittäistavarakaupan kilpailutilanteeseen kasvattamalla myymäläkokoja. Suuremmat kaupat vastaavat paremmin asiakkaiden odotuksiin monipuolisista valikoimista ja edullisemmista hinnoista. Valikoimat ovat viimeisten 20 vuoden aikana kolminkertaistuneet ja tuotteiden jalostusaste on kasvanut. Lähiruuan kysyntä on selvässä kasvussa. Kauppa arvostaa elintarvikealan pienyrityksiä ja elintarviketuotannon monimuotoisuutta, mutta käytännössä kaupan valikoimiin pääseminen ja kilpailussa menestyminen on pienelle yritykselle kuitenkin usein haastavaa. (Päivittäistavarakauppa ry 2013, 8–9.)

Päivittäistavarakauppa ry:n laatimat myynnin tehokkuuskäyrän suhdeluvut ovat säilyneet lähes samoina jo 20 vuoden ajan. Tällä perusteella he kokevat onnistuneensa vastaamaan hyvin yhteiskunnan ja kuluttajien muuttuviin tarpeisiin. Tehokkuuskäyrä

kertoo samalla myynnin keskittymisestä suuriin myymälöihin. Suurimmat myymälät eli 30 % myymälöistä myy 79 % koko päivittäistavaramyynnistä. Puolet maamme noin 3 200 myymälästä myy vain 9 % koko myynnistä, mutta näillä pienillä myymälöillä on volyymiaan suurempi palvelumerkitys lähipalvelujen tarjoajana. 60 % päivittäistavarakaupoista on pieniä (alle 400 m²) lähikauppoja. Ne eivät kilpaile super- ja hypermarkettien kanssa valikoimilla eivätkä hinnoilla, vaan läheisyydellään ja palvelulla. Pienten myymälöiden merkitys tulee kasvamaan tulevina vuosina kuntarakenteen uudistuessa, yksinasujien osuuden kasvaessa ja väestön ikääntyessä. Lähikauppojen yhteydessä on lisäksi usein muitakin palveluita, joita ei muuten olisi mahdollista tarjota alueella. (Päivittäistavarakauppa ry 2013, 8–9.)

Päivittäistavarakaupan valikoimien on vastattava kuluttajien tarpeita sekä asiakkaiden ketjuun kohdistamia odotuksia. Myymälöiden valikoimat perustuvat ketjun sanelemaan perusvalikoimaan sekä myymäläkohtaiseen, täydentävään tuotevalikoimaan. Kaikki tuotteet eivät ole kovin suuria myynniltään, mutta niillä voi olla suuri merkitys tärkeille asiakasryhmille. Hankintapäätösten prosessi voi vaihdella yrityksestä ja tuoteryhmästä riippuen, sillä kaupan ketjut ja hankittavat tuotteet ovat erilaisia. Suomessa päivittäistavarakaupan hankinnat tehdään pääasiassa vain viiden eri toimitusketjun kautta. Näitä ovat Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta SOK, Ruokakesko Oy, Tuko Logistics Osuuskunta, Lidl Suomi Ky ja Tokmanni Oy. Lisäksi hankintoja tehdään kansainvälisten hankintayhtiöiden kautta. Kaupan yritykset myös neuvottelevat hankinnoista pääasiassa elintarviketeollisuuden kanssa. Suoria hankintoja alkutuottajilta tehdään vähän. (Päivittäistavarakauppa ry 2013, 9.)

Kuluttajilla on entistä enemmän valinnanvaraa ruuan hankintapaikoissa ja valikoimissa. Ruokaa ostetaan edelleen erikokoisista päivittäistavaramyymälöistä aina pienestä lähikaupasta suureen hypermarkettiin saakka. Perinteisten kauppahallien ja torien rinnalle on noussut erityisellä tavalla tuotettuja tuotteita ja/tai palveluita tarjoavia erikoismyymälöitä. Erikoismyymälät perustuvat toimintansa muun muassa luonnonmukaisuuteen, paikallisuuteen (lähiruoka) tai pientuottajien tuottamaan ruokaan. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 5.)

Järvelän ym. (2011, 40,45) tutkimuksessa arvioidaan, että kuluttajien ja tuottajien kohtaaminen erilaisilla areenoilla lisääntyy jatkuvasti. Se voi olla perinteisempää kasvokkain kohtaamista tai internetin välityksellä tapahtuvaa. Kuluttaja saattaa olla valmis maksamaan ruoastaan jopa hieman korkeampaa hintaa, jos se tuottaa hänelle jotain lisäarvoa; esimerkiksi yksilöllisenä palveluna tai tuotevalikoimana. Rajoitteitakin ruuan hankinnassa silti edelleen löytyy. Erikoismyymälät ovat usein keskittyneet suurimpien kaupunkien keskustaan tai niiden välittömään läheisyyteen, joten erikoismyymälöiden palvelut eivät ole kaikkien kuluttajien saatavilla. (Mt. 49). Kahden ketjun hallussa on valtaosa päivittäistavarakaupasta joten vaihtoehtoisten

kauppojen, saatikka riippumattoman kaupan löytäminen ei ole nykyään helppo tehtävä. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 5.)

Valtaosa kuluttajista tekee hankintoja pienestä ruokakaupasta (85 %), mutta käy vähintään kerran kuukaudessa isossa marketissa (90 %). Vastanneista joka kymmenes haki vähintään kerran kuukaudessa ruokatarvikkeita lähi-, luomu- tai pientuottajien tuotteita myyvistä erikoismyymälöistä ja noin viisi prosenttia kuluttajista osti ruokaa vähintään kerran kuukaudessa suoraan tuottajalta. Säännöllinen ruokapiirin ja ruuan verkkokaupan käyttö sen sijaan on edelleen harvinaista, sillä kuukausittain niitä hyödynsi noin prosentti vastaajista. Sekä marketeista että pienistä ruokakaupoista ruuan osti vähintään 2–3 kertaa viikossa yli 40 % vastaajista, mutta vastaavasti muita ostopaikkoja käytti enimmilläänkin vain puoli prosenttia vastaajista. Vaikka kuluttajat eivät toistaiseksi käy kovin säännöllisesti erikoismyymälöiden ja maatilojen omien myymälöiden kaltaisissa ruuan ostospaikoissa, on kuitenkin huomionarvoista, että kuluttajista yli puolet on asioinut joskus erikoismyymälässä ja vastaavasti lähes puolet maatilan omassa myymälässä. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 6.)

Ruuan ostopaikkojen valinnoissa ja käyntikerroissa ei juuri ole merkittäviä eroja, kun vastauksia tarkastellaan sukupuolen tai iän mukaan. Naiset ja miehet eroavat toisistaan tavoissa ostaa ruokaa isosta marketista siten, että miehet käyvät isoissa marketeissa useammin kuin naiset. Kuitenkin kuluttajien asuinpaikkojen välillä on odotetusti eroja ostospaikan valinnassa. Kaupunkiseuduilla 93 % vastaajista asioi vähintään kerran kuukaudessa isossa marketissa, kun vastaava osuus maaseutumaisessa kunnassa on 76 %. Kaupahallit ja erikoismyymälät keskittyvät suurimpiin asutuskeskuksiin. Kyselyyn osallistuneista pääkaupunkiseutulaisista lähes 16 % oli ostanut ruokaa erikoismyymälöistä vähintään kerran kuukaudessa, kun muualla osuus vaihteli 8 ja 9 prosentin välillä. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 6.)

Suoraan tuottajilta hankittu ruoka on maaseudulla selvästi yleisempi ruuan hankintatapa kuin muualla. Joka kymmenes maaseudulla asuva kuluttaja oli vähintään kerran kuukaudessa asioinut maatilamyymälässä, kun vastaavasti pääkaupunkiseudulla vain kaksi sadasta oli asioinut suoraan tuottajan luona. Elintarvikkeiden ostaminen ruokapiirin tai ruuan verkkokaupan kautta on ainakin vielä hyvin harvinaista kaikilla alueilla. (Peltoniemi & Yrjölä 2012, 7.)

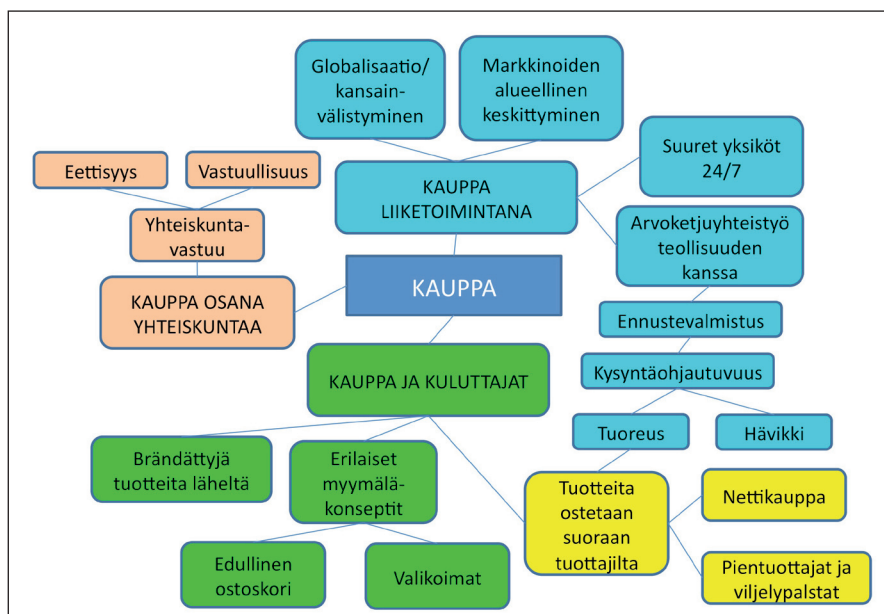
Kauppan osalta yhteenvedon voi nähdä seuraavasta Faktoja -laatikosta. Edellä on käsitelty mm. sitä, kuinka kauppa itse näkee asemansa. Tietoja ja kirjallisuudesta ammennettuja näkemyksiä on hyödynnetty pienryhmähaastattelujen pohjana ennakoinnin myöhemmissä vaiheissa.

Faktoja

- kauppa on ketjuuntunut, hankinta ja logistiikka keskittyneet
- isojen myymälöiden vahva rooli
- haja-asutusalueen kauppaverkosto heikentynyt
- vaihtoehdotiset palvelut kuten nettikauppa tai kotiin kuljetus eivät ole saaneet innostunutta vastaanottoa
- pientuottajan on hankala päästä suurten kauppojen valikoimiin
- kuluttajien ja tuottajien kohtaamiset ovat lisääntyneet, sitä myös tavoitellaan erikoismyymälöissä, toreilla ja suoramyyntissä
- kauppahallit ja erikoismyymälät keskittyneet suurempiin asutuskeskuksiin

Kauppa liiketoimintana tulee muuttumaan jo hyvinkin lähitulevaisuudessa. Ubiyh-teiskunnan osana sen on muututtava vastaamaan yleistä yhteiskunnallista kehitystä. Sen on kyettävä vastaamaan 24/7 muutokseen eli kauppa auki aina. Yhä suurempi osa ihmisistä, kuluttajista, tekee töitä ajasta ja paikasta riippumattomasti ja kaupassa käynnin tulee olla mahdollista samalla tapaa. Kauppa joutuu vastaamaan yhä lisääntyvästi myös kansainväliseen kilpailuun jopa omilla kotimarkkinoillaan. Kuitenkin alueellinen keskittyminen asettaa suuria haasteita. Myös kuluttajakäyttäytymisen muutokset tulevat vaikuttamaan kaupan toimintaan. Erilaiset kuluttajat tarvitsevat erilaisia myymäläkonsepteja, tuote- ja palveluvalikoimia sekä erilaisia tuotteita. Kaupalle asetetaan samalla tavoin vaatimuksia osana yhteiskuntaa kuin teollisuudellekin. Kaupan odotetaan toimivan vastuullisesti ja eettisesti (ks. kuvio 5.).

Kauppa ja teollisuus tulevat tiivistämään arvoketjuyhteistyötä vastatakseen paremmin muuttuvan toimintaympäristön vaatimuksiin. Tähän yhteistyöhön liittyy erityisesti lisääntyvä ennustevalmistus, jolla pyritään ensisijaisesti lisäämään kysyntäohjautuvuutta, mutta myös vähentämään hävikkiä. Kysyntäohjautuvuudella pyritään vastaamaan myös ruuan tuoreusvaatimukseen, joka puolestaan lisää kaupan hankintaa myös suoraan tuottajilta. Tuottajat voivat lisätä kilpailuaan kaupan kanssa erilaisilla uudenlaisen kaupan muodoilla. Myös kuluttajat lisäävät omaa ruuan tuotantoaan ja kilpailevat näin sekä kaupan että tuottajien kanssa.



Kuvio 5. Kauppa tulevaisuudessa.

2.8 Muutosten tarkastelua

Lähdeaineiston perusteella laadittiin PESTEL-analyysi. PESTEL analyysissä tarkastellaan haluttua kohdetta tai kysymystä pohtimalla siihen vaikuttavia poliittisia, ekonomisia, sosiaalisia, teknologisia, ekologisia ja laillisia näkökulmia. Näkökulmat voivat olla positiivisia, negatiivisia, uhkaavia tai mahdollistavia sekä mahdollisesti myös toistensa kanssa ristiriitaisia. Analyysiä käytetään usein työkaluna kun halutaan kartoittaa tarkasteltavaan asiaan vaikuttavia tekijöitä useista eri näkökulmista.

Eri näkökulmat listattiin taulukkoon (Liite 1.). Analyysin seuraavissa vaiheissa pohdittiin, esim. ristiriitatilanteissa, onko nykyisellä tiedolla mahdollista päätellä kumpi suuntaus on vahvempi. Tilakoot ovat kasvussa, mutta myös pienet erikoistuneet tilat ovat löytäneet toimintamahdollisuuksia esimerkiksi tuotteitaan lähiruokana markkinoimalla ja jatkojalostamalla. Pienten ja suurten elintarviketeollisuuden toimijoiden välille voi syntyä uusia yhteistyökuvioita. Alihankinta ja verkostomainen toiminta edesauttaa suuria toimijoita sopeutumaan nopeammin ja antaa pienille mahdollisuuden päästä suuriin tuotantosarjoihin.

Kotimaisten elintarvikkeiden kysyntä vaikuttaa vakaalta, etenkin lyhyen myyntiajan tuotteissa. Ulkomaisten elintarvikkeiden osuus on kuitenkin kasvussa. Tuotantopanosten, tuotteesta saadun hinnan ja kuljetusten kustannusten kehittyminen

vaikuttaa ruuan hinnan kehitykseen. Kulutuksen pirstaloituminen toisaalta suurten massojen bulkkituotantoon ja toisaalta erikoistuneisiin tuotteisiin ovat vastakkaisia mutta vahvistuvia piirteitä. Kuluttajien käyttäytyminen ei ole yhtenäistä. Myös kuluttajakohtaisesti tarkasteltuna käyttäytyminen vaihtelee. Periaatteessa yksilö voi kannattaa kotimaista ja sitä haluta, mutta valintatilanteessa hinta voikin nousta määrääväksi tekijäksi.

Tuotantorakenteeseen ja -suuntaan vaikuttavat vahvasti hinta ja poliittiset tukipäätökset. Tilojen kasvaessa tulee kysyntää uudelleenlaiselle yhteistyölle ja toimintatavoille. Yksittäiset tilat voivat muodostaa vaikkapa osakeyhtiöitä ja keskittyä johonkin tuotannon osaan. Tällä tavoin kasvu on mahdollista, vaikka oman tilakoon kasvattamisen rajat ja vuorokauden työhön käytettävien tuntien määrä olisi tullut vastaan.

3 TEEMA- JA RYHMÄHAASTATELUT KLUSTERIN TOIMIJOILLE

Tulevaisuuden ennakkointiin liittyy myös erilaisia tiedon keräämisen ja jalostamisen menetelmiä. Yleisesti tällaisina menetelminä käytetään erilaisia haastatteluita. Tässä selvityksessä käytettiin sekä yksilö- että ryhmähaastatteluja klusterin toimijoille. Yksilöhaastattelun menetelmänä käytettiin teemahaastattelua ja ryhmämenetelmänä käytettiin ryhmähaastattelua ja työpajatyöskentelyä.

Teemahaastattelu menetelmänä sijoittuu formaaliudessaan lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun väliin. Haastattelu ei etene tarkkojen, yksityiskohtaisten, valmiiksi muotoiltujen kysymysten kautta vaan väljemmin kohdentuen tiettyihin ennalta suunniteltuihin teemoihin. Teemahaastattelu on astetta strukturoidumpi kuin avoin haastattelu, sillä siinä aiempien tutkimusten ja aihepiiriin tutustumisen pohjalta valmistellut aihepiirit, teemat, ovat kaikille haastateltaville samoja, vaikka niissä liikutaankin joustavasti ilman tiukkaa etenemisreittiä. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47–48, 66; Eskola & Suoranta 2000, 86–87.) Teemahaastattelussa pyritään huomioimaan ihmisten tulkinnat ja heidän merkityksenantonsa. Ihmisten vapaalle puheelle annetaan tilaa, vaikka ennalta päätetyt teemat pyritään keskustelemaan kaikkien haastateltavien kanssa.

Teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa käydään läpi ennalta suunniteltuja teemoja. Teemojen puhumisjärjestys on vapaa, eikä kaikkien haastateltavien kanssa välttämättä puhuta kaikista asioista samassa laajuudessa. Tutkijalla on haastattelussa mukanaan mahdollisimman lyhyet muistiinpanot käsiteltävistä teemoista, jotta hän voisi keskittyä keskusteluun, ei papereiden tavaamiseen. Teemat voi listata esimerkiksi ranskalaisin viivoin ja lisäksi voi laatia joitakin apukysymyksiä tai avainsanoja keskustelun ruokkimista varten. Teemahaastattelun ei siis tulisi olla pikkutarkkojen kysymysten esittämistä tarkassa järjestyksessä paperilta lukien. Teemoista ja niiden alateemoista pyritään keskustelemaan varsin vapaasti.

Teemahaastattelu edellyttää huolellista aihepiiriin perehtymistä ja haastateltavien tilanteen tuntemista, jotta haastattelu voidaan kohdentaa juuri tiettyihin teemoihin. Kysymysten harkitsemisen lisäksi myös haastateltavien valitsemiseen tulee suhtautua harkinnalla: Haastateltaviksi tulee valita sellaisia ihmisiä, joilta arvellaan parhaiten saatavan aineistoa kiinnostuksen kohteena olevista asioista.

3.1 Teemahaastattelut kaupan ja elintarviketeollisuuden toimijoille

Lähdeaineiston perusteella laadittiin yhteenvedot vertikaalisen klusterin (toimitusketjun) tulevaisuuden muutosajureista. Tulevaisuuteen liittyvän aineiston perusteella muutosajureiksi nousi kuusi teemaa liittyen kuluttajien, kaupan ja elintarviketeollisuuden tulevaisuudessa tapahtuviin muutoksiin. Muutosajureiden perusteella laadittiin teemahaastattelulomake (liite 2). Ennakoinnin taustalla on näkemys, että maatalojen tulevaisuus riippuu siitä mitä koko elintarvikeketjussa tapahtuu. Tästä syystä haastateltaviksi valittiin erilaisia kaupan alan yrityksiä, elintarviketeollisuusyrityksiä ja elintarvikealaan liittyvien julkisten organisaatioiden edustajia, jotta saataisiin hyvä kuva siitä, mitkä muutokset seuraavan kymmenen vuoden aikana muuttavat elintarvikeklusteria ja miten nämä muutokset vaikuttavat maataloihin ja rakentamiseen maataloilla. Teemahaastatteluja tehtiin yhteensä 13 kappaletta. Haastattelut nauhoitettiin, litteroitiin ja ne analysoitiin sisällönanalyysillä käyttäen haastattelulomakkeen perusteella laadittuja temataulukkoita.

Ensimmäisessä teemassa vastakkain asetettiin suuruus ja pienuus (suuruuden ekonomia vs. pienuus on kaunista). Haastateltavia pyydettiin arvioimaan klusterin erikokoisten toimijoiden menestymisen mahdollisuuksia 10 vuoden aikajänteellä. Haastatteluista nousi esiin seuraavia asioita:

- Pienillä, muutaman hengen, elintarvikeyrityksillä ei ole menestymisen mahdollisuuksia tulevaisuudessa.
- Alkutuotantotilojen elinvoimaisena pysyminen vaatii uudenlaisia yritysmuotoja ja/tai yhteistyötä muiden tilojen kanssa (esim. yhteiset markkinointi- ja jalostusyhtiöt).
- Suoramyynti tai/ja pienimuotoinen jalostus maataloilla tuo taloudellista menestystä.
- Uudenlaiset, toimialarajat ylittävät, toimintamallit ovat edellytyksenä maakunnan elintarvikeklusteriin kuuluvien yritysten menestymiselle.
- Tuotanto jatkaa keskittymistään yhä suurempiin yksiköihin. Tilakoot kasvavat edelleen ja tilojen lukumäärä vähenee.
- Isot ja pienet maatilat menestyvät tulevaisuudessa, keskikokoiset tilat ovat vaikeuksissa. Pienet toimijat voivat menestyä joustavuudellaan. Toisaalta esiin nousi myös isojen tilojen vaikeudet (mitä isompi maatila, sen suuremmissa vaikeuksissa tila on).

Toisessa teemassa vastakkain asetettiin ulkomainen ja kotimainen ruuantuotanto. Haastateltavia pyydettiin arvioimaan ulkomaisen tuonnin ja kotimaisen tuotannon kehitystä seuraavan 10 vuoden aikana. Haastatteluista nousi esiin seuraavia asioita:

- Tulevaisuudessa, tulevat sukupolvet, ruuan kotimaisuus ei tuo lisäarvoa kuluttajille.
- Suomalainen ”superfood”, kuten jalostetut marjatuotteet, ovat tulevaisuuden vientituote.
- Vientituotteita syntyy erikoistumalla.
- Suomalaisten elintarvikkeiden vienti Venäjälle on mahdollisuus.
- Vienti kaatuu markkinointiosaamisen puutteeseen.
- Lähiruualle tulee eriasteisia määritelmiä (maakunta, Suomi, Pohjoismaat, EU jne.).
- Elintarvikkeiden tuonti kasvaa tulevaisuudessa. (Tuotanto Suomessa ei ole kannattavaa ja maatilat lopettavat ja omavaraisuusaste laskee.)
- Alhaiset tuottajahinnat ja kaupan vaatima suuri kate ”tappavat” kotimaisen ruuantuotannon.

Kolmannessa teemassa puolestaan asetettiin vastakkain halpa massatuotanto ja premium-tuotteet/brändätyt tuotteet. Haastateltavia pyydettiin arvioimaan, millä tavalla halvan massatuotannon ja premium/brändätyjen tuotteiden suhde kehittyi seuraavan 10 vuoden aikana. Haastatteluista nousi esiin seuraavia asioita:

- Ruuan arvostus kasvaa mm. koska tietoisuus siitä, että ruoka ei ole itsestäänselvyyttä, lisääntyy.
- Kotimaisten luomutuotteiden ja lähiruuan kysyntä kasvaa. Toisaalta myös kiinnostus hyvälaatuisia ulkomaisia tuotteita kohtaan kasvaa.
- Itse kasvattaminen, puutarhaviljelmät, lisääntyvät.
- Ympäristö- ja terveystietoisuus lisääntyvät.
- Kauppa ohjaa kuluttajien ruokavalintoja tulevaisuudessa vähemmän.
- Kaupan omat merkit (private label) lisääntyvät.
- Keskiwertokuluttajalla on varaa ostaa laadukkaita elintarvikkeita. Kuitenkin huonossa suhdannetilanteessa hinta nousee merkittäväksi valintakriteeriksi.
- Asiakaskunta pirstaloituu entisestään elintarvikkeiden ostamisen ja kulutuksen osalta. Kuluttajilla on erilaisia ruokavaltioita.

Neljäntenä teemana oli tuotantorakenne. Haastateltavia pyydettiin arvioimaan, mitä muutoksia tapahtuu maatalojen tuotantorakenteessa seuraavan 10 vuoden aikana. Vastakkain asetettiin tuotantorakenteen ennallaan pysyminen ja tuotantorakenteen muuttuminen. Haastatteluista nousi esiin seuraavia asioita:

- Maidontuotanto säilyy Suomessa.
- Broilerinlihan tuotanto kasvaa, naudanlihan tuotanto pysyy ennallaan ja sianlihan tuotanto vähenee.
- Kotieläintuotanto keskittyy tietyille alueille pääosin peltoalan vuoksi.
- Osa-aikaviljelijöiden määrä kasvaa.
- Itse kasvattaminen, puutarhaviljelmät, lisääntyvät.

- Alkutuotantotilojen elinvoimaisena pysyminen vaatii uudenlaisia yritysmuotoja ja/tai yhteistyötä muiden tilojen kanssa, esim. yhteisyrietykset/osakeyhtiöt ja osuuskunnat.
- Energia tilojen päätuotantosuuntana lisääntyy.
- Maatilat tuottavat tulevaisuudessa entistä useammin oman energiankulutuksensa verran energiaa.
- Tilojen erikoistuminen, keskittyminen päätuotantosuuntaan, lisääntyy. Samalla ulkoistetaan joitakin tilojen toimintoja.

Viides teema käsitteli arvoketjuyhteistyötä. Haastateltavia pyydettiin arvioimaan, millä tavalla arvoketju muuttuu seuraavan 10 vuoden aikana ja mitä vaikutuksia mahdollisilla muutoksilla on. Haastatteluista nousi esiin seuraavia asioita:

- Elintarvikeketjun jäsenten välinen yhteistyö lisääntyy.
- Tuotantokeskeisyydestä siirrytään markkinointikeskeisyyteen (tuotteiden brändääminen).
- Työnjako ja tulonjako ketjussa muuttuvat.
- Elintarvikkeiden kuljetusmatka lyhenee (logistiikan uudelleen suunnittelu).
- Elintarviketeollisuuden logistinen yhteistyö lisääntyy.
- Kilpailulainsäädäntöä muutetaan tuottajien osalta, jolloin tuottajien välinen yhteistyö helpottuu ja lisääntyy.
- Teollisuuden ja alkutuotannon välinen suhde tiivistyy.
- Kaupan valta tuottajiin ja teollisuuteen nähden vähenee.
- Ketjuohjauksen merkitys lisääntyy.
- Yhteistyö lisää kustannustehokkuutta.

Viimeinen, kuudes, teema käsitteli kuluttajien ruokatrendeissä tapahtuvaa nopeaa muutosta. Haastateltavia pyydettiin arvioimaan, millä tavalla nopeat muutokset kuluttajien ruokatrendeissä vaikuttavat elintarvikeklusteriin seuraavan 10 vuoden aikana. Haastatteluista nousi esiin seuraavia asioita:

- Ruokakulttuuri kehittyä ja ruuan arvostus lisääntyy.
 - Ruokakulttuuri kansainvälistyy entisestään.
 - Ulkona syöminen lisääntyy mm. asumisen keskittymisen/kaupungistumisen ja elintason kasvamisen myötä.
 - Terveellisyys-, turvallisuus- ja ympäristötietoisuus kasvavat.
 - Ruuan itse valmistaminen kasvaa ja einesten ostaminen vähenee. Ruuan laittaminen on muodikasta.
 - Ravintolaruuan alkuperämerkintöjä vaaditaan tulevaisuudessa (lainsäädäntö ja/tai kuluttajavaatimukset).
 - Pienet elintarviketeollisuuden yritykset pystyvät nopeammin ja ketterämmin vastaamaan muutoksiin ruokatrendeissä.
-

- Pienten elintarviketeollisuuden yritysten erikoistuminen lisääntyy (niche-tuotteet) ja erikoistuminen on kannattavaa
- Erikoistuotteista tulee ns. normituotteita (vrt. laktoositon, gluteeniton).

3.2 Ryhmähaastattelut klusterin toimijoille

Elintarvikeketjun edustajien haastattelutavaksi valittiin ryhmähaastattelu. Tarkemmin sanottuna täsmäryhmähaastattelu, joka tunnetaan nimellä focus group (mm. Hirsijärvi & Hurme 2001). Focus Group (FG) -haastattelut ovat yleensä joko "full groups" tai "mini groups" -tyyppisiä. Nämä eroavat toisistaan vain osallistujien määrässä. Full group -haastatteluissa on 8–10 osallistujaa ja Mini group -haastattelussa osallistujia on 4–6. Kumpi näistä valitaan, riippuu esimerkiksi käytettävissä olevasta ajasta. Full group -haastatteluun pitää varata aikaa neljä tuntia, jotta kaikki osallistujat varmasti pääsevät ääneen. Myös haastattelun teemojen määrä vaikuttaa siihen kumpi tyyppi valitaan. Jos teemoja on enemmän kuin viisi, kannattaa valita "full group" -haastattelu.

Ryhmän kokoonpano ei liity siihen, kumpi tyyppi valitaan, mutta kokoonpanoonkin pitää kiinnittää huomiota. Osallistujien pitää voida vapaasti ilmaista mielipiteensä, joten suoria kilpailijoita ei tulisi ottaa samaan haastatteluun. Myöskään sellaisia toimijoita, joissa jollakin on vahva vaikutusvalta toisiin, ei tulisi haastatella samassa ryhmässä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi päähankkija – alihankkija suhteet. Tällöin voidaan erehtyä pitämään päähankkijan edustajan ajatuksia tai ideoita koko ryhmän ajatuksina.

Tavoitteena FG -haastattelussa on muodostaa ryhmän yhteinen käsitys klusterin tulevaisuuteen liittyvistä väittämistä, ei vain yksittäisen ryhmän jäsenen käsityksiä. Edellä mainituista syistä FG -haastatteluja tulisikin järjestää 2–4, jotta mahdollisimman kattava joukko avaintoimijoita olisi vaikuttamassa lopputulokseen. Joskus jo pelkkä klusterin avaintoimijoiden heterogeenisuus voi vaikuttaa siihen, minkälaisia FG -haastattelujen kokoonpanot ovat. Liian heterogeeninen ryhmä ei kenties kykene tuottamaan yhteistä näkemystä tulevaisuudesta, vaan keskustelu jää yleiselle tasolle ilman aitoja kannanottoja väittämiin. Toisaalta liian homogeeninen ryhmä ei kenties kykene tuottamaan uusia ajatuksia, vaan keskustelu kiertyy liiaksi nykytilanteeseen.

FG -työskentelyssä on ryhmän ohjaajalla l. moderaattorilla tärkeä rooli. Hän on keskustelun ohjaaja. Hän esittää haastattelun väittämät järjestyksessä ryhmälle, joka keskustelee vapaasti väittämistä kuitenkin noudattaen keskustelurungon jaottelua. Moderaattori huolehtii keskustelun pysymisestä sovituisissa teemoissa. Hän

voi myös rohkaista hiljaisempia osanottajia osallistumaan ja käynnistää sammuneen keskustelun sopivan kehoituksen avulla olematta kuitenkaan niin johdatteleva, että keskustelijat kuvittelisivat hänen odottavan jotakin tiettyä vastausta. Moderaattori ei siis toimi puheenjohtajana siinä mielessä, että hän jakaisi puheenvuoroja tai itse osallistuisi keskusteluun.

FG -haastattelussa tulee olla myös sihteeri. Haastattelun onnistumisen kannalta tarvitaan vähintään kaksi sihteerä. Myös sihteerien tulee olla hyvin perehdytettyjä omaan rooliinsa. Sihteerit eivät osallistu keskusteluun, vaan huolehtivat keskustelun kirjaamisesta FG -työskentelyä varten laadittuun keskustelurunkoon. Toinen sihteeristä toimii yleissihteerinä kirjaten omiin muistiinpanoihinsa haastateltavien puheenvuoroja ja samalla havainnoi yleisiä huomioita keskustelun kulusta, osallistujien aktiivisuudesta sekä siitä, dominoiko joku osallistuja keskustelua. Näillä saattaa olla vaikutusta siihen, miten haastattelujen tuloksiin tulee suhtautua. Jos jossakin ryhmässä joku dominoi, voidaan tuloksia verrata muiden ryhmien tuotoksiin ja tehdä arvioita siitä, missä määrin tämän yksittäisen haastattelun tulokset ovat relevantteja klusteritason määrittelyyn.

Toinen sihteeri kirjaa tiivistettyjä asioita haastattelujen puheenvuoroista valmiiksi laadittuun haastattelurunkoon sekä huolehtii myös FG -haastattelun tiivistelmän laatimisesta haastattelun yhteenvetokeskustelun aikana. Yhteenvetokeskustelu käydään siten, että täytetty haastattelurunko on haastateltavien näkyvillä ja jokaisen väittämän kohdalla tulisi päästä ryhmän yhteiseen näkemykseen ko. väittämän vaikutuksista niistä tehtävistä, joita klusterissa on 10 vuoden kuluttua, toimijoista, jotka näitä tehtäviä suorittavat sekä näiden toimijoiden roolista klusterissa.

Lisäksi haastattelut tulisi tallentaa (suositeltavaa), jotta niihin voidaan palata vielä prosessin myöhemmissä vaiheissa esimerkiksi, jos halutaan tarkentaa jonkun yksittäisen haastattelun esiin nostaman seikan, jota voitaisiin pitää heikkona signaalina jostain tulevaisuuden muutoksesta, mutta jota ryhmä ei yhteisesti pitänyt merkittävänä.

FG -haastattelun lopuksi pyydetään osallistujilta palautetta tilaisuudesta. Sihteeri kirjaa palautteet ylös seuraavia tilaisuuksia varten.

3.2.1 Ryhmähaastattelu kaupan ja teollisuuden edustajille

Ensimmäiseen ryhmäkeskusteluun osallistui kaupan ja elintarviketeollisuuden edustajia. Ryhmäkeskustelun pohjana toimi kuusi väittämää, jotka muodostuivat teema-haastatteluiden analysoinnin pohjalta. Ryhmäkeskusteluun osallistuneet pohivat eri väittämien osalta, mitä vaikutuksia väittämissä esiin nostetuilla teemoilla

on elintarvikeklusterin tuotteisiin ja palveluihin, toimijoihin ja toimijoiden rooleihin. Ryhmähaastattelu nauhoitettiin ja analysoitiin.

Ensimmäinen väittämä liittyy kuluttajakentän pirstaloitumiseen ja ympäristö- ja terveystietoisuuden lisääntymiseen. Ryhmäkeskusteluun osallistuneiden mukaan vuoteen 2023 mennessä tuotteiden ja palveluiden sekä toimijoiden osalta tapahtuu seuraavaa:

- Tuotteiden lukumäärä lisääntyy.
- Sesonkituotteet, lyhyen aikaa tarjolla olevat tuotteet, yleistyvät.
- Lähiruuan ja luomutuotteiden kysyntä kasvaa.
- On tiedettävä, miten kuluttajat arvioivat tuotteiden ympäristötietoisuutta.
- Nykyisten nuorten tulevaisuuden tuotteiden valintakriteerit ovat arvoitus.
- Take away -tuotteiden kysyntä kasvaa.
- Kuluttajat päättävät, mikä tuote menestyy. Näin ollen kuluttajan lähellä oleminen, tietoisuus kuluttajien näkemyksistä on tärkeää. Elintarvikeklusterin toimijoiden tulee seurata myös sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa keskustelua.
- Myös suurkeittiöiden tuotteiden valintakriteerien tunteminen on tärkeää.
- Kuluttajien tietoisuus tuotteista lisääntyy sosiaalisen median kautta.
- Ruokatrendit ja kuluttajien tuotteiden valintakriteerit muuttuvat nopeasti. Näin ollen tarvitaan tuotekehitystä.
- Tuotteiden ja palveluiden tuottajien kenttä on moninainen. Kaikenkokoisilla toimijoilla on mahdollisuus menestyä tulevaisuudessa, jos yritykset löytävät oman toimintakenttänsä.
- Alkutuotannon toimijoiden on valittava, onko tuotanto luomutuotantoa vai ns. tavanomaista tuotantoa. Tulevaisuudessakin on kysyntää sekä tavallisille että luomuelintarvikkeille.
- Alkutuotantoyksiköiden kasvu jatkuu.
- Elintarvikeklusterin eri toimijat pysyvät tulevaisuudessakin omissa rooleissaan (tuottaja, jalostaja/valmistaja, kauppa). Tietyntyyppiset yritykset voivat kuitenkin ketjuuntua (alkutuotannosta kauppaan).
- Pienten tuottajien välinen yhteistyö tuotteiden myynnin suhteen, väljät yhteenliittymät, ovat toivottavia kaupan näkökulmista.
- Isot toimijat eivät voi lähteä kaikkiin trendeihin mukaan.
- Ketjuohjaus lisääntyy.

Toisen väittämän mukaan lähiruokaa ja luomua arvostetaan, mutta samalla kotimaisuuden merkitys vähenee. Ruokaa tuotetaan (myös raaka-aineena) yhä enemmän ulkomailta. Isot vievät massaa, mutta pienet voivat menestyä vain erikoistuotteilla. Ryhmäkeskusteluun osallistuneiden mukaan vuoteen 2023 mennessä tuotteiden ja palveluiden sekä toimijoiden osalta tapahtuu seuraavaa:

- Kotimaisuus on tärkeä valintakriteeri eteläpohjalaisilla kuluttajilla, mutta ei muualla Suomessa.
- Toisissa tuoteryhmissä voidaan arvostaa kotimaisuutta (tärkeä valintakriteeri) ja toisissa tuoteryhmissä jokin muu kriteeri (esim. tunnettu ulkomainen brändi) ratkaisee valinnan. Makutottumukset ovat kuitenkin kansallisia.
- Pitäisi määritellä ja tietää, mitkä ovat lähiruuan kriteerit eri tuoteryhmissä (esim. liha vs. leipä). Joillekin kuluttajille tai/ja joissakin tuoteryhmissä kotimaisuus tarkoittaa lähiruokaa.
- Arkiruuan ja viikonloppu- tai juhlaruuan valintakriteerit ja ostopaikat voivat olla erilaiset.
- Myös raaka-aineita tuodaan yhä enemmän ulkomailta. Kotimaisissa olosuhteissa raaka-aineiden tuotanto on kallista. Kotimaisella tuotannolla on kuitenkin myös imagollista merkitystä.
- Raaka-aineet ovat kansainvälisiä ja jalosteet kansallisia.
- Nykyään ja tulevaisuudessa ei kannata puhua ylituotannosta, sillä markkina-alue on laajentunut globaaliksi. Esim. kaikkien viljalajien tuotannolle löytyy kysyntää joko Suomesta tai maailmalta.
- Tuotantosuunnan vaihtaminen kysynnän tai hintatason mukaan lihapuoella on hankalaa ja vaikka se kasviviljelyssä olisi helpompaa, vuosittainen tuotantosuunnan vaihtaminen on lyhytnäköistä.
- Erikoistuotteiden vienti on mahdollisuus. Erityisesti laajenevat itämarkkinat nähdään tulevaisuuden mahdollisuutena.
- Elintarviketuotteiden vienti mahdollista vain isoimmille toimijoille, sillä pienten yritysten resurssit eivät välttämättä riitä verkostoitumallakaan (vientii vaatii volyyymiä ja jatkuvaa toimituskykyä).

Kolmannen väittämän mukaan kotimainen alkutuotanto ei kykene alentamaan kustannuksia, eikä markkinahinta riitä kattamaan niitä. Suuret tilat ovat vaikeuksissa, keskisuuret katoavat kokonaan, pienet perheviljelmät ja omat puutarhaviljelmät lisääntyvät.

- Kustannusten alentaminen ei ole helppoa, mutta uudenlaiset toimintatavat voivat laskea yksikkökustannuksia. Yksikkökustannusten lasku edellyttää esim. satotason nostoa tai/ja tuotantoyksiköiden kasvua.
 - Kasvukausi on pidentynyt ja pitenee. Tähän on ainakin osittain syynä ilmaston lämpeneminen.
 - Kotimainen alkutuotanto ei tule katoamaan. Kasvinviljely on kaiken perusta, mutta myös kotieläintuotanto jatkuu. Suomalaisen ruokinta perustuu pääosin kotimaiseen alkutuotantoon.
 - Päätoimisten tuottajien pitää tulevaisuudessakin olla suuria. Palataanko historiasta tuttuihin kantatiloihin (sulkeutuuko ympyrä)?
 - Pieniä tiloja voivat ylläpitää osa-aikaiset viljelijät. Tähän vaikuttavat kannustavasti EU-tuet tällä hetkellä ja näyttää siltä, ettei muutoksia tukiin ole tulossa kymmenen vuoden sisällä.
-

- Puutarha- ja parvekeviljelmät lisääntyvät (lähiruuan yksi muoto).
- Elävä maaseutu tarvitsee sekä isoja että pieniä tuottajia.
- Pienet alkutuottajien tulisi tehdä yhteistyötä mm. yhteisten investointien osalta.

Neljännän väittämän mukaan kaupungistuminen jatkuu, mutta edelleen Suomi on pitkien välimatkojen ja harvaan asuttu maa. Energian hinta nousee ja lisää kuljetuskustannuksia, mutta energiatuotannosta voi tulla joillekin päätuotantosuunta ja se lisää selviytymismahdollisuuksia.

- Kaupungistuminen ja keskittyminen tulevat jatkumaan.
- Energian hintavaihtelut ovat arvoituksellisia, mutta todennäköisesti energian hinta pitkällä tähtäimellä nousee (vaikka välillä hinta onkin laskenut).
- Energiaa voidaan tuottaa oljista ja puusta (tai kaikesta muustakin ruoaksi kelpaamattomasta), mutta peltoala käytetään myös tulevaisuudessa ruuantuotantoon. Logistiikkakustannukset ovat ratkaisevia. Energiantuotanto on monille tiloille jo nyt päätuotantosuunta, esim. hake- ja klapituotanto.
- Tulevaisuudessa elintarvikealalla pienet toimijat voivat yhä enemmän tehdä isommille yrityksille komponentteja alihankintana (esim. pienet ja isot elintarvikeyritykset), vrt. metalliteollisuus. Haasteena on sopivien kumppaneiden löytyminen ja molemminpuolisen hyödyn määrittäminen.

Viidennen väittämän mukaan yhteistyöllä tuotantoa suurentamalla lisätään työnjaon kautta jaksamista ja riskin jakamista, mutta tuotantokustannuksiin sillä ei ole vaikutusta.

- Yhteistyöllä on merkitystä tuotantokustannuksiin ja myös markkinointikustannuksiin.
- Pientuottajien oma tuotteiden jakelu (myymäläauto) ja esim. markkinointiyhteistyö.
- Pienen toimijan oma spesiaaliala ja vahva osaaminen mahdollistavat yhteistyön ison toimijan kanssa.

Kuudennen väittämän mukaan elintarvikeklusteri nojaa duopoleihin nyt ja tulevaisuudessa, koska lainsäädäntö tukee sitä.

- Kilpailu johtaa duopoleihin, eikä niinkään lainsäädännölliset toimitoimenpiteet. Kilpailulainsäädäntö pikemminkin estää jonkun yrityksen pääsemästä määräävään markkina-asemaan.
- Yrityskaupat johtavat kilpailijoiden vähenemiseen.
- Yhteistyön avulla pienet toimijat voivat menestyä. Yksittäinenkin pieni toimija voi menestyä, jos tuote on hyvä.

Lopuksi ryhmäkeskusteluun osallistuneet totesivat, että elintarvikeklusteri näyttää kymmenen vuoden päästä suurin piirtein samalta kuin nykyään. Alkutuotannossa kuitenkin tapahtuu rakennekehitystä: mm. tilojen keskikoko on kasvanut ja kotieläintuotannossa yksikkökoko on kasvanut. Elintarviketeollisuuden osalta, mm. omistuksen suhteen, voi tapahtua kansainvälistymistä. Suomessa tuotetaan edelleen viljaa ja kotieläintuotanto jatkuu, alkutuotanto on edelleen monimuotoista. Erikokoisia toimijoita on tulevaisuudessakin. Kaupan puolella myös pienemmillä toimijoilla on mahdollisuuksia toimia. Venäjät markkinat ovat mahdollisuus suomalaisen elintarviketuotannon viennin osalta, mutta toisaalta Venäjälle oma elintarviketuotanto ja tuotannon vienti on tärkeää.

Analyysoinnin perusteella laadittiin oheinen esitys (Kuvio 6) elintarvikeklusterin tulevaisuuden muutoksista erityisesti alkutuotannon näkökulmasta.



Kuvio 6. Alkutuotanto suhteessa elintarvikeklusterin muutoksiin.

Pehkosen (2008) mukaan ruuan tuotanto tapahtuu vielä tulevaisuudessakin perinteisin menetelmin, laboratorioissa tuotettu ruoka ei vielä lähitulevaisuudessa näytä olevan varteen otettava vaihtoehto. Hänen mukaansa yhä pienempi osa väestöstä tuottaa ruuan. Pääosa ruoasta tulee suurilta tiloilta, minkä lisäksi on suuri joukko harrastetyyppisiä tiloja, mutta niiden osuus tuotannosta on pieni. Tältä osin Pehkosen ajatukset poikkeavat elintarvikeklusterin ennakoituista muutoksista. Ennakoinnin perusteella on oletettavissa, että vaikka isoja tiloja on, myös muun kokoisilla tiloilla on mahdollisuudet menestymiseen. Päätoimisten suurtiloja viljelevien ohella on myös runsaasti sivutoimisia pienviljelijöitä.

Pehkosen (2008) tulevaisuuskuva perustuu tulevaisuustutkimuksesta kiinnostuneiden henkilöiden arvioihin. Heidän arvionsa ja tässä tarkastelussa saadut tulokset ovat yhtä mieltä siitä, että yritysmäisyys korostuu maataloudessa. Alkutuotannon yritysten yhteistyö lisääntyy ja maatalous tuottaa yhä enemmän myös ns. non-foodia. Muualle kuin ruokatuotantoon menevän tuotannon ohella tarjotaan myös palveluita, vaikkapa myymäläautojen tai tiedonvälityksen muodossa. Pelkonen (2008) tunnustaa pellolla tuotettavan biomassan mahdollisuuden energiantuotannossa, mutta ei katso sen olevan ratkaisu liikenteen tai maapallon energiaongelmiin. Bioenergia voi olla paikallinen osaratkaisu. Kuvion 4 esittämässä ennakoinnin tuloksissa bioenergia ei nouse esiin. Enemmän keskitytään ympäristötietoiseen viljelyyn ja kuluttamiseen, joka voi merkitä luomua tai lähiruokaa. Energia nousee esiin keskustelussa vain niin, että tilat tuottavat tarvitsemansa energian itse.

Ympäristökysymykset ja viljelijän kyky kommunikoida toiminnastaan ketjussa eteenpäin nousevat olennaisiksi. Halu lähiruokaan näyttäytyy myös puutarhaviljelyn suosiona. Nämä piirteet ovat vahvasti tekemisissä Pehkosen (2008) huomion kanssa, jonka mukaan yhä pienempi osa väestöstä ymmärtää maatalouden perusolemuksen. Sen lisäksi pienillä ääriryhmillä on hyvin poikkeavat käsitykset maataloudesta. Viljelijän kyky viestittää toiminnastaan voi nousta hyvin tärkeäksi tekijäksi, etenkin maataloutta tuntemattomille.

3.2.2 Ryhmähaastattelu alkutuottajille

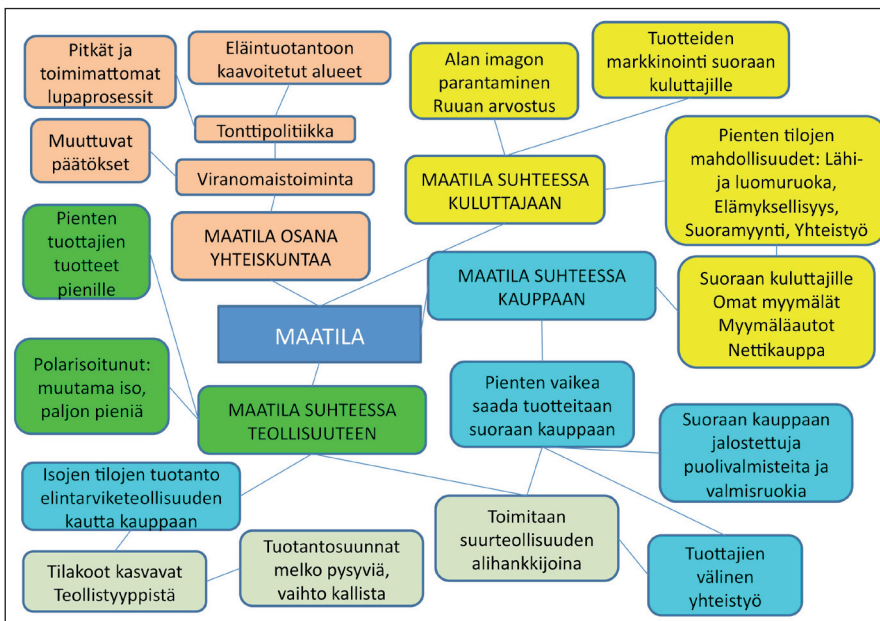
Elintarvikeklusterin ryhmähaastattelun perusteella laadittu kuvio (Kuvio 6) toimi pohjana, kun alkutuottajien edustajat pohtivat elintarviketuotannon tulevaisuutta. Ryhmähaastatteluun osallistui viisi alkutuottajaa Etelä-Pohjanmaan alueelta.

Alkutuottajat nostivat esiin viranomaisten vaikutuksen heidän toimintaansa. Viranomaiset nähtiin alan kehityksen jarruttajina, muuttuvien päätösten tekijöinä, pitkien ja toimimattomien lupaprosessien aikaansaajina. Lisäksi esiin nousi tonttipolitiikka ja erityisesti parhaiden viljelyalueiden muuttaminen asutuskeskuksiksi. Toisaalta positiivisena asiana nostettiin esiin kotieläintuotantoon kaavoitetut alueet ja tulevaisuudenkin osalta toivottiin, että alkutuotantoyksiköt voitaisiin kaavoittaa samalle alueelle (vrt. teollisuusalueet).

Alkutuottajat pohtivat myös isojen ja pienten tuottajien tulevaisuutta 10 vuoden aikajänteellä. Haastateltavien mukaan maataloustuotannon tuotantosuunnat ovat melko pysyviä, sillä tuotantosuunnan vaihtaminen vaatii isoja investointeja. Heidän mukaansa tilakoot ovat tulevaisuudessa isoja ja suurenevat nykypäivästä. Isot tuottajat tulevat edelleen tehostamaan toimintaansa ja toiminta muuttuu entistä enemmän teollistyyppiseksi. Pienten tuottajien tulevaisuuden osalta alkutuottajat nostivat esiin lähiruuan tuottamisen ja suoramyynnin, joihin haastateltavien mielestä

liitty elämyksellisyyss. Haastateltavien mukaan byrokratia vaikeuttaa suoramyyntin lisääntymistä. Pienten tuottajien mahdollisuutena on haastateltavien mukaan yhteistyö/verkostoituminen toisten pienten tuottajien kanssa esim. markkinoinnin osalta. Verkostoitumalla voidaan myös lisätä neuvotteluvoimaa, sillä haastateltavien mukaan pieni tuottaja on yksinään kaupan valintojen armoilla. Esiin nousi myös sivutoimiyrittäjyys ja haastateltavat pohtivat alkutuotantoon liittyvän sivutoimiyrittäjyyden tulevaisuutta. Heidän mukaansa mm. konekannan vanheneminen ja nuoremman sukupolven vähäinen mukanaolo maatalouden töissä saattaa vähentää sivutoimiyrittäjyyttä. Haastateltavat nostivat esiin metsän merkityksen maatalousyrittäjille. Tuloksia on koottu yhteen kuviossa 7.

Alkutuottajien haastatteluissa nousi esiin myös markkinointityön tarve, niin yksittäisten tuottajien osalta kuin koko alan osalta. Haastateltavien mielestä maataloustuotannon profiilia pitäisi nostaa esim. GreenCaren avulla ja (oman maan) ruuan arvostusta ja arvoa pitäisi nostaa. GreenCare:lla tarkoitetaan luonto-, eläin-, ja maatalu-avusteisten menetelmien käyttöä hyvinvointi- ja terveystaloudissa. Ruuan arvostuksen ja arvon nousun myötä tuotteista oltaisiin haastateltavien mukaan valmiina maksamaan enemmän. Tuotteita pitäisi haastateltavien mukaan markkinoida suoraan kuluttajille. Luomuruuan osalta haastateltavat pohtivat, onko kuluttaja valmis ostamaan luomutuotteita kalliimmalla hinnalla kuin ns. tavallisia tuotteita. Asenteet luomuruokaa kohtaan ovat myönteisiä, mutta myönteinen asenne ei välttämättä johda ostamiseen. Joka tapauksessa myös tavallista ruokaa tarvitaan, jotta ruokaa riittäisi kaikille.



Kuvio 7. Maatilojen tulevaisuus.

4 MAATILARAKENTAMISEN TULEVAISUUS

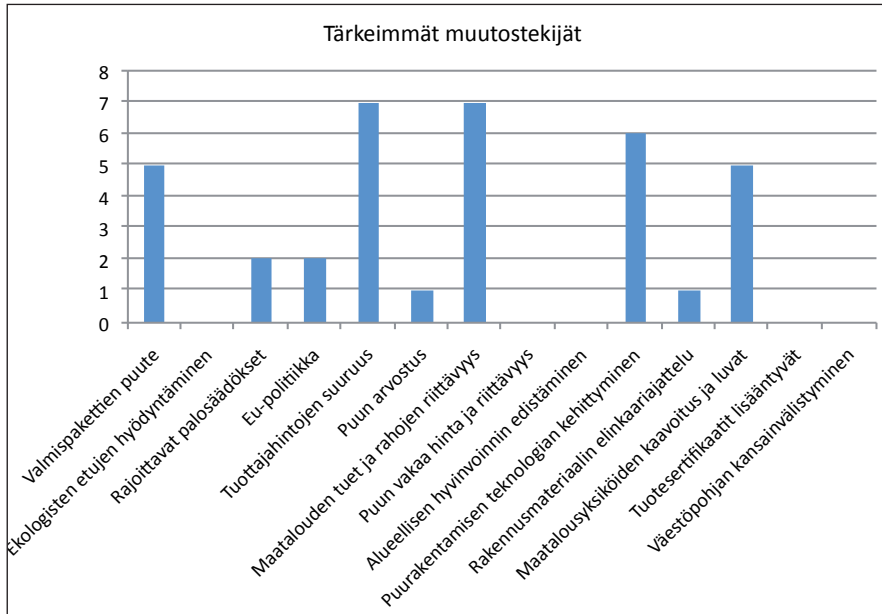
Marraskuulla 2013 kerättiin maatilarakentamiseen liittyviä toimijoita työpajaan. Työpaja suunniteltiin siten, että maatilarakentamisen tulevaisuutta pohdittaisiin monista näkökulmista ja jokaisella osallistujalla olisi tasapuolinen mahdollisuus saada äänensä kuuluviin. Osallistujina työpajassa oli kaksi alkutuottajaa, kaksi rakennusalan edustajaa ja kaksi julkisen toimijan edustajaa. Näin saatiin rakentamisen tulevaisuutta valotettua monista erilaisista näkökulmista. Seuraavassa kuvataan työpajan kulku ja prosessin tulokset.

Lyhyen alustuksen jälkeen osanottajat saivat ensimmäisen tehtävän, joka oli PESTEL-analyysin laatiminen maatilarakentamisesta. Osanottajat saivat PESTEL-analyysin rungon ja täyttivät siihen jokainen itsenäisesti maatilojen puurakentamisen näkökulmasta tärkeinä pitämiään tekijöitä.

Työpajan toisessa vaiheessa osanottajista muodostettiin kolme paria. Jokainen pari valitsi uuteen PESTEL-taulukkoon yhteisesti tärkeimmiksi katsomansa tekijät. Tässä osuudessa heräteltiin jo keskustelua ja ajatuksia eri näkökulmista. Parien valitsemista asioista koottiin yhteisesti lista muutostekijöistä (Taulukko 3 ja Kuvio 8). Osallistajat antoivat listan muutostekijöille pisteitä (tärkeimmälle 3, toiseksi tärkeimmälle 2 ja kolmanneksi tärkeimmälle 1 pisteen). Eniten pisteitä saaneet asiat on kursivoitu.

Taulukko 3. Muutostekijöiden saamat pisteet.

Muutostekijä	Pisteitys
<i>Valmispakettien puute</i>	5
Ekologisten etujen hyödyntäminen	0
Rajoittavat palosäädökset	2
Eu-politiikka	2
<i>Tuottajahintojen suuruus</i>	7
Puun arvostus	1
<i>Maatalouden tuet ja rahojen riittävyys</i>	7
Puun vakaa hinta ja riittävyys	0
Alueellisen hyvinvoinnin edistäminen	0
<i>Puurakentamisen teknologian kehittyminen</i>	6
Rakennusmateriaalin elinkaariajattelu	1
<i>Maatalousyksiköiden kaavoitus ja luvat</i>	5
Tuotesertifikaatit lisääntyvät	0
Väestöpohjan kansainvälistyminen	0



Kuvio 8. Graafinen esitys tärkeimmistä muutostekijöistä.

Keskustelu muutostekijöistä sisälsi mielenkiintoisia huomioita myös yleisemmästä tilanteesta. Maailmanlaajuisessa tarkastelussa kiinalaiset erottautuvat expansiivisella viljelypolitiikallaan. Kiinalaisomisteisia tiloja löytyy jo niin Australiasta, Afrikasta kuin Etelä-Amerikastakin. Heidän tilansa on teknologian avulla hiottu aivan huippuun (esim. tilalaboratoriot tarkkailevat maaperän ravinteita). He onnistuvat jotakuinkin tuplaamaan sadon paikallisiin viljelijöihin nähden. Tuottavuus saadaan hiottua huippuun käyttämällä suuri määrä tuotantopanoksia. Tilojen tuotanto vie-dään takaisin Kiinan markkinoille.

Lopuksi osallistujille jaettiin mindmap-kuva maatilojen tulevaisuudesta (ks. kuvio 7). Työpajan vetäjä esitteli kuvion sisältämää tietoa ja osallistujien tuli yhdistää kuvion sisältämää informaatiota edellä käytyyn keskusteluun rakentamisesta maataloilla. Seuraavaan on koottuna osallistujien kommentteja.

Tuottajahinnat sekä tuki ja rahojen riittävyys ovat toisaalta lähellä toisiaan, mutta silti eri asioita. Tuottajahinnassa voi olla tukea, mutta sitä saa myös mm. rakentamiseen. Toisaalta juuri investointitukien riittävyys ei ole itsestään selvää. Näin ollen nämä kaksi näkökulmaa ovat merkittäviä maatalouden tulevaisuuden kannalta.

Puurakentamisessa on paljon positiivisia näkökulmia. Puurakentaminen voi tarjota työtä useassa vaiheessa puun ketjussa metsästä rakennukseen. Työtä tulee näissä vaiheissa etenkin syrjäseuduille, sillä tuotantolaitokset ovat harvoin taajamassa. Puurakentamisen tekniikkaan on viime vuosina panostettu, joten se tulee kehit-

tymään ja kuromaan kiinni betonirakentamisen etumatkaa. Etenkin, koska rakennusmateriaalin elinkaariajattelun odotetaan vahvistuvan. Yhä enemmän tullaan kiinnittämään huomiota siihen, mitä kustannuksia tulee rakentamisen ja käytön aikana sekä mikä on purettavan rakennuksen ja siitä tulevien purkumateriaalien loppusijoituspaikka.

Puurakentamiseen liittyy edelleen tekijöitä, jotka tulee pystyä ratkaisemaan. Teknologian avulla saadaan entistä laadukkaampia prosesseja tehokkaammin, jolloin puun kilpailukyky paranee. Palosäädökset ovat yksi tekijä, jotka usein koetaan rajoittaviksi tekijöiksi. Palosäädösten noudattaminen lisää kustannuksia, mutta silti puu voi olla kilpailukykyinen. Tuotesertifikaatteja tullaan edellyttämään enemmän. Hyvää niissä on se, että rakentajat ja materiaalien valmistajat ovat tasaisesti samalla viivalla ja laatu on luotettavan tasaista. Sertifiointin huonona puolena on esimerkiksi se, että ne hankaloittavat omasta metsästä hankitun puun käyttämistä rakentamisessa.

Valmiit isot kokonaisuudet rakentamisessa auttavat kustannusten hallinnassa. Pakettikokonaisuudesta hinta on tiedossa etukäteen ja se helpottaa huomattavasti tarjouslaskentaa ym. Siitä on etua kaikille: rakennuttajalle, rakentajalle ja osatoimittajille. Etenkin aikataulutusta helpottuu, kun ei tarvitse odotella eri osien urakoiteja tai toimituksia. Kokonaispaketissa tarvikkeet ovat paikalla oikeaan aikaan. Rakennuttajien kokemus on, että paketin osuus toimii hyvin. Hankaluudet alkavat kun tulee aika viimeistellä lähes valmis rakennus (sähkö, putki, betonin tasoitus ym.). Tekijät tulevat eri paikoista, jolloin eri vaiheiden aikataulutukset hankaloituivat. Kuitenkin vaiheet ovat usein sellaisia, että yksi on satava päätökseen ennen kuin toista voi aloittaa.

Paketteihin kuuluvat kiinteästi myös erilaiset komponentit ja elementit, joiden rakentaminen mahdollisimman pitkälle tehdasolosuhteissa on saanut hyvää palautetta. Tehtaassa ympäristöolosuhteet eivät pääse vaikuttamaan rakentamiseen yhtä paljon kuin paikan päällä ulkona rakennettaessa. Esimerkiksi eristeet eivät kastu sateesta. Myös rakennusvirheet vähenevät teollisessa rakentamisessa verrattuna paikalla "pitkästä tavarasta" tehtyyn. Elementtejä on tähän mennessä testattu etenkin kerrostalorakentamisessa ja se on toiminut hyvin. Miksei se toimisi myös maalarakentamisesta.

Moduulirakentaminen on jo käytännöllisesti katsottuna käytössä ja toimivaa. Kertainvestointi pysyy siedettävänä, jos voidaan rakentaa vähitellen lisää. Nyt säädöksissä vaaditaan jo laajennusvaran huomioiminen, kun uutta rakennetaan ja asemapiirroksissa näkyy minne seuraava osa rakennetaan. Betonielementit kootaan kuin lego palikat - puurakentamisella ei ole vastaavaa tuotetta.

Seuraavissa taulukoissa [Taulukko 4-8] on koottuna osanottajien näkemyksiä tärkeimmistä muutostekijöistä. Näkemyksiä pohdittiin sekä mahdollisuuksien että uhkien kannalta, pääpainon ollessa kuitenkin mahdollisuuksien pohdinnassa.

Taulukko 4. Valmispakettien puutteen mahdollisuudet ja uhat maatalojen puurakentamisessa.

<i>Valmispakettien puute</i>	
mahdollisuudet	uhat
<ul style="list-style-type: none"> • valmispaketeilla helppoutta rakennuttajalle, ne tarjoavat mahdollisuuksia, jos hinta on järkevä • valmispaketti puurakentamisesta lisäisi kysyntää kauttaaltaan. Kilpailijoilta paketteja löytyy ja sitä kautta heillä on kilpailuetu. • paketin rakentamien vastaavaksi kuin betoni- ja teräspuolella • rakentamisen ongelmana on ollut rakennustarvikkeiden kasaaminen eri paikoista, paketti poistaisi tämän • valmispaketit auttavat yrittäjää kustannusten hallinnassa ja aikataulutuksessa (prosessin hallinta). • paketti suunniteltava yhteensopivaksi tulevien tarpeiden kanssa • valmis paketti vs. tuoteosakauppa -> kilpailukyky • kehittyä myös muille (maatalouden ulkopuolisille) rakentajille, monipuolisuus • jonkun on koottava rakennuspaketti • vaatii asennemuutosta – ennen kaikki tehty itse, nyt ei aikaa eikä ammattitaitoa • viljelijä voi osallistua, mutta ei vastuussa rakentamisesta: Paketin kokoajat erikseen (esim. joku rakennusliike). 	<ul style="list-style-type: none"> • puute pitäisi saada poistettua muuten muut ajaa helposti ohi • raha ratkaisee – mitä jos paketti ei olekaan hinnaltaan kilpailukykyinen tai toimiva • verkostoitumista puuttuu, jokainen pieni toimija tekee omaansa • tuontipaketit (Puolasta, Virosta) tekevät kilpailusta kovaa: yleistyvätkö? • kuinka osoitetaan suomalaisen paremmuus? • jos ulkomailta tulee kriteerit täyttävät systeemit, siihen on kotimaassa pystyttävä vastaamaan • aina ei ole kaikki ollut kunnossa ulkomaisissa tarjouksissa/tuotteissa, kun ne asiat saadaan kuntoon, on kilpailukyky hyvä • pääsuunnittelijat ja muut saattavat olla asenteellisia. Rakennusvalvojilla voi olla eri vastauksia. • toteutetaanko rakennusaikana niin kuin pitää? • Tuleeko liimapuu Virosta ja sahatavara Venäjältä? Vai saadaanko kotimaasta?

Taulukko 5. Tuottajahintojen mahdollisuudet ja uhat maatilojen puurakentamisessa.

<i>Tuottajahintojen suuruus</i>	
mahdollisuudet	uhat
<ul style="list-style-type: none"> • tuottajahintojen on pakko pysyä mukana (maailmanmarkkinat) • yksikkökojojen on pakko kasvaa, mikä kasvattaa kysyntää rakennusten toimittajien suunnassa • vaikea vaikuttaa, mutta määräävät pitkälle rakennetaanko, nousu heijastuu rakentamiseen ja investointeihin 	<ul style="list-style-type: none"> • poliittiset tekijät, mm. USA:n hallitus voi vaikuttaa maailmanmarkkinahintojen kautta myös Suomalaisen viljelijän tilanteeseen • ei nouse suhteessa kustannuksiin • kun alhainen, vähän investointeja • oleellinen tekijä – sikaloita ei rakenneta nyt kun tuottajahinnat ovat alhaalla • harmillista se, että näyttävät laskusuuntaisilta

Taulukko 6. Maatalouden tukien ja rahojen riittävyyden mahdollisuudet ja uhat maatilojen puurakentamisessa.

<i>Maatalouden tuet ja rahojen riittävyys</i>	
mahdollisuudet	uhat
<ul style="list-style-type: none"> • raha ratkaisee rakennetaanko • mitä muita rahoitusvaihtoehtoja löydettävissä rakentamiseen? • voisiko joku taho tukea rakentamista, sillä se on satsaus tulevaisuuteen • jos ei saa tukia, ei kannata rakentaa • rakentaminen olisi saatava kannattavaksi, ei vain työn takia • tuet riittää • pienemmille hankkeille tehtäisiin helpommaksi, esim. könttäavustuksia (konehallit ym.) vähennettäisi hakukynnystä 	<ul style="list-style-type: none"> • tuet ei riitä • hakuprosessi liian vaikea • tukitasojen suuruus; jos tuet ovat pieniä ei rakenneta • EU- säädökset ja tukitasot, tukien lasku uhkaa rakentamista • rahojen riittävyys investointitukiin (esim. 40 milj haettu, rahaa 17 milj.)

Taulukko 7. Puurakentamisen teknologian kehittymisen mahdollisuudet ja uhat maatalojen puurakentamisessa.

<i>Puurakentamisen teknologian kehittyminen</i>	
mahdollisuudet	uhat
<ul style="list-style-type: none"> • puun olisi oltava helppo valinta • panostettava ja satsattava; • voitaisi tehokkaammin alkaa mm. toteuttamaan laadukkaita rakennuksia, parantaa sitä kautta puun kilpailukykyä • ei vain runkorakenne, vaan koko kenttä ja eri osien tehostaminen • sertifikaattien kautta kenttää käydään läpi mutta omaehtoista kehittämistä tarvitaan myös • tehokkaampaa ja edullisempaa rakentamista • Tietoisuus maatilarakentamisen volyyminä voisi lisätä kiinnostusta. Isoilla puutoimijoilla ei ehkä käsitystä maatilarakentamisen kokoluokasta – kuva että teollisuushallien puolella parempi bisnes • kiinnostus maatilarakentamista kohtaan • alan liitto otti uutena tietona sen, että maatilarakentaminen kuutiomääränä yhtä suurta kuin teollisuushallien rakentaminen • maatilarakentaminen on erityisosaamista • tärkeä, nopeuttaa työvaiheita ja aika on rahaa rakentamisessa • mitä pikemmin materiaalin valmistamisesta harjakaisiin niin se tuo kilpailukykyä • liimapuut, kertopuut, CLT¹ palvelevat lopulta myös maatilarakentamista: sieltä voi ammentaa ja hyödyntää • kilpailukyky nopeutuu, paranee, elementit ja nopeus 	<ul style="list-style-type: none"> • teräs- ja betonirakentamista kehitetty enemmän • ei pysytäkään mukana kehityksessä • suuren puuteollisuuden /isojen toimijoiden kiinnostus vähäinen, ei saa tarjouksia • pysyttävä muiden mukana, mielellään mentävä ohii • taloudellinen epävarmuus vähentää investointeja isomman teknologian kehittämiseen. Taantumassa aikaa olisi, mutta silloin puuttuu rahaa. • rahoitusta ei saa helpolla • suurille rakentajille ei niin kiinnostavaa, ei myönnetä, että se on erikoisosaamista, jota ei ole saatavilla

1 CLT= cross laminated timber. Kyseessä on massiivipuusta tehty rakennuslevy, jotka koostuvat ristikkäin liimatuista puulevykerroksista. Kerroksia voi olla 3, 5, 7 tai enemmän.

Taulukko 8. Kaavoituksen ja lupien mahdollisuudet ja uhat maatilojen puurakentamisessa.

<i>Maatalousyksiköiden kaavoitus ja luvat</i>	
mahdollisuudet	uhat
<ul style="list-style-type: none"> • luparajat määritelty noin 20 v sitten, vaativat päivitystä eli päättävätkö kunnat vai alueviranomaiset • ympäristöluvat kuntiin: kunnissa asiat sujuvat lupien ja muiden kanssa. Alueviranomaiset usein etäänntyneet käytännöstä tai eivät hallitse maatilarakentamista, heidän kanssaan vaikeata • kaavan pitäisi olla mahdollistava, "ei pitäisi tarvita takua" • eteenpäin vievä, ei poissulkeva • asuntorakentamista ei sallita lähelle tuotantolaitosta (jos tilan lähelle tulee talo, ei esim. sikala saa laajentumislupaa) • mahdollisuus kun maatalous huomioidaan siinä – suuryksiköiden paikat varataan rakennusteknisesti hyvillä paikoille, eli navetat kantaville paikoille • kaavoituksessa huomioitava maatalouden ja asutuksen alueet – suojaetäisyydet ym. huomioitava • merkinnät kaavoihin esim. tilapäisistä ympäristöhaitoista 	<ul style="list-style-type: none"> • maataloutta ei huomioida – jatketaan kuten nykyään • kaavoituksen hajanaisuus "postimerkkikaavat", ei jatkuvuutta • Kaavoitusoikeus kaupungilla, jolloin poikkeuslupia saatetaan välttää kaavoituksella – palveluksia(?). • rakennuskoot isoja, kunnan viranomaiset eivät voi myöntää lupia. • lupaprosessi säilyy nykyisellään, eikä lupien saamisen edistämiseen löydetä ratkaisuja. • mikään ei muutu kaavoituksessa • ympäristölupajärjestelmä ja byrokratia on uhka • jos kaavoituksessa ei huomioida maataloutta, laajentamismahdollisuuden menetetään. • lupia käsitelevät amatöörit: ei ymmärretä piirustuksia • halotaan liikaa hiuksia ja kysytään jopa samoja asioita uudelleen • luvan viivästyminen voi aiheuttaa ongelmia rahoitukseenkin • jarruja, yksikkökokojen kasvaessa ympäristölupien saaminen yhä vaikeampaa • tulkinta ja säädökset ympäristöluvuissa menneet hankaliksi • lupaprosesseihin kehitystä, se on valtaisa prosessi, voi kestä vuodenkin. Lupahallintoon lisää väkeä tekemään päätökset.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET MAATILARAKENTAMISEEN

Elintarvikeala ja ruuan tuotanto ovat hyvin perinteisiä aloja ja niillä on pitkä historia. Tämä näkyy tietynlaisena muutosjäykkyytenä. Vaikka asioita pyritään miettimään tulevaisuuden näkökulmasta, on joskus vaikeaa irrottaa ajattelua totutusta. Kuitenkin maailmassa on meneillään monia sellaisia muutoksia, jotka tulevat vaikuttamaan tähän klusteriin eri tavoin ja muuttamaan sitä useilla sellaisilla tavoilla, jotka eivät vastaa tällä hetkellä vallitsevia ”totuuksia” klusterista. Tämän hetkisiä totuuksia pyritään ylläpitämään pitämällä esillä yhteisiä käsityksiä asioista. Usein yhteinen käsitys syntyy vahvojen vaikuttajien käsityksistä.

Yksi vahva tulevaisuuskuva ruuan tuotannossa nojaa ajatukseen maailman väkiluvun jatkuvasta kasvusta. Tämä oletus perustuu pääosin matemaattiseen malliin, eikä siinä ole otettu huomioon muutoksia, joita tapahtuu globaalisti ja toisaalta niitä muutoksia, joita tapahtuu erityisesti väkirikkaissa kehittyvissä kansantalouksissa. Erityisesti kaksi merkittävää trendiä tulee vaikuttamaan siihen, millä nopeudella maapallon väkiluku kasvaa ja missä vaiheessa se kääntyy laskuun. Ensimmäinen näistä trendeistä on globaali kaupungistuminen. Jo yli puolet Kiinan väestöstä asuu kaupungeissa ja vaikka tätä kehitystä on yritetty hillitä lainsäädännöllä, se on kuitenkin edennyt. Tällä hetkellä ei varsinaisesti ole voimassa tätä säätelevää lakia, vaikkakin tietyin järjestelmin kaupunkeihin muuttoa yritetään hillitä. Toinen globaali trendi näyttää olevan kehittyvien talouksien väestön keskiluokkaistuminen. Mitä kehittyneempi (esim. teollistuneempi) kansantalous on, sitä todennäköisemmin myös väestön elintaso nousee ja sen myötä keskiluokkaistuu.

Jos vertaamme kehittyneiden maiden kehitystä viimeisen 100–150 vuoden aikana, voidaan todeta samanlaiset kehityskulut. Teollistuminen sai aikaan niin Euroopassa kuin Pohjois-Amerikassakin ihmisten siirtymisen kaupunkeihin. Perustetut teollisuusyritykset työllistivät ihmisiä ja heistä tuli kuluttajia, jotka vaurastumisen myötä nousivat keskiluokkaan. Tämä kehitys vaikutti myös syntyvyyteen, jolloin väestön kasvu tasaantui. Voimme siis perustellusti todeta, että samanlainen kehitys on alkanut myös kehittyvissä maissa ja tämä tulee vaikuttamaan maailman väestön kasvuun seuraavien vuosikymmenten aikana.

Kaupungistumisen ja keskiluokkaistumisen myötä myös terveydenhoidon kehittyminen ja sen saatavuus tulee vaikuttamaan väestön globaaliin kasvuun. Tämän trendin vaikutusta on vaikea arvioida aikaulottuvuudella (tarvittaisiin tarkempia laskelmia), mutta sen vaikutuksen voi todeta tulevan kahdesta eri suunnasta: eliniän odote nousee ja lapsikuolleisuus pienenee. Tällä on siis väkimäärää kasvattava vaikutus. Terveysteen kuitenkin liittyy toinen tekijä, joka tosiasiaassa kumoaa edellisen trendin

vaikutuksen. Jo nyt kehittyneissä maissa on todettavissa huomattava hedelmällisyyden lasku. Tähän ovat olleet vaikuttamassa monenlaiset ympäristömyrkyt kuin myös erilaisten tuotteiden sisältämät hedelmällisyyteen vaikuttavat aineet. Mikäli kehittyvissä maissa kehityskulut ovat samansuuntaiset, on myös siellä odotettavissa syntyvyyden laskua.

Edellä mainituista tekijöistä johtuen voidaan pohtia myös ruuan riittävyttä maapalolla. Mikäli em. tulevaisuuskuva toteutuu, ruuan riittävyys ei kenties olekaan niin suuri ongelma kuin aikaisemmin on oletettu.

5.1 Muuttuva maailma muuttaa perinteisiä toimintatapoja

Maailma kuitenkin muuttuu monella tavalla. Kuluttajakenttä monimuotoistuu jo senkin vuoksi, että kansalaiset jakautuvat neljään eri sukupolveen, joiden toimintatavat, tottumukset, arvot ja arvoihin pohjautuvat valinnat ovat hyvin erilaisia. Sen lisäksi, että kuluttajakenttä jakautuu erilaisiin sukupolviin, myös sukupolvien sisällä tapahtuu eriytymistä. Kansalaiset polarisoituvat esimerkiksi tulotasojen ja koulutuksen suhteen. Nouseva sukupolvi (tätä sukupolvea kutsutaan z-sukupolveksi) on elänyt suurien mahdollisuuksien, mutta samalla suurien uhkien maailmassa koko elämänsä. Heidän todellisuutensa on yhtä aikaa virtuaalinen ja fyysinen. Heillä on mahdollisuus liittyä virtuaaliheimoihin, joita eivät rajoita kansallisvaltion rajat, vaan ne ovat globaaleja. Tämä sukupolvi on aikaisempaa tiedostavampi ja osa heistä kokee "maailman pelastamisen" suurimmaksi tehtäväkseen. Tämä tulee näkymään vahvasti heidän valinnoissaan, myös ruuan suhteen. Tämä sukupolvi haluaa elää luontoa säästään ja näennäisekologisuus (ympäristösertifikaatti ja ruuan pitkät kuljetusmatkat) ei kelpaa. Kaupan ja teollisuuden sertifikaatit eivät merkitse mitään, vaan ekologisuus on näytettävä toteen. Se, mikä on ollut suurimalle osalle aikaisemmista sukupolvista riittävää, ei ole sitä heille.

Yksi ruuan kulutuksessa merkittäväksi nouseva asia tulee olemaan väestön ikääntyminen, jonka arvioidaan vaikuttavan myös yleisesti kansakunnan vaurauteen. Tulevaisuuden tutkimuksessa vallitsee käsitys, että ikääntyvissä kansantalouksissa ei kyetä ylläpitämään kasvua, vaan ne taantuvat taloudellisesti. Myös Euroopan epävarma taloudellinen tilanne tulee vaikuttamaan vielä pitkään Suomenkin talouteen. Nämä yhdessä vaikuttavat siihen, että yhä suuremmalla joukolla suomalaisia ruuan hinta tulee olemaan merkittävä valintaperuste. Kuitenkin yhä isompi osa näistäkin kansalaisista haluaa syödä terveellistä ja puhdasta kotimaista ruokaa, mikäli mahdollista. Tämä voi tarkoittaa sitä, että ruuassa palataan kenties perinteisiin.

Kaupan monimuotoistuminen tarkoittaa, että kuluttajalla on mahdollisuus hankkia ruokansa monista eri lähteistä: nettikaupasta, tilakaupasta, kauppahallityypisistä tuottajien yhteisistä myymälöistä kaupunkien keskustoissa sekä marketeista ja muista kauppaliikkeistä. Ruokaa voidaan tulevaisuudessa myös tuottaa nykyistä monimuotoisemmin. Erilaiset kuluttajien omat pelto-osuuskunnat ja ruokapiirit tulevat lisääntymään. Lisäksi monimuotoistuminen näkyy uudenaikaisina viljelijöiden ja valmistajien (kuluttajien) välisinä toimijoina, joiden toiminta perustuu kumppanuuksiin.

Kun tarkastellaan asioita laajasta näkökulmasta, on todettavissa kaiken monimuotoistuminen. Kuluttajakenttä monimuotoistuu, tarve paljon monimuotoisemmalle kaupalle lisääntyy, myös elintarviketeollisuudessa monimuotoisuus tulee vahvistumaan. Nämä puolestaan johtavat siihen, että maatilojen tulevaisuus ei olekaan pelkästään perustuotannossa, vaan niille avautuu uudenaikaisia toimintamahdollisuuksia ja -tapoja, varsinkin silloin, kun esiin nostetaan kuluttajanäkökulma. Ruuan alkutuotannossa tulisi huomata, että elintarviketeollisuus ei ole maatilain ainoa asiakas, eikä myöskään kauppa, vaan maatalojenkin asiakas on kuluttaja, joka tulevaisuudessa haluaa tehdä omat valintansa omien arvojensa ja mahdollisuuksiensa mukaisesti. Kun ruuan tuotannossa ymmärretään loppuasiakasta ja lähdetään tekemään asioita kuluttajanäkökulmasta, voi avautua uusia mahdollisuuksia. Maatiloilla on mahdollisuus vaikuttaa omaan tulevaisuuteensa kehittämällä yhteistyötä muun yhteiskunnan kanssa. Imagon nostaminen, ruuan tuotannon ymmärrettäväksi tekeminen, olisi yksi merkittävä maatalojen tulevaisuuteen vaikuttava tekijä. Tällainen voisi alkaa jo pienten lasten ”luonto lähellä” -kasvatuksesta yhteistyössä päiväkotien ja koulujen sekä maatalojen kesken. Kaikki edellä kuvailut tekijät tulevat näkymään maatalojen rakentamisen monimuotoistumisena.

5.2 Maatilarakentaminen nyt ja tulevaisuudessa

Vuonna 2013 maatilarakentaminen on tilavuutena mitattuna n. 10 % ja arvoltaan n. 5-10 % Suomen vuosittaisesta talonrakentamisesta. Maatalojen tuotantorakennusten rakentamisen määrä on n. 4-5 miljoonaa kuutiometriä vuodessa. Tämän lisäksi tulevat maanviljelijöiden rakentamat asuinrakennukset ja rakennuskantaan kohdistuva ei luvanvarainen peruskorjaus- ja muu rakennustoiminta sekä lantavarastojen ja rehusiilojen rakentaminen. Rakennusinvestointien arvo on vuositasolla n. 400 miljoonaa euroa. Tuotantoyksiköiden kasvun myötä toteutettavien rakennusten koko kasvaa. (Maatilarakentaminen 2013.) Edellä mainittujen lisäksi tulevaisuudessa korostuvat myös muunlaisten rakennusten tarve. Kun erilaiset toimintatavat kehittyvät kuluttajalähtöisesti, tulee maatalojen yhteyteen erilaisia jatkojalostukseen tarvittavia tiloja kuten pienteurastamot tai muut raaka-aineen esikäsittelyyn ja jalostamiseen

tarkoitettut tilat, pakkaamot, varastot ja myymälät. Myös näiden rakentaminen tulee huomioida tulevaisuudessa maatilarakentamisesta puhuttaessa.

Suomalaiset navetat ovat perinteisesti olleet puusta tai kiven ja puun yhdistelmiä. Betonielementit ja teräsrakentaminen ovat aika nuori ilmiö. Puurakentaminen sopii hyvin mielen maisemaan. Perinteisesti rakentaminen on toteutettu omasta metsästä kaadetuista puista. Yhä lisääntyvät sertifiointit tuovat oman puun käyttämiseen aivan uuden näkökulman. Valmiilla tehdastekoisilla osilla sertifikaatit ovat jo olemassa, joten niiden käyttäminen on siltä osin helppoa. Uudet puupohjaiset ratkaisut (liimapalkit, CLT-levyt yms.) tarjoavat kilpailukykyisiä vaihtoehtoja teräkselle ja betonille. Muiden tilojen rakentamisesta ei ole merkittävää kokemusta varsinaisesti maatiloilta, mutta muualla käytettyjä ratkaisuja on siirrettävissä myös maatilojen yhteyteen rakennettaviin muihin kuin alkutuotantotiloihin. Puurakentamisessa tulee kuitenkin muistaa, että myös isot teollisuustyyppiset maatilat lisääntyvät. Puurakentamisessa tulisi siis suunnitella myös tällaisia ison kokoluokan ratkaisuja.

5.2.1 Rakentaminen ja valmispaketit

Puu soveltuu suureen osaan maatilojen rakentamisen tarpeesta. Puurakentamisen lisäämistä helpottaisi, mikäli tarjolla olisi valmiita pakettiratkaisuja. Valmiin paketin hintavertailu on helppo tehdä. Paketin puuttuessa rakennuttaja joutuu itse etsimään komponentit, materiaalit ym. eri toimittajilta, jolloin tarvitaan suuri määrä tiedon hakua tarjoajista sekä prosessinhallintaa, jotta aikataulut, toimitukset ja työvaiheet osuvat oikeille kohdille.

Tällä hetkellä kaivataan toimijaa, joka kokoaisi valmispaketin puuta mahdollisimman järkevästi hyväksi käytävästä maatalousrakennuksesta. Perusratkaisu voitaisiin muokata tarpeen mukaan eri tuotantosuunnille soveltuvaksi ja tulevaisuuden tarpeet huomioivaksi (mm. laajentamismahdollisuus ja tietty muuntelumahdollisuus). Alan suuret toimijat eivät todennäköisesti ole tiedostaneet, kuinka suurista kuutiomääristä maatalousrakentamisessa on kyse ja kiinnostus ei sen takia ole ollut suurta. Puuelementtejä ja puurakentamista yleensä on kehitetty voimakkaasti viime vuosina. Samat ratkaisut ovat oletettavasti sovellettavissa myös maatalousrakentamiseen, joten ratkaisuja pitäisi jo löytyä.

Pakettirakentamisessa on kyse myös asennemuutoksesta. Aiemmin viljelijä on tehnyt jotakuinkin kaiken itse. Nyt rooli pitäisi muuttaa rakennuttajaksi. Samalla vaaditaan osaamista valita materiaalit, urakoitsijat ja tavarantoimittajat. Valmis paketti puurakentamisesta helpottaisi myös tätä osaa rakennusprosessista. Palvelujen tärkeyden ymmärtämistä rakentamisessa ja palvelukykyä korostetaan useissa yhteyksissä (mm. Tommila, Pokela & Kivelä 2011; Metsäteollisuus 2010,

11; Salovaara 2006.) Myös Peltola (2007, 41) korostaa kokonaisvaltaista osaamista tuotannosta asennukseen, käyttöönottoon ja huoltoon asti. Asiakkaan ja käyttäjän tarpeet huomioiva rakentaminen korostuu tuotantolähtöisen rakentamisen sijaan. Tietotekniikan hyödyntäminen rakentamisessa mahdollistaa ketjun alkamisen asiakkaasta, etenemisen suunnittelun kautta asennus, ja komponenttivalmistukseen. Samalla nähdään, että palveluiden liittäminen tuotteisiin edellyttää uudenlaisia yhteistyösuhteita ja verkostoitumista puutuoteteollisuuden, rakentamis- ja asennuspalveluiden tarjoajien ja vähittäiskaupan kanssa ja kesken. (Salovaara 2006, 27, 35.) Erilaisia ratkaisuja kehitettäessä olisi tärkeää huomioida myös maanrakentaminen kuluttajalähtöisesti ja tuotteistaa ratkaisuja, jotka auttavat esimerkiksi maanrakentamisen uudenlaisia toimintatapoja, joilla pyritään tulemaan kuluttajaa lähemmäksi ja auttamaan maatalouden imagon luomisessa.

Rakentamisen alan tulevaisuuden kuvissa painotetaan tuote- palvelukokonaisuuden ymmärtämistä. Prosessiketjun hallinnan ohella sitä painotetaan myös Puutuoteklusterin tutkimusstrategiassa. Prosessia paremmin hallitsemalla voidaan vaikuttaa paremmin kustannuksiin ja hinnan muodostumiseen, mutta myös alkuperä- ja elinkaaritietoihin sekä materiaalin tehokkaaseen käyttöön. (Metsäteollisuus 2010, 11).

5.2.2 Puurakentamisen teknologia

Jotta puurakentaminen yleistyisi, tulisi puun olla rakennuttajalle helppo valinta. Puurakentamisen teknologiset ratkaisut ovat viime vuosina edenneet ja tuloksena onkin ollut tehokkaampaa ja edullisempaa rakentamista. Puurakentamisen kehittäminen vaatii runkorakenteen ratkaisujen lisäksi koko kentän ja sen osien tehostamista. Kun puurakentamisesta saadaan aikaan laadukkaita esimerkkejä, se rohkaisee ratkaisujen laajempaan käyttöön.

Puurakentamista on Suomessakin kehitelty, mutta testattujen ratkaisujen osoittaututtua liian kalliiksi tai muutoin kilpailukyvyttömiksi on asia välillä lähestulkoon unohdettu. Puurakentamista on edistetty uudelleen voimakkaammin 2000-luvulla. Tutkimukseen on panostettu ja uutta tietoa ja ratkaisuja on löytynyt. Naapurimaamme Ruotsi on panostanut tutkimukseen enemmän ja siellä on käytössä useampia ratkaisuja puurakentamiseen. Esimerkiksi palomääräykset ovat Suomessa löysemät, mikä tarkoittaa säästöä rakentamiskuluissa. Suuria ongelmia paloturvallisuuden suhteen ei ole tullut esiin, vaikka tällä hetkellä 10 % Ruotsissa rakennettavista kerrostaloista on puukerrostaloja. Suomessa esimerkiksi rakennustarkastajat ja palomestarit toivovat lisätietoa ja koulutusta aihealueesta. (Taanila 2013.)

Puurakentamisessa on otettu käyttöön erilaisia sertifikaatteja. Esimerkiksi CE-merkintä kertoo tuotteen täyttävän sille Euroopan unionissa asetetut turvallisuutta koskevat vaatimukset. Omasta metsästä sahatulle puutavaralle tulee hankkia tuotehyväksyntä. Siihen on neljä tapaa: tyyppihyväksyntä, varmennustodistus, valmistuksen laadunvalvonta ja rakennuspaikkakohtainen varmentaminen. (Hurmeranta 2012.) Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että usein on helpompi käyttää valmiiksi CE-merkittyjä materiaaleja kantavien rakenteiden tekemisessä (mm. kantavat palkit ja kattotuolit) kuin oman metsän sahatavaraa. Määräyksen voimaantulo voi vauhdittaa valmiiden elementtien ja kantavien rakenteiden (mm. kattorakenteet ja liimapuupalkit) tuotantoa. Sertifikaatit huolehtivat osaltaan rakentamisen laadun ylläpitämisestä, mutta lisäksi tarvitaan omaehtoista kehittämistä läpi kentän.

Rakentajien kiinnostus maatilarakentamista kohtaan ei ole ollut suurta. Aina ei ole edes tarjouspyyntöihin saatu vastauksia. Rakennusalalla ei ole ollut tietoa siitä, kuinka suuria volyymeja maatalousrakentamisessa on. Rakennusalalla toimivalle liitolle tieto oli uusi ja se voi herättää suurempaa kiinnostusta maatalousrakentamiseen.

Maatilarakentaminen on kuitenkin erikoisosaamista vaativa ala eikä osaamisen puuttumista ehkä helpolla myönnetä. Maatilojen tuotantorakennusten rakenteet joutuvat alttiiksi ankarille ympäristöolosuhteille. Suhteellinen kosteus on korkea, ympäristö on kemiallisesti kuluttava ja eläimet ja koneet aiheuttavat mekaanista rasitusta. Pintarakenteilta ja pinnoitteilta edellytetään hygieenisyyttä ja puhdistettavuutta. Rakennus- ja siihen liittyvien koneiden ja laitteiden investoinneista aiheutuvat kiinteät kustannukset muodostavat suuren osan tuotannon kustannuksista, joten rakentamisen taloudellisuuteen ja tarkoituksenmukaisuuteen on kiinnitettävä erityistä huomiota. Maatilarakentamisen vaikutus maaseudun ympäristöön ja maisemakuvaan on huomattava. Rakennusten sijoittaminen ja sopivuus maaseutuympäristöön ja olemassa olevan rakennuskannan kunnossapito vaativat myös huomiota. (Maatilarakentaminen 2013.)

Myös ilmastonmuutos voi tuoda uusia haasteita rakentamiseen. Kuivat jaksot vähenevät, joten kosteus nousee suuremmaksi rasittavaksi tekijäksi kuin ennen. Kestävien tuotantoratkaisujen etsiminen voi vaikuttaa myös maatilarakentamisen materiaaleihin ja kustannuksiin. Aiemmin raportissa kerrottiin Kirveennummen, Saarimaan ja Mäkelän (2008) tuloksista, joiden perusteella maatalouteen kehitetään kestävyyttä edistäviä ratkaisuja. Puu rakentamisen raaka-aineena on ekologisesti tarkasteltuna hyvä materiaali. He argumentoivat myös, että teollisesti jalostetun ruuan jäljitettävyyden on heikko. Tämän takia puhdasta ruokaa arvostavat kuluttajat muodostavat viljelijöiden ympärille yhteisöllisiä verkostoja, joiden kautta he saavat hyväksi koettuja tuotteita. Suoramyyntin harjoittaminen vaatii omat tilat, jotka poikkeavat perinteisestä maatilarakentamisesta. Suoramyynti jäänee kuitenkin marginaaliseksi ilmiöksi tuotantovolyymien kokonaisuutta ajatellen.

Maataloustuottajien tulorakenne koostuu sekä tuottajahinnasta, että tukina maksetuista korvauksista. Tuottajan mahdollisuus vaikuttaa saamaansa hintaan on rajallinen, sillä tuottajahinnat ohjautuvat monien maataloustuotteiden kohdalla maailmanmarkkinahintojen ja poliittisten päätösten mukaan. Tuottajahinnat ovat olleet osatekijänä yksikkökokojen kasvattamiseen ja suurten rakennusinvestointien tekemiseen. Kehitystä on tuettu poliittiseltakin taholta, eli on myönnetty esim. investointitukia. Investointituet eivät kuitenkaan ole riittäneet kaikille halukkaille, mikä on rajoittanut investointien tekemistä. Tuottajien on mahdollista etsiä myös vaihtoehtoisia myyntikanavia tuotteilleen, jolloin mahdollisuus vaikuttaa hintaan on parempi.

5.2.3 Kaavoitus

Maatalouden kaavoitus- ja lupakäytännöt koetaan monin paikoin ongelmallisiksi. Lupakäytännöt on laadittu aikana, jolloin maatalouden yksikkökoot olivat huomattavasti nykyistä pienempiä. Lupien anomisprosessi on käynyt hyvin monimutkaiseksi ja aikaa vieväksi – siihen kaivataan uudistuksia. Luvista päättävät henkilöt ovat kaukana maatalouden käytännöstä ja ehkä toisen alan osaajia. Useissa lupaprosesseissa on huomattu tämän haittaavan prosessin etenemistä. Lupiin liittyvät säädökset ja niiden tulkinnot ovat muuttuneet monenkirjaviksi. Tulkintojen vaihtelu asettaa rakennuttajia eriarvoiseen asemaan. Maatalouspolitiikka kannustaa yhä suurempiin yksikkökokoihin, mutta lupakäytännöt eivät. Esimerkiksi ympäristölupien saaminen suurille yksiköille on yhä vaikeampaa.

Kaavoituksen osalta koetaan myös hankaluuksia. Kunnat ja kaupungit ostavat taajaman läheisiä peltoja kaavoittaakseen ne. Maatalouden kannalta tämä voi tarkoittaa, että kaavoituksen jälkeen lupaa laajentamiselle ei enää saakaan. Kaavoihin on mahdollista saada merkintöjä suojaetäisyyksistä ja tilapäisestä ympäristöhaitasta. Maatalouden harjoittajan kannalta tällainen merkintä tarkoittaa, että kuivurin aiheuttamasta pöly- tai meluhaitasta tai pellolle levitettävän lietteen hajuhaitasta ollaan tietoisia jo alueelle rakennettaessa. Esimerkiksi kaatopaikkojen ajoittaista hajuhaitoista ilmoitetaan usein samassa yhteydessä jossa on tietomyytävästä tontista. Kunnan kannalta tämä voi olla kaksipiippuinen juttu, sillä "haitta"- alueella sijaitsevat tontit jäävät helposti viimeisiksi, joita ostetaan. Haitta-alueiden merkitseminen kaavaan on kuitenkin maatalouden harjoittajan kannalta hyödyllistä. Tällöin lähialueelle rakentavat henkilöt ovat jo tietoisia haitan olemassaolosta.

Pohjois-Karjalan Liperissä on toteutettu projekti, jolla tuettiin kirkonkylälle laadittua kaavaa. Kaavoitettavalla alueella ja sen läheisyydessä sijaitseville maataloilte tehtiin kysely. Kyselyllä selvitettiin tilojen tämän hetkistä tilannetta, sekä tilallisten omia maankäyttösuunnitelmia. Teemoina olivat mm. laidunkäyttö, halukkuus lisäpeltoon,

uudet rakennukset tai laajennukset ja tilojen liikenne. Projektin aikana taajaman asukkaille järjestettiin opastettuja maatilakävelyjä karja- ja kasvitiloilla. Maatilakävelyiden aikana tilojen toiminnasta kerrottiin ja toimintaa tehtiin tutuksi asukkaille. Tavoitteena oli etenkin vuorovaikutuksen lisääminen. (Jokinen 2013 5-8.)

5.2.4 Poliittinen päätöksenteko

Suomen maatalous ei olisi kilpailukykyinen avoimilla maailman markkinoilla. Ja toisaalta myös muut valtiot tukevat omaa maatalouttaan. Ruuan tuottaminen on jokaiselle maalle tärkeätä jo ruokaturvan näkökulmasta. Koska maataloustuottajien tuloista osa tulee erilaisten tukien tai muiden korvausten muodossa, on poliittisella päätöksenteolla olemassa vahva rooli tulonmuodostuksessa. Suomen tapauksessa se merkitsee sekä EU-tason että kansallisen tason päätöksentekoa.

Jos maatalouspolitiikka on vaalikausittain muuttuvaa, on se viljelijän pitkäjänteisen tilanhoidon kannalta liian tempoilevaa. Toimintamahdollisuuksiin eivät vaikuta vain suorat muutokset tukiasioissa, vaan monet muut tekijät kuten ympäristöön tai rakentamiseen liittyvät määräykset joiden noudattamiseen voi liittyä kustannuksia, tuotantopanoksien ja tuotettujen tuotteiden hintoihin heijastuvat päätökset.

5.3 Yhteenveto

Elintarvikeklusterin ennakoitu maatilojen puurakentamisen näkökulmasta on tiivistettävissä monimuotoistumiseen. Alkutuotannossa on isojen tuottajien lisäksi pieniä tuottajia, mutta yhä enemmän kuluttajat tuottavat osan omasta ruuastaan puutarhoissa tai erilaisilla palstoilla. Alkutuottajan näkökulmasta palveltava asiakas ei enää yhtä selkeästi ole tuotteita raaka-aineeksi ostava jalostaja, vaan katse siirtyy kohti kuluttajaa. Alkutuottaja viestii kuluttajalle myös suoraan, vaikka välissä onkin pitkä elintarvikeketju.

Elintarviketeollisuudessa on edelleen suuria toimijoita, mutta tilaa löytyy myös pienille ja keskisuurille jalostajille. He jatkojalostavat joko omia tuotteitaan tai toimivat verkostona muiden tuottajien kanssa. Kaupan asema muuttuu. Vaikka suuri osa kuluttajista käyttäytyy massakuluttajien tavoin, tulevat erilaiset nettikaupat ja netin kautta tarjottavat palvelut yleistymään myös päivittäistavarakaupassa. Suurten virtujen logistiikkareittien rinnalle ja väliin tulee uusia vaihtoehtoisia jakelukanavia.

Muutokset heijastuvat myös maatilarakentamiseen. Rakentaminen ei kohdistu ainoastaan tuotantotiloihin. Tärkeinä osina kokonaisuudessa ovat myös varastora-

kennukset, mahdolliset jalostustilat sekä tilamyymälät. Tilamyymälään ostoksille tuleville tapahtuma on ostosten suorittamisen lisäksi kokemus, josta tulisi tietenkin saada mahdollisimman positiivinen. Rakentamisen kannalta se merkitsee, että on mahdollista hyödyntää puun positiivisia mielikuvia ja sen avulla aikaan saatavaa tunnelmaa.

Tulevaisuuden maatilarakentamista voidaan luokitella rakennusten kokoluokan mukaan

Kokoluokka 1: pienet rakennukset: oman tilan tuotannon pienimuotoinen jatkojalostus ja/ tai suoramyynti (perustuotantotilat voivat olla pieniä tai isoja)

Kokoluokka 2: keskisuuret rakennukset: usean tilan yhteinen jatkojalostus ja suoramyynti (tilojen omat perustuotantotilat voivat olla pieniä tai isoja)

Kokoluokka 3: isot rakennukset: ison teollisuusyritysmäisesti toimivan maatilan perustuotantotilat

LÄHTEET:

- Alexandratos, N., Bruinsma, J., Bödeker, G., Schmidhuber, J., Broca, S., Shetty, P. & Ottaviani, M.G. 2006. World agriculture: towards 2030/2050. Interim report. [Verkkojulkaisu]. Rome: Global Perspective Studies Unit FAO. Prospects for food, nutrition, agriculture and major commodity groups. [Viitattu 10.12.2013]. Saatavana: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/esag/docs/Interim_report_AT2050web.pdf
- Alexandratos, N. 2011. Critical evaluation of selected projections. In: P. Conforti (ed.) Looking ahead in world food and agriculture: Perspectives to 2050. [Verkkojulkaisu]. Rome: FAO. [Viitattu 10.12.2013]. Saatavana: <http://www.fao.org/docrep/014/i2280e/i2280e.pdf>
- Arovuori, K., Karikallio, H. & Pyykkönen, P. 2011. Voimasuhteiden kehitys Suomen ruokamarkkinoilla. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Pellervon taloustutkimus PTT. Raportteja 230. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: http://www.ptt.fi/dokumentit/rap230_1011111406.pdf
- Björkroth, T. Frostenius, H., Kajova, M. & Palo, E. 2012. Kilpailuviraston päivittäistavarakauppaa koskeva selvitys. Kuinka kaupan ostajavoima vaikuttaa kaupan ja teollisuuden välisiin suhteisiin? [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Kilpailuvirasto. Kilpailuviraston selvityksiä 1/2012. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: <http://www.kilpailuvirasto.fi/tiedostot/Kilpailuviraston-Selvityksia-1-2012-PT-kauppa.pdf>
- Eläinlääkäripäivät 28.11.2012. Raakamaito – terveellinen mutta ei aina turvallinen elintarvike. Tiedote. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 25.11.2013]. Saatavana: http://www.sell.fi/user_files/files/elpaivat/ELP_raakamaitotiedote.pdf
- Eskola, J & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Hautamäki, J. 2010. Viljaketjun toimintaympäristö muutoksessa: Osaamistarpeiden klusteriennakointi viljaketjussa -projekti. [Verkkojulkaisu]. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: http://www.opf.fi/download/126879_Viljaketjun_toimintaymparisto_muutoksessa.pdf
- Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Helsinki: Talentum.
-

Hirsjärvi, S. & Hurme H. 2001. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Huomisen ruoka – Esitys kansalliseksi ruokastrategiaksi 2010. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: http://www.mmm.fi/attachments/mmm/tiedotteet/5qZTC31Sw/Huomisen_ruoka_Ehdotus_kansalliseksi_ruokastrategiaksi.pdf

Hurmeranta, U. 2012. Rakennustuoteasetus voimaan 1.7.2013 ja CE- merkintä pakolliseksi. [Verkkosivu]. [Viitattu: 5.11.2013]. Saatavana: <http://www.kunnat.net/fi/tietopankit/uutisia/2012/Sivut/2012-10-25-CE-merkinta-pakolliseksi.aspx>

Hyrylä, L. 2013. Elintarviketeollisuus. TEM:n ja ELY-keskusten julkaisu. [Verkkojulkaisu]. Toimialaraportti 3/2012. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1607/Elintarviketeollisuus2012_web.pdf

Hyrylä, L. 2013b. Lihateollisuus. [Verkkojulkaisu]. TEM toimialaraportti 4/2013. [Viitattu 25.11.2013]. Saatavana: http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1931/korjattu_Lihateollisuus_2013.pdf

Jokinen, P. 2013. Maatilaselvitys. Liperin kirkonkylä. Vuorovaikutteiset toimintatavat kaavoituksen tukena – Leader –hankkeen raportti. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 11.12.2013]. Saatavana: http://www.proagriapohjois-karjala.fi/media/sisalto/hankkeet/Maatilaselvitys_yhteenvedo.pdf

Järvelä, K., Koistinen, L., Latvala, T., Peltoniemi, A. & Yrjölä, T. 2011. Kirjallisuuskatsaus kuluttajien ja tuottajien vuorovaikutuksesta elintarviketjussa. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä 136. [Viitattu 21.11.2013]. Saatavana: http://www.ncrc.fi/files/5582/2011_136_tyoseloste_kirjallisuuskatsaus.pdf

Kakriainen, S., Mononen, T. & Silvasti, T. 2006. Luomutuotteiden kuluttamisen motiivit Suomessa ja Saksassa. Teoksessa: T. Mononen & T. Silvasti (toim.) Ruokakysymys: Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus, 131-155.

Karttunen K. (toim.) 2010. Huomisen ruoka – Kansallisen ruokastrategian taustaraportti. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Maa- ja metsätalousministeriö. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: http://www.mmm.fi/attachments/mmm/tiedotteet/5qZTFTgQg/Huomisen_ruoka_-_kansallisen_ruokastrategian_taustraraportti.pdf

- Kempainen, J., Kettunen, J., & Nieminen, M. 2001. Poron taloudellinen hyödyntäminen: Esiselvitys. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Kala- ja riistaraportteja 237. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: <http://www.rktl.fi/www/uploads/pdf/raportti237.pdf>
- Kirveenummi, A., Saarimaa, R. & Mäkelä, J. 2008. Syödään leväpullia pimeässä: Tähtikartastoja suomalaisten ruoan kulutukseen vuonna 2030. Turku: Turun kaupparakorkeakoulu. Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen julkaisuja.
- Kotilainen, M., Koski, H., Mankinen, R. & Rantala, O. 2010. Elintarvikkeiden hinnanmuodostus ja markkinoiden toimivuus. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: ETLA. Keskusteluaiheita 1209. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: http://www.kauppa.fi/tietoa_kaupasta/tutkimukset
- Lisää luomua! 2013. Hallituksen luomualan kehittämissuunnitelma ja luomualan kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Valtioneuvoston periaatepäätös 16.5.2013. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 25.11.2013]. Saatavana: http://www.mmm.fi/attachments/luomu/6GeZ5BZPA/Luomualan_kehittämissuunnitelmaFI.pdf
- Lähiruokaa – totta kai! 2013. Hallituksen lähiruokasuunnitelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Maa- ja metsätalousministeriö. [Viitattu 25.11.2013]. Saatavana: <http://www.mmm.fi/attachments/lahiruoka/6GeZ7N4oG/LahiruokasuunnitelmaFI.pdf>
- Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus TIKE 2013. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.11.2013]. Saatavana: <http://185.20.137.77/tilasto/32/sivu/3278>
- Maa- ja metsätaloustuottajien keskusliitto MTK 2013. [Verkkoartikkeli]. [Viitattu 19.11.2013]. Saatavana: http://www.mtk.fi/maatalous/lahiruoka/fi_FI/
- Maatalouden rakennepolitiikka. Päivitetty 15.5.2010. [Verkkoartikkeli]. [Viitattu 31.10.2013]. Saatavana: http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maaseudun_kehittaminen/maataloudenrakennepolitiikka.html
- Maatilarakentaminen. Päivitetty 13.8.2013. [Verkkoartikkeli]. [Viitattu 31.10.2013]. Saatavana: http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/maaseudun_kehittaminen/maaseuturakentaminen/maatilarakentaminen.html
- Maatilojen rakenne. Päivitetty 15.2.2013. [Verkkoartikkeli]. Matilda maataloustilastot. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: <http://www.maataloustilastot.fi/maatilojen-rakenne>

- Metsäteollisuus 2010. Puutuoteklusterin tutkimusstrategia. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu: 29.10.2013.] Saatavana: <http://www.metsateollisuus.fi/mediabank/436.pdf>
- Mäki, S. 2013. LOHAS-kuluttajaryhmän merkitys markkinoinnissa kasvaa myös Suomessa. [Verkkoartikkeli]. *Ekonomi* 1/2013. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: <http://www.ekonomilehti.fi/lohas-on-muhiva-mahdollisuus-markkinoinnissa/>
- Nurro, M. 2013. Mitä on suomalainen ruoka? [Verkkoartikkeli]. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: <http://www.hyvaasuomesta.fi/hyvaa-suomesta-merkki/miksi-valita-suomalaista/mita-suomalainen-ruoka>
- Nyrhinen, J., Wilska, T.-A. & Leppälä, M. 2011. Tulevaisuuden kuluttaja. Erika 2020 –hankkeen aineistonkuvaus ja tutkimusraportti. [Verkkojulkaisu]. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu. Working paper 370. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: <https://www.jyu.fi/jsbe/tutkimus/julkaisut/workingpaper/wp-370>
- Pehkonen, A. 2008. Maatalouden tulevaisuus. Tulevaisuuden tutkimusseura ry, Helsingin ryhmä. 22.4.2008, [Ppt-esitys]. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: http://www.futurasociety.fi/2007/Tutuhesa/Maat_tulev_Pehkonen.pdf
- Peltola, T. 2007. Metsäalan arvoketjujen elinkeinomahdollisuudet. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu: 29.10.2013.] Saatavana: <http://www.metsafoorumi.fi/dokumentit/arvoketjut.pdf>
- Peltonen-Sainio, P. 2010. Ilmastonmuutokseen sopeutuminen maa- ja elintarviketaloudessa (ILMASOPU). [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 19.11.2013]. Saatavana: http://www.mmm.fi/attachments/ymparisto/sopeutuminen/5oGpi1h70/ILMASOPU_loppuraportti.pdf
- Peltoniemi, A. & Yrjölä, T. 2012. Kuluttajien ja tuottajien näkemyksiä ruoan ostopäätöksistä ja tuotantotavoista. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä 138. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: http://www.ncrc.fi/files/5622/2012_138_tyoseloste_ruoan_ostopaatokset.pdf
- Piironen, S. & Järvelä, K. 2006. Kokemuksella ja tiedolla: Tutkimus kuluttajien ruuan valinnasta. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 8. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: http://www.ncrc.fi/files/4950/2006_08_julkaisu_kokemuksella.pdf
- PTY 2013. Nilsen julkisti päivittäistavarakaupan myyntitiedot ja markkinaosuudet 2012. [Verkkosivu]. [Viitattu 13.11.2013]. Saatavana: <http://www.pty.fi/1475.html>
-

-
- Pyykkönen, P., Lehtonen, H., & Koivisto, A. 2010. Maatalouden rakennekehitys ja investointitarve vuoteen 2020. Helsinki: Pellervon taloustutkimus PTT. Työpapereita 125. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: http://www.ptt.fi/dokumentit/tp125_1111100930.pdf
- Päivittäistavarakauppa ry 2013. Päivittäistavarakauppa. Erweko Oy. [Verkkosivu]. [Viitattu 14.11.2013]. PTY vuosijulkaisu 2013. Saatavana: <http://www.pty.fi/julkaisut.html>
- Raijas, A. & Repo, P. 2009. Kuluttajat, käyttäjät ja markkinat. Teoksessa: E. Ahola & A. Palkamo (toim.) Megatrendit ja me. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Tekes, 13-26. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: <http://www.tekes.fi/Julkaisut/megatrendit.pdf>
- Rikkinen, P. & Kurppa, S. 2008. Maataloustuotannon haasteet tulevaisuudessa. Teoksessa: A. Kirveennummi, R. Saarimaa & J. Mäkelä (toim.) Syödään leväpullia pimeässä: Tähtikartastoja suomalaisten ruoan kulutukseen vuonna 2030. Turku: Turun kauppakorkeakoulu. Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen julkaisuja, 58-59.
- Ruokatieto 2013. Elintarvikkeet. Elintarvikeomavaraisuus. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.11.2013]. Saatavana: <http://www.ruokatieto.fi/ruokafakta/tietohaarukka/elintarvikkeet>
- Ruokatieto 2013b. Maatalous. Maatilat. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.11.2013]. Saatavana: <http://www.ruokatieto.fi/ruokafakta/tietohaarukka/maatalous>
- Salovaara, J. 2006. Suomen puuteollisuus 2020 – skenaario- ja strategiatyön loppuraportti. [Verkkojulkaisu]. Metsäteollisuus. [Viitattu: 13.11.2013.] Saatavana: <http://www.metsateollisuus.fi/mediabank/481.pdf>
- Silvasti, T. 2006. Näkökulmia globaaliin ruokaturvaan. Teoksessa: T. Mononen & T. Silvasti (toim.) Ruokakysymys: Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki: Gaudeamus, 183-212.
- Silvennoinen, K., Koivupuro, H.-K., Katajajuuri, J.-M. Jalkanen, L. & Reinikainen, A. 2012. Ruokahävikki suomalaisessa ruokaketjussa: Foodspill 2010-2012 –hankkeen loppuraportti. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: MTT. Raportti 41. [Viitattu 14.11.2013]. Saatavana: <http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti41.pdf>
- Taanila, T. 2013. Projektipäällikkö. Henkilökohtainen tiedonanto.
-

Tommila, P., Pokela, P. & Kivelä, H. 2011. Puutuotealan tulevaisuusverstaas: Puutuotealan aktivointi: Loppuraportti. [Verkkajulkaisu]. [Viitattu 5.11.2013.] Saatavana: http://www.tem.fi/files/30454/Puutuotealan_aktivointityopajan_loppuraportti_.pdf

Tulli. Tavaratilastoja. 2013. Kauppavaihto SITC-ryhmien ja eräiden alaryhmien mukaan (Sitc-tasot 3-4). [Verkkosivu]. [Viitattu 9.12.2013.] Saatavana: http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/tilastoja/tavaratilastoja/index.jsp. Turun Sanomat 15.11.2013.

Wren D., Bedeian A. & Breeze J. 2002. The foundations of Henri Fayol's administrative theory. *Management decision* 40 (9), 906–918.

LIITTEET

Liite 1. PESTEL-analyysin taulukko

	Poliittiset	Ekonomiset	Sosiaaliset	Teknologiset	Ekologiset	Lait, säädökset
Kuluttaja	Alv ja eri elintarvikkeiden verotus Suoramarkkinoinnin sääntely	Ostovoiman jakautuminen (rikkaat, keskituloiset ja köyhät) Koulutus-tasot Kotitarveviljely, viljely-palstat	Pirstaloitu-minen: Eettisyys Ekologisuus Terveellisyys Ikääntymi-nen Pienet koti-taloudet Yksilöllisty-minen Paikallisuuden arvostus Koulutus-tasot Lihavuus Aika ja vaiva ruoanlaittoon vähe-nee	Valmiudet verkkokaup-paan	Ilmaston-muutos Kestävä kulutus Lähiruoan kulutus Alkuperä-maa Paikallisuus Tuotteita ostetaan suoraan tuottajalta	
Kauppa	Yksiköiden sijaintipaikat Erilaiset myymälä-konseptit	Suuret yksiköt 24 h Globalisaa-tio, kansain-välisyminen Arvoketju-yhteistyö teollisuuden kanssa Kysyntäoh-jautuvuus, hävikin vähentämi-nen Valikoima laajuus ja hintataso	Yhteiskunta-vastuu	Arvoketju-yhteistyö teollisuuden kanssa Verkkokaup-pa	Kestävä kehitys Kysyntäoh-jautuvuus, hävikin vähentämi-nen	

<p>Elintarviketeollisuus</p>	<p>Alv ja elintarvikkeiden verotus (esim. makeisvero) Kotimainen tuotanto vs ulkomainen tuonti</p>	<p>E-P:llä merkittävä toimiala Yritysten liikevaihto kasvaa, yritysten määrä vähenee Arvoketju-yhteistyö kaupan kanssa</p>	<p>Premium-tuotteet Valmisruoat Massatuotanto, halvat elintarvikkeet Brändätyt tuotteet läheltä Osallistava tuotekehitys</p>	<p>Funktionaaliset elintarvikkeet Elintarvikkeiden verkokauppa Keinotekoisesti valmistetut tuotteet Arvoketju-yhteistyö kaupan kanssa</p>	<p>Kestävä kehitys Tuotannon ympäristövaikutukset</p>	
<p>Maatalous</p>	<p>Eu:n hintaleikkaukset EU-tuen irrottaminen tuotannosta Epävarmuus tulevaisuudesta Maaseudun elinvoimaisuuden ja alueellisen tuotannon kehittämisen Tuotanto kotimarkkinakeskeistä Voimakkainta rakennkehitys ja tilamäärän vähentyminen on kotieläintuotannossa Geenimanipuloidut tuotteet</p>	<p>EU-tuen irrottaminen tuotannosta EU:n hintaleikkaukset Tilojen määrä vähenee ja tilakoot suurenevät Keskittyminen ja kustannustehokkuus Suuret investoinnit Kertainvestointi vs asteittainen investointi (vuotuinen investointitarve rakentamiseen n. 350-400 milj. euroa) Tuotantosuunnan valinta (liha, maito, eläinten rehu vs bioenergia) Tuotanto kotimarkkinakeskeistä Geenimanipuloidut tuotteet</p>	<p>Luomukasvatus Tuotanto kotimarkkinakeskeistä</p>	<p>Elintarvikkeiden verkokauppa</p>	<p>Ilmastonmuutos: alueellinen viljely ja lajikkeet Ympäristövaikutukset Lihantuotannon vähentyminen</p>	

Maatilarakentaminen	Voimakkainta rakennuskehitys ja tilamäärän vähentyminen on kotieläintuotannossa	Kertainvestointi vs. asteittainen investointi (vuotuinen investointitarve rakentamiseen n. 350-400 milj. euroa) Maatilojen tuotantorakennusten määrä on n. 4 milj. kuutiometriä		Erilaiset tilat jatkojalostukseen, pakkaukseen yms. Joustavat, modulaariset ratkaisut	Ilmastonmuutos Puurakentaminen	
----------------------------	---	--	--	---	-----------------------------------	--

Liite 2. Teemahaastattelulomake

Pyydetään haastateltavaa kertomaan mielipiteensä seuraavista ennakoitiedoista johdetuista teemoista: **Teemat ja ajurit:**

1. Suuruuden ekonomia vs. ”pieni on kaunista”

Miten arvioisit klusterin erikokoisten toimijoiden menestymisen mahdollisuudet 10 vuoden aikajänteellä?

- suuret tilat vs. pienet tilat
- suuret elintarviketeollisuusyritykset, pienet yritykset ja verkostot, tilojen oma jatkojalostus
- isot tuottajat isojen jatkojalostajien ”kimpassa”, pienet pienten

2. Ulkomainen ruoantuotanto vs. kotimainen ruoantuotanto

Millä tavalla arvioit ulkomaisen tuonnin ja kotimaisen tuotannon kehityksen seuraavan 10 vuoden aikana?

- lyhyen myyntiajan tuotteet, kotimaiset pysyy ennallaan, tuonnin osuus kasvaa
- ruoan hinnan kehitys ja kuljetuskustannusten osuus
- tuotantopanokset suhteessa tuotteesta saatavaan hintaan
- suomalaisen ruoan viennin kehitys
- lähialueen määrittely, lähialueen laajentaminen

3. Halpa massatuotanto vs. premium-tuotteet/brändätyt tuotteet

Millä tavalla arvioisit halvan massatuotannon ja premium/brändättyjen tuotteiden suhteen kehittyvän seuraavan 10 vuoden aikana?

- a. suuret massat ja erilaiset kuluttajat (asiakaskunnan pirstaloituminen)
- b. kotimainen ja ulkomainen tuotanto
- c. tuotanto lähellä, tuotanto kaukana

4. Tuotantorakenne muuttuu vs. tuotantorakenne pysyy ennallaan

Millaisia muutoksia arvioit tapahtuvan maatilojen tuotantorakenteessa seuraavan 10 vuoden aikana?

- a. tuotantorakenne/-suunta
- b. uudet lajikkeet
- c. bioenergia
- d. logistiikka ja keskittyminen
- e. osa-aikaviljely vs. päätoiminen viljely
- f. perinteinen maatila vs. viljelijöiden yhdessä muodostama osakeyhtiö

5. Arvoketjuyhteistyö

Millä tavalla arvioisit arvoketjun muuttuvan seuraavan 10 vuoden aikana? Mitä vaikutuksia muutoksilla on?

- a. hävikin vähentäminen
- b. kustannustehokkuus

6. Nopea muutos kuluttajien ruokatreendeissä

Millä tavalla arvioisit nopeiden muutosten kuluttajien ruokatreendeissä vaikuttavan elintarvikeklusteriin seuraavan 10 vuoden aikana?

- a. suuret jalostajat vs. pienet jalostajat
 - b. kotona syöminen, ulkona syöminen
 - c. erikoisruokavaliot
 - d. tuotantosuuntien joustavat muutokset
-

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULUN JULKAISUSARJA

A. TUTKIMUKSIA

1. Timo Toikko. Sosiaalityön amerikkalainen oppi. Yhdysvaltalaisen caseworkin kehitys ja sen yhteys suomalaiseseen tapauskohtaiseen sosiaalityöhön. 2001.
 2. Jouni Björkman. Risk Assessment Methods in System Approach to Fire Safety. 2005.
 3. Minna Kivipelto. Sosiaalityön kriittinen arviointi. Sosiaalityön kriittisen arvioinnin perustelut, teoriat ja menetelmät. 2006.
 4. Jouni Niskanen. Community Governance. 2006.
 5. Elina Varamäki, Matleena Saarakkala & Erno Tornikoski. Kasvuyrittäjyyden olemus ja pk-yritysten kasvustrategiat Etelä-Pohjanmaalla. 2007.
 6. Kari Jokiranta. Konkretisoitua uhka. Ilkka-lehden huumekirjoitukset vuosina 1970–2002. 2008.
 7. Kaija Loppela. ”Ryhmässä oppiminen - tehokasta ja hauskaa”: Arviointitutkimus PBL-pedagogiikan käyttöönotosta fysioterapeuttikoulutuksessa Seinäjoen ammattikorkeakoulussa vuosina 2005-2008. 2009.
 8. Matti Ryhänen & Kimmo Nissinen (toim.). Kilpailukykyä maidontuotantoon: toimintaympäristön tarkastelu ja ennakointi. 2011.
 9. Elina Varamäki, Juha Tall, Kirsti Sorama, Aapo Länsiluoto, Anmari Viljamaa, Erkki K. Laitinen, Marko Järvenpää & Erkki Petäjä. Liiketoiminnan kehittyminen omistajanvaihdoksen jälkeen –Case-tutkimus omistajanvaihdoksen muutostekijöistä. 2012.
 10. Merja Finne, Kaija Nissinen, Sirpa Nygård, Anu Hopia, Hanna-Leena Hietaranta-Luoma, Harri Luomala, Hannu Karhu & Annu Peltoniemi. Eteläpohjalaisten elintavat ja terveystietoisuus : TERVAS – terveelliset valinnat ja räätälöidyt syömisen ja liikkumisen mallit 2009 – 2011.2012.
-

-
11. Elina Varamäki, Kirsti Sorama, Anmari Viljamaa, Tarja Heikkilä & Kari Salo. Eteläpohjalaisten sivutoimiyrittäjien kasvutavoitteet sekä kasvun mahdollisuudet. 2012.
 12. Janne Jokelainen. Hirsiseinän tilkemateriaalien ominaisuudet. 2012.
 13. Elina Varamäki & Seliina Päälyysaho (toim.) Tapio Varmola – suomalaisen ammattikorkeakoulun rakentaja ja kehittäjä. 2013.
 14. Tuomas Hakonen. Bioenergiaterminaalin hankintaketjujen kantavuus eri kuljetusetäisyyksillä ja -volyymeilla. 2013.

B. RAPORTTEJA JA SELVITYKSIÄ

1. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta soveltavan osaamisen korkeakoulu-tutkimus- ja kehitystoiminnan ohjelma. 1998.
 2. Elina Varamäki - Ritva Lintilä - Taru Hautala - Eija Taipalus. Pk-yritysten ja ammattikorkeakoulun yhteinen tulevaisuus: prosessin kuvaus, tuotokset ja toimintaehdotukset. 1998.
 3. Elina Varamäki - Tarja Heikkilä - Eija Taipalus. Ammattikorkeakoulusta työelämään: Seinäjoen ammattikorkeakoulusta 1996-1997 valmistuneiden sijoittuminen. 1999.
 4. Petri Kahila. Tietoteollisen koulutuksen tilanne- ja tarveselvitys Seinäjoen ammattikorkeakoulussa: väliraportti. 1999.
 5. Elina Varamäki. Pk-yritysten tuleva elinkaari - säilyykö Etelä-Pohjanmaa yrittäjämaakuntana? 1999.
 6. Seinäjoen ammattikorkeakoulun laatujärjestelmän auditointi 1998-1999. Itsearviointiraportti ja keskeiset tulokset. 2000.
 7. Heikki Ylihärstilä. Puurakentaminen rakennusinsinöörien koulutuksessa. 2000.
-

-
8. Juha Ruuska. Kulttuuri- ja sisältötuotannon koulutusselvitys. 2000.
 9. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta soveltavan osaamisen korkeakoulu. Tutkimus- ja kehitystoiminnan ohjelma 2001. 2001.
 10. Minna Kivipelto (toim.). Sosionomin asiantuntijuus. Esimerkkejä kriminaalihuolto-, vankila- ja projektityöstä. 2001.
 11. Elina Varamäki - Tarja Heikkilä - Eija Taipalus. Ammattikorkeakoulusta työelämään. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta 1998–2000 valmistuneiden sijoittuminen. 2002.
 12. Varmola T., Kitinoja H. & Peltola A. (ed.) Quality and new challenges of higher education. International Conference 25.-26. September, 2002. Seinäjoki Finland. Proceedings. 2002.
 13. Susanna Tauriainen & Arja Ala-Kaupilla. Kivennäisaineet kasvavien nautojen ruokinnassa. 2003.
 14. Päivi Laitinen & Sanna Välisaari. Staphylococcus aureus -bakteerien aiheuttaman utaretulehduksen ennaltaehkäisy ja hoito lypsykarja tiloilla. 2003.
 15. Riikka Ahmaniemi & Marjut Setälä. Seinäjoen ammattikorkeakoulu – Alueellinen kehittäjä, toimija ja näkijä. 2003.
 16. Hannu Saari & Mika Oijennus. Toiminnanohjaus kehityskohteena pk-yrityksessä. 2004.
 17. Leena Niemi. Sosiaalisen tarkastelua. 2004.
 18. Marko Järvenpää (toim.) Muutoksen kärjessä. Kalevi Karjanlahti 60 vuotta. 2004.
 19. Suvi Torkki (toim.). Kohti käyttäjäkeskeistä muotoilua. Muotoilijakoulutuksen painotuksia SeAMK:ssa. 2005.
 20. Timo Toikko (toim.). Sosiaalialan kehittämistyön lähtökohta. 2005.
-

-
21. Elina Varamäki & Tarja Heikkilä & Eija Taipalus. Ammattikorkeakoulusta työelämään. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta v. 2001–2003 valmistuneiden sijoittuminen opiskelun jälkeen. 2005.
 22. Tuija Pitkääkoski, Sari Pajuniemi & Hanne Vuorenmaa (ed.). Food Choices and Healthy Eating. Focusing on Vegetables, Fruits and Berries. International Conference September 2nd – 3rd 2005. Kauhajoki, Finland.Proceedings. 2005.
 23. Katariina Perttula. Kokemuksellinen hyvinvointi Seinäjoen kolmella asuinalueella. Raportti pilottihankkeen tuloksista. 2005.
 24. Mervi Lehtola. Alueellinen hyvinvointitiedon malli – asiantuntijat puhujina. Hankkeen loppuraportti. 2005.
 25. Timo Suutari, Kari Salo & Sami Kurki. Seinäjoen teknologia- ja innovaatiokeskus Frami vuorovaikutusta ja innovatiivisuutta edistävänä ympäristönä. 2005.
 26. Päivö Laine. Pk-yritysten verkkosivustot – vuorovaikutteisuus ja kansainvälistyminen. 2006.
 27. Erno Tornikoski, Elina Varamäki, Marko Kohtamäki, Erkki Petäjä, Tarja Heikkilä, Kirsti Sorama. Asiantuntijapalveluyritysten yrittäjien näkemys kasvun mahdollisuuksista ja kasvun seurauksista Etelä- ja Keski-Pohjanmaalla –Pro Advisor –hankkeen esiselvitystutkimus. 2006.
 28. Elina Varamäki (toim.) Omistajanvaihdosnäkömät ja yritysten jatkuvuuden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla. 2007.
 29. Beck Thorsten, Bruun-Schmidt Henning, Kitinoja Helli, Sjöberg Lars, Svensson Owe and Vainoras Alfonsas. eHealth as a facilitator of transnational cooperation on health. A report from the Interreg III B project "eHealth for Regions". 2007.
 30. Anmari Viljamaa, Elina Varamäki (toim.) Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyskatsaus 2007. 2007.
 31. Elina Varamäki - Tarja Heikkilä - Eija Taipalus - Marja Lautamaja. Ammattikorkeakoulusta työelämään. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta v.2004–2005 valmistuneiden sijoittuminen opiskelujen jälkeen. 2007.
-

-
32. Sulevi Riukulehto. Tietoa, tasoa, tekoja. Seinäjoen ammattikorkeakoulun ensimmäiset vuosikymmenet. 2007.
 33. Risto Lauhanen & Jussi Laurila Bioenergian hankintalogistiikka. Tapaustudkimuksia Etelä-Pohjanmaalta. 2007.
 34. Jouni Niskanen (toim.). Virtuaalioppimisen ja -opettamisen Benchmarking Seinäjoen ammattikorkeakoulun, Seinäjoen yliopistokeskuksen sekä Kokkolan yliopistokeskuksen ja Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakouluun Averkon välillä keväällä 2007. Loppuraportti. 2007.
 35. Heli Simon & Taina Vuorela. Ammatillisuus ammattikorkeakoulujen kielten- ja viestinnänopetuksessa. Oulun seudun ammattikorkeakoulun ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun kielten- ja viestinnänopetuksen arviointi- ja kehittämishanke 2005–2006. 2008.
 36. Margit Närvä - Matti Ryhänen - Esa Veikkola - Tarmo Vuorenmaa. Esiselvitys maidontuotannon kehittämiskohteista. Loppuraportti. 2008.
 37. Anu Aalto, Ritva Kuoppamäki & Leena Niemi. Sosiaali- ja terveysalan yrittäjyyspedagogisia ratkaisuja. Seinäjoen ammattikorkeakoulun Sosiaali- ja terveysalan yksikön kehittämishanke. 2008.
 38. Anmari Viljamaa, Marko Rossinen, Elina Varamäki, Juha Alarinta, Pertti Kinnunen & Juha Tall. Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyskatsaus 2008. 2008.
 39. Risto Lauhanen. Metsä kasvaa myös Länsi-Suomessa. Taustaselvitys hakkuumahdollisuuksista, työmääristä ja resurssitarpeista. 2009.
 40. Päivi Niiranen & Sirpa Tuomela-Jaskari. Haasteena ikäihmisten päihdeongelma? Selvitys ikäihmisten päihdeongelman esiintyvyydestä pohjalaismaakunnissa. 2009.
 41. Jouni Niskanen. Virtuaaliopetuksen ajokorttikonsepti. Portfoliotyyppinen henkilöstökoulutuskokonaisuus. 2009.
 42. Minttu Kuronen-Ojala, Pirjo Knif, Anne Saarijärvi, Mervi Lehtola & Harri Jokiranta. Pohjalaismaakuntien hyvinvointibarometri 2009. Selvitys pohjalaismaakuntien hyvinvoinnin ja hyvinvointipalveluiden tilasta sekä niiden muutossuunnista. 2009.
-

-
43. Vesa Harmaakorpi, Päivi Myllykangas ja Pentti Rauhala. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminnan arviointiraportti. 2010.
 44. Elina Varamäki (toim.) Pertti Kinnunen, Marko Kohtamäki, Mervi Lehtola, Sami Rintala, Marko Rossinen, Juha Tall ja Anmari Viljamaa. Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyskatsaus 2010. 2010.
 45. Elina Varamäki, Marja Lautamaja & Juha Tall. Etelä-Pohjanmaan omistajanvaihdosbarometri 2010. 2010.
 46. Tiina Sauvula-Seppälä, Essi Ulander ja Tapani Tasanen (toim.). Kehittyvä metsäenergia. Tutkimusseminaari Seinäjoen Framissa 18.11.2009. 2010.
 47. Autio Veli, Björkman Jouni, Grönberg Peter, Heinisuo Markku & Ylihärtilä Heikki. Rakennusten palokuormien inventaariotutkimus. 2011.
 48. Erkki K. Laitinen, Elina Varamäki, Juha Tall, Tarja Heikkilä & Kirsti Sorama. Omistajanvaihdokset Etelä-Pohjanmaalla 2006-2010 - ostajaryitysten ja ostokohteiden profiilit ja taloudellinen tilanne. 2011.
 49. Elina Varamäki, Tarja Heikkilä & Marja Lautamaja. Nuorten, aikuisten sekä ylempään tutkinnon suorittaneiden sijoittuminen työelämään - seurantatutkimus Seinäjoen ammattikorkeakoulusta v. 2006-2008 valmistuneille. 2011.
 50. Vesa Harmaakorpi, Päivi Myllykangas and Pentti Rauhala. Evaluation Report for Research, Development and Innovation Activities. 2011.
 51. Ari Haasio & Kari Salo (toim.). AMK 2.0 : Puheenvuoroja sosiaalisesta mediasta ammattikorkeakouluissa. 2011.
 52. Elina Varamäki, Tarja Heikkilä, Juha Tall & Erno Tornikoski. Eteläpohjalaiset yrittäjät liiketoimintojen ostajina, myyjinä ja kehittäjinä. 2011.
 53. Jussi Laurila & Risto Lauhanen. Pienen kokoluokan CHP -teknologiasta lisää voimaa Etelä-Pohjanmaan metsäkeskusalueelle. 2011.
 54. Tarja Keski-Mattinen, Jouni Niskanen & Ari Sivula. Ammattikorkeakouluopintojen ohjaus etätyömenetelmillä. 2011.
-

-
55. Tuomas Hakonen & Jussi Laurila. Metsähakkeen kosteuden vaikutus polton ja kaukukuljetuksen kannattavuuteen. 2011.
 56. Heikki Holma, Elina Varamäki, Marja Lautamaja, Hannu Tuuri & Terhi Anttila. Yhteistyösuhteet ja tulevaisuuden näkymät eteläpohjalaisissa puualan yrityksissä. 2011.
 57. Elina Varamäki, Kirsti Sorama, Kari Salo & Tarja Heikkilä. Sivutoimiyrittäjyyden rooli ammattikorkeakoulusta valmistuneiden keskuudessa. 2011.
 58. Kimmo Nissinen (toim.) Maitotilan prosessien kehittäminen : Lypsy-, ruokinta- ja lannankäsittely- sekä kuivitusprosessien toteuttaminen ; Maitohygienian turvaaminen maitotiloilla ; Teknologisia ratkaisuja, rakennuttaminen ja tuotannon ylösajo. 2012.
 59. Matti Ryhänen & Erkki Laitila (toim.). Yhteistyö ja resurssit maitotiloilla : Verkostomaisen yrittämisen lähtökohtia ja edellytyksiä. 2012.
 60. Jarkko Pakkanen, Kati Katajisto & Ulla El-Bash. Verkostoitunut älykkäiden koneiden kehitysympäristö : VÄLKKEY-projektin raportti. 2012.
 61. Elina Varamäki, Tarja Heikkilä, Juha Tall, Aapo Länsiluoto & Anmari Viljamaa. Ostajien näkemykset omistajanvaihdoksen toteuttamisesta ja onnistumisesta. 2012.
 62. Minna Laitila, Leena Elenius, Hilikka Majasaari, Marjut Nummela, Annu Peltoniemi (toim.). Päihdetyön oppimista ja osaamista ammattikorkeakoulussa. 2012.
 63. Ari Haasio (toim.). Verkko haltuun! - Nätet i besittning! : Näkökulmia verkostoituvaan kirjastoon. 2012.
 64. Anmari Viljamaa, Sanna Joensuu, Beata Tajjala, Seija Rätts, Tero Turunen, Kaija-Liisa Kivimäki & Päivi Borisov. Elävästä elämästä: Kumppaniyrityspedagogiikka oppimisympäristönä 2012.
 65. Kirsti Sorama. Klusteriennakointimalli osaamistarpeiden ennakointiin: Ammatillisen korkea-asteen koulutuksen opetussisältöjen kehittäminen. 2012.
-

-
66. Anna Saarela, Ari Sivula, Tiina Ahtola & Antti Pasila. Mobiilisovellus bioenergiaalan oppimisympäristöksi: Bioenergia-asiantuntijuuden kehittäminen työelämälähtöisesti -hanke. 2013
 67. Ismo Makkonen. Korjuri vs. koneketju energiapuunkorjuussa. 2013.
 68. Ari Sivula, Risto Lauhanen, Anna Saarela, Tiina Ahtola & Antti Pasila Bioenergia-asiantuntijuutta kehittämässä Etelä-Pohjanmaalla. 2013.
 69. Juha Tall, Kirsti Sorama, Piia Tulisalo, Erkki Petäjä & Ari Virkamäki. Yrittäjyys 2.0. – menestyksen avaimia. 2013.
 70. Anu Aalto & Salla Kettunen. Hoivayrittäjyys ikääntyvien palveluissa - nyt ja tulevaisuudessa. 2013
 71. Varpu Hulsi, Tuomas Hakonen, Risto Lauhanen & Jussi Laurila. Metsänomistajien energiapuun myyntihalukkuus Etelä- ja Keski-Pohjanmaan metsäkeskusalueella. 2013
 74. Elina Varamäki, Tarja Heikkilä, Juha Tall, Anmari Viljamaa & Aapo Länsiluoto. Omistajanvaihdoksen toteutus ja onnistuminen ostajan ja jatkajan näkökulmasta. 2013
 76. Elina Varamäki, Juha Tall, Anmari Viljanmaa, Kirsti Sorama, Aapo Länsiluoto, Erkki Petäjä & Erkki K. Laitinen Omistajanvaihdos osana liiketoiminnan kehittämistä ja kasvua - tulokset, johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset. 2013.

C. OPPIMATERIAALEJA

1. Ville-Pekka Mäkeläinen. Basics of business to business marketing. 1999.
 2. Lea Knuuttila. Mihin työohjausta tarvitaan? Oppimateriaalia sosiaalialan opiskelijoiden työnohjauskurssille. 2001.
-

-
3. Mirva Kuni & Petteri Männistö & Markus Välimaa. Leikkauspelot ja niiden hoitaminen. 2002.
 4. Kempas Ilpo & Bartens Angela. Johdatus portugalin kielen ääntämiseen: Portugali ja Brasilia. 2011.
 5. Ilpo Kempas. Ranskan kielen prepositio-opas : Tavallisimmat tapaukset, joissa adjektiivi tai verbi edellyttää tietyn preposition käyttöä tai esiintyy ilman prepositiota. 2011.

D. OPINNÄYTETÖITÄ

1. Hanna Halmesmäki – Merja Halmesmäki. Työvoiman osaamistarvekartoitus Etelä-Pohjanmaan metalli- ja puualan yrityksissä. 1999.
 2. Tiina Kankaanpää – Maija Luoma-aho – Heli Sinisalo. Kymmenen metrin kävelytestin suoritusohjeet CD-rom levyllä: aivoverenkiertohäiriöön sairastuneen kävelyn mittaaminen. 2000.
 3. Laura Elo. Arvojen rooli yritysmaailmassa. 2001.
 4. Nina Anttila. Päälle käyvää – vaatemallisto ikääntyvälle naiselle. 2002.
 5. Jaana Jeminen. Matkalla muotoiluyrittäjyyteen. 2002.
 6. Päivi Akkanen. Lypsääkö meillä tulevaisuudessa robotti? 2002.
 7. Johanna Kivioja. E-learningin alkutaival ja tulevaisuus Suomessa. 2002.
 8. Heli Kuntola – Hannele Raukola. Naisen kokemuksia minäkuvan muuttumisesta rinnanpoistoleikkauksen jälkeen. 2003.
 9. Jenni Pietarila. Meno-paluu –lauluillan tuottaminen. Produktion tuottajan käsikirja. 2003.
-

-
10. Johanna Hautamäki. Asiantuntijapalvelun tuotteistaminen case: 'Avaimet markkinoitiin, kehittyvän yrityksen asiakasohjelma -pilottiprojekti'. 2003.
 11. Sanna-Mari Petäjästä. Teollinen tuotemuotoiluprosessi – Sohvapöydän ja sen oheistuotteiden suunnittelu. 2004.
 12. Susanna Patrikainen. Nuorekkaita asukokonaisuuksia Mode LaRose Oy:lle. Vaatemallien suunnittelu teolliseen mallistoon. 2004.
 13. Tanja Rajala. Suonikohjuleikkaukseen tulevan potilaan ja hänen perheensä ohjaus päiväkirurgisessa yksikössä. 2004.
 14. Marjo Lapiolahti. Maksuvalmiuslaskelmien toteutuminen sukupolvenvaihdostiloilla. 2004.
 15. Marjo Taittonen. Tutkimusmatka syrjäytymisen maailmaan. 2004.
 16. Minna Hakala. Maidon koostumus ja laatutekijät. 2004.
 17. Anne Uusitalo. Tuomarniemen ympäristöohjelma. 2004.
 18. Maarit Hoffrén. Vaihtelua kasviksilla. Kasvisruokalistan kehittäminen opiskelijaravintola Risettiin. 2004.
 19. Sami Karppinen. Tuomarniemen hengessä. Arkeista antologiaksi. 2005.
 20. Elina Syrjänen – Anne-Mari Uschanoff. Messut – ideasta toimintaan. Messutoteutus osana yrityksen markkinointiviestintää. 2005.
 21. Ari Sivula. Metahakemiston ja LDAP-hakemiston asennus, konfigurointi ja ohjelmointi Seinäjoen koulutuskuntayhtymälle. 2006.
 22. Johanna Väliniemi. Suorat kaaret – kattaustekstiilien suunnittelu yhteistyössä tekstiiliteollisuuden kanssa. 2006.
-

Seinäjoen ammattikorkeakoulu
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Seinäjoen korkeakoulukirjasto
Kalevankatu 35, PL 97, 60101 Seinäjoki
puh. 020 124 5040 fax 020 124 5041
seamk.kirjasto@seamk.fi

ISBN 978-952-5863-63-5 (verkkojulkaisu)
ISSN 1797-5573 (verkkojulkaisu)