

"Se on korkeemmas käres!"

**MAATALOUSYRITTÄJIEN KOKEMUKSIA
HALPUUTTAMISESTA JA
HALPUUTTAMISKESKUSTELUSTA**

Heli Jääskeläinen

Pro gradu -tutkielma

Yhteiskuntapolitiikka

Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos

Jyväskylän yliopisto

Syksy 2016

Tiivistelmä

”Se on korkeemmas käres!” MAATALOUSYRITTÄJIEN KOKEMUKSIA HALPUUTTAMISESTA JA HALPUUTTAMISKESKUSTELUSTA

Heli Jääskeläinen
Pro gradu -tutkielma
Yhteiskuntapolitiikka
Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos
Jyväskylän yliopisto
Syksy 2016
Ohjaajat: Tiina Silvasti ja Teppo Eskelinen
Sivumäärä: 103 sivua + 3 liitettä

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää mitä tarkoitetaan halpuuttamisella ja halpuuttamiskeskustelulla sekä millaisia kokemuksia maatalousyrittäjillä on halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta. Halpuuttaminen on uusi ilmiö, eikä siitä ole saatavissa aiempaa tieteellistä tutkimusta. Sen vuoksi tutkimuksessa tehtiin halpuuttamiseen liittyvästä uutisoinnista media-analyysi, jonka avulla kartoitettiin, mitä halpuuttamisella ja halpuuttamiskeskustelulla tarkoitetaan. Media-aineisto on kerätty tammikuusta 2015 huhtikuuhun 2016. Aineistonkeruun ajankohta rajautuu halpuuttamisen alusta maatalousyrittäjien haastatteluiden toteutusaikaan. Media-analyysin tueksi suoritettiin kaksi asiantuntijahaastattelua, joihin osallistuivat sekä SOK:n että MTK:n viestintäjohtajat. Viljelijöiden kokemusten kartoittamiseksi toteutettiin viisi haastattelua, joihin osallistui yhteensä kuusi maatalousyrittäjää Keski-Suomen ja Pohjois-Savon alueelta. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina maaliskuussa 2016. Aineiston analyysissä on hyödynnetty aineistolähtöistä sisällönanalyysia.

Tutkimuksen tulokset osoittavat, että halpuuttamisella tarkoitetaan ruoan hintojen alenemista, joka on osa S-ryhmän strategista linjausta olla Suomen kokonaisedullisin ruokakauppa omistajajäsenilleen. Halpuuttamiskeskustelu taas on keskustelu, joka on käyty halpuuttamisen ympärillä. Keskustelussa on ollut esillä halpuuttamisen tarve sekä halpuuttamisen aiheuttamat haitat ja hyödyt. Maatalousyrittäjien keskuudessa halpuuttaminen on koettu negatiivisena asiana ja sen katsotaan halventavan suomalaista ruokaa ja maataloutta. Halpuuttaminen on maatalousyrittäjien haastatteluiden mukaan kuitenkin tuonut yleiseen ruokakeskusteluun uusia näkökulmia ja suomalaisen maatalouden asema elintarvikejärjestelmässä on noteerattu aiempaa voimakkaammin osana yleistä keskustelua. Selkeästi esiin nousseet teemat viljelijähaastatteluissa olivat: 1) halpuuttamiskeskustelun hyödyt ja haitat, 2) halpuuttamiskeskustelu ja maatalousyrittäjien työhyvinvointi sekä 3) maatalousyrittäjien tulevaisuuden näkymät halpuuttamiskeskustelun kontekstissa.

Avainsanat: maatalousyrittäjä, kokemus, työhyvinvointi, halpuuttaminen, halpuuttamiskeskustelu, media-analyysi, teemahaastattelu, aineistolähtöinen sisällönanalyysi

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
2	SUOMALAINEN MAATALOUS JA MAATALOUSYRITTÄJÄ.....	7
2.1	Suomalaisen maatilayrityksen tunnuspiirteitä ja tunnuslukuja	7
2.2	Maatalousyrittäjät tutkimuksen kohteena	12
2.3	Suomalainen maatalous, elintarviketeollisuus ja kauppa	16
3	TYÖHYVINVOINTI JA MAATALOUSYRITTÄJYYDEN ERITYISPIIRTEET	26
3.1	Maatalousyrittäjän työhyvinvointiin ja työkykyyn vaikuttavat tekijät.	26
3.2	Työhyvinvoinnin käsitteestä yleisesti	31
3.3	Mikä aiheuttaa työpahoinvointia?.....	35
4	AINEISTO JA MENETELMÄT	39
4.1	Kvalitatiivisen tutkimuksen tunnuspiirteet	39
4.2	Media-analyysi halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta.....	40
4.3	Teemahaastattelu.....	46
4.4	Haastatteluaineiston kerääminen ja kuvaus	50
4.5	Aineistolähtöinen sisällönanalyysi ja haastatteluaineiston teemoittelu	52
4.6	Tutkimuksen tavoitteet.....	54
5	MEDIA-ANALYYSI HALPUUTTAMISEN JA HALPUUTTAMISKESKUSTELUN KÄSITTEISTÄ.....	55
5.1	Mitä tarkoitetaan halpuuttamisella ja halpuuttamiskeskustelulla?	55
5.2	Halpuuttamisen ja halpuuttamiskeskustelun vaikutukset	67

6	MAATALOUSYRITTÄJIEN KOKEMUKSIA HALPUUTTAMISESTA JA HALPUUTTAMISKESKUSTELUSTA...	73
6.1	Halpuuttamiskeskustelun hyödyt ja haitat	73
6.2	Halpuuttamiskeskustelu ja maatalousyrittäjien työhyvinvointi.....	79
6.3	Maatalousyrittäjien tulevaisuuden näkymät halpuuttamiskeskustelun myötä.....	85
7	YHTEENVETO JA POHDINTA	88
7.1	Tutkimuksen tulokset.....	88
7.2	Tutkimuksen kriittistä tarkastelua ja jatkotutkimuskysymyksiä	93
	LÄHTEET.....	96
	SÄHKÖISET LÄHTEET	100
	LIITTEET	106

1 JOHDANTO

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, mitä tarkoitetaan halpuuttamisella ja halpuuttamiskeskustelulla sekä millaisia kokemuksia maatalousyrittäjillä on halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta. Vuoden 2015 alussa Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK) ilmoitti laskevansa S-ryhmän myymälöissään ruuan hintoja ja tapahtumaa kutsuttiin "*suurimmaksi strategiseksi käänneeksi vuosikymmeneen*" (SOK, Patarumpu 18.1.2015a). Hintojen alentamisesta alettiin käyttää yleisesti termiä "*halpuuttaminen*", joka on vakiintunut sekä SOK:n markkinointisanastoon että osaksi suomen kieltä. SOK:n mukaan hintojen halpuuttaminen perustuu tehostamiseen ja kustannusten karsimiseen. Hintojen laskemista perusteltiin vuoden 2015 tammikuussa sillä, että Suomessa eletään vaikeita aikoja ja SOK:n mukaan sen perustehtävä osuustoiminnan harjoittajana on auttaa tavallisia suomalaisia. (SOK, Patarumpu 18.1.2015a.) Sanana halpuuttaminen on herättänyt ihmetystä mutta myös ihastusta. Kotimaisten kielten keskus (2015a) valitsi sanan "*halpuuttaa*" kuukauden sanaksi tammikuussa 2015. Organisaation mukaan uudissana syntyi sanan "*halventaa*" tilalle ja sen tarkoituksena on ollut välttää sanan merkityksen sekoittuminen väheksymistä tai halveksimista tarkoittavaan merkitykseen.

Ruuan hinnan halpuuttaminen on herättänyt julkisuudessa paljon keskustelua puolesta ja vastaan. Uutisoinnin ja mediassa käydyssä keskustelun keskiössä ovat olleet elintarviketeollisuuden ja kaupan lisäksi maatalousyrittäjät ja heidän etujärjestönsä Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto (MTK). Miltei heti SOK:n ilmoituksen jälkeen MTK julkaisi internet-sivuillaan tiedotteen otsikolla "*Ruuan 'halpuuttamisen' marginaalia revitty ruuan tuottajien selkänahasta*". Tiedotteessa todetaan, että kaupan osuus ruuan hinnasta on useiden vuosien ajan noussut tuottajien kustannuksella. Tiedotteessa muistutetaan myös, kuinka kaupalla on vastuu siitä, että kotimainen elintarvikeketju säilyy tulevaisuudessa elinkelpoisena. (MTK 19.1.2015a.) Kaupan alan ja MTK:n vuoropuhelu on jatkunut tähän päivään asti ja esille on nostettu muun muassa useita halpuuttamiseen välittömästi tai välillisesti liittyviä tilastoja menneiltä vuosikymmeniltä koskien ruuan hinnan kehitystä verrattuna tuottajahintoihin. Tuossa keskustelussa esille on nostettu myös muun muassa tuottajahintojen kehitys ja SOK:n tarkoituksena hinnan alennuksille.

Internetin mielipidepalstoilla maatalousyrittäjiä koskeva keskustelu on ollut paikoin melko värikästä (esimerkiksi Yle Uutiset 18.1.2015a). Myös sanomalehtien mielipideosastot ovat täyttyneet osapuolten kirjoittelusta koskien ruoan hinnan laskua. Esimerkiksi HS:ssa 2.8.2015 julkaisussa mielipidekirjoituksessa Kiuruveden vuoden nuori maaseutuyrittäjä Kaisa Huttunen kirjoittaa: *"Nykyisin ihmiset eivät tiedä, mistä ruoka tulee -- on helppo uskoa ennemmin esimerkiksi lehtikirjoittelua kuin viitsiä etsiä oikeaa tietoa ostopäätösten ja mielipiteiden pohjaksi."* Kirjoitus on kerännyt verkkoon paljon kommentteja sekä puolesta että vastaan. Yhtäältä maatalousyrittäjiä kiitellään kommentteissa arvokkaasta työstä suomalaisen ruoantuotannon eteen mutta taas toisaalta ihmetellään maatalousyrittäjien tapaa *"itkeä arvostuksen puutetta"*.

Kulunut vuosikymmen ja ennen kaikkea vuosi 2015 on ollut mediassa käydyin keskustelun ja uutisoinnin perusteella taloudellisesti vaikea maatalousyrittäjille ja maaseudulle Suomessa. Esimerkiksi MTV Uutiset (6.9.2015a) otsikoi "MTK: Maatalous tarvitsee nopeasti kriisiapua". Maaseudun Tulevaisuus (MT 19.10.2015a) taas kirjoitti lokakuussa 2015 otsikolla "Kriisitukea maidolle, sioille ja velkaisille." Viime vuosina yleisessä keskustelussa ja mediassa on ollut esillä myös maanviljelijöiden ruumiillisen väsymisen vaihtuminen henkiseen väsymiseen sekä tukiverkkojen harventuminen maaseudulla (esimerkiksi Helsingin Sanomat 4.12.2013 a ja b). Taustalla vaikuttavat muun muassa vaikeutunut byrokratia erilaisine maanviljelyä koskevine säädöksineen sekä taloudellisten riskien kasvaminen. Lisäksi julkinen keskustelu ja kritiikki eläintenhoitoon liittyen luovat epävarmuustekijöitä omaan jaksamiseen liittyen. Viimeisimpänä teemana maatalousyrittäjiä koskevassa keskustelussa on ollut ruuan hintojen halpuuttamisen lisäksi Maaseutuviraston (Mavi) ongelmat maataloustukien maksatuksessa. Halpuuttamista ei ole ilmiönä juurikaan tutkittu tieteellisesti eikä siitä ole olemassa aiempaa tutkimuskirjallisuutta. Tämän vuoksi tässä tutkimuksessa halpuuttamista lähdetään määrittämään ilmiönä media-analyysin ja asiantuntijahaastatteluiden kautta. Lisäksi selvitetään, miten maatalousyrittäjät kokevat halpuuttamiskeskustelun vaikuttavan omaan yritystoimintaansa ja millaisia vaikutuksia mediakeskustelu aiheuttaa esimerkiksi maatalousyrittäjän työhyvinvoinnille? Onko halpuuttaminen lopulta hyväksi vai pahaksi?

Tutkimuksen toisessa osassa jalkaudun ruohonjuuritasolle ja selvitän haastattelututkimuksen keinoin, miten vuoden 2015 alussa käynnistynyt halpuuttamiskeskustelu ruoantuottajien, elintarviketeollisuuden ja kaupan välillä koetaan

maatalousyrittäjien keskuudessa. Toisessa luvussa esittelen suomalaisen maaseutuun ja maatalousyrittäjyyteen liittyviä tunnuslukuja sekä aiempaa tutkimusta maatalousyrittäjyydestä. Tämän lisäksi perehdyn suomalaiseen elinkeinorakenteeseen, jossa toimijoina ovat alkutuottaja, elintarviketeollisuus ja kauppa. Kolmannessa luvussa käsittelen työhyvinvoinnin käsitettä ja esittelen maatalousyrittäjiä koskevaa työhyvinvointitutkimusta. Neljännessä luvussa esitellään tutkimuksen aineistot ja analyysimenetelmät. Viides luku esittelee media-analyysin keinoin lukijalle vielä suhteellisen tuoretta halpuuttamisen käsitettä ja mediassa käytyä halpuuttamiskeskustelua. Kuudes luku on empiirinen luku, jossa vastataan tutkimuskysymyksiin. Seitsemäs luku on yhteenveto siitä, mitä tutkimuksella saavutettiin ja miten saatuja tuloksia voidaan jatkossa hyödyntää sekä lisäksi pohditaan mahdollisia jatkotutkimusaiheita.

2 SUOMALAINEN MAATALOUS JA MAATALOUSYRITTÄJÄ

2.1 Suomalaisen maatilayrityksen tunnuspiirteitä ja tunnuslukuja

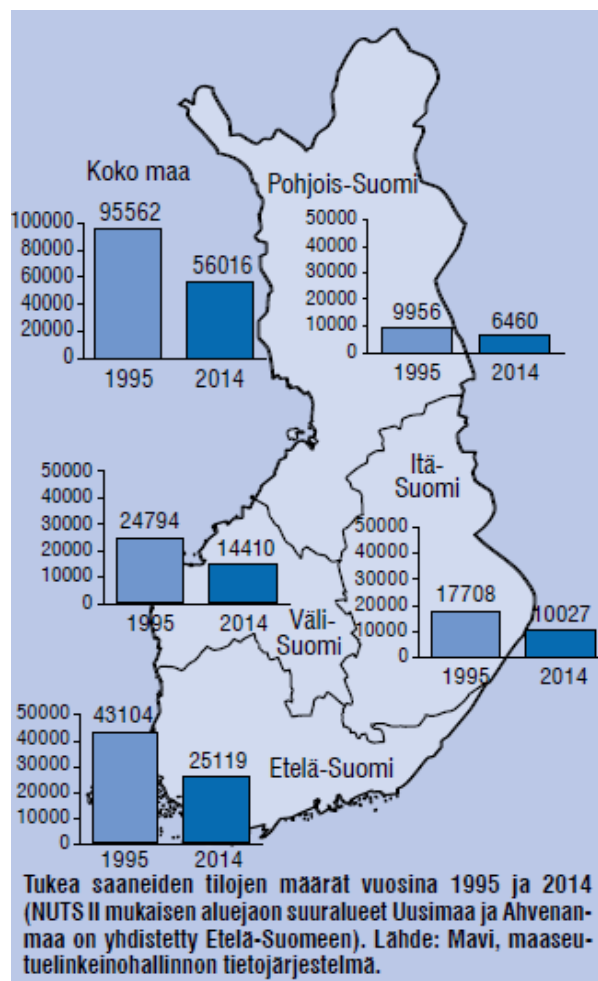
Suomalainen perheviljelmä on Siiskosen (2004, 300) mukaan myös yritys ja maatilayritys. Erikoista tässä yritystoiminnassa on se, että tuotanto on voimakkaasti valtion ohjaamaa ja säätelemää. Lisäksi maatilataloudella on oma verolainsäädäntönsä (Siiskonen 2004, 300.) Maatilatalouden tuloverolain (543/1967) mukaan maatilalla tarkoitetaan itsenäistä taloudellista yksikköä, jolla harjoitetaan maa- tai metsätaloutta. Maatilaverotus uudistui 1960-luvulla ja se muutti myös tilojen toimintatapoja. Elämäntavasta alkoi muotoutua yritystoimintaa. Poiketen muusta yritystoiminnasta, on huomioitavaa, että maatilayrityksillä on harvoin suoraa asiakaskontaktia. Esimerkiksi maito on tuotettu suoraan meijeriin ja liha teurastamoille. Tuottajahinnat on säädelty pitkälti valtion toimesta. Tämän vuoksi toimeentulon kasvattamiseksi maatilayrittäjän on tullut lisätä tuotannon määrää tai esimerkiksi käydä tilan ulkopuolella ansiotyössä. (Siiskonen 2004, 300.) Myös Laurila (2004, 390) kirjoittaa maatalouden asemasta suomalaisessa yhteiskunnassa. Ennen EU-jäsenyyttä maataloustuottajien etujärjestöt neuvottelivat valtion kanssa maatalousyrittäjien tuloista. Näissä neuvotteluissa sovittiin tukitasoista, markkinointivastuiden jakautumisesta, tuottajahinnoista ja muista maatalouteen

vaikuttavista toimenpiteistä. EU-jäsenyyden myötä tärkeimmät maatalouspoliittiset ratkaisut siirtyivät Brysseliin. Tämän kehityksen myötä kotimainen maatalouskeskustelu vähentyi ja keskustelu siirtyi globaaleihin ongelmiin, kuten Länsi-Euroopan ruokaskandaaleihin ja maailmankaupan vapauttamiseen. Vastakkainasettelu maatalouskeskustelussa kuluttajien ja viljelijöiden välillä jäi taka-alalle ja suomalaista maataloutta kohtaan koettiin enemmänkin lojaliteettia. (Laurila 2004, 390–391.)

Siiskosen (2004, 300–301) mukaan perheviljelmä on ollut yhtäaikaaisesti tuotantolaitoksen ja yrityksen välimuoto, joka on yhtä aikaa myös viljelijäperheen koti ja työpaikka. Perheviljelmä on yksityisyritys, sillä tilaa viljelevä perhe omistaa sen ja tilan resurssein harjoitetaan tuotannollista toimintaa. Perheviljelmällä yksityiselämä ja tuotannollinen toiminta sitoutuvat tiukasti toisiinsa. Siiskosen (2004, 294) mukaan suomalaiselle perheviljelmälle keskeinen tunnuspiirre on ollut sen siirtyminen sukupolvelta toiselle. Tilakauppoja ja sukupolvenvaihdoksia ovat määrittäneet perinne, oikeudenmukaisuus, tarkoituksenmukaisuus sekä osallisten asema ja näkökulma tilanteeseen. Maataloudessa on perinteisesti yhdistynyt tuotantotalous ja yksityistalous, joka on johtanut siihen, että päätöksenteko esimerkiksi erilaisista konehankinnoista ei ole ollut ongelmatonta. Kahden sukupolven mahdollinen yhteisasuminen on aiheuttanut erimielisyyksiä, joita on parhaissa tapauksissa puitu myös lehtien mielipidepalstoilla. (Siiskonen 2004, 296.) Avustavan työvoiman vähentyessä ja koneellistumisen myötä suomalainen maatalous on perustunut 1970-luvulta saakka pitkälti yrittäjäkumppanuuteen. Yrittäjäkumppanuudella tarkoitetaan tietoista valintaa, jonka yrittäjäkumppanipuolisot olivat tehneet. He erikoistuivat tilalla karjataloustuotantoon. Yrittäjäkumppanuudessa navettatyössä työskenneltiin yhdessä ja samanaikaisesti. Niin sanottujen miesten ja naisten töiden rajat häilyivät koneellistumisen myötä. Isännän ja emännän tuli selviytyä kahdestaan tilan töistä. (Siiskonen 204, 305–306.)

Vuonna 2014 Suomessa oli tukea hakeneita, yli yhden peltohehtaarin suuruisia maatiloja runsaat 56 000 kappaletta. Vuoteen 2013 verrattuna tämä on noin 1 500 tilaa vähemmän (2,7 %). Tilamäärän väheneminen on linjassa sekä absoluuttisesti että suhteellisesti pitkän aikavälin keskimääräiseen tilakehitykseen. Suomen ollessa Euroopan unionin jäsen vuodesta 1995, on maatilojen määrä vähentynyt yli 41 % vuoteen 2014 mennessä (Kuva 1). Absoluuttisena lukuna tämä on 39 546 tilaa. Vuosittain tilamäärä on siis keskimäärin vähentynyt 2,8 %. Alueellisesti eniten maatiloja on vähentynyt Itä-Suomessa (43 %) ja

vähiten Pohjois-Suomessa (35 %). Vaikka tilamäärät ovat vähentyneet koko Suomessa, ovat tilojen keskikoot kasvaneet peltohehtaareita tarkasteltaessa. Vuosina 1995–2014 tukea saaneiden tilojen keskikoko on kasvanut 22,8 hehtaarista 40,7 hehtaariin, joten prosentuaalinen muutos on ollut lähes 79 %. Vuositasolla tämä on tarkoittanut keskikoon kasvua runsaasta puolesta hehtaarista noin puoleentoista hehtaariin. Pienempien lopettaessa toimintansa tai yhdistyessä suurempiin tiloihin, tilojen keskikoko on kasvanut. Esimerkiksi yli 50 hehtaarin tilojen osuus kaikista maataloista on kasvanut noin 20 %. (Niemi & Ahlstedt 2015, 13–14.)



Kuva 1. Tukea saaneiden tilojen määrät vuosina 1995 ja 2014. NUTS II mukaisen aluejaon suuralueet Uusimaa ja Ahvenanmaa on yhdistetty Etelä-Suomeen. Kuvan lähde: Niemi, J. & Ahlstedt, J (toim.). 2015. Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2015. Luonnonvaraja biotalouden tutkimus 25/2015. Luonnonvarakeskus (Luke). Helsinki. Sivu 14.

Siiskosen (2004, 309–311) mukaan Suomen liittyminen Euroopan unioniin nopeutti rakennekehitystä Suomen maataloudessa. Ikääntyneiden viljelijöiden ja pieniä tiloja

viljelevien perheiden luopumista maataloustuotannosta lisäsi esimerkiksi uusien tukijärjestelmien monimutkaisuus. Tuotannostaan luopuneet viljelijät olivat kuitenkin voimakkaasti sitoutuneet omistuspohjaiseen perheviljelmämaatalouteen, sillä peltoja ei myyty vaan ne vuokrattiin muille viljelijöille. Muutos oli nähtävissä jatkavien tilojen konekantojen kasvuna ja maatalouskiinteistöjen koon suuretessa. Myös työmäärät jatkavilla viljelijöillä kasvoivat samoin kuin työstä aiheutuva raskaus. Rakennemuutoksen myötä myös työnjako maataloilla muuttui. Emännät alkoivat käydä muualla ansiotyössä ja isännät keskittyivät tuotantoon. Toisaalta oli myös vain maataloustuotantoon keskittyviä yrittäjäpuolisoita. Joka tapauksessa maataloustuotanto Suomessa keskittyi entistä harvalukuisemmille emännille ja isännille. (Siiskonen 2004, 309–311.)

Suomalainen maaseutu on ollut myös viime vuodet murroksen keskellä. Niemen ja Ahlstedtin (2015, 9) mukaan erilaisten maaseutualueiden kehitys on eriytynyt, sillä monilla harvaanasutuilla alueilla väestö on ikääntynyt ja vähentynyt nopeasti mutta taas toisaalta suurten kaupunkien läheisyydessä ihmisten ja yritysten määrä on kasvanut voimakkaasti maaseudulla. Maaseudulla toimivat pienyritykset voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään: 1) perustuotantotiloihin, 2) monialaisiin tiloihin ja 3) muihin maaseudun pienyrityksiin. Näistä perustuotantotiloilla harjoitetaan maa- ja metsätaloutta. Monialaisilla maataloilla harjoitetaan edellä mainittujen lisäksi myös muun toimialan yritystoimintaa. Muilla maaseudun pienyrityksillä tarkoitetaan yrityksiä, joilla ei ole maatilakykentää. Suomessa toimi vuonna 2013 yhteensä 354 000 yritystä ja maaseudulla arvioitiin olevan noin 130 000 pienyritystä, joista 29 % oli perustuotantotiloja, 13 % monialaisia tiloja ja 58 % muita maaseudun pienyrityksiä. Perustuotantotilojen ja monialaisten tilojen määrä on ollut Suomessa rajussa laskussa 2000-luvulta lähtien. Esimerkiksi perustuotantotilojen määrä on laskenut 35 % vuodesta 2000 vuoteen 2013. Monialaisten tilojen määrä on vastaavassa ajassa laskenut 23 %. Suomessa toimi vuonna 2013 noin 16 800 monialaista tilaa, eli noin 31 % suomalaisista tiloista oli monialaisia. Viljelijöiden keskuudessa muun yritystoiminnan harjoittaminen on ollut yleistä, mutta 1990-luvulla ja 2000-luvulla uuden toiminnan aloittaminen on ollut erityisen vilkasta. Monialaisia yrityksiä on eniten kaupunkien läheisellä maaseudulla ja syrjäisillä seuduilla. Huomioitavaa on, että käänös laskusuuntaan on tapahtunut monialaisten tilojen osalta vasta 2010-luvulla, kun taas perustuotantotilojen määrä on laskenut koko 2000-luvun. Vastaavasti ilman maatilataustaa toimivien yritysten määrä on kasvanut 34 % vuosina 2000–2013. Suomessa tärkein

yksittäinen maaseutuelinkeino on kuitenkin edelleen maatilatalous. (Niemi & Ahlstedt 2015, 9–11.)

Mikä selittää monialaisten yritysten yleisyyttä Suomessa? Niemen ja Ahlstedtin (2015, 10–11) mukaan muun yritystoiminnan aloittaminen liittyy useasti tilan toimintaympäristön muutoksiin, mikä on muodostanut erilaisille palveluille ja tuotteille uutta kysyntää. Toisaalta syytä on myös maatalouden haasteissa, jonka vuoksi viljelijäperheet ovat hakeneet uusia toimeentulon lähteistä. Muu yritystoiminta liittyy yleensä vahvasti tilan maatalouteen ja sen voimavaroihin. Näin monialaisilla tiloilla ovat voimavarat siis eri toimialojen yhteiskäytössä. Esimerkiksi vuonna 2010 muu yritystoiminta oli miltei 90 %:lla tiloista sen tyyppistä, että siinä hyödynnettiin tilan työvoimaa, tuotteita, aluetta tai koneita sekä rakennuksia. Eniten muuta yritystoimintaa on vilja- ja muilla kasvinviljelytiloilla. Eniten monialaisia tiloja oli lammas-, vuohi ja hevostiloissa (42 %), sekamuotoisessa tuotannossa (40 %) sekä siipikarjatiloihin (33 %) suhteutettuna tuotantosuunnan kokoon. Huomioitavaa on, että sika- ja lypsykarjatiloihin vain joka viidennes (20 %) harjoitti muuta yritystoimintaa. Toimialat, joilla monialaiset yritykset toimivat, vaihtelevat. Suurin osa (74 %) tiloista toimi vuonna 2013 palvelualoilla. Tiloista noin 13 % toimi teollisuudessa, 6 % kaupan alalla ja 5 % muussa alkutuotannossa. On yleistä, että samalla tilalla harjoitetaan yhtä aikaa useita yritystoiminnan toimialoja samanaikaisesti. Tällaisista toimialoista toimivat esimerkkinä muun muassa urakointi ja matkailu. (Niemi & Ahlstedt 2015, 10–11.)

Maatalousyrittäjillä on useita sidosryhmiä, jotka tarjoavat palveluita, joiden tarkoitus on tukea maatalousyrittäjien yritystoimintaa. Tällaisia sidosryhmiä ovat muun muassa Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto (MTK), Maatalousyrittäjien eläkelaitos (Mela), ProAgria sekä Maaseutuvirasto (Mavi). Näkyvimpiä toimijoita on MTK, joka on ammatti- ja etujärjestö maanviljelijöille, metsänomistajille ja maaseutuyrittäjille. MTK perustettiin vuonna 1917 ja sen sääntöihin kirjattiin tuolloin, että tuottajajärjestön tulee *”valvoa maataloustuottajain etuja yhteiskuntataloudellisella ja kunnallisella alalla, sovitella maataloudessa sattuvia työriitoja sekä edistää sellaisten parannusten aikaansaamista maataloustyöväen oloihin, että se tuntee elinehtonsa turvatuksi ja viihtyy ammatissaan.”* MTK:n äänenkannattajaksi ryhtyi Maaseudun Tulevaisuus -lehti. (MTK 2016b.) MTK on järjestön internet-sivujen mukaan merkittävä ja aktiivinen markkina- ja yhteiskuntavaikuttaja, joka pyrkii yhdessä jäsenistönsä kanssa varmistamaan

maaseutuelinkeinojen kannattavuuden ja arvostuksen. Etujärjestönä toimiessaan MTK pyrkii edistämään jäsentensä taloudellisesta ja sosiaalista hyvinvointia sekä maaseutuvarallisuuden kestäväää, taloudellista käyttöä ja hoitoa. (MTK 2016c).

Maaseutuvirasto eli Mavi on ollut viime aikoina esillä maatalousyrittäjiin liittyvässä keskustelussa tukien maksuun liittyvien maksatusongelmien takia (muun muassa Yle 1.3.2016b). Mavi vastaa Euroopan unionin maataloustuki- ja maaseuturahaston varojen käytöstä Suomessa toimien maksajavirastona. Mavilla on neljä tehtävää: se hallinnoi, tukee, maksaa ja ohjaa. Vuosittain Mavi hallinnoi yli kahden miljardin euron edestä kansallisia tukia ja EU-tukia. Internet-sivujensa mukaan Mavi luo edellytyksiä elinvoimaiselle maaseudulle kannustamalla maaseudun yrittäjiä kehittämään maatilayrityksiään ja monipuolistamaan toimintaansa. Viljelijätuilla taas turvataan maataloustuotannon jatkuvuutta ja kannattavuutta. Lisäksi Mavi neuvoo, ohjaa ja kouluttaa asiakkaitaan palvelevia kumppaneita, kuten kuntien yhteistoiminta-alueita, ELY-keskuksia ja Leader-ryhmiä. Mavi toimii yhteistyössä muun muassa Maa- ja metsätalousministeriön, Maaseutuverkostopalveluiden ja ELY-keskusten kanssa. (mavi.fi 2016.)

Maatalousyrittäjien eläkelaitoksen, Melan, tehtävä on tuottaa asiakkailleen hyvinvointia edistäviä palveluita eri elämänvaiheissa. Mela huolehtii lakisääteisestä työeläke- ja työtapaturmavakuutuksista. Melan kautta on myös saatavissa työturvallisuusopastusta (mela.fi 2016a). ProAgria taas on asiantuntijaorganisaatio, joka tarjoaa palveluja ja osaamista maatalouden ja yritystoiminnan kilpailukyvyn kehittämiseen. Tavoitteena on tuottaa asiakkaille palveluja, joista saa mahdollisimman paljon lisäarvoa, laatua, kilpailukykyä ja kannattavuutta. Toimintatapana ProAgrialla on kumppanuus yhtymän jäsenten ja niiden asiakkaiden kanssa (proagria.fi 2016a). ProAgrian asiantuntijoiden erityisosaamista ovat maaseudun eri toimialat, joita ovat muun muassa maito ja nurmi, kasvi, liha, hevoset, matkailu ja ruoka sekä elintarvikkeet (proagria.fi 2016b.)

2.2 Maatalousyrittäjät tutkimuksen kohteena

Maatalousyrittäjällä tarkoitetaan maatalousyrittäjän eläkelain (1280/2006) 2. luvun 3 §:n ensimmäisen momentin mukaan maatilatalouden harjoittajaa, joka omaan tai yhteiseen lukuun itse työhön osallistuen harjoittaa maatilataloutta vähintään viisi hehtaaria maatalousmaata käsittävällä viljelmällä. Tässä tutkimuksessa maatalousyrittäjän käsite

noudattaa tätä määritelmää. Maaseutua ja maanviljelijöitä on tutkittu vuosikymmenten ajan useasta eri näkökulmasta. Hyvinvointitutkimusta on tehty lähinnä ergonomian ja työturvallisuuden näkökulmasta esimerkiksi Työterveyslaitoksen ja Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen (MTT:n) toimesta. Suurin osa maatalousyrittäjien työhyvinvointiin liittyvistä tutkimuksista on julkaistu jonkin sidosorganisaation toimesta. Esimerkiksi Työterveyslaitoksen julkaisussa *Työterveys ja maatalous Suomessa 2004* (2006) on tutkittu maatalousyrittäjien työoloja ja työstä, henkistä kuormitusta ja koettua terveydentilaa, maatalousyrittäjien kokemuksia työterveyshuollon toiminnasta sekä työ- ja vapaa-ajan tapaturmia. Tutkimuksen mukaan maatalousyrittäjät kokivat oman terveydentilansa ja työkykynsä muita suomalaisia työssäkäyviä heikommaksi (Työterveyslaitos 2006, 4). Vastaava tutkimus on tehty Työterveyslaitoksen toimesta myös vuonna 2014, jossa suoritetaan myös vertailua vuonna 2004 toteutettuun tutkimukseen (Työterveyslaitos 2016). Myös Maatalousyrittäjien eläkelaitos (Mela) on julkaissut omilla internet-sivuillaan erilaisia tiedotteita ja tietokortteja, jotka perustuvat esimerkiksi Työterveyslaitoksen tuottamaan tutkimukseen. Tässä tutkimuksessa vastaavia maatalousyrittäjien työterveyteen ja työhyvinvointiin liittyviä tutkimuksia on tarkemmin esitelty luvussa *3.1 Maatalousyrittäjän työhyvinvointiin ja työkykyyn vaikuttavat tekijät*.

Suomen liittyminen Euroopan Unioniin ja samalla EU:n yhteisen maatalouspolitiikan piiriin vuonna 1995 innoitti myös tutkijoita ja seuraavina vuosina julkaistiinkin melko paljon viljelijäväestöön liittyvää tutkimusta. Suomen EU-jäsenyys synnytti kiinnostusta ja perusteita tutkimukselle. Psykologisesta näkökulmasta Pråhl-Ollila (1995) on tutkinut nuorten viljelijöiden psyykkistä hyvinvointia ja elämänhallintaa. Hänen mukaansa tutkimuksen tuloksiin on vaikuttanut se tosiasia, että maatalousyrittäjät ovat sitoutuneet työpaikkaansa eri tavoin kuin muut palkansaajat. He eivät voi vaihtaa työpaikkaansa samoin kuin muut: he joko viljelevät tilaansa tai jättävät kaiken taakseen. Pråhl-Ollila nostaa esille myös, että maanviljelijöistä on muodostunut julkisissa tiedotusvälineissä mielikuva, jossa he elävät palkansaajien varoilla ja heidän harjoittamansa työn yhteiskunnallinen hyöty on kyseenalaista (Pråhl-Ollila 1995.) Yhä useampi maanviljelijä on tänä päivänä myös koulutettu tekemäänsä työhön (Röngäs ym. 1997). Röngäksen ym. (1997) mukaan maanviljely on ammatti, joka on monelle samalla myös arvotarkaisu. Ammatti vaatii jatkuvaa kouluttautumista, ekologian tuntemusta sekä huipputeknologian osaamista. Maanviljelijät kouluttautuvat aiempaa enemmän, sillä työtä tehdessä omaa

osaamista täydennetään esimerkiksi erilaisilla täydennyskoulutuksilla. Yhteiskuntatieteissä Silvasti (2001) on tutkinut maanviljelijöiden näkemyksiä ja kokemuksia maatalouden murroksesta ja maanviljelystä elämäntapana. Hänen tutkimustensa mukaan sukutilan jatkuvuuden ideaali näkyy maanviljelijöiden toiminnassa ja näkemyksissä. On kuitenkin selvää, että monet perinteiset tavat ovat aikojen saatossa muuntuneet tai jopa kadonneet kokonaan ja samalla syntyy uusia toiminnan muotoja. Härkki-Santalan (2002) sosiaalipsykologian väitöskirjassa tarkastelun kohteena ovat maatilan emännät ja heidän emäntäkuvansa työn mielekkyyden ja muutoksen näkökulmasta. Väitöskirjatyössä on selvitetty, millaisia emäntäkuvan näkökulmia emäntien puheista muodostuu ja miten työn mielekkyys heille muodostuu. Härkki-Santalan (2002, 53) mukaan maatalousväestö elää paineiden alaisena, joita aiheuttavat muun muassa talous, Euroopan unionin säädökset ja tulevaisuuden näkymät. Nämä paineet edellyttävät jaksamista. Jaksamisella tarkoitetaan pyrkimystä, joka ilmenee eri tavoin henkilön toimissa ja tavoissa. Esimerkiksi Kallio (1997) on tutkinut viljelijöiden henkistä ilmapiiriä ja suurimmiksi henkisen rasituksen aiheuttajiksi koetaan hänen mukaansa hallituksen harjoittama maaseutu- ja maatalouspolitiikka.

Maaseutu on toki kiinnostanut tutkijoita useasta eri lähestymiskulmasta myöhemminkin. Jokirannan (2003) sosiaalityön väitöskirja käsittelee maaseudulla asuvia miehiä, heidän elämäänsä ja selviytymisen tapoja. Jokirannan (2003, 5) mukaan lähtökohtana on ajatus maaseudun muutoksesta, miesten elämästä ja maskuliinisuudesta. Hänen mukaansa tutkimuksessa on kysymys kolmesta tutkimusalueesta: maaseudusta, hyvinvoinnin tutkimuksesta ja maskuliinisuudesta. Jokirannan tutkimuksen lähtökohtana on ollut päästä tilastollisen hyvinvointitarkastelun avulla tutkittavan ilmiön eli maaseudun miehen hyvinvoinnin äärelle. Tutkimustuloksissa kuitenkin havaittiin, että hyvinvoinnin kuvaus ”sirpaloituu”, kun siirrytään kuvaustasolta yksittäiseen maaseudun mieheen. Jokirannan mukaan tällainen ”mosaiikkikuva” hyvinvoinnista moniulotteisena ilmiönä ei ole uusi tai ennenkuulumaton, mutta keskusteltaessa hyvinvoinnin indikaattoreista havainto on tärkeä. (Jokiranta 2003, 202.) Jokirannan huomio on tärkeä tämän tutkimuksen kontekstissa, sillä maatalousyrittäjien työhyvinvointi on tässä tutkimuksessa yksi haastatteluiden teema ja jokainen haastateltava voi kokea oman työhyvinvointinsa eri tavalla.

Puupponen (2009) taas on yhteiskuntapolitiikan väitöskirjatyössään tutkinut maaseutuyrittäjyyden, verkostojen ja paikallisuuden suhdetta tarkasteltaessa

pienimuotoisen elintarviketuotannon kestävyyttä Keski-Suomessa. Hänen tutkimuksensa mukaan paikallisille elintarviketuotteille on markkinoilla kysyntää ja kuluttajien kiinnostus on kasvussa. Huomioitavaa on, että yksilöllisille pienyrittäjille kauppaketjujen mittakaavat ovat liian suuria. Toisaalta paikalliset tuotteet ovat koko ruokajärjestelmässä perin marginaalinen ilmiö ja tämän vuoksi tuotteiden tulisi erottautua teollisesta massatuotannosta laadukkuudellaan. (Puupponen 2009, 77–78.)

Silvasti (2010) on tutkinut myös maatalouden rakennemuutoksen yhteiskunnallisia vaikutuksia. Hänen tutkimuksessaan analysoidaan maataloudesta luopuneiden ja viljelijöiden elämäntavan kulttuurisia ja sosiaalisia muutoksia. Tämän lisäksi hänen tutkimuksessaan tarkastelussa on myös yksittäisten viljelijäperheiden ja viljelijöiden elämässä tapahtuneita taloudellisia seurauksia muutoksen myötä. Silvastin tutkimuksessa on kolme eri lähestymiskulmaa: 1) kulttuuritutkimus, 2) yhteiskuntatieteellinen ympäristötutkimus ja 3) naistutkimus. Näiden kohteena ovat sukutilan jatkuvuuden ihanne, viljelijöiden luontosuhde ja sukupuolisidonnainen työnjaon muutos. Silvastin (2010, 31) mukaan maanviljelijöiden yhteiskunnallisen aseman muuttuminen muutamassa vuosikymmenessä vähemmistö-asemaan yhteiskunnan enemmistöstä on ollut usealle viljelijälle kipeä kokemus. Esimerkiksi tutkiessaan maanviljelijöiden luontosuhdetta Silvasti (2010, 89) toteaa, että taloudellisissa, kulttuurisissa ja hallinnollisissa rakenteissa maanviljelijöiden suhde syntyy, muuttuu tai säilyy. Heidä ei voi nähdä passiivisina vastaanottajina maatalouden innovaatioille mutta on huomioitava, että heidän viljelytyylinsä tai teknologiavalintansa eivät ole riippumattomia elinkeinon hallinnollisista ja taloudellisista olosuhteista. Heidän luontosuhteensa muotoutuu todennäköisesti uudelleen, kun heidät halutaan muuttuvan yrittäjiksi tai tuottajiksi yhteiskunnallisen kehityksen myötä. (Silvasti 2010, 89.) Asia on tärkeää myös tämän tutkimuksen kannalta: maatalousyrittäjät toimivat hallinnollisten asioiden lisäksi yrittäjinä moniulotteisessa luonto- ja kulttuuriympäristössä, joten heidän mielipiteisiinsä esimerkiksi halpuuttamiskeskustelusta heijastuvat väistämättä myös nämä ulottuvuudet.

2.3 Suomalainen maatalous, elintarviketeollisuus ja kauppa

Suomen maatalouspolitiikan perustan muodostavat Niemen ja Ahlstedtin (2015, 49) mukaan Euroopan unionin yhteisen maatalouspolitiikan tukimuodot, joita ovat unionin rahoittamat suorat tuet sekä sen osaksi rahoittamat maatalouden ympäristökorvaus sekä luonnonhaittakorvaus. Näiden edellä mainittujen tukimuotojen lisäksi Suomessa maksetaan kansallisista varoista pohjoisen tukea ja Etelä-Suomen kansallista tukea. Tämän lisäksi on olemassa vielä useita eri tukimuotoja. Euroopan unionin yhteistä maatalouspolitiikan lyhenne on CAP (*Common Agricultural Policy*) ja se on jo yli 50 vuotta vanha. Sen alkuperäisiä tavoitteita olivat muun muassa maatalousyrittäjien kohtuullisen elintason ja kohtuullisten kuluttajahintojen varmistaminen. Vuosikymmenien aikana tavoitteet ovat täydentyneet esimerkiksi ympäristöasioihin liittyvillä vaatimuksilla. Vuonna 2015 yhteisen maatalouspolitiikan aiheuttamien kulujen osuus oli koko Euroopan unionin budjetista noin 39 %. Euroopan unionin yhteinen maatalouspolitiikan rahoitus rakentuu kahdesta pilarista, I-pilarista ja II-pilarista (Kuva 2). I-pilariin on kohdennettu 75 % rahoituksesta ja se koostuu lähinnä markkina- ja tilatuista. II-pilarin osuus taas on 25 % rahoituksesta ja se kohdistetaan maaseudun kehittämistoimenpiteisiin. (Niemi & Ahlstedt 2015, 49.) Nykyinen maatalouspolitiikka on herättänyt myös kritiikkiä. Esimerkiksi Jutilan (2014, 16) mukaan yli puolet (52 %) suomalaisista kokee, että EU-jäsenyys ei ole kehittänyt suomalaista maataloutta hyvään suuntaan.



Kuva 2. Euroopan unionin yhteinen maatalouspolitiikka. Kuvälähde: Niemi, J. & Ahlstedt, J (toim.). 2015. Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2015. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 25/2015. Luonnonvarakeskus (Luke). Helsinki. Sivu 49.

Niemen ja Ahlstedtin (2015, 5) mukaan Suomessa elintarvikkeiden ja juomien kulutusmenot ovat noin 23,2 miljardia euroa vuodessa. Näistä menoista runsas puolikas, 13,6 miljardia euroa, koostuu kotiin hankituista elintarvikkeista ja alkoholittomista juomista. Kun kulutuksessa huomioidaan myös kodin ulkopuolella tapahtuva ruokailu ja alkoholipitoiset juomat, muodostuu elintarvikemenojen osuudeksi noin 21,9 % kotitalouksien kulutusmenoista. Suomessa elintarviketalouden osuus on yhteensä runsaat 10 % bruttokansantuotteesta (BKT), noin 27,2 miljardia euroa. Tähän summaan on sisällytetty yksityisten ja julkisten kulutusmenojen lisäksi maataloustuotantoon liittyvät tuet sekä elintarvikkeiden vienti. (Niemi & Ahlstedt 2015, 5.)

Niemen ja Ahlstedtin (2015, 5) mukaan Suomessa maa- ja puutarhatalouden tuotos on ollut kasvussa. Vuonna 2013 kansantalouden tilinpidossa tuotos oli 6,9 miljardia euroa, kun tuotannon tuki, 2 miljardia euroa, huomioidaan. Kasvua edellisvuoteen oli 0,1 miljardia eli 1,9 %. Välituotteiden osuus maatalouden tuotoksesta oli vuonna 2013 noin puolet eli 3,6 miljardia. Edellisvuoteen nousua oli 3,9 %. Suurimpia eriä välituotepanoksista olivat tuotantoa tukevat erilaiset palvelut, rehut, lannoitteet, sähkö sekä liikennepolttoaineet. Kokonaisuutena maa- ja puutarhatalouden arvonlisäys oli 3,3 miljardia euroa ja vaikutus

BKT:hen pysyi samalla tasolla kuin edellisvuotena, 1,9 %:n tasolla (Kuva 3). Tuote- ja panoshintojen vaihtelu heijastuu alan tuloksessa aiempaa enemmän yhdessä kasvukauden sääolojen lisäksi. Maatalous on pääomavaltainen elinkeino koneineen, rakennuksineen ja peltoineen, sillä investointien osuus arvonlisäyksestä on lähes 40 %. Maatalouden osuus kansantalouden kokonaisinvestoinneista oli vuonna 2013 2,7 % mikä on alan BKT-osuutta tarkasteltaessa selvästi suurempi. (Niemi & Ahlstedt 2015, 5.)

Maatalouden ¹ ja elintarviketeollisuuden bruttokansantuoteosuus (perushintaan) ja investoinnit (käyvin hinnoin).						
Vuosi	Maatalous milj. €	Bruttokansantuote		Osuus investoinneista		
		Elintarviketeollisuus milj. €	Maatalous %	Elintarviketeollisuus %	Maatalous %	Elintarviketeollisuus %
2013	3336	2754	1,9	1,6	2,7	1,1
2012	3339	2683	1,9	1,6	2,6	1,0
2011	3290	2589	1,9	1,5	2,7	0,9
2010	3338	2617	2,0	1,6	2,7	0,9
2009	3234	2815	2,0	1,8	2,9	1,0
2008	3012	2549	1,7	1,5	2,6	1,0
2007	3204	2499	1,9	1,5	2,8	1,1
2006	2857	2340	1,9	1,6	2,8	1,1
2005	2880	2414	2,0	1,7	2,9	1,2
2004	2804	2377	2,0	1,7	2,8	1,0
2003	2836	2450	2,1	1,9	3,3	1,4

¹Maatalous: perushintaiseen bkt:hen lisätty muut tuotantotukipalkkiot.
Lähde: Kansantalouden tilinpito 2003–2013 ennakko, Tilastokeskus.

Kuva 3. Maatalouden ja elintarviketeollisuuden bruttokansantuoteosuus (perushintaan) ja investoinnit (käyvin hinnoin). Kuvälähde: Niemi, J. & Ahlstedt, J (toim.). 2015. *Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2015. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 25/2015. Luonnonvarakeskus (Luke). Helsinki. Sivu 7.*

Niemen ja Ahlstedtin (2015, 6) mukaan elintarviketeollisuus on Suomen kolmanneksi suurin teollisuudenala tuotoksella ja arvonlisäyksellä mitattuna. Elintarviketeollisuuden tuotos oli 12 miljardia vuonna 2013. Tuotoksella mitattuna suurempia ovat paperiteollisuus sekä kone- ja laitevalmistus, kun taas arvonlisäyksellä mitattuna suurempia ovat kone- ja laitevalmistus ja energiahuolto. Elintarviketeollisuudessa tuotanto on raaka-ainevaltaista, sillä lähes 80 % tuotoksesta koostuu välituotteista ja palveluista. Elintarviketeollisuuden raaka-aineet hankitaan pääosin kotimaiselta maa- ja puutarhataloudelta, koska kuljetuskustannuksien takia suuri osa elintarviketeollisuudesta on riippuvainen kotimaisista

raaka-aineista. Vuonna 2013 elintarviketeollisuuden osuus BKT:sta oli 1,6 % ja elintarviketeollisuuden kotimaisten investointien osuus kokonaisinvestoinneista oli noin 1,1 %. (Niemi & Ahlstedt 2015, 6–7.)

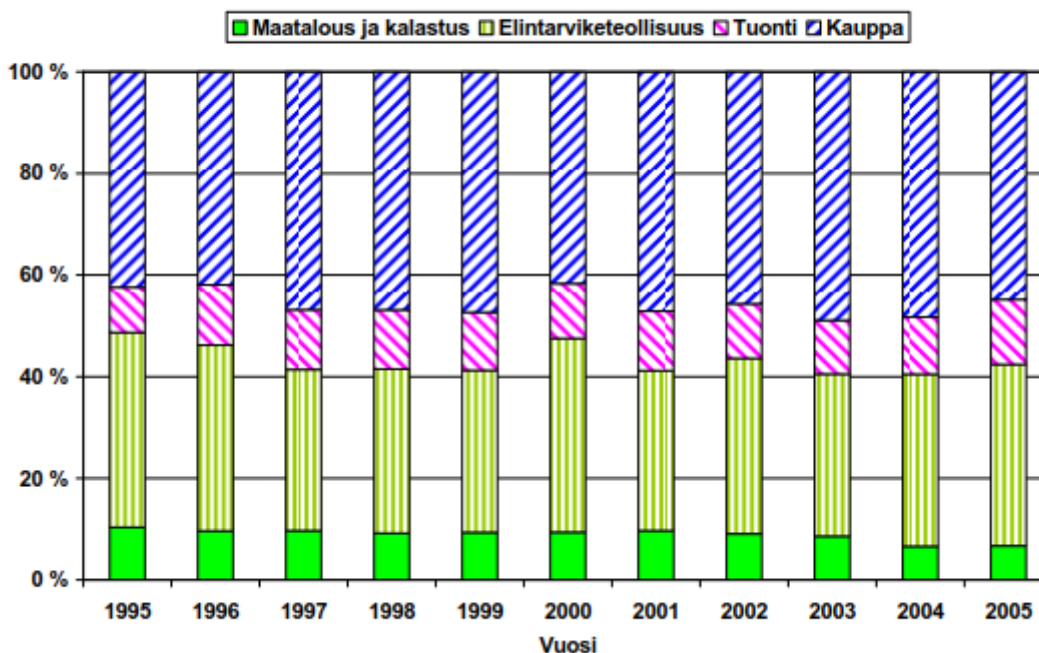
Elintarvikkeiden tuonnin osuus koko tavaratuonnin arvosta on yli 8 %, kun taas elintarvikkeiden viennin osuus on koko tavaraviennistä noin 3 %. Tärkeimpiä tuontielintarvikkeita ovat erilaiset juomat, kuten alkoholi sekä hedelmät. Tuonnista osa on sellaisia alkutuotannon tuotteita, joita ei voida eri syistä tuottaa Suomessa. Tällaisia tuotteita ovat esimerkiksi kahvi, kaakao ja tee. Lisäksi syy tuotteiden tuontiin voi olla se, että niiden tuotanto ei Suomessa ole riittävää. Tällaisia tuotteita ovat taas esimerkiksi sokeri ja vihannekset. Huomioitavaa on kuitenkin, että samankaltaisten tuotteiden, kuten juomien ja juustojen ristikkäiskauppa on ollut kasvussa. Varsinaisen ruoan tuonnin lisäksi Suomeen tuodaan esimerkiksi energiaa, erilaisia kemikaaleja ja liikennepolttoaineita, sillä suomalainen ruokatuotanto on riippuvainen näiltä osin tuonnista. Suuri osa laitteista ja työkoneista ovat tuontia. Kun kotimaisessa tuotannossa tarvittava tuonti ja muu ruokatuonti huomioidaan, voidaan elintarvikealan kotimaisuusasteeksi määrittää noin 75 %. (Niemi & Ahlstedt 2015, 7.)

Niemen ja Ahlstedtin (2015, 7) Suomessa valtio osallistuu elintarvikeketjun toimintaan ohjaamalla tukea maatalouteen ja keräämällä veroja. Kuluttajat maksavat juomien ja ruoan hinnoissa valmisteveroja ja arvonlisäveroa. Tämän lisäksi käytettäviin panoksiin sisältyy energiaveroja elintarviketuotannossa. Myös palkoista ja pääomatuloista peritään elintarviketuotannossa tuloveroa. Suomessa ruoan ja ravintolapalveluiden arvonlisävero on 14 %. Alkoholin arvonlisävero on 24 % yleisen verokannan mukaan. Arvonlisä- ja valmisteverokertymä on kaikkiaan noin 4,8 miljardia euroa ruokien ja juomien osalta. Valtion keräämät verot elintarvikealalta ylittävät selkeästi alalle ohjatun tuen. Eri maatalouden tukimuodot, yhteensä noin 2,1 miljardia euroa, rahoitetaan joko kokonaan kansallisista varoista, Euroopan unionin ja kansallisin varoin tai kokonaan EU-varoin. Vuosittain EU:lta tulee tukea noin 0,8 miljardia euroa ja Suomen valtion budjetista noin 1,3 miljardia on suunnattu maatalouden eri tukimuotoihin. Suomi maksaa Euroopan unionille jäsenmaksuja noin 2 miljardia euroa, joten suhteellisesti ajateltuna Suomi saa osan jäsenmaksustaan takaisin maataloustukien muodossa. (Niemi ja Ahlstedt 2015, 7–8.)

Vuonna 2013 suoritettiin ”Suomi tänään”-kirjekysely, jonka toteutti Taloustutkimus Oy. Tutkimuskohteena olivat suomalaisten ruoka- ja maatalousasenteet. Aineiston pohjalta on koostettu Ajatuspaja e2:n toimesta analyysi, joka on julkaistu vuonna 2014 raporttina ”Kotimaista arvostetaan, ympäristötekoja kaivataan. Tutkimus suomalaisten ruoka- ja maatalousasenteista” (Jutila 2014). Raportti on toteutettu yhteistyössä Maaseudun sivistysliiton, MTK:n ja Taloustutkimus Oy:n kanssa. Tämän lisäksi raportin toteutus on saanut ulkoasiainministeriön EU-tiedotustukea. Tutkimuksen mukaan (Jutila 2014, 8–10) kotimainen ruoantuotanto koetaan tarpeelliseksi, sillä peräti 91 % vastaajista on ilmaissut myöntävän mielipiteensä. Samalla 79 % vastaajista kokee, että suomalainen ruoka on turvallisempaa kuin EU:n ulkopuolelta tuleva ruoka.

Kotilainen ym. (2010) on tutkinut Suomen elintarvikeketjun hinnanmuodostusta ja markkinoiden toimintaa. Kotilaisen ym. (2010, 7) mukaan Suomessa tehdyissä tutkimuksissa on todettu, että kaupan alan ja elintarviketeollisuuden osuudet lopputuotteiden hinnoista ovat kasvaneet maatalouden osuuden kustannuksella. Syitä tälle kehitykselle ovat muun muassa elintarvikkeiden jalostusasteen nousu sekä elintarvikeketjun eri vaiheissa syntyvien kustannusten toisistaan poikkeava kehitys. Kotilaisen ym. (2010, 7) mukaan ongelmana tutkimuksen tekemisessä on ollut myös se, että tietoa ketjun eri toimialojen osuuksista hinnanmuodostuksessa ei ole onnistuttu kattavasti tekemään, koska ketjun eri vaiheiden hinnoista ei ole riittävästi tilastotietoa. Tutkimusraportti koostuu kansainvälisestä vertailusta, jossa vertailumaina ovat muun muassa uudet EU-maat (EU12) ja vanhat EU-maat (EU15) sekä Yhdysvallat. Tutkimuksen tulokset selittävät elintarvikkeiden korkeaa hintaa Suomessa. Kotilaisen ym. (2010, 2) mukaan muun muassa Suomen korkea arvonlisävero ja maatalouden heikkokilpailukyky nostavat Suomessa elintarvikkeiden hintoja. Maatalouden heikkoa kilpailukykyä selittävät muun muassa maatilojen pieni yksikkökoko ja Suomen pohjoinen sijainti. Toisin sanoen Suomessa myös luonnonolosuhteet ovat vertailumaita huonommat. Suomessa kaupalla on kansainvälisesti vertaillen suuri osuus elintarvikeketjussa (Kuva 4), mitä osaltaan selittää vertailumaita suuremmat kuljetuskustannukset, jotka aiheutuvat pitkistä kuljetusmatkoista ja kuljetustoimialan suurista yksikkökustannuksista. (Kotilainen ym. 2010, 8.)

Suomen elintarvikeketjun rakenne vuosina 1995-2005



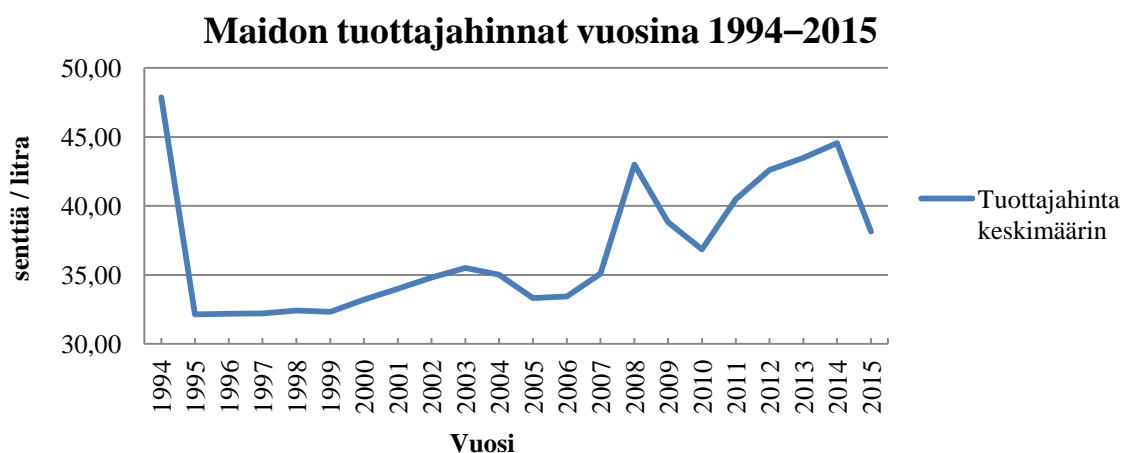
Kuva 4. Suomen elintarvikeketjun rakenne vuosina 1995–2005. Kuvalähde: Kotilainen, M., Koski, H., Mankinen, R. & Rantala, O. 2010. *Elintarvikkeiden hinnanmuodostus ja markkinoiden toimivuus*. Helsinki. Etila. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos. Keskusteluaiheita No. 1209. Liite 2. *Elintarvikeketjun rakenteen laskenta panos-tuotostilastosta*. Sivu: 120.

Kotilaisen ym. (2010, 13) tutkimuksen mukaan tuottajahintojen muutokset ovat näkyneet keskimäärin melko nopeasti Suomessa elintarvikkeiden kuluttajahinnoissa ja samansuuntaisesti kuin vertailumaissa. Tuottajahinnalla tarkoitetaan hintaa, jonka yritys saa tuottamastaan palvelusta tai hyödykkeestä (Tilastokeskus 2016a). Toisaalta esimerkiksi vertailtaessa EU15-maihin, muutokset kuluttajahinnoissa ovat näkyneet muutaman kuukauden viiveellä. Vertailussa havaittiin, että vuosina 2008 ja 2009 ruokavalmisteiden, kalatuotteiden, maitotuotteiden, lihan ja rasvojen hinnat laskivat selkeästi hitaammin ja vähemmän Suomessa kuin vertailumaissa. Tämä kehitys on johtanut elintarvikkeiden suhteelliseen hintatason nousuun EU15-maihin vuoteen 2005 verrattuna ja vaikutus on noin 5 %. Esimerkiksi maitotuotteiden osalta kysymys on osaltaan maakohtaisesta sopeutumista maidon ylituotantokriisiin (Kotilainen ym. 2010, 13.) Kotilaisen ym. (2010, 13) mukaan Suomessa kauppa ja elintarviketeollisuus ovat keskittyneitä toimialoja. Siitäkin huolimatta kilpailu hinnoissa toimii vertailun mukaan hyvin. Keskittyneitä toimialoja ovat erityisesti rasvojen valmistus, vähittäiskauppa ja maitotuotteiden valmistus. Tämän vuoksi on

tärkeää, että kilpailu säilyy ja markkinat pysyvät avoimina sekä kotimaisille että ulkomaalaisille yrityksille. (Kotilainen ym. 2010, 13.)

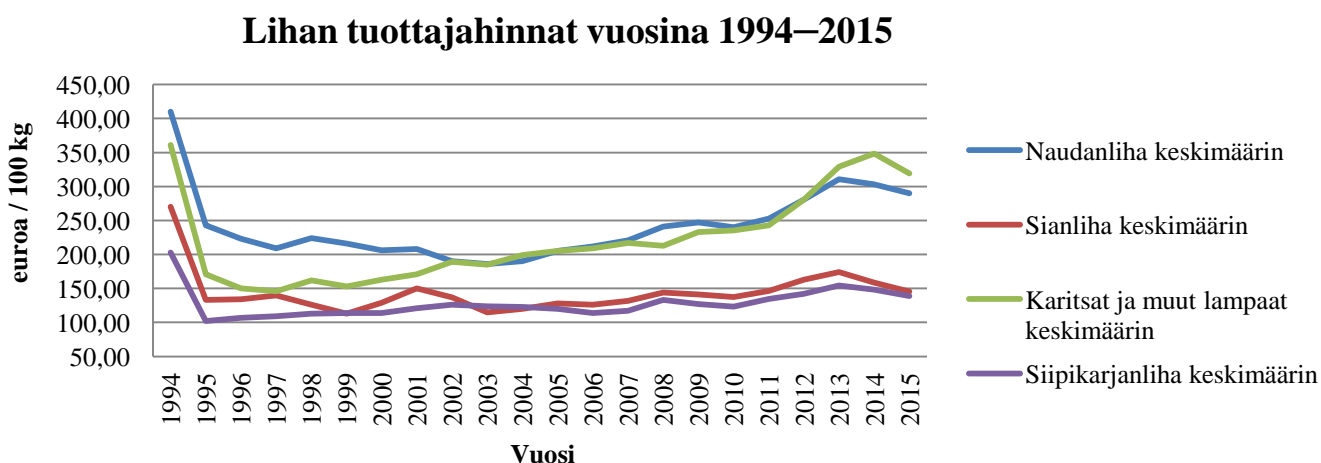
Niemen ja Ahlstedtin (2015, 37–38) mukaan kotieläintuotteiden markkinahinnat muualla Euroopan Unionissa vaikuttavat Suomessa maksettaviin hintoihin. Huomioitavaa on kuitenkin, että Suomessa esimerkiksi maidon ja sianlihan markkinahinnat vaihtelevat vähemmän kuin monissa muissa EU-maissa. Vuonna 2014 markkinahinnat laskivat tarkasteltaessa kotieläintuotteita. Syynä tähän olivat etenkin Venäjän asettamat rajoitteet EU:n elintarvikeventtiin. Toisaalta myös maidontuotanto on lisääntynyt EU:n alueella maitokiintiöiden poistuttua mikä on osaltaan vaikuttanut maidon hinnan laskuun. (Niemi & Ahlstedt 2015.) Suomessa Luonnonvarakeskus (Luke) ylläpitää tilastoa maataloustuotteiden tuottajahinnoista. Tutuimmat maataloustuotteet kuluttajalle ovat varmasti maito, liha ja kananmunat. Tämän vuoksi tässä tutkimuksessa esitetään tilastot näiden kolmen tuotteen tuottajahinnan kehityksestä vuositasolla. Kukin kaavio on tuotettu Luke:n tilastotietokantaa hyödyntämällä ja valitut muuttujat ovat vuosi sekä keskimääräinen tuottajahinta. Tarkastelujaksona ovat vuodet 1994–2015.

Maidon keskimääräinen tuottajahinta vuonna 2015 oli 38,14 senttiä tuotettua maitolitraa kohti (Kuva 5). Tarkasteltaessa maidon tuottajahinnan kehitystä, havaitaan, että Suomen liittyminen Euroopan unioniin romahdutti maidon hinnan vuonna 1995. Tuottajahinta laski vuosien 1994 ja 1995 välillä yli 30 %. Maidon tuottajahinta oli korkeimmillaan (47,86 senttiä/litra) tarkastelujakson alussa vuonna 1994 (Luonnonvarakeskus 2016a.) Rajaniemi (2008, 88) on esittänyt maidontuotannon tulevaisuutta tutkiessaan, että kotimaisen maidontuotannon tulevaisuutta määrittelevät muun muassa tukiratkaisut ja maitokiintiöiden lakkauttaminen. Kun tarkastellaan tuottajahintoja ja syy-seuraus-suhteita, voidaan tulkita, että Rajaniemi on osunut tulkinnoissaan oikeaan.



Kuva 5. Maidon tuottajahinnat (senttiä / litra) vuosina 1994–2015. Lähde: Suomen viralliset tilastot (STV): Luonnonvarakeskuksen tilastotietokanta. 2016a. Maataloustuotteiden tuottajahinnat. Maidon tuottajahinnat vuosittain.

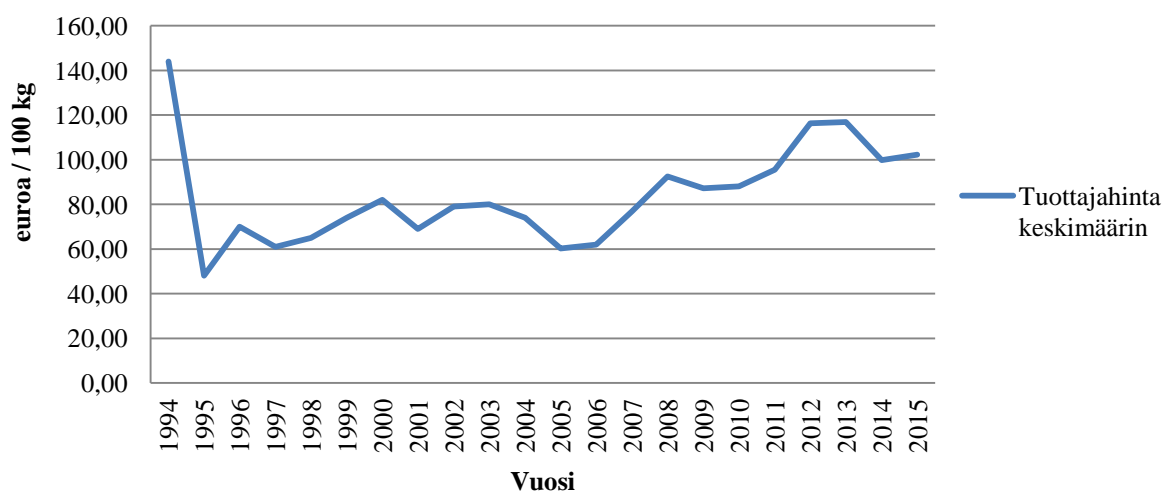
Lihan keskimääräinen tuottajahinta vuonna 2015 oli 223,45 euroa tuotettua 100 kiloa kohti (Kuva 6). Mukana laskelmassa ovat naudanliha, sianliha, karitsat ja muut lampaat (jatkossa lampaanliha) sekä siipikarjanliha. Huomioitavaa on, että naudan ja lampaanliha ovat olleet tuottajahinnaltaan keskimäärin parempia kuin sianliha ja siipikarjanliha koko tarkastelujakson ajan. Myös lihan tuottajahintaa tarkasteltaessa on havaittavissa, että Suomen liittyminen EU:n jäseneksi on vaikuttanut tuottajahintoihin laskevasti, sillä vuonna 1994 tuottajahinnat olivat kaikissa tuotantosuunnissa korkeimmillaan (Luonnonvarakeskus 2016b.)



Kuva 6. Lihan tuottajahinnat (euroa / 100 kg) vuosina 1994–2015. Lähde: Suomen viralliset tilastot (STV): Luonnonvarakeskuksen tilastotietokanta. 2016b. Maataloustuotteiden tuottajahinnat. Lihan tuottajahinnat vuosittain.

Tarkasteltaessa kananmunien tuottajahintoja vuosina 1994–2015, havaitaan samansuuntainen kehitys kuin lihan ja maidonkin tuottajainnoissa (Kuva 7). Ennen Suomen EU-jäsenyyttä tuottajahinta oli 144 euroa tuotettua 100 kilogrammaa kohtia ja se on tarkastelujaksolla suurin tuottajahinta. Vuonna 2015 vastaava tuottajahinta oli 102,3 euroa tuotettua 100 kilogrammaa kohti eli noin 29 % vähemmän kuin vuonna 1994 (Luonnonvarakeskus 2016c.)

Kananmunien tuottajahinnat vuosina 1994–2015

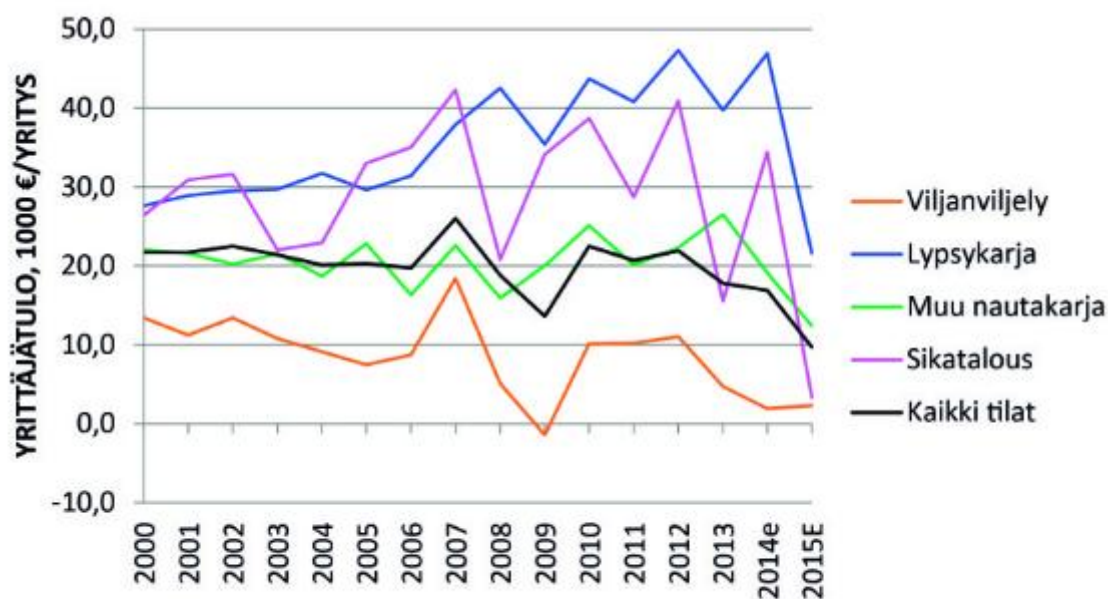


Kuva 7. Kananmunien tuottajahinnat (euroa / 100 kg) vuosina 1994–2015. Lähde: Suomen viralliset tilastot (STV) Luonnonvarakeskuksen tilastotietokanta. 2016c. Maataloustuotteiden tuottajahinnat. Kananmunien tuottajahinnat vuosittain.

Myös maatalouden yrittäjätuloa seurataan ja tilastoidaan. Yrittäjätulolla tarkoitetaan Tilastokeskuksen (2016b) mukaan tuloja maa- ja metsätaloudesta, elinkeinonharjoittamisesta ja yhtymästä sekä tekijänoikeuspalkkioista. Erilaiset tuet ja korvaukset kuten tuotantopalkkiot sekä Euroopan unionin maataloustuet ja satovahinkokorvaukset lasketaan mukaan maatalouden yrittäjätuloihin. Sen sijaan mukaan ei lasketa omaan käyttöön otetuista tuotteista saatua laskennallista tuloa (Tilastokeskus 2016b.) Luonnonvarakeskuksen alustava ennuste vuoden 2015 tuloksista osoittaa, että vuositasolla tilakohtainen keskimääräinen yrittäjätulo on noin 9 700 euroa, mikä on 40 % pienempi kuin vuonna 2014 (Luonnonvarakeskus 2016d.)

Kuva 8 havainnollistaa maatilojen yrittäjätulon kehittymistä tuotantosuunnittain vuosina 2000–2015. Suomessa maidon tuottajahinta laski 16 % vuoteen 2014 verrattuna. Samalla tuotantokustannukset säilyivät kuitenkin lähes ennallaan, joten yrittäjätulo laski

radikaalisti. Suomessa lypsykarjatalous on muodostaa päätuotantosuunnan 15 %:lla suomalaisista maataloista mutta tuottaa yhteenlasketusta yrittäjätulosta yli 60 %. Tämän vuoksi maidontuotannon kannattavuus vaikuttaa koko maatalouden kannattavuuskehitykseen merkittävästi. Suomessa viljanviljely on päätuotantosuuntana 35 %:lla maataloista. Keskimäärin näillä tiloilla yrittäjätuloa kertyi vain pari tuhatta euroa vuosina 2014 ja 2015. Myös naudanlihantuotannon kannattavuus on heikentynyt, mikä johtuu myös tuottajahinnan laskusta sekä korkeista tuotantokustannuksista. Yrittäjätulo pieneni noin 35 % edellisvuodesta, mikä tarkoittaa noin 12 400 euroa tilaa kohti. Sikataloudessa yrittäjätulo on vain noin 3 000 euroa tilaa kohti. Luonnonvarakeskuksen tutkijan Jukka Tauriaisen mukaan tuottajahintojen putoaminen ja korkeat tuotantokustannukset ovat vaikuttaneet maatalouden ahdinkoon huomattavasti enemmän tukimaksujen viivästymiset. (Luonnonvarakeskus 2016d.)



Yrittäjätulon kehitys

Kuva 8. Maatalouden yrittäjätulon kehitys 2000–2015. Vuoden 2015 yrittäjätulo on kaaviossa ennuste. Kuvälähde: Luonnonvarakeskus. 2016d. Maatalouden kannattavuus kriisirajoilla. Saatavissa: <https://www.luke.fi/uutiset/maatalouden-kannattavuus-kriisirajoilla/> (Viitattu 22.9.2016)

3 TYÖHYVINVOINTI JA MAATALOUSYRITTÄJYYDEN ERITYISPIIRTEET

3.1 Maatalousyrittäjän työhyvinvointiin ja työkykyyn vaikuttavat tekijät

Työhyvinvoinnista puhutaan yhteiskunnassamme yleisellä tasolla paljon. Tämä johtuu muun muassa siitä, että työlainsäädäntö asettaa yrityksille vaatimuksia, jotka koskevat työhyvinvointia. Työturvallisuuslain (738/2002) tarkoituksena on 1 §:n mukaan parantaa työympäristöä ja työolosuhteita työntekijöiden työkyvyn turvaamiseksi ja ylläpitämiseksi sekä ennaltaehkäistä ja torjua työtapaturmia, ammattitauteja ja muita työstä ja työympäristöstä johtuvia työntekijöiden fyysisen ja henkisen terveyden haittoja. Työturvallisuuslakia sovelletaan lain 2 §:n mukaan työsopimuksen perusteella tehtävään työhön sekä virkasuhteessa tai siihen verrattavassa julkisoikeudellisessa palvelussuhteessa tehtävään työhön. Laissa on määritetty työnantajan yleiset velvollisuudet, joihin kuuluvat muun muassa työympäristön suunnittelu ja työntekijälle annettava opetus ja ohjaus. Myös työnantajan ja työntekijän yhteistoiminnasta on oma lukunsa. Laissa on myös määritetty työntekijän velvollisuudet ja oikeus työstä pidättäytymiseen.

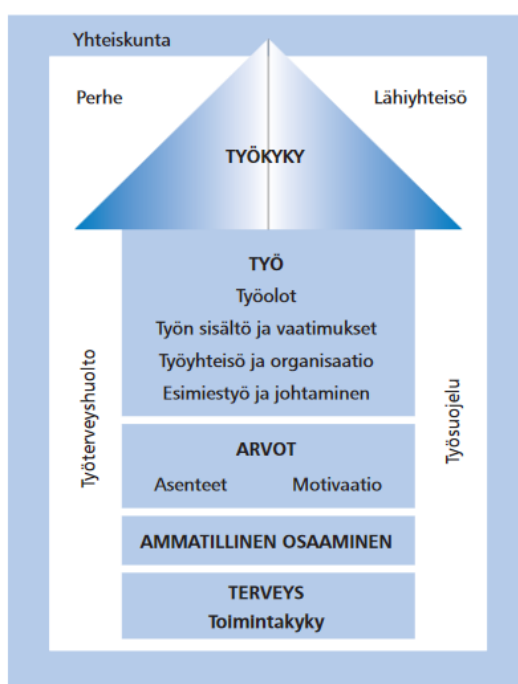
Työterveyshuoltolakia (1383/2001) taas sovelletaan lain 2 §:n mukaan työhön, jossa työnantaja on velvollinen noudattamaan työturvallisuuslakia. Työterveyshuoltolain tarkoitus on työnantajan, työntekijän ja työterveyshuollon yhteistoimin edistää: 1) työhön liittyvien sairauksien ja tapaturmien ehkäisyä, 2) työn ja työympäristön terveellisyyttä ja turvallisuutta, 3) työntekijöiden terveyttä sekä työ- ja toimintakykyä työuran eri vaiheissa ja 4) työyhteisön toimintaa. Myös työsopimuslain (55/2001) 3 §:ssä säädetään, että työnantajan on huolehdittava työturvallisuudesta työntekijän suojelemiseksi tapaturmilta ja terveydellisiltä vaaroilta niin kuin työturvallisuuslaissa säädetään. Suomessa työhyvinvointi on siis sisällytetty osaksi työlainsäädäntöä. Suoranaisen työlainsäädännön lisäksi myös muussa lainsäädännössä työhyvinvointi on huomioitu. Lain naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta (609/1986) tarkoitus on estää sukupuoleen perustuva syrjintä ja edistää naisten ja miesten välistä tasa-arvoa sekä tässä tarkoituksessa parantaa naisten

asemaa erityisesti työelämässä. Lain tarkoituksena on myös estää sukupuoli-identiteettiin tai sukupuolen ilmaisuun perustuva syrjintä.

Ilmarisen (2006, 81) mukaan viime aikoina työhyvinvoinnin käsite on korvannut työkyvyn käsitteen. Hänen mukaansa työhyvinvointi kuvaa työkyky-rakenteen laatua ja terminä se kohdistaa erityistä huomiota työyhteisöön ja työelämän laatuun. Tässä tutkimuksessa tarkastelussa ovat maatalousyrittäjät ja heidän kokemuksensa halpuuttamiskeskustelusta. Maatalousyrittäjiä koskevaa tutkimusta heidän työhyvinvoinnista on saatavissa, mutta tutkimuksissa toistuu usein käsite työkyky. Tämän vuoksi tässä luvussa esitellään maatalousyrittäjien työhyvinvointiin liittyvää aiempaa tutkimusta ja tilastotietoa osittain työkyvyn käsitettä hyödyntämällä.

Maatalousyrittäjien eläkelaitoksen Melan internet-sivuilla (2016b) esitetään, että maatalousyrittäjän työssä vaaditaan monenlaista osaamista ja työn kerrotaan olevan itsenäistä ja ajoittain myös yksinäistä. Sivuston mukaan isot investoinnit, luonnonolosuhteiden ehdoilla toimiminen ja kiireinen työtahti ovat hyvinvointiin kohdistuvia riskejä. Lähes joka kolmanteen maatalousyrittäjän työkyvyttömyyseläkkeeseen ovat syynä mielenterveyden häiriöt ja tuki- ja liikuntaelinten vaivat taas ovat syynä joka toiseen eläkkeeseen. (mela.fi 2016b.) Työterveyslaitoksen (2010a) mukaan maatalousyrittäjän työkyky rakentuu neljästä eri komponentista: 1) terveys ja toimintakyky, 2) ammatillinen osaaminen, 3) arvot, asenteet ja motivaatio sekä 4) työ, työolot ja johtaminen. Työterveyslaitoksen esittämä ajatus työkykytalon neljästä kerroksesta perustuu Ilmarisen (2009, 79–80) esittämään kuvaukseen työkyvystä rakennelmana, jossa on eri kerroksia (Kuva 9.) Ilmarisen mukaan työkyky rakentuu ihmisen työn vaatimusten ja ihmisen voimavarojen välisestä tasapainosta. Ihmisen voimavarat muodostuvat siis terveydestä ja toimintakyvystä sekä koulutuksesta ja osaamisesta. Lisäksi myös arvot ja asenteet ovat osa ihmisen voimavaroja. Työ taas kattaa sekä itse työn sisällön, vaatimukset ja organisoinnin. Lisäksi työhön kuuluu myös työympäristö ja työyhteisö. Myös esimiestyö eli työn johtaminen on osa työtä. Terveys ja fyysinen, psyykinen sekä sosiaalinen toimintakyky muodostavat työkyvyn pohjakerroksen, sillä koko muun rakennelman paino kohdistuu aina pohjakerrokseen. Muutokset, kuten esimerkiksi terveyden heikkeneminen luo uhkan työkyvylle. Toisaalta toimintakyvyn vahvistuminen mahdollistaa myös työkyvyn kehittymisen. Rakennelman toinen kerros kuvastaa työntekijän osaamista ja ammattitaitoa, sillä taidoilla ja tiedoilla

sekä niiden jatkuvalla päivittämisellä vastataan työelämän haasteisiin. Kolmannessa kerroksessa sijaitsevat työntekijän arvot, asenteet ja motivaatio. Kerroksessa käsittelyssä ovat työn ja omien voimavarojen tasapaino sekä työn ja muun elämän väliset suhteet. Neljäs kerros kuvastaa työtä ja siihen liittyviä tekijöitä. Se on suurin ja painavin kerros, joka kuvainnollisesti painaa alempia kerroksia. Esimerkiksi työn vaatimukset, työyhteisön toimivuus ja johtaminen tekevät tästä viimeisestä kerroksesta perin moniulotteisen hahmottaa ja mittavan kokonaisuuden. (Ilmarinen 2009, 79–81.)



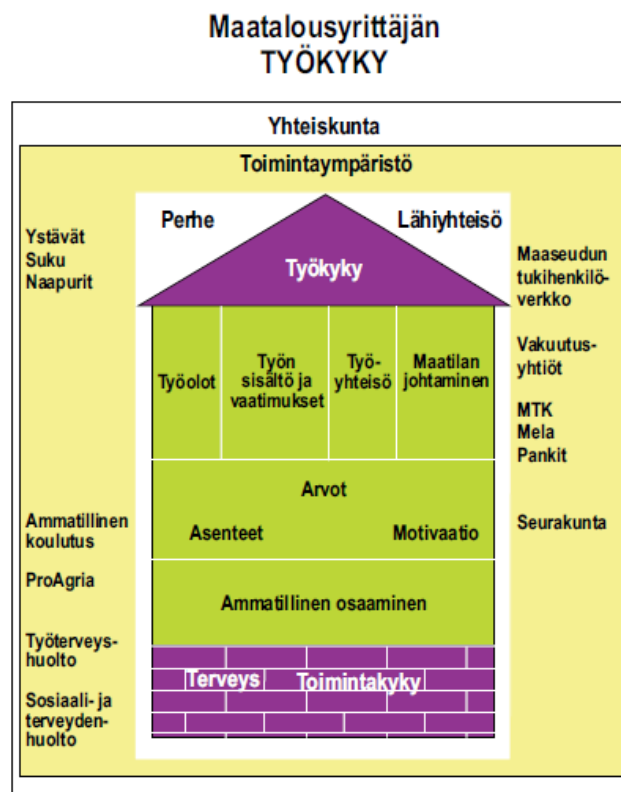
Kuva 9. Työkyky ja siihen vaikuttavat tekijät. Kuvan lähde: Ilmarinen, J. 2006. Pitkää työuraa! Ikääntyminen ja työelämän laatu Euroopan unionissa. Työterveyslaitos sekä Sosiaali- ja terveysministeriö. Jyväskylä. Sivun 80.

Työkyvyssä kysymys on siis ensisijaisesti ihmisen voimavarojen ja työn välisestä tasapainosta. Ihminen etsii koko työelämänsä ajan mahdollisimman optimaalista tasapainoa, joka voi siis vaihdella työelämän eri vaiheissa suurestikin. Tämän vuoksi tasapainon löytämiseksi tarvitaan työn ja ihmisen voimavarojen jatkuvaa yhteensovittamista. Huomioitavaa on, että ihmisen voimavarat muuttuvat esimerkiksi ikääntymisen myötä ja työn vaatimukset taas muuttuvat esimerkiksi uuden teknologian tai globalisaation seurauksena. Työkykyyn vaikuttavat tekijät ovat jatkuvassa muutoksessa. Työkyvyn kehittäminen ja ylläpitäminen vaatii työntekijän ja esimiehen hyvää yhteistyötä ja vastuu työkyvyn säilymistä turvaamisesta jakaantuu sekä työnantajalle että

työntekijälle. Myöskään työyhteisö voi vaikuttaa työkykyyn ja työyhteisön kykyä tukea yksilöidensä jaksamista ei tule väheksyä. Merkittäviä työkykyyn vaikuttavia tekijöitä ovat myös työterveyshuolto ja työsuojeluorganisaatio. Työkykyä, sen kehittämistä tai heikentymistä ei voida erottaa myöskään työntekijää ympäröivästä elämästä. Yksilön työkykyyn voivat vaikuttaa esimerkiksi perhe ja lähiyhteisö eri tavoin elämänsä aikana. Tämän vuoksi perhe-elämän ja työn yhteensovittaminen on noussut tärkeäksi työelämästä ja työkyvystä puhuttaessa. Kaiken tämän, eli Ilmarisen esittämän työkyky-rakennelman, ympärillä vaikuttaa yhteiskunta. Yhteiskunta luo infrastruktuurin, palvelut ja pelisäännöt, joiden perusteella ja avulla henkilöstön työkykyä ja yrityksiä voidaan tukea. (Ilmarinen 2006, 80–81.)

Työterveyslaitoksen (2010a) julkaisema *Tietokortti 18: Maatalousyrittäjän työkyvyn tuki* esittelee maatalousyrittäjän työkykyyn vaikuttavia tekijöitä edellä esitetyn Ilmarisen (2006) työkykytalo-teoriaan sovellettuna (Kuva 10). Ensimmäisessä kerroksessa ovat terveys ja toimintakyky. Työterveyslaitoksen (2010a) mukaan vaikutusmahdollisuudet omaan työhön helpottavat säätelemään itseen kohdistuvaa kuormitusta ja hallitsemaan työtilannetta. Tietokortin mukaan muun muassa riittävä lepo sekä työterveyshuollon palveluiden käyttö auttavat maatalousyrittäjiä säilyttämään terveytensä jatkuvissa muutospainneissa. Toinen kerros koostuu ammatillisesta osaamisesta. Koska maatalousalalla uusia työkykyvaatimuksia ja osaamisen alueita syntyy jatkuvasti, on niin kutsuttu elinikäinen oppiminen, eli taitojen ja tietojen jatkuva päivittäminen, tärkeää. Tietokortissa muistutetaan myös, että kaikkea ei tarvitse tehdä itse tilakoon kasvaessa ja työmäärän lisääntyessä. Esimerkiksi urakointipalveluita voidaan hyödyntää näissä tilanteissa. Lisäksi yhdessä tekeminen muiden maatalousyrittäjien kanssa parantaa henkistä hyvinvointia ja kasvattaa sosiaalisia verkostoja. Kolmas kerros koostuu arvoista, asenteista ja motivaatiosta. Maatalousyrittäjien työkykyä tarkasteltaessa huomioitavaa on, että alaa koskevat säädökset ovat jatkuvassa muutoksessa ja se voi vaikuttaa esimerkiksi yrittäjien motivaatioon työssään. Maatilalla työikäiset aikuiset muodostavat työyhteisön, johon voi kuulua varsinaisen yrittäjän lisäksi myös lapsia, sisaruksia, appivanhempia ja palkattua työvoimaa. Neljännen ja viimeisen kerroksen työkykytaloissa muodostavat työ, työolot ja johtaminen. Tietokortin mukaan työn sitovuus, työssä kuormittuminen ja liika työmäärä heikentävät maatalousyrittäjien voimavaroja. Tämän vuoksi työmäärä tulisi voida suhteuttaa kaikissa työelämän vaiheissa työkykyä vastaavaksi. Erityisesti toimintaansa

laajentaneiden tai sitä suunnittelevien tilojen kohdalla työmäärän vaikutus terveyteen korostuu. Työ, työmenetelmät ja -välineet tulisi sovittaa yksilön tarpeita ja ominaisuuksia vastaaviksi työterveyden ja -turvallisuuden kannalta. Liiallinen valvominen ja pitkät työrupeamat altistavat maatalousyrittäjiä tapaturmille ja heikentävät työkykyä. Tämän vuoksi esimerkiksi työtavat ja -liikkeet tulisi suunnitella järkevästi. Lisäksi tilan johtamiseen tarvitaan hyviä vuorovaikutustaitoja ja kykyä kuunnella. On kuitenkin huomioitavaa, että usein maatilanyrittäjät ovat keskenään sekä avio- että työpari, joka kietoo eri roolit toisiinsa. Tämän vuoksi on tärkeää myös hoitaa parisuhdetta eräänä osana yrityksen toimintaa. (Työterveyslaitos 2010a.)



Kuva 10. Maatalousyrittäjän työkyky esitettyä työkykytalo-ajatuksena. Kuvan lähde: Työterveyslaitos. 2010a. Maatalousyrittäjän työkyvyn tuki. Tietokortti 18. Saatavissa: <http://www.ttl.fi/fi/tietokortit/Documents/Tietokortti%2018.pdf> (Viitattu 25.4.2016)

Työterveyslaitoksen toteuttaman Työterveys ja maatalous Suomessa 2014 -tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa seurantatietoa maatalousyrittäjien työhyvinvoinnista: terveydestä, työoloista ja työstä. Tavoitteena on hyödyntää tuotettua tietoa jatkossa työterveys- ja neuvontapalveluiden kehittämisessä kohderyhmän ollessa maatalousyrittäjät

(Työterveyslaitos 2016, 6.) Tutkimuksen mukaan maatalousyrittäjät kokivat työkykynsä heikommaksi kuin suomalaiset työssä käyvät keskimäärin, mutta he uskoivat kuitenkin yleisemmin pystyvänsä työskentelemään maataloustyössä eläkeikänsä saakka verrattaessa muihin suomalaisiin työssä käyviin (Työterveyslaitos 2016, 8.) Työterveyslaitoksen (2016, 93) mukaan noin 67 % päätoimisista yrittäjistä oli melko tai erittäin tyytyväisiä työhönsä ja 60 % koki vähintään useita kertoja viikossa työn imua. Työn imu tarkoittaa Työterveyslaitoksen (2016b) mukaan työhön liittyvää innostumista ja se kuvaa iloa. Se kuvaa myönteistä motivaatio- ja tunnetilaa työssä. Se toimii yhtenä työhyvinvoinnin mittarina. Tutkittaessa yrittäjien henkistä hyvinvointia ja jaksamista, havaittiin, että yrittäjiä huolettaa tilan taloudellinen epävarmuus sekä jatkuva kiire ja kireä aikataulu. Tilan toimintaan liittyvä byrokratia ja hallinnollinen työ koettiin suurimmiksi henkistä kuormitusta aiheuttaviksi tekijöiksi (Työterveyslaitos 2016, 93.) Tällaisia tekijöitä ovat muun muassa tukihakemuksiin ja tukivalvontaan liittyvät tekijät (Työterveyslaitos 2016, 103.) Tilakokoa tarkasteltaessa havaittiin, että pienemmillä tiloilla työ koetaan henkisesti vähemmän rasittavammaksi ja stressaavammaksi kuin suurilla tiloilla (Työterveyslaitos 2016, 93.)

3.2 Työhyvinvoinnin käsitteestä yleisesti

Työhyvinvointi kokonaisvaltaisena ilmiönä käsittää fyysisen, psyykkisen, sosiaalisen ja henkisen työhyvinvoinnin. Kaikki nämä osa-alueet vaikuttavat ja liittyvät toisiinsa, minkä vuoksi työhyvinvointia tulee aina käsitellä kokonaisvaltaisesti. Työhyvinvoinnin jonkun osa-alueen puutteet heijastuvat helposti toisiin osa-alueisiin. Esimerkiksi fyysisen terveyteen voi vaikuttaa psyykkisesti stressaava työ. (Virolainen 2012, 11–12.) Toisaalta Otalan ja Ahosen (2005, 27) mukaan työhyvinvoinnin kannalta tärkeintä on se, miten ihmiset kokevat oman olonsa työpäivän aikana. Työhyvinvointi on kompleksinen kokonaisuus, jonka edistäminen jakaantuu yhteiskunnan, organisaation ja yksilön kesken. Yhteiskunta luo puitteet ja mahdollisuudet työkyvyn ylläpitämiselle esimerkiksi tukemalla toimintaa, jolla edistetään kansalaisen terveyttä, oppimista, työssä osaamista sekä työn teon kannattavuutta. Lisäksi yhteiskunnan tehtävänä on säätää lakeja, jotka edesauttavat työhyvinvoinnin olemassaoloa. Organisaatiot taas ovat vastuussa työpaikkojen turvallisuudesta, työn tekoa koskevan lainsäädännön noudattamisesta ja miellyttävän työskentelyilmapiirin rakentamisesta. Yksilön vastuulle jää vastata omista elintavoistaan

sekä työpaikan sääntöjen ja ohjeiden noudattamisesta (Virolainen 2012, 12.) Laineen (2014, 9) mukaan kenties yleisin näkökulma työhyvinvointiin on ollut liittää se ihmisten elämäntapoihin, terveyteen ja työkykyyn. Ilmarisen (2009, 79) mukaan työkyky on työntekijän tärkein pääoma työelämässä. Henkilöstön työkyky on merkittävä tekijä yritysten tulosten syntymisessä, jonka vuoksi myös yrityksen rooli henkilöstön työkyvyn kehittämisessä ja tukemisessa on keskeisessä asemassa koko yrityksen toiminnassa (Ilmarinen 2009, 79.)

Työhyvinvointi käsitteenä on vaikeasti määritettävissä yksiselitteisesti. Ensinnäkin työhyvinvointi on ajallisesti, paikallisesti ja yksilöllisesti vaihteleva ilmiö (Virtanen & Sinokki 2014, 9). Ojalan ja Ahosen (2005, 28) mukaan työhyvinvointi on toisaalta jokaisen yksilön kokemaa hyvinvointia, eli tunnetta ja vireystilaa. Toisaalta se on myös koko työyhteisön yhteinen vireystila. Myös Virolaisen (2012, 12) mukaan työhyvinvointi ja sen kokeminen on monen eri tekijän synnyttämä yhteisvaikutus. Työhyvinvoinnin kokemiseen vaikuttavat yksilön omien elintapojen ja terveydentilan sekä muun elämäntilanteen, kuten perheen ja elämänasenteen lisäksi myös työpaikka, työnteko ja työyhteisö. Esimerkiksi positiivisesti elämään suhtautuvia henkilöitä eivät pienet ristiriititekijät kuormita samassa mittakaavassa kuin pessimistisesti elämään suhtautuvia (Virolainen 2012, 12.) Ennen kaikkea työhyvinvointi on ihmisten ja työyhteisön jatkuvaa kehittämistä sellaiseksi, että jokaisella työyhteisön jäsenellä on mahdollisuus kokea työn iloa ja olla mukana onnistumassa (Ojala & Ahonen 2005, 28).

Fyysinen työhyvinvointi on näkyvä osa työhyvinvointia. Fyysiseen hyvinvointiin kuuluvat muun muassa työn fyysinen kuormitus, fyysiset työolosuhteet ja ergonomiset ratkaisut, kuten työasennot sekä työpöytä ja -tuoli. Työpaikan siisteys, lämpötila, melu ja työvälit liittyvät fyysisiin työolosuhteisiin. Tämä työhyvinvoinnin osa-alue korostuu etenkin fyysisissä työtehtävissä. Mikäli henkilö työskentelee teollisuuden parissa, voivat työtehtävät olla fyysiseltä rasittavuudeltaan rutiininomaisia, jolloin jotkin kehon osista rasittuvat toisia enemmän. Tämän vuoksi suositellaan, että kehon kuormitusta muutettaisiin niin, että rasitus ei olisi yksipuolista. Toimiva vaihtoehto on esimerkiksi työkierto, jolloin välillä tehdään erilaisia työtehtäviä, mikä vähentää kehon kuormittumista yksipuolisesti. Samalla henkilön työtehtävät vaihtuvat ja mielelle tulee muuta ajateltavaa. Tämä muuttaa myös työn psyykkistä kuormitusta ja tyypillisesti henkilö piristyy työnkuvan vaihtumista. (Virolainen 2012, 17.)

Psyykkiseen työhyvinvointiin sisältyy muun muassa työn stressaavuus, työpaineet ja työilmapiiri. Psyykinen työhyvinvointi korostuu erityisesti asiantuntijatehtävissä. Psyykinen pahoinvointi, joka aiheutuu työstä, on nykyisin varsin yleistä. Suomalaisista joka viidennellä miehellä ja joka kolmannella naisella on työstä johtuvia psyykkisiä oireita. Kiire on yksi suurimmista psyykkistä kuormitusta aiheuttavista tekijöistä. Psyykkistä työhyvinvointia voidaan edesauttaa esimerkiksi jakamalla töitä henkilöstön kesken ja huolehtimalla riittävästä levon, vapaa-ajan ja työn suhteesta. Tärkeää on myös, että työntekijät kokevat työtehtävänsä mielekkäiksi, sillä mielekäs ja mielenkiintoinen työ edistää yksilön mielenterveyttä. (Virolainen 2012, 18.)

Virolaisen (2012, 19) mukaan ihminen on emotionaalinen olento, mikä tarkoittaa, että sille tunteet ja niiden ilmaisu ovat luonnollisia asioita. Ihminen on myös mielen, fyysisen kehon ja tunteiden muodostama kokonaisuus (Ojala ja Ahonen 2005, 28). Tästä syystä on suositeltavaa, että työpaikalla ihmisellä olisi mahdollisuus tunteidensa ilmaisuun. Mikäli tämä ei ole mahdollista, tukahduttaa ihminen tunteensa sisäänpäin mikä aiheuttaa ahdistuneisuutta ja työpahoinvointia (Virolainen 2012, 19.) Tämä on tärkeää huomioida työhyvinvoinnin tutkimuksessa, koska esimerkiksi Ojalan ja Ahosen (2005, 28) mukaan ei ole olemassa erikseen "*yksityisminää*" ja "*työminää*". Sosiaalisella työhyvinvoinnilla tarkoitetaan sitä, että työpaikalla on mahdollisuus sosiaaliseen kanssakäymiseen työyhteisön jäsenten kesken. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että työpaikalla työntekijöiden välit ovat toimivat, työkavereita on helppo lähestyä ja että työasioista voidaan vapaasti keskustella työyhteisön jäsenten kanssa. Sosiaalisen hyvinvointiin liittyy myös työkavereihin tutustuminen ihmisinä, sillä esimerkiksi työkavereiden harrastuksiin ja perheeseen tutustuminen luo yhteisöllisyyden tunnetta omalta osaltaan. Työaikataulun ollessa kiireinen, voi sosiaalinen kanssakäyminen jäädä vähäiseksi. (Virolainen 2012, 24.)

Virolaisen (2012, 26) mukaan henkinen hyvinvointi on usein yhdistetty osaksi psyykkistä hyvinvointia. Virolainen on kuitenkin omassa tutkimuksessaan käsitellyt henkistä hyvinvointia omana työhyvinvoinnin osa-alueena, koska henkisyydestä työpaikalla on hänen mukaansa alettu kirjoittaa ja keskustella yhä enemmän viime vuosien aikana. Henkisyydellä ei tässä yhteydessä viitata Virolaisen mukaan mystisiin tai uskonnollisiin rituaaleihin ja toimenpiteisiin. Kysymys on siitä, että henkisyys voi ilmetä työpaikalla monin eri tavoin. Siihen liittyy esimerkiksi se, miten työyhteisön yhteistyö sujuu ja miten työkaverit kohtaavat toisensa. Koetun työn tekeminen ja työstä nauttiminen liittyvät

olennaisella tavalla työpaikan henkisyteen. Työllä koetaan olevan suurempi merkitys henkilökohtaisen kasvun ja itsensä toteuttamisen myötä. Mikäli ihminen kehittyy työssään, hän kokee myös kehittyvänsä ihmisenä ja sama myös päinvastoin. Myös yhteisöllisyyden tunne työkavereiden, asiakkaiden ja sidosryhmän edustajien kanssa on osa henkisyttä työpaikalla. Ihmisen sisäinen tarve kokea yhteisöllisyyttä pääsee toteutumaan usein juuri työpaikalla. Tämän lisäksi henkiseen työhyvinvointiin liittyy voimakkaasti tunne oman ja työorganisaation arvomaailman kohtaamisesta eli harmoniasta. Mikäli työllä koetaan olevan positiivisia vaikutuksia laajemmalti yhteiskuntaan ja organisaatiota ohjaavat puhtaat arvot pelkän taloudellisen tavoittelun sijasta, luo tämä puitteita henkiselle hyvinvoinnille. (Virolainen 2012, 26–27.)

Virolaisen (2012, 28) mukaan kokonaisvaltaiseen työhyvinvointiin liittyy olennaisena osana myös ergonomia. Ergonomia-käsite on peräisin kreikan kielen sanoista *ergon* (työ) ja *nomos* (lait). Kirjaimellisesti ergonomia tarkoittaa työn tiedettä. Tieteenalana se keskittyy tarkastelemaan ihmisen ja toimintajärjestelmän muiden osien välistä vuorovaikutusta. Ergonomiassa sovelletaan ergonomian teoreettisia periaatteita, menetelmiä ja tietoa sekä ihmisen hyvinvoinnin että toimintajärjestelmän suorituskyvyn parantamiseksi. Tutkimuksen kohteena ovat ihmisen, työn ja tekniikan välinen vuorovaikutus fyysisestä, kognitiivisesta, sosiaalisesta, organisatorisesta ja ympäristöllisestä näkökulmasta. Tavoitteena tutkimuksessa on ihmisten turvallisuus, terveys ja hyvinvointi sekä toiminnan sujuvuus ja tehokkuus. Ergonomia voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen: 1) fyysinen, 2) kognitiivinen ja 3) organisatorinen ergonomia. Fyysinen ergonomia keskittyy ihmisen anatomisiin, biomekaanisiin ja fysiologisiin ominaisuuksiin fyysisessä toiminnassa. Tarkastelussa on ihmiskehon reaktiot fysiologisiin kuormiin ja keskeisiä aiheita ovat muun muassa työasennot, työn vaatimukset ja turvallisuus. Kognitiivinen ergonomia taas tutkii psyykkisiä toimintoja, joita ovat muun muassa havainnointikyky, päättely ja muisti. Tutkimuskohteina keskeisiä ovat esimerkiksi psyykkinen kuormitus, työstressi ja päätöksenteko. Organisatorinen ergonomia keskittyy tarkastelemaan sosioteknisien järjestelmien optimointia. Tällaisia järjestelmiä ovat muun muassa organisaatiorakenteet ja toimintatavat. (Virolainen 2012, 28.)

Työhyvinvointi on yhteydessä yritystoiminnan kilpailukykyyn. Otalan ja Ahosen (2005, 69) mukaan kilpailukyky muodostuu kustannustehokkuudesta ja tuottavuudesta, asiakastytyväisyydestä ja laadusta, uusiutumiskyvystä sekä kyvystä tuottaa jatkuvasti

uutta eli innovaatiokyvystä. Kilpailukykyyn kuuluu myös ominaisuus solmia strategisesti onnistuneita kumppanuuksia ja toimivien verkostojen rakentaminen. Lisäksi kilpailukykyinen yritys pystyy houkuttelemaan ja rekrytoimaan hyviä osaajia osaksi työyhteisöään. Ainoastaan tyytyväinen ja työstään innostunut työntekijä voi tuottaa palveluita, joihin myös yrityksen asiakkaatkin ovat tyytyväisiä. Näin ollen työhyvinvointi on keskeinen tekijä yrityksen kilpailukykyyn luomisessa ja ylläpitämisessä. Työhyvinvointi pienentää sairauspoissaolo- ja tapaturmakustannuksia sekä työkyvyttömyyteen liittyviä kustannuksia. Pienempien kustannusten ansiosta yrityksen tuottavuus ja kannattavuus paranee, jolloin myös hintakilpailukyky kehittyy positiiviseen suuntaan. Tämän lisäksi työhyvinvointi parantaa työtyytyväisyyttä, motivaatiota ja työyhteisön ilmapiiriä, jonka ansiosta palvelutaso kohentuu. Tämä parantaa toiminnan laatua ja lisää asiakastyytyväisyyttä. Työhyvinvoinnin on todettu myös lisäävän yhteistä osaamista ja parantavan organisaation oppimista, mikä aiheuttaa sen, että syntyy uusia palveluita ja tuotteita. Innostuksen ja sitoutumisen syntyminen on myös yksi työhyvinvoinnin aiheuttama positiivinen vaikutus työyhteisössä ja yrityksessä. Tämä parantaa yrityksen imagoa niin tavoiteltuna yhteistyökumppanina kuin haluttuna työpaikkanakin. Edelleen tämä mahdollistaa uusien markkinoiden avautumisen ja kilpailukykyyn säilyttämisen mahdollisuuden. (Ojala & Ahonen 2005, 69–70.)

3.3 Mikä aiheuttaa työpahoinvointia?

Työhyvinvointia lähestytään useimmin kielteisestä näkökulmasta, jolloin hyvinvoinnin sijaan pahoinvointi saa tehtävässä tarkastelussa keskeisen roolin. Stressin ja uupumuksen näkökulmat ovat perinteisimmät työhyvinvointia hahmottavat tekijät. Työhyvinvointi on kuitenkin myös muutakin kuin oireiden puuttumista (Kinnunen ym. 2005, 13.) Tässä luvussa käsitellään työpahoinvoinnin osa-alueita, koska työpahoinvointia aiheuttavat tekijät voivat esimerkiksi Virolaisen (2012, 30) mukaan toimia merkittävänä työhyvinvoinnin esteenä.

Yleisimpiä työpahoinvoinnin tekijöitä ovat stressi ja työn kiireisyys (Virolainen 2012, 30). Toisaalta ajoittainen stressi ja kiire kuuluvat Honkosen (2010, 81) mukaan työelämään. Mikäli stressi pitkittyy ja palautuminen estyy, saattaa se aiheuttaa terveysongelmia. Seurauksena voi olla työuupumusta, työn ilon katoamista ja pahimmassa tapauksessa

burnoutia (Virolainen 2012, 30.) Stressillä tarkoitetaan hallitsemattomaksi ja epämiellyttäväksi koettua vireystilan nousua, joka voi pitkään jatkuessaan johtaa sairastumiseen (Korkeila 2008, 690). Työstressillä taas ilmentää ristiriitaa työntekijän ja työn välisessä suhteessa, jota ei ole voitu ratkaista (Virolainen 2012, 30). Työssä kuormittumista aiheuttavat työn sekä fyysiset että psykososiaaliset kuormitustekijät, joita ovat Työturvallisuuskeskuksen (TTK 2016) mukaan muun muassa ruumiillisesti raskas työ, jatkuva paikallaan istuminen sekä työmäärä, kiire ja alikuormittava työ. Korkeilan (2008, 683) mukaan stressivaste käynnistyy, kun ärsyke ei vastaa turvalliseksi hahmotettuja mielikuvia. Tästä aiheutuu valppauden ja aistien tehostuminen. Stressitekijän luoma haaste edellyttää joitain sopeutumista edistäviä toimenpiteitä. Riittävästä palautumisajasta stressitilanteen jälkeen tulee huolehtia, koska kehon palautumisjärjestelmät ovat selvästi stressivastetta hitaampia toimimaan. Akuutti stressivaste on kehittynyt evoluution myötä, joka voi erityisesti kuormituksen pitkittyessä johtaa vakaviin seurauksiin. Virolaisen (2012, 30) mukaan akuutin stressin seurauksia elimistölle ovat esimerkiksi verenkierron ohjautuminen enemmän lihaksille ja vähemmän muualle elimistöön sekä hengitystaajuuden ja sydämen sykkeen kiihtyminen. Akuutti stressireaktio lisää elimistön hetkellistä suorituskykyä kuormituksesta huolimatta. Työperäinen stressi aiheuttaa Virolaisen (2012, 31) mukaan työtehon alentumista ja lisää työn kuluja. Pitkään jatkuneesta stressistä voi aiheutua elimistölle niin sanottu krooninen stressivaste, jonka haitallisia vaikutuksia ovat muun muassa vastustuskyvyn heikentyminen ja astman sekä sydän- ja verisuonitautien riskin lisääntyminen. Stressin aiheuttaman epäterveellisen toiminnan, kuten alkoholin lisääntyneen käytön, on todettu syntyvän välillisesti pitkäkestoisen stressin seurauksena. (Virolainen 2012, 32.)

Työuupumuksella tarkoitetaan Aholan ym. (2010, 17) mukaan pitkittyntä stressioireyhtymää, joka on seuraus jatkuvasta työstressistä. Työuupumuksella on kolme laadullista erityispiirrettä: 1) uupumusasteinen väsymys, 2) kyynistyneisyys ja 3) alentunut ammatillinen itsetunto. Väsymys aiheutuu ilman riittäviä toimintaedellytyksiä tehdystä jatkuvasta pinnistelystä tavoitteiden saavuttamiseksi. Kyynistyneisyys taas liittyy oman työn merkityksen epäilyyn ja siihen, että tehtyä työtä ei koeta mielekkääksi. Ammatillinen itsetunto rakentuu aikaansaamisen ja pystyvyyden kokemuksista, jotka heikentyvät työuupumuksen myötä. (Ahola ym. 2010, 17.) Virolaisen (2012, 36) mukaan suomalaisista työntekijöistä noin 25 % kärsii lieväasteisista työuupumuksen oireista ja 2,5 %:lla oireet

ovat vakavia. Yli 55-vuotiailla työntekijöillä työuupumus on yleisintä. Yleisimmin työuupumus puhkeaa hyvin motivoituneelle ja ammatillisesti korkeat tavoitteet omaavalle työntekijälle, joka kärsii epäsuotuisista työolosuhteista. Työolosuhteet eivät tue asetettujen tavoitteiden saavuttamista eikä työntekijällä ole riittäviä selviytymiskeinoja tilanteen ratkaisemiseksi. Kaikista vähiten työuupumuksesta kärsivät sellaiset työntekijät, joilla on työssään vähäiset vaatimukset ja suuret vaikutusmahdollisuudet. Erinäisten tutkimuksen mukaan koulutus kasvattaa työkyvyn määrää, koska koulutus antaa tiettyjä valmiuksia ylläpitää toimintakykyä. Tämän lisäksi koulutuksen tuottama ammatillinen osaaminen edesauttaa työn hallintaa ja työmotivaatiota. Esimerkiksi opettajat, johtajat ja asiantuntijat kokevat oman työkykynsä muita ammattiryhmien edustajia paremmaksi riippumatta vastaajan sukupuolesta. Sen sijaan miehistä maanviljelijät, metsätyöntekijät, rakennus- ja kuljetustyöntekijät ja naisista keittiöapulaiset sekä siivoojat kokevat oman työkykynsä muita ammattiryhmiä heikommaksi. (Virolainen 2012, 36.)

Virolaisen (2012, 36–37) mukaan työuupumus ennustaa työkyvyn ja terveyden heikkenemistä pitkällä aikavälillä ja esimerkiksi Toppinen-Tannerin (2011, 6) väitöskirjan mukaan työuupumuksella voi olla vakavia seurauksia työntekijän terveydelle ja työkyvyille. Hänen tutkimuksensa mukaan työuupumus ennusti myös uusia työkyvyttömyyseläkkeitä, jotka perustuvat mielenterveys- ja tuki- ja liikuntaelinsairauksien diagnooseihin. Huomioitavaa on, että Työterveyslaitoksen (2016c) mukaan lääketieteellisessä tautiluokituksessa ei ole diagnoosia työuupumukselle, vaan se voidaan kirjata diagnoosin liitteeksi terveysongelmaan liittyvänä tekijänä. Työuupumista tulisi pyrkiä ennaltaehkäisemään jo varhaisessa vaiheessa esimerkiksi tukemalla työntekijöitä erityisesti stressitilanteissa. Lisäksi työuupumista voidaan ennaltaehkäistä kiinnittämällä huomiota työn vaatimuksiin. Näitä ovat muun muassa hektisyys, haasteellisuus ja määrä. Lisäksi yhteistyön ja ammattitaidon kehittäminen ovat keinoja ennaltaehkäisyyn. Säännölliset työn kuormittavuuden arvioinnit esimerkiksi kehityskeskustelutilanteissa ovat hyviä tilaisuuksia tarkastella tilannetta. (Virolainen 2012, 36–37.)

Työuupumuksen riskitekijöitä ovat Virolaisen (2012, 38) mukaan muun muassa heikko työnhallinta ja liian vähäisinä koetut palkkiot ja palaute tehdystä työstä (Kuva 11). Työterveyslaitoksen (2016) mukaan uupumisen riskiä lisäävät lisäksi työntekijän korkeat henkilökohtaiset tavoitteet, korostunut velvollisuudentunto sekä voimakas sitoutuminen työhön. Työuupuminen ei aiheudu yksinään muilla elämänalueilla ilmenevistä ongelmista

työolosuhteiden ollessa hyvät. Ne voivat kyllä nopeuttaa kyllä työuupumisen kehittymistä, mikäli työn kuormitus ei ole kohdallaan (Työterveyslaitos 2016.)

TYÖUUPUMUKSEN RISKITEKIJÖITÄ

- I) Työn suuri vaativuus suhteessa vähäisiin resursseihin
- II) Heikko työn hallinta: yksilö kokee, etteivät työhön liittyvät asiat ole hänen hallinnassaan
- III) Liian vähäisinä koetut palkkiot ja palaute nostavat stressitasoa
- IV) Työyhteisön konfliktit: työpaikkakiusaaminen ja voimakkaat erimielisyydet
- V) Epäoikeudenmukaisuus: tasapuolisuuden puute työmäärissä, palkkauksessa tai ylennyksissä
- VI) Työntekijät joutuvat toimimaan tavalla, joka on ristiriidassa heidän omien arvojensa tai etiikkansa kanssa

Kuva 11. Työuupumuksen aiheuttamia riskitekijöitä Virolaisen (2012, 38) mukaan.

Virolaisen (2012, 38–39) mukaan työpahoinvointia voivat stressin ja työuupumuksen lisäksi aiheuttaa esimerkiksi työpaikalla ilmenevä epätasa-arvoisuus, erilaiset ristiriidat ja työpaikkakiusaaminen. Lisäksi erilaiset univaikeudet voivat olla yhteydessä työhyvinvoinnin heikkenemiseen. Myös epävarmuus työn jatkumisesta on yksi työpahoinvoinnin osa-alueista. Epävarmuus ja turvattomuus töiden jatkumisesta kuormittavat työntekijää paljon ja ne ovat näin työhyvinvoinnin kannalta selkeitä uhkatekijöitä. Epävarmuuden työn jatkuvuudessa on havaittu aiheuttavan sekä fyysisiä että psyykkisiä oireita ja se heikentää työntekijän sitoutumista omaan työhönsä. Tämän vuoksi esimerkiksi irtisanomisten uhatessa viestintä ja tiedottaminen ovat tärkeitä huolehtia kunnolla. (Virolainen 2012, 38–39.)

4 AINEISTO JA MENETELMÄT

4.1 Kvalitatiivisen tutkimuksen tunnuspiirteet

Tässä tutkimuksessa käytetään kvalitatiivista eli laadullista aineistoa. Yksinkertaisimmillaan laadullisella aineistolla tarkoitetaan ilmiösultaan tekstimuotoista aineistoa. Teksti on voinut syntyä tutkijasta riippumatta tai siten, että tekstin syntyprosessissa tutkija on ollut aktiivisesti mukana. (Eskola & Suoranta 2005, 15.) Tässä tutkimuksessa tutkija on ollut kiinteästi mukana käsiteltävän laadullisen aineiston muodostumisessa, sillä aineisto on kerätty kasvokkain suoritetuin teemahaastatteluin. Toisaalta tutkimuksen aineistona on käytetty myös halpuuttamista koskevasta uutisoinnista koostuvaa media-aineistoa, jonka tutkija on kerännyt ulkopuolisista lähteistä. Kiviniemen (2007, 70) mukaan laadullista tutkimusta voidaan luonnehtia prosessiksi. Tämä johtuu siitä, että laadullisessa tutkimuksessa tutkija toimii itse aineistonkeruun välineenä. Näin aineistoon liittyvien tulkintojen ja näkökulmien voidaan katsoa kehittyvän tutkijan tietoisuudessa vähitellen tutkimuksen edistyessä. Tutkimustoiminta voidaan nähdä myös eräänlaisena oppimistapahtumana. Hakalan (2015, 20) mukaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa sekä aineiston kerääminen että käsittely liittyvät oleellisesti yhteen. On tavallista, että tutkijalta kaivataan analyysin liittyvää osaamista jo aineistoa kerättäessä. Tämä johtuu siitä, että aineistonkeruu-vaiheessa on jo luontevaa tehdä alustavaa tulkintaa. Analyysi, joka suoritetaan aineistonkeruun yhteydessä voi rajata tutkittavaa kohdejoukkoa, muuttaa aineistonkeruun jatkotoimia tai jopa muuttaa koko tehtävänasettelua. Kvalitatiivisissa, eli niin sanotuissa pehmeissä analyysimenetelmissä tutkijan saattaa yllättää sen sisäänrakennettu periaate, jossa korostuu jatkuvan tulkinnan osuus. Tästä johtuen laadullisen tutkimuksen kelvollisuuden kriteerinä ei voida pitää yksiselitteisesti kootun datan määrää vaan enemmän voidaan puhua analyysin kelvollisuudesta. Tällä tarkoitetaan sitä, mitä aineistosta saadaan irti ja millaisia johtopäätöksiä voidaan tehdä (Hakala 2015, 20.) Kvalitatiiviselle tutkimukselle on keskeistä osallistuvuus mutta se ei suinkaan ole edellytyksenä aineiston keräämiselle. Laadullisen tutkimuksen parissa tutkija pääsee suorittamaan usein kenttätyötä, mikä on erityinen tapa päästä tutkittavien kanssa kosketuksiin. Kun tutkija pyrkii säilyttämään tutkittavan ilmiön alkuperäisessä

muodossaan, voidaan puhua tavoitteesta saavuttaa tutkittavien oma näkökulma. Kyseessä on niin kutsuttu naturalistinen ote. (Eskola & Suoranta 2005, 16.)

Laadullisen aineiston kanssa työskennellessä on jopa tavallista, että tutkimuksen etenemisen eri vaiheet eivät ole määriteltävissä selkeästi ja esimerkiksi tutkimustehtävä voi muotoutua prosessin edetessä uudelleen (Kiviniemi 2007, 70). Myös Eskolan ja Suorannan (2005, 15–16) mukaan tutkimussuunnitelma elää parhaassa tapauksessa tutkimuksen edetessä. Osaltaan tämä tarkoittaa sitä, että laadullisilla menetelmillä on saavutettavissa ilmiöiden prosessiluonne. Samalla on esitettävä pohdintaa siitä, miten menetelmät saavuttavat ilmiöiden muutoksen. Onkin esitetty, että sosiaalisen todellisuuden ilmiöiden prosessiluonteen huomioiminen saattaa aiheuttaa sen, että saavutettuja tutkimustuloksia ei voida pitää yksiselitteisesti paikattomina tai ajattomina vaan kysymys on historiallisesti muuttuvista ja paikallisista tuloksista. (Eskola ja Suoranta 2005, 16.)

Kuten aiemmin todettiin, on laadulliselle tutkimukselle ominaista, että esimerkiksi tutkimuskysymykset muokkautuvat aineiston perusteella. Näin kävi myös tämän pro gradu -tutkielman kanssa. Aluksi oli aihe, sitten tehtiin haastattelut, haastatteluista nousi esiin monia erilaisia teemoja ja lopullinen analyysi tapahtui hieman eri tavalla kuin alun perin oli tarkoitus. Loppujen lopuksi myös pääkäsitteen, eli halpuuttamisen, määrittäminen osoittautui työläämmäksi kuin aluksi aavistelin. En olisi vuoden 2015 alussa maisteriseminaarissa aihetta pohtiessani uskonut, että päädyn työstämään myös media-analyysiä. Kuten vanha sanonta sanoo "*työ tekijäänsä opettaa*". Aloittelevana tutkijana voin vain todeta, että tätä tutkimusta tarkastellessa kokonaisuutena kysymyksessä on ollut melkoinen oppimistapahtuma kvalitatiivisen tutkimuksen maailmassa.

4.2 Media-analyysi halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta

Tutkimuksessani hyödynnetään menetelmänä myös media-analyysiä ja tässä luvussa on tarkoitus esitellä kyseistä analyysimenetelmää tutkimusmenetelmänä. Halpuuttaminen ja halpuuttamiskeskustelu ovat uusia käsitteitä, eikä saatavissa ole aiempaa tieteellistä tutkimusta. Tämän vuoksi käsitteiden määrittäminen tapahtuu media-analyysin kautta ja halpuuttaminen on myöhemmin esitelty omana, empiirisenä lukunaan. Uskon myös, että

tutustuttuani perusteellisesti mediassa käytyyn keskusteluun pystyn paremmin ymmärtämään ilmiön eri näkökulmia. Tavoitteena on selvittää, mistä halpuuttaminen alkoi ja missä siihen liittyvä keskustelu tapahtuu. Tämän lisäksi on tarkoitus kartoittaa, ketkä keskusteluun ovat osallistuneet ja mitkä ovat olleet keskustelun keskeisiä argumentteja. Halpuuttaminen ja sen määrittäminen on uusi tutkimusala ja tämän vuoksi se nousi myös yhdeksi tutkimuskysymykseksi tässä pro gradu -tutkielmassa.

On oletettavaa, että halpuuttaminen-termin tehokkaaseen markkinointikäyttöön ottanut SOK kokee termin eri tavoin kuin maatalousyrittäjä tai heidän etujärjestönsä Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto ry (MTK). Tämän vuoksi varsinaisen media-aineiston lisäksi lähteinä käytetään myös media-aineistoa täydentäviä asiantuntijahaastatteluita. Asiantuntijahaastatteluita on tehty kaksi kappaletta syyskuussa 2016 ja haastatteluissa olivat mukana halpuuttamiskeskustelun näkyvimvät osapuolet eli SOK ja MTK. SOK:n puolesta haastatteluun osallistui organisaation viestintäjohtaja Kai Ovaskainen ja MTK:n puolesta viestintäjohtaja Klaus Hartikainen. Haastattelut toteutettiin toisistaan erillisinä puhelinhaastatteluina. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin erillisiksi Word-tekstitiedostoiksi. SOK:n Ovaskaisen puhelinhaastattelu kesti noin 16 minuuttia. MTK:n Hartikaisen puhelinhaastattelu kesti yhteensä noin 30 minuuttia, sillä haastattelu tehtiin kahdessa osassa nauhoituksen osittain epäonnistuttua ensimmäisellä kontaktointikerralla. Molemmille haastateltaville tarjottiin mahdollisuutta tutustua litteroituun tekstiin ja heillä oli mahdollisuus tehdä myös teksteihin täsmentäviä kommentteja. Haastateltavilta saadut kommentit käsittivät tässä vaiheessa kieliasullisia tekijöitä ja muutamia asiatarkennuksia. Tämän lisäksi haastateltaville toimitettiin tämän tutkimuksen empiirinen luku ”5 *Media-analyysi halpuuttamisen ja halpuuttamiskeskustelun käsitteistä*” ennen pro gradun saattamista viralliseen tarkastukseen. Näin toimittiin siksi, että haastateltavat näkivät haastatteluistaan poimitut asiakohdat ja kontekstin, jossa heidän esittämänsä lausunnot esitettiin. Tässä vaiheessa SOK:n Ovaskainen täsmensi puhelinhaastatteluissa antamaansa lausuntoa halpuuttamisen tiedottamisesta sidosryhmille ja analyysin tekstiä muokattiin hieman näiltä osin. MTK:n Hartikaisella ei sen sijaan ollut kommentoitavaa omiin lausuntoihinsa. Asiantuntijahaastatteluihin osallistuneilla SOK:n Ovaskaisella ja MTK:n Hartikaisella oli näin mahdollisuus kommentoida omia, haastatteluissa annettuja lausuntoja kaksi kertaa tämän työn etenemisen aikana. Varsinaiseen media-analyysiin ja tutkijan tekemiin huomioihin heidän kommentointinsa ei ole vaikuttanut. Asiantuntijoille

osoitetuissa puhelinhaastatteluissa esitetyt kysymykset ovat tämän tutkimuksen liitteenä (Liite 2).

Olen tutkimusta tehdessäni kerännyt media-aineiston halpuuttamista käsittelevästä uutisoinnista ja keskustelusta, jonka avulla pyrin määrittämään edellä mainitut käsitteet. Media-aineisto on kerätty tammikuulta 2015 huhtikuuhun 2016 ja se on lajiteltu julkaisukuukauden mukaan. Aineiston tarkasteluajankohdan rajaus perustuu siihen, että maatalousyrittäjien haastattelut toteutettiin maaliskuussa 2016. Näin heidän esille tuomansa mielipiteet perustuvat huhtikuun loppuun mennessä tapahtuneeseen uutisointiin. Tämän vuoksi mielestäni on järkevää, että tutkimuksessani ei esitetä mahdollisia uusia näkökulmia halpuuttamiskeskusteluun media-aineiston pohjalta enää haastatteluajankohtien jälkeen. Aineistosta koostetaan myös aikajanatarkastelu, jossa esitetään keskeisimmät keskustelussa esille nousevat argumentit ja mediahuomiota keränneet uutiset. Aikajana toimii myös media-analyysin selkeänä kantavana elementtinä.

Kantolan ym. (1998, 5–7) mukaan joukkoviestinnästä on tullut yhä kiinteämmin osa arkielämäämme. Elämä tapahtuu mediatulvan keskellä. Joukkoviestimet kertovat meille muun muassa siitä, millainen on keski- tai parisuhde tai miten pukeudumme seuraavana kesänä. Joukkoviestinnän rooli esimerkiksi taloudessa ja politiikassa ja muissakin yhteiskunnan alueissa on kasvanut. Voidaan puhua mediayhteiskunnasta tietoyhteiskunnan rinnalla. Median ja sen tuotteiden analyysi tarjoaa näkökulman kulttuurin ja yhteiskunnan muutosten tutkimukseen. Media-analyysi toimii pohjana mediakasvatukselle tai mediakritiikille, sillä ilman analyysia ne jäävät helposti esimerkiksi omien hypoteesien todisteluksi. On huomioitava, että sama uhka on myös media-analyysissa, sillä analyysi perustuu aina vahvasti tutkijan omiin subjektiivisiin tulkintoihin. Mediatutkimus on yhdistelmä ideoita, teorioita ja menetelmiä muista tieteenaloista, sillä se ei ole itse vakiintunut vielä omaksi tieteenalaksi. (Kantola ym. 1998, 5–7.) Väliwerrosen (1998, 13) mukaan mediatutkimus on saanut vaikutteita erityisesti taiteen, kirjallisuuden ja kielitieteen tutkimuksesta sekä poikkitieteellisistä tutkimusaloista kuten retoriikan tutkimuksesta, diskurssianalyysistä ja semiotiikasta. Esimerkiksi yhteiskuntatieteiden ja humanististen tieteiden rajat ovat häivyntyneet ja myös yhteiskuntatieteet ovat alkaneet tutkia kohteitaan tekstuaalisina ja kielellisinä. Kantolan ym. (1998, 6–7) juuri muilta tieteen aloilta lainaaminen on mediatutkimuksen heikkous että vahvuus. Nykyiset menetelmät voivat näyttäytyä kirjavana kenttänä tutkijalle. Media-sana on lähtöisin latinan

sanasta ”*medium*”, joka tarkoittaa sekä julkisuutta että keskikohtaa. Suomessa media-sanalla viitataan sekä yksittäiseen välineeseen että joukkoviestinnän kokonaisuuteen (Kantola ym. 1998, 5–7.)

Media-analysissä tutkitaan viestintää. Mutta mitä on viestintä? Fiske (2005, 13–14) mukaan lista viestinnästä on loputon - se voi olla itsessään televisio, informaation levitys mutta myös kirjallisuuden tutkimus. Hänen mukaansa yleinen määritelmä viestinnälle on viestien välityksellä tapahtuva sosiaalinen vuorovaikutus. Fiske (2005, 14) on viestintää koskevassa tutkimuksessaan tehnyt asettamuksia, joita on yhteensä neljä kappaletta:

- 1) Viestintä on tutkittavissa, mutta sen läpikohtainen tutkiminen edellyttää eri tieteenaloille ominaisten lähestymistapojen soveltamista,
- 2) Viestintä toimii merkkien ja koodien varassa ja nämä merkit ovat ihmisten tekemiä. Ne viittaavat itsensä ulkopuolisiin seikkoihin ja ovat välineitä tällaisenaan merkityksen antamiseksi. Koodit taas ovat järjestelmiä, jotka jäsentävät merkkien käyttöä ja ne määräävät, siitä kuinka merkit voidaan kytkeä toisiinsa,
- 3) Viestinnässä on näiden koodien ja merkkien välittymisestä muille tai niiden saatavuudesta muiden käyttöön. Koodien ja merkkien vastaanottamisessa ja lähettämisessä on kysymys käytännöstä, joka ylläpitää sosiaalisia suhteita,
- 4) Viestintä on elinehto kulttuurille, sillä ilman viestintää jokainen kulttuuri katoaisi. Tämän vuoksi kulttuurintutkimus on tärkeä osa myös viestinnän tutkimusta. (Fiske 2005, 14.)

Mediaan ja viestintään liittyy myös oleellisena osana journalismin käsite. Hemánuksen (1989, 21) mukaan journalismilla tarkoitetaan ajankohtaisten ja faktapohjaisten joukkotiedotussanomien tuottamista. Sirkkusen (1996, 61) mukaan median ja journalismin tutkimus on monimuotoisempaa kuin koskaan ja tämä aiheuttaa tutkijoissa myös hämmennystä. Hänen mukaansa journalismin itselleen määrittämistä tehtävistä yksi tärkeimmistä on tiedon välittäminen (Sirkkunen 1996, 63). Journalismia on mahdollista arvioida useasta eri näkökulmasta ja erilaiset lukutavat tuovat tekstistä esiin eri aspekteja. Myös tarkastelujen ja kritiikin kohteet vaihtelevat. Esimerkiksi Sirkkunen (1996, 77–81) on rakentanut tarkastelemalleen uutiselle kolme ”paperikriitikkoa”, joiden avulla hän kokoaa esittelemiensä lähestymistapojen keskeiset lähtökohdat, kritiikin kohteet ja käsitteet:

- 1) Tietokriitikko,
- 2) Merkityksiä purkava kriitikko,
- 3) Vuorovaikutuskriitikko (Sirkkunen 1996, 77–81.)

Tietokriitikko tarkastelee Sirkkusen (1996, 77) mukaan tiedon ja todellisuuden välistä suhdetta ja kritisoi journalismin sisältöjä niiden poliittisista, kaupallisista tai muun laisista vääristymistä. Tämä ajatus pohjautuu siihen, että ihmiset etsivät joukkoviestimistä tietoa, jonka käyttö kohdistuu oman elämän hallintaan. Tässä ajattelussa valta on usein vaikutusvaltaa journalismin sisältöihin. Merkityksiä purkava kriitikko taas tarkastelee journalismissa todellisuudesta rakennettuja esityksiä eikä todellisuuden ja niiden välistä suhdetta. Hänen kritiikin kohteeseen joutuvat diskurssien valtasuhteet tai ideologiset merkitykset ja tekstin muut rakenteet. Tämän kritiikin tavoitteena on paljastaa tekstin syvä- ja valtarakenteita, jotka ovat diskurssien välisiä tai niiden sisäisiä ominaisuuksia. Kolmas kriitikko, eli vuorovaikutuskriitikko, tarkastelee lehden sivuilleen rakentamaa julkisuutta ja sen sisältämää vuorovaikutusta. Tämän kritiikin mukaan viestimien harjoittaman journalismin tulisi rakentaa täydellisempää yhteiskuntaa, jossa kaikki yhteiskunnalliset tahot voisivat katsoa oman intressinsä tulleen ilmaistuksi. (Sirkkunen 1996, 77–78.) Joka tapauksessa Sirkkunen (1996, 80) on sitä mieltä, että näille kaikille kolmelle tarkastelutavalle on yhteistä se, että journalismista halutaan entistä keskustelevampaa ja eri intressien kohtauspaikka. Huomioitavaa on kuitenkin, että journalismia voi olla mahdotonta vapauttaa täysin erilaisesta ideologisesti vaikuttavasta aineksestä. Samoin on kyseenalaistettava se, voidaanko totuus asettaa journalismin tavoitteeksi. Sirkkusen (1996, 80) mukaan monet vuorovaikutus- ja merkitystutkijat eivät pidä tätä tavoitetta edes mahdollisena.

Kupiaisen ja Sintosen (2009, 17) mukaan Suomessa ja muissakin länsimaissa on siirrytty digitaaliseen aikakauteen. Digitaalisen aikakauden vahvuuksiksi on lueteltu muun muassa kyky yhtenäistää ja olla maailmanlaajuinen. Digitaalisessa ajassa kuluttajana ihminen on muuttunut. Hänelle on luotava mahdollisuuksia myös omaan kommunikaatioon, ilmaisuun ja myös tiedon sekä elämysten tuottamiseen. Uuden mediakulttuurin ongelmana on pidetty yleisesti läpinäkyvyysongelmaa. Läpinäkyvyysongelmalla tarkoitetaan sitä, että on yhä vaikeampi nähdä niitä tapoja, joilla media muokkaa identiteettiä ja kokemusta. Tämän vuoksi ongelman vastineeksi on pyritty valjastamaan mediateknologiaa myös oman ilmaisun, toiminnan ja ajattelun välineeksi. Digitaalinen media luo tähän mahdollisuuden,

sillä se on helposti käytettävä ja saavutettavissa oleva. Esimerkkeinä tällaisista mahdollisuuksista ovat muun muassa sosiaalinen media, joka ympäristönä tarjoaa mahdollisuuksia osallistua ja tuottaa omaa ääntä mediaan. (Kupiainen & Sintonen 2009, 21.)

Digitaalisuus on läsnä myös tässä tutkimuksessa. Media-aineisto on kerätty eri uutispalvelimien (muun muassa YLE, Maaseudun tulevaisuus, MTV-uutiset) internet-sivuilta ja olen seurannut tarkastelujaksolla aktiivisesti aiheen uutisointia. Lisäksi mukaan on otettu SOK:n ja MTK:n omat uutiset ja tiedotteet koskien halpuuttamista. Digitaalisen uutisoinnin varjopuoli on, että uutisia julkaistaan paljon ja osa uutisista on johdettu jo toisessa lähteessä julkaistuista uutisista. Nämä toiseen lähteeseen perustuvat uutiset olen pyrkinyt karsimaan omasta media-aineistostani. Olen uutisoinnin aktiivisen seuraamisen lisäksi kartoittanut uutisointia erilaisten hakutoimintojen avulla. Tällaisia ovat esimerkiksi olleet internetin eri hakukoneet (muun muassa Google) sekä uutisportaalien omat hakutoiminnot. Hakusanoina on käytetty sanoja ”*halpuuttaa*”, ”*halpuutus*”, ”*halpuuttaminen*” ja ”*halpuuttamiskeskustelu*” tai näiden sanojen osia. Tämän lisäksi on tutkittu uutisten kommentti-osioita, joissa kuka tahansa voi kommentoida esitettyä uutista. Varsinaisesti sosiaalinen media ei ole osa tätä tutkimusta, mutta voimakkaasti keskustelua herättäneiden uutisten yhteydessä osana analyysiä voidaan mainita keskustelun olleen vilkasta ja samalla voidaan myös poimia esimerkkejä käydystä keskustelusta.

Tässä tutkimuksessa tarkoitus on media-aineiston avulla määrittää uutta käsitettä. Käsite ”*halpuuttaminen*” on uusi niin tutkijalle kuin tutkimuskohteena olevalle maatalousyrittäjäjoukollekin. Käsitteenä se on uusi myös sen lanseeranneelle SOK:lle ja myös suurelle yleisölle, eli kuluttajille. Toisaalta se on uusi myös median edustajille ja toimittajille. Maatalousyrittäjille kohdistetuissa teemahaastatteluissa ei ole ollut kantavana teemana varsinainen median tapa esittää halpuuttamiseen liittyvää uutisointia, vaan tarkoitus on ollut tutkia sitä, mille halpuuttamisesta käytävä keskustelu on tuntunut ja miten maatalousyrittäjät ovat sen vaikuttaneen omaan yritystoimintaansa. Tämän vuoksi tässä tutkimuksessa ei keskitytä syvällisesti esimerkiksi aiemmin esitettyyn Sirkkusen (1996, 77–81) tapaiseen, moniulotteiseen mediakritiikkiin vaan tarkoitus on löytää vastaus kysymyksiin siitä, mitä halpuuttamisella kerätyssä media-aineistossa tarkoitetaan ja mitä halpuuttamiskeskustelu itse asiassa on. Toisaalta tämä voi olla hankalaa, sillä Sirkkusen (1996, 81) mukaan uutisilla ja journalismilla on kulttuurissamme paradoksaalinen

erikoisasema. Vaikka ihminen tietää sanomanlehden uutisten olevan ”vain uutisia”, ne otetaan silti vakavasti. Tällä tarkoitetaan sitä, että uutiset koetaan todellisuuden välittömänä kuvauksena tai sen kohtuullisen luotettavana esityksenä. Tämän vuoksi uutisista ja niiden sisältämistä tulkinnoista syntyy helposti määritelmä sille, miten oma kannanmäärittely tapahtuu, oli se sitten puolesta tai vastaan. (Sirkkunen 1996, 81.)

Media-aineiston analysoinnissa pyritään hyödyntämään tässä luvussa esiteltyjä menetelmiä aineistoon ja tutkimuskysymykseen soveltuvalla tavalla. Koska tarkoitus on määrittää käsite, on huomioitava, että analyysin avulla haetaan tietoa. Tämän vuoksi lähimmäksi analysointimenetelmäksi muodostuu tietokriitikon näkökulma lähestyä media-aineistoa. Sirkkusen (1996, 79) mukaan tietokriitikko arvioi jutun luotettavuutta muun muassa aiheesta muuten tietämänsä tiedon perusteella. Tämä tukee asiantuntijahaastatteluiden soveltuvuutta osaksi tämän media-analyysin tekemistä. Lisäksi tietokriitikko etsii merkkejä esimerkiksi poliittisesti värittyneistä uutisista ja tekstimainonnasta. Tämän lisäksi tietokriitikko pohtii, puuttuuko uutisesta joitakin olennaisia lähteitä ja ilmoitetaanko uutisessa käytetyt lähteet asianmukaisella tavalla. (Sirkkunen 1996, 79.)

4.3 Teemahaastattelu

Tässä tutkimuksessa käytetään siis kvalitatiivista eli laadullista aineistoa. Hakalan (2015, 14) mukaan tieteellinen tutkimustyö vaatii aina jonkinlaisen aineiston mutta aineistoa voi olla olemassa hyvinkin erilaista. Hyvästä aineistosta huolimatta aina tutkimuksesta ei seuraa hyvää lopputulosta. Hänen mukaansa tutkijan tulee osata hyödyntää aineiston oikealla tavalla ja löytää aineiston kätkemä informaatio. Tämän vuoksi tutkijan tulee tutkimusta aloittaessa varmistaa, että käytössä on hyvä aineisto ja siihen soveltuva tutkimusmenetelmä (Hakala 2015, 14.) Tutkimuskysymyksiin haetaan vastauksia tässä tutkimuksessa teemahaastatteluiden avulla. Haastattelu on tämänkaltaiseen, kokemuksia tutkivaan kvalitatiiviseen tutkimukseen hyvä tutkimusmenetelmä, koska siinä ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Tämä lisää joustavuutta aineistoa kerätessä. Tämän lisäksi haastatteluaiheiden järjestystä voidaan muuttaa ja mahdollisuuksia tulkita vastauksia on enemmän. Tämän lisäksi haastattelun tulos voidaan sitoa laajempaan kontekstiin. Haastattelutilanteessa syntyy myös vähemmän väärinymmärryksiä kuin postikyselyssä. Lisäksi haastateltavien mielipiteille voidaan

pyytää perusteita. (Hirsjärvi ym. 1997, 200–203.) Eskolan ja Suorannan (2005, 85) mukaan haastattelu on eräänlaista keskustelua, jossa tutkija toimii aloitteentekijänä ja johdattelijana.

Tutkimuksen ja haastatteluiden tarkoituksena on kartoittaa mediassa käytävän halpuuttamiskeskustelun merkitystä muun muassa maatalousyrittäjien työhyvinvointiin heidän omana kokemuksenaan, mikä voi olla haastateltaville henkilökohtainen, ellei jopa kipeä aihe keskustella. Tämä voi aiheuttaa vääristymää vastauksiin siinä tapauksessa, että kaikkea ei kerrota haastattelijalle. Tämä täytyy huomioida tuloksia analysoidessa, koska aiheesta käyty keskustelussa voi olla konteksti- ja tilannesidonnaisuutta. Tästä johtuen tutkittavat saattavat puhua haastattelutilanteessa toisin kuin jossakin toisessa tilanteessa. Samasta syystä tuloksia ei pidä liioitellen yleistää. (Hirsjärvi ym. 1997, 203.)

Teemahaastattelu valikoitui tutkimusmenetelmäksi, koska sen voidaan katsoa olevan keskustelunomainen tilanne, jossa keskustellaan ja käydään läpi ennalta suunniteltuja teemoja. Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan puhumisjärjestys teemoilla on vapaa eikä kaikissa haastatteluissa välttämättä puhuta kaikista asioista samassa laajuudessa. Uskon, että teemahaastatteluiden avulla saadaan selville asioita muun muassa maatalousyrittäjien työhyvinvoinnista, jotka muutoin jäisivät taka-alalle. Esimerkiksi Eskolan ja Suorannan (2005, 86) mukaan teemahaastattelusta puuttuu kysymysten tarkka muoto. Kun haastatteluilla ei ole selvää runkoa tai kysymyspatteristoa, voidaan haastateltavan vastauksista saada enemmän irti, koska niin sanotut sivupolut voivat tuoda selvennyksiä moniin seikkoihin. Tämä kytkeytyy myös siihen tosiasiaan, että esimerkiksi omasta työhyvinvoinnista tai jaksamisesta puhuminen ei välttämättä ole kaikille helppoa tai itsestään selvää.

Hirsjärven ja Hurmeen (2011, 48–49) mukaan haastattelu voidaan kuvata kahden ihmisen väliseksi viestinnäksi, jonka perusta on kielen käyttämisessä. Haastattelulle onkin tunnusomaista, että kielellä on keskeinen merkitys tapahtumassa. Haastattelussa ihminen nähdään kieltä käyttävänä olentona. Taustalla käytetään siis ontologista tarkastelua. Kielen käyttäminen mahdollistaa ihmiselle muun muassa fyysisen maailman rajojen ylittämisen ja hän voi kielen avulla esimerkiksi kehittää itseään intellektuaalisena, sosiaalisena ja rationaalisen olentona. Tietoisena toimijana eli aktiivisena subjektina ihminen käyttää kieltä ja on samalla monin tavoin aloitteellinen ja kantaottava. Haastatteluille on

tunnusomaista, että tapahtumaan osallistuvat ihmiset pyrkivät välittämään omaa mielellistä suhdettaan maailmaan käsitteellisesti. Haastatteluvastaukset heijastavat myös haastattelijan läsnäoloa ja hänen tapaansa kysyä asioita. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 48–49.) Eskola ja Vastamäki (2015, 27–28) mukaan haastattelussa on kysymys eräänlaisesta keskustelusta, jossa edetään tutkijan ehdoilla ja hänen aloitteestaan. Tässä vuorovaikutustilanteessa tutkija pyrkii saamaan selville häntä kiinnostavat asiat tai ainakin ne, jotka ovat luettavissa tutkimuksen aihepiiriin. Viime vuosina tällainen keskustelunomaisempi haastattelutilanne on yleistynyt perinteisiin ”kysymys-vastaus”-tilanteisiin verrattuna (Eskola & Vastamäki 2015, 27–28).

Teemahaastattelulle on tyypillistä, että haastattelun aihepiirit eli teema-alueet ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat (Hirsjärvi ym. 1997, 204–205). Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Nimensä mukaisesti tässä haastattelumuodossa keskustelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan haastattelijan ja haastateltavan toimesta. Haastattelumenetelmän esikuvana toimivasta fokusoidusta haastattelusta teemahaastattelu eroaa siinä, että se ei edellytä määriteltävissä olevaa yhteistä kokemusta, vaan se lähtee ajatuksesta, jossa kaikkia yksilön kokemuksia, uskomuksia, ajatuksia ja tunteita voidaan tutkia tällä menetelmällä. Teemahaastattelussa kaikkein oleellisinta on, että yksityiskohtaisten kysymysten sijaan haastattelussa edetään teemojen mukaan. Tämä tarkoittaa käytännössä, että haastattelussa korostuu tutkittavien ääni tutkijan näkökulman sijaan. Teemahaastattelussa toisin sanoen huomioidaan ihmisten tulkinnat eri asioista ja myös heidän asioille antamansa merkitykset ovat keskeisiä. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 47–48.)

Teemahaastatteluissa hyödynnettiin ennalta määritettyjä teemoja, joiden pohjalta haastattelu toteutetaan. Hirsjärven ja Hurmeen (2011, 66–67) mukaan tutkittava ilmiö voidaan jakaa osailmiöihin. Ilmiöiden pääluokkia kuvaavat nimitykset ovat myös tehtävän tutkimuksen teoreettisia peruskäsitteitä. Haastattelurunkoon ei laadittu yksityiskohtaista kysymysluetteloa vaan tarkoitus on luoda teema-alueet. Teema-alueet taas edustavat pääkäsitteiden spesifioituja alakäsitteitä tai -luokkia, joihin haastattelukysymykset kohdistuvat. Haastattelutilanteessa luodut teema-alueet tarkennetaan esitettyihin kysymyksiin. Huomioitavaa on, että teemahaastattelulle on luonteenomaista, että tutkijan lisäksi myös tutkittava toimii tarkentajana. Tavoitteena on, että teema-alueiden tulisi olla niin väljiä, että tutkittavaan ilmiöön todellisuudessa sisältyvä moninainen rikkaus pääsisi

mahdollisimman hyvin paljastumaan. Teemahaastattelun etuna on myös, että haastattelija voi jatkaa ja syventää keskustelua niin pitkälle kuin haastateltavan edellytykset riittävät ja tutkimusintressit edellyttävät (Hirsjärvi & Hurme 2011, 66–67.) Tässä tutkimuksessa tarkoitus on tutkia mediassa käytävän halpuuttamiskeskustelua maatalousyrittäjän kokemana ja haastattelussa käytettävät teema-alueet ovat:

- 1) Haastateltavan taustatiedot
- 2) Työhyvinvointi
- 3) Halpuuttaminen ja siitä käyty mediakeskustelu
- 4) Tulevaisuus

Toisaalta haastattelukysymysrunkoa muodostettaessa tulee huomioida kielen keskeisyys haastattelutilanteessa. Vaikka helposti voidaan ajatella, että haastattelussa käytetään samaa, ymmärrettävää kieltä, voi väärinymmärryksiä silti syntyä. Hirsjärven ja Hurmeen (2011, 53) mukaan tavallisissa ja yksinkertaisissakin ilmaisuissa saattaa ilmetä epäselvyyttä. Eri sosiaaliluokissa kommunikaatiotyylit ja kielellinen valmius vaihtelevat jopa merkittävästi. Tämän vuoksi haastatteluissa tulee kiinnittää erityistä huomiota esimerkiksi sanavalintoihin. Haastattelut käsittelevät usein arkielämän tilanteita, joissa oikein ymmärretyksi tuleminen edellyttää tutuissa ilmaisuissa ja esittämisen tavoissa pitäytymistä. Tähän liittyy myös haasteita. Haastattelu on tapahtumana aina kaksisuuntaisesti vuorovaikutteinen. Tämän vuoksi avoin ja sitomaton haastattelu on sopivissa olosuhteissa kaikkien joustavin ja paljastavin ihmisen kohtaamistapa. Tällöin päästään ottamaan huomioon kielen ja puheen viittaussuhteet oikealla tavalla. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 53.) Ennen haastatteluiden toteuttamista tulee huomioida käytännön ratkaisut, joihin liittyvät ajankohta, paikka, kesto ja välineistö. Teemahaastattelussa edellytetään hyvää kontaktia haastateltavaan ja sen vuoksi haastattelupaikan tulisi olla rauhallinen ja haastateltavalle turvallinen. Tavallisesti kotiympäristö vastaa näihin vaatimuksiin. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 73–74.) Tässä tutkimuksessa haastattelut toteutettiin maaliskuun huhtikuulla 2016. Koska tutkimuskohteena ovat maatalousyrittäjät, tulee huomioida heidän työaikansa. Parhaat haastatteluajankohdat karjataloutta harjoittaville ovat klo 9.00-11.00, 12.00-15.00 ja 18.30-20.00 (Hirsjärvi & Hurme 2011, 73).

Haastatteluiden suunnittelu on tärkeässä osassa tutkimuksen onnistumisessa. Kerättävän aineiston tarkoitus on olla sellainen, että sen pohjalta voidaan tehdä luotettavasti tutkittavaa

ilmiötä koskevia päätelmiä. Suunnittelussa pyritään myös luomaan hypoteesit tuloksista. Teemahaastattelussa tämä voi kuitenkin olla ongelmallista. Hypoteesien asetteluun ja muodostamiseen ei ole olemassa kaavamaisia ohjeita. Kun tutkitaan kompleksisia ilmiöryhmiä, kuten tässä tapauksessa maatalousyrittäjien mediassa käsiteltävän halpuuttamisilmiön vaikutusta heidän työhyvinvointiinsa, voi hypoteesien muodostaminen olla kyseenlaista. Teemahaastattelua käyttäessä ollaan usein kiinnostuneita tutkittavan ilmiön perusominaisuuksista ja -luonteesta ja lisäksi pyritään löytämään hypoteeseja niiden vahvistamisen sijasta. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 66.)

4.4 Haastatteluaineiston kerääminen ja kuvaus

Haastateltaviksi henkilöiksi valikoituivat Keski-Suomen ja Pohjois-Savon alueella maataloutta harjoittavat yrittäjät. Maatalousyrittäjien yhteystiedot sain hyödyntämällä taustaani maatalouskaupan kesätyöntekijänä. Varsinaisia haastattelupyynnöitä haastateltaville ei lähetetty vaan kontaktin heidät suoraan puhelimitse. Haastatteluja pyydettiin kattavasti eri maatalouden tuotantosuuntien harjoittajilta, jolloin saadut tulokset eivät painotu esimerkiksi liiaksi kasvinviljelyn tai lihantuotannon harjoittajiin. Haastateltaviin otettiin yhteyttä maaliskuussa 2016 ja kaikki kontaktoidut maatalousyrittäjät suostuivat haastatteluun varauksetta. Haastattelut toteutettiin nopealla aikataululla muutaman päivän sisällä tehdystä kontaktoinnista ja kullekin haastateltavalle hankin kiitokseksi vaivannäöstä kahvipaketin. Kaikki haastattelut toteutettiin haastateltavien kotona. Haastattelut nauhoitettiin erillisellä laitteella ja kirjoitettiin puhtaaksi eli litteroitiin myöhemmin erillisiksi Word-tekstitiedostoiksi.

Haastatteluja tehtiin yhteensä 5 kappaletta, joihin osallistui yhteensä 6 maatalousyrittäjää. Yksi haastatteluista toteutettiin siis parihaastatteluna, jossa mukana olivat maatilän isäntä ja emäntä. Haastateltavat olivat yhtä naista lukuun ottamatta miehiä. Tuotantosuuntia tarkasteltaessa haastatteluissa oli mukana niin emolehmiä-, lihakarja-, kasvinviljely- kuin lypsyylehmätilalla työskenteleviä maatalousyrittäjiä. Lihakarjatilallisia oli kaksi haastateltavista. Haastateltavien ikä vaihteli 28–57 ikävuoden välillä, jolloin haastateltavien keski-ikäsi muodostui 42 vuotta. Haastatteluiden pituudet vaihtelivat noin 30 minuutista liki kahteen tuntiin. Keskimääräinen haastattelun pituus oli noin 60 minuuttia. Yhteensä litteroitavaa materiaalia kertyi noin 5 tuntia ja 8 minuuttia. Litteroitua

materiaalia haastatteluista koostui fonttikoolla 12 yhteensä 67 sivua rivivälin ollessa 1,5. Fonttina käytettiin Times New Romania. Haastattelut toteutettiin luottamuksellisesti eikä haastatteluja tai niistä koostettua, litteroitua tekstimuotoista materiaalia tulla luovuttamaan kolmansille osapuolille. Litteroidussa aineistossa haastateltavien henkilöllisyydet anonymisoitiin, joten heidän vastauksensa ja mielipiteensä eivät ole tunnistettavissa lopullisissa analysissa. Yksityisyydensuojan turvaamiseksi tämän tutkimuksen analysissa haastatteluista poimittujen lainauksien tunnisteina käytetään pelkästään koodattuja haastattelunumeroita (Haastattelu 1 – Haastattelu 5, tekstissä lyhennettynä H1 – H5), joista ei erikseen selviä maatalousyrittäjien ikää, sukupuolta tai tuotantosuuntaa.

Haastattelutilanteet sujuivat hyvin ja haastateltavat olivat vastauksissaan, ainakin haastattelijan kokemuksen mukaan, avoimia. Ennen haastatteluiden alkamista selitin lyhyesti pro gradu-tutkielmani aiheen ja kävimme läpi myös haastatteluun ennalta valmistelemäni teemat eli 1) yleistiedot, 2) työhyvinvointi, 3) halpuuttamiskeskustelu ja 4) tulevaisuus. Lisäksi toin esille, että haastattelun saa missä tahansa vaiheessa keskeyttää ja että esitettyihin kysymyksiin ei ole pakollista vastata. Kerroin maatalousyrittäjille myös omasta motivaatiostani tutkia maatalousyrittäjiä ja kysyttäessä myös taustastani niin maatalousyrittäjän jälkikasvuna kuin kokemuksistani maatalouskaupan työntekijänä. Koin tutkijana ja ennen kaikkea haastattelijana, että tällainen lyhyt alkupuhelu ennen varsinaisen haastattelun alkamista lievitti useimpien haastateltavien jännitystä haastattelutilanteessa. Haastatteluiden edetessä kävi ilmi, että osa maatalousyrittäjistä oli ottanut selvää esimerkiksi tuottajahintoja koskevista tilastoista ennen haastatteluita, jotta haastattelussa he voisivat esittää oikeellista tietoa vastauksiensa tueksi. Tämä osoittaa, että maatalousyrittäjille aihe on tärkeä ja osaltaan selittää myös sitä, miksi kukaan haastatteluun kysytyistä ei kieltäytynyt.

Haastatteluiden määrä jäi alkuperäistä suunnitelmaa pienemmäksi, sillä pro gradun tekemisen ja muiden opintojen yhtäaikainen suorittaminen sekä myös työelämän yhdistäminen tähän kombinaatioon osoittautui itselleni haastavammaksi asiaksi, kuin alun perin ajattelin. Haastattelumateriaalia kertyi kuitenkin hyvin ja tämän vuoksi tutkimusaineisto on laaja suhteessa suoritettujen haastatteluiden määrään. Esimerkiksi Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa tavoitteena on usein tilastollisten yhteyksien etsimisen sijaan jonkin ilmiön ymmärtäminen. Tämä mahdollistaa sen, että joskus yksikin tapaus voi riittää eikä tutkimusaineiston tule

välttämättä olla suuri. Toisaalta haastatteluiden edetessä havaitsin, että esille nousee samoja asioita koskien halpuuttamiskeskustelua ja jopa perustelut vastauksille muistuttivat suuresti toisiaan. Tällöin voidaan puhua aineiston kylläntymisestä eli saturaatiosta. Eskolan ja Suorannan (2005, 62–63) mukaan aineistoa voidaan katsoa olevan tarpeeksi, kun uusista tapauksista ei saada enää uutta tietoa eli aineisto alkaa toistaa itseään. On tutkijan päätäntävällässä, milloin aineistoa on tarpeeksi ja milloin se kattaa tarkasteltavissa olevan tutkimusongelman.

4.5 Aineistolähtöinen sisällönanalyysi ja haastatteluaineiston teemoittelu

Eskolan ja Vastamäen (2015, 43) mukaan teemahaastatteluaineistoa on useimmiten analysoitu tyypittelemällä ja teemoittelemalla. Teemoittelulla tarkoitetaan aineiston jäsentämistä teemojen mukaisesti, jonka jälkeen se pelkistetään. Tyypittelyllä taas tarkoitetaan erilaisten tyypikuvausten konstruointia aineistosta. Teemahaastattelun analysoinnin yksi vahvuus on, että siinä kynnyks suorittaa analyysi ei ole yhtä korkea kuin usein kvalitatiivisen aineiston kanssa. Litteroinnin jälkeen aineiston voi järjestää uudelleen niin, että teemoittain on lueteltu kaikkien haastateltavien vastaukset (Eskola & Vastamäki 2015, 43.) Tässä tutkimuksessa aineiston analyysi suoritettiin juurikin tätä teemoittelua soveltamalla. Litteroidusta aineistosta erotettiin esille voimakkaimmin nousseet teemat, jotka noudattivat hyvin pitkälti haastattelussa esitettyjä teemoja. Tämän jälkeen haastateltavien vastaukset lajiteltiin teemoittain. Eskolan ja Vastamäen (2015, 43) mukaan tämän jälkeen on helppo tehdä analyysia teemoittain. Toki tässä vaiheessa mukaan tulee myös kytkeä tutkimuksen alussa esitetty teoriaviitekehys sekä aiemmat tutkimustulokset.

Tässä tutkimuksessa analyysimenetelmäksi valikoitui sisällönanalyysi. Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä ja sen avulla voidaan tehdä monenlaista tutkimusta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91.) Sisällönanalyysi sopii täysin strukturoimattoman aineiston analyysiin. Tutkittavia aineistoja voivat olla esimerkiksi kirjat, artikkelit, kirjeet, haastattelut, keskustelut. Miltei mikä tahansa kirjallisessa muodossa esitettävissä oleva dokumentti voidaan tutkia sisällönanalyysin keinoin. Sisällönanalyysin avulla on tarkoitus luoda tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa. Sisällönanalyysin ongelmaksi koetaan

kuitenkin sen keskeneräisyys – tutkija on saattanut kuvat analyysinsä hyvinkin tarkasti, mutta varsinaisissa tuloksissa ei esitetä mielekkäitä johtopäätöksiä vaan järjestettyä aineistoa esitetään kuin tuloksina. Sisällönanalyysi on diskurssianalyysin ja historiallisen analyysin ohella yksi tekstianalyysin muoto (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103–104.) Sisällönanalyysi voidaan toteuttaa kolmella tavalla: 1) aineistolähtöisesti, 2) teoriasidonnaisesti ja 3) teorialähtöisesti (muun muassa Eskola 2015, 188). Tässä tutkimuksessa hyödynnetään aineistolähtöistä analyysia.

Eskolan ja Suorannan (2005, 19) mukaan laadullisessa tutkimuksessa voidaan lähteä liikkeelle puhtaalta pöydältä ilman määritelmiä tai ennakoasetelmia. Yksinkertaisimmillaan kysymys on siis analyysin ja teorian rakentaminen alhaalta ylös, eli empiirinen aineisto määrittää myös käytettävän teoriataustan. Myös Tuomen ja Sarajärven (2009, 95) mukaan aineistolähtöisessä analyysissa tarkoituksena on kehittää teoreettinen kokonaisuus tutkimusaineistosta. Analyysiyksiköt valitaan aineistosta tehtävänasettelun ja tutkimuksen tarkoituksen mukaisesti. Tarkoitus on, että analyysiyksiköt eivät ole sovittuja etukäteen tai harkittuja. Tutkimuksessa julkilausutut metodologiset sitoumukset ohjaavat analyysia. Tällöin aiemmilla kokemuksilla, havainnoilla, teorioilla tai tiedoilla ei ole mitään tekemistä analyysin toteuttamisen tai lopputuloksen kanssa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95.) Eskolan ja Suorannan (2005, 19) mukaan ongelma aineistolähtöisen analyysin kanssa voi muodostua siitä, että laadullinen aineisto ei lopu koskaan.

Eskolan ja Suorannan (2005, 174–188) mukaan sisällönanalyysia voidaan toteuttaa esimerkiksi teemoittelun, tyypittelyn tai sisällön erittelyn kautta. Tässä tutkimuksessa aineisto jaoteltiin teemoittelun avulla pienempiin osiin ja aineistolähtöinen sisällönanalyysi toteutettiin tätä kautta. Teemoittelun avulla aineistosta voidaan nostaa esille teemoja, jotka avaavat käsiteltävää tutkimusongelmaa ja teemoittelu sopii käytännöllisten tutkimusongelmien ratkaisemiseen. Teemoittelun kautta voidaan vertailla tiettyjen teemojen ilmenemistä ja esiintymistä aineistossa. Tutkijan tulee löytää ja sen jälkeen erotella tutkimuskysymysten kannalta olennaisimmat aiheet. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on yleistä, että aineiston analysointi jätetään teemoittain erotelluksi sitaattikokoelmaksi. Sitaatit eivät kuitenkaan välttämättä osoita syvälle meneviä johtopäätöksiä tai analyysia. Onnistuneessa teemoittelussa tutkimusteksti muodostuu empirian ja teorian vuoropuhelusta. (Eskola & Suoranta, 174–175.)

Kiviniemen (2007, 80–81) mukaan tutkimusraportti ja tehty analyysi on tutkijan henkilökohtainen konstruktio tutkittavasta ilmiöstä. Tämä johtuu hänen mukaansa siitä, että tutkimuksen tekeminen on kirjallinen ja tutkijan tulkintojen mukaan väritynyt aikaansaannos. Hänen mukaansa tutkijan rooli on merkittävä, koska hän päättää siitä, miten tutkimuksesta raportoidaan ja mitä siihen sisällytetään. Tarkasteltaessa tutkimuksen luotettavuutta, on Kiviniemen (2007, 81–83) mukaan tärkeää tuoda esille tutkimuksen prosessimainen luonne. Hänen mukaansa on keskeistä, että tutkimuksessa selvitetään myös, miten ja millaisten olettamusten ohjaamana tutkimuksessa käytetty aineisto on kerätty. Toisaalta, jos tutkimuksen lähtökohtana on käsitteellistää tutkimuksen kohteena olevaa ilmiötä, on luotettavuuden kannalta olennaista tarkastella toimintoja, ilmiöitä ja tapahtumia, joiden perusteella ilmiön eri näkökulmat määrittyvät (Kiviniemi 2007, 81–83.) Raportointi on Kiviniemen (2007, 83) mukaan sekä laadullisen tutkimuksen että yleensäkin tutkimustyön kulmakivi. Hänen mukaansa hyvin perusteellisesti tehty tutkimustyö voidaan onnistua pilaamaan huonolla raportoinnilla.

4.6 Tutkimuksen tavoitteet

Tämän tutkimuksen tavoitteena on media-analyysin ja maatalousyrittäjille kohdistettujen teemahaastatteluiden avulla selvittää, mitä tarkoitetaan halpuuttamisella, vuoden 2015 alussa käynnistyneellä halpuuttamiskeskustelulla ja miten halpuuttamiskeskustelu on koettu maatalousyrittäjien keskuudessa. Tarkastelujakso rajautuu tammikuusta 2015 maatalousyrittäjien haastatteluiden toteuttamisaikaan, eli huhtikuulle 2016. Tämä on järkevää siksi, että varsinaisen halpuuttamisilmiön lisäksi mediassa on ollut esillä myös muuta maatalousyrittäjiä koskevaa keskustelua esimerkiksi tukijärjestelmän muutoksesta, Venäjän kriisistä ja Euroopan unionin maitokiintiöiden poistumisesta. Tavoitteena on tuottaa ajantasaista tietoa siitä, miten mediassa käytävä keskustelu ruuan hinnan halpuuttamisesta koetaan maatalousyrittäjien keskuudessa esimerkiksi työhyvinvoinnin näkökulmasta. Mitä hyötyä ja haittaa halpuuttamiskeskustelusta koetaan aiheutuneen maatalousyrittäjien yritystoiminnalle? Lisäksi on kiinnostavaa tutkia maatalousyrittäjien kertomuksia ja kuvauksia heidän kokemuksistaan julkisuudessa käytävästä halpuuttamiskeskustelusta ja maatalouden tulevaisuuden näkymistä. Varsinaisia hypoteeseja tässä tutkimuksessa ei tehdä, koska halpuuttaminen ja siitä käytävä keskustelu on ilmiönä varsin kompleksinen.

Tällä tutkimuksella on siis kolme tutkimuskysymystä:

- 1) Mitä tarkoitetaan halpuuttamisella ja halpuuttamiskeskustelulla?
- 2) Mitä hyötyä ja haittaa maatalousyrittäjät kokevat halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta aiheutuneen harjoittamalleen yritystoiminnalle sekä omalle työhyvinvoinnilleen?
- 3) Onko halpuuttamiskeskustelu vaikuttanut maatalousyrittäjien näkemyksiin omasta tulevaisuudestaan?

Koska aineiston hankintamenetelmänä on hyödynnetty väljästi rajattua temahaastattelua, on mahdollista, että aineiston analyysivaiheessa esille nousee uusia teemoja, joita tässä tutkimuksessa hyödynnetään myös tulosten analysoinnissa. Tämän vuoksi myös aineiston analyysimenetelmäksi on valikoitunut juuri aineistolähtöinen sisällönanalyysi.

5 MEDIA-ANALYYSI HALPUUTTAMISEN JA HALPUUTTAMISKESKUSTELUN KÄSITTEISTÄ

5.1 Mitä tarkoitetaan halpuuttamisella ja halpuuttamiskeskustelulla?

Tämä luku vastaa otsikkonsa mukaisesti ensimmäiseen tutkimuskysymykseen: mitä tarkoitetaan halpuuttamisella ja halpuuttamiskeskustelulla? ”*Ruoan hinta laskee Prismoissa: ’suurin käänne vuosikymmenen’*” uutisoitiin S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena Patarummussa 18.1.2015 (SOK, Patarumpu 2015a.) S-ryhmä on yritysverkosto, jonka toimiala on vähittäiskauppa ja palveluala. Suomessa verkostolla on yli 1 600 toimipaikkaa. S-ryhmä muodostuu osuuskaupoista ja Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnasta (SOK) tytäryhtiöineen. S-ryhmän toiminnan tarkoitus on tuottaa kannattavasti kilpailukykyisiä etuja ja palveluja asiakasomistajilleen. S-ryhmän osuuskaupat ovat osuustoiminnallisia yrityksiä eli niiden omistajat ovat myös asiakkaita. S-ryhmä nimittää näitä asiakkaita asiakasomistajiksi (S-kanava 2016.) SOK:n pääjohtaja Taavi Heikkilän mukaan SOK tulee tekemään kaikkensa, että S-ryhmästä tulee Suomen edullisin ruokakauppa (SOK, Patarumpu 18.1.2015a.) Yli 400 tuotteen hinta laski

Prismoissa tammikuussa 2015 ja tuotteiksi valikoituivat ne tuotteet, joita suomalaisissa kodeissa käytetään eniten eli maitoja, leipiä, lihoja ja juustoja. SOK:n mukaan halpuuttamisen lisäksi S-ryhmän tavoitteena on samalla parantaa valikoimaa ja tuotteiden laatua (SOK, Patarumpu 19.1.2015b.) Samaan aikaan MTK kritisoi, että halpuuttamisen marginaali on revitty ruuan tuottajien selkänahasta. Tiedotteessaan MTK toteaa, että ruuan hinnan lasku on kuluttajille tervetullut uutinen. Samalla kuitenkin tähdenetään, että hinnanalennukset tulee tehdä kaupan marginaaleja leikkaamalla ja omaa toimintaa tehostamalla. Uhkana MTK:n mukaan on muutoin kotimaisen maatalouden heikentyminen ja myös elintarviketeollisuuden heikko kannattavuus (MTK 19.1.2015a.) Tästä alkoi ruuan hinnan halpuuttaminen ja sitä seurannut halpuuttamiskeskustelu. Mitä halpuuttaminen on? Ketkä siitä keskustelevat?

Tässä tutkimuksessa vastauksia näihin edellä esitettyihin kysymyksiin haetaan niin media-aineiston kuin asiantuntijahaastatteluaineistojen avulla. Jäsentääkseni laajaa media-aineistoa ja keskustelun pääkohtia, olen työstänyt osaksi tätä tutkimusta eräänlaisen aikajanan, jossa on nähtävillä keskustelun kehittyminen tammikuusta 2015 aina huhtikuuhun 2016 (Kuva 12). Media-analyysini halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta etenee synteessä asiantuntijahaastatteluiden ja varsinaisen aineiston välillä. Koska asiantuntijahaastatteluissa tutkittava asia, eli halpuuttaminen, on ollut suoraan esillä valmiiksi teemoiteltuina kysymyksinä, on helpompi lähteä koostamaan analyysia haastatteluiden rakenteen kautta. Tämän vuoksi asiantuntijahaastatteluita käytetään pitkälti myös koko media-analyysin runkona. Tässä luvussa (5.1) määritetään halpuuttaminen ja halpuuttamiskeskustelu termeinä ja seuraavassa luvussa (5.2) käsitellään halpuuttamisen vaikutuksia.

Keskustelu kävi vilkkaimmillaan tammikuusta toukokuuhun 2015 ja keskustelun uusi aalto koettiin elokuusta lokakuuhun 2015. Tammikuussa 2016 uutisoitiin eniten halpuuttamisen vaikutuksista, olihan ilmiön syntyisestä aikaa jo kokonainen vuosi. Pitkin tarkastelujaksoa halpuuttaminen pysyi kuitenkin otsikoissa, välillä enemmän, välillä vähemmän. SOK ilmoitti omissa viestintäkanavissaan tietyin väliajoin uusista halpuutetuista tuotteista (esimerkiksi SOK, Patarumpu 28.4.2015c) ja uutisoinnissa otsikoissa olivat halpuuttamisen ohella muun muassa maatalouden tuottajahintojen aleneminen (esimerkiksi Talouselämä 16.11.2015a).

Huomioitavaa halpuuttamista koskevassa uutisoinnissa ja tiedotuksessa on, että tutkijan tulkinnan mukaan eniten halpuuttamisesta uutisoitiin Maaseudun Tulevaisuus-lehdessä. Usein media-aineistoa läpikäydessä ilmeni, että aihetta käsittelevä uutinen oli toisen käden uutisena johdettu Maaseudun Tulevaisuuden alkuperäisesti julkaisemasta uutisesta. Esimerkiksi Talouselämä uutisoi 15.1.2016 otsikolla: ”*S-ryhmän ’ilkamointi’ halpuuttamisella ärsyttää - MT: ’Halpuuttaminen on tehty käymällä tuottajan kukkarolla’*” (Talouselämä 15.1.2016b). Uutisessa viitataan samana päivänä Maaseudun Tulevaisuudessa julkaistuu uutiseen, jossa halpuuttamisen kerrotaan iskeneen kipeästi tuottajiin (MT 15.1.2016b.) Tarkastelussa tulee huomioida myös, että Maaseudun Tulevaisuus-lehti on MTK:n pää-äänenkannattaja. On oletettavaa, että Maaseudun Tulevaisuuden uutisoinnissa korostuu MTK:n ja maataloustuottajien näkökanta halpuuttamiseen. Tämän vuoksi SOK:n kannanotot halpuuttamiseen ja siitä nousseeseen keskusteluun on poimittu pitkälti SOK:n omasta S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareenasta, Patarummusta. Näin kahden organisaation näkemyksiä voidaan vertailla samoista lähtökohdista.

Aikajanan tarkoitus on helpottaa lukijaa hahmottamaan, mistä halpuuttamiskeskustelussa ja halpuuttamisessa ilmiönä oikein on kysymys. Halpuuttamisen lisäksi vuosina 2015–2016 mediassa on ollut muutoinkin esillä kotimaisen maatalouden ja maataloustuottajien taloudellinen ahdinko. Aikajanan avulla pyritään myös eriyttämään tästä laajemmasta maatalouden ympärillä käydystä keskustelusta oleelliset uutiset ja keskusteluosapuolien keskeiset halpuuttamiseen liittyvät argumentit.

HALPUUTTAMISKESKUSTELUN KESKEISIMPIEN UUTISTEN AIKAJANA

Tammikuu - Toukokuu 2015

18.1.2015: SOK ilmoittaa ruoan hintojen alentamisesta
 19.1.2015: Halpuuttaminen -sana esiintyy ensimmäisen kerran
 19.1.2015: MTK ilmoittaa ruuan ”halpuuttamisen” marginaalin olevan revitty ruuan tuottajien selkänahasta
 20.1.2015: SOK tiedottaa asiakasmäärien ja myynnin kasvaneen
 22.1.2015: SOK julkaisee kysymyksiä ja vastauksia halpuuttamisesta
 2.2.2015: Kotimaisten kielten keskus valitsee ”halpuuttaa”-sanan kuukauden sanaksi (tammikuu 2015)
 1.3.2015: SOK julkaisee uutisen suomalaisten juustojen myynnin kasvusta
 3.3.2015: MTK tiedottaa ruoantuottajien ahdingosta, jossa peräänkuulutetaan vastuullista politiikkaa
 6.3.2015: S-ryhmään suuttunut MTK julistaa korttisodan
 6.3.2015: S-ryhmä hämmästyí MTK:n raivoa - ”halpuuttaminen hyödyttää myös tuottajia”
 27.4.2015: SOK tiedottaa halpuuttamisen koituvan kotimaisen tuotannon eduksi
 27.4.2015: Yle uutisoi maataloustuottajista, jotka kokevat halpuuttamiskampanjan ilkeäksi
 28.4.2015: MTK järjestää pyttipannu-tapahtuman, jossa voi reiluuttaa
 6.5.2015: Halpuuttaminen laajenee S-marketteihin
 8.5.2015: SOK:n pääjohtaja toteaa halpuuttamisen jatkuvan
 29.5.2015: SOK julkaisee uutisen, jossa kerrotaan miten halpuuttaminen on mahdollista

Kesäkuu - Joulukuu 2015

23.6.2015: Talouselämä julkaisee uutisen, jossa tutkitaan iskeekö halpuuttaminen myös lihataloihin
 1.7.2015: MTK tiedottaa maanviljelijöiden rahojen olevan lopussa, synä muun muassa markkinoiden alamäki
 6.8.2015: Halpuuttamisen jatkumisesta uutisoidaan (mm. Talouselämä)
 13.8.2015: SOK julkaisee uutisen halpuuttamisen uudesta aallosta
 19.8.2015: Tilastokeskuksen Talous- ja ympäristötalusto- yksikön kehittämispäällikön blogikirjoitus halpuuttamisesta
 19.8.2015: Halpuutus ei peräisin pelkästään kaupan katteesta (Taloussanomien)
 24.9.2015: Yle selvittää kyselyssä tuottajien näkemyksistä ruokaketjusta
 29.9.2015: MTK eroaa elintarvikeketjun kauppataloutakunnasta
 21.10.2015: SOK ilmoittaa ruokakaupan volyymin kasvaneen
 22.10.2015: MTK ilmoittaa olevansa tyytyväinen K-ryhmän uuteen ”Tuottajalle kiitos”-toimintamalliin
 28.10.2015: SOK ilmoittaa halpuuttamisen jatkuvan kotimaisen ruoan eduksi
 29.10.2015: SOK:n halpuutuskampanja palkitaan Grand Effiellä ja kultaisella Effiellä
 5.11.2015: MTK julkaisee tiedotteen, jonka mukaan ruoan kysyntä kasvaa, mutta tuottajan tilipussi ei
 16.12.2015: MTK julkaisee tiedotteen, jossa todetaan, ettei suomalaista ruokaa passaa halpuuttaa

Tammikuu - Huhtikuu 2016

15.1.2016: Maaseudun Tulevaisuus julkaisee uutisen otsikolla: ”Halpuuttaminen iski kipeästi tuottajiin”
 19.1.2016: SOK uutisoi halpuuttamisen jatkumisesta ja julkaisee uusia, halpuutettuja tuoteryhmiä
 20.1.2016: Kesko, SOK ja Lidl toteavat, että hintojen laskun taustalla on kaupan oman toiminnan tehostuminen ja maailmanmarkkinahintojen aleneminen
 26.11.2016: STT julkaisee uutisen: ”Halpuutus täytti vuoden - ja löi taas läpi mediassa”
 11.2.2016: Maaseudun Tulevaisuuden uutinen kyseenalaistaa halpuutuksen kustannusrakenteen: ”S-ryhmä ei todista, miten se ottaa katteestaan halpuuttamisen vaatimat rahat”
 1.3.2016: MTK:n organisoimasta traktorimarssista uutisoidaan
 8.3.2016: SOK:n Taavi Heikkilä toteaa traktorimarssista kysyttäessä, että myötätunto on tuottajien puolella
 11.3.2016: MTK:n organisoima traktorimarssi Helsingin Senaatintorilla kerää suuren mediahuomion
 12.3.2016: Maa- ja metsätalousministeri Tiilikainen haluaa halpuuttajat ja ruoantuottajat samaan pöytään
 18.3.2016: SOK:n Taavi Heikkilän mukaan halpuuttamiskampanja on ymmärretty väärin
 21.3.2016: Maaseudun Tulevaisuuden pääkirjoitus toteaa: ”Palkittu kampanja ei vakuuta viljelijää”
 12.4.2016: Luonnonvarakeskuksen mukaan halpuuttamisen vuoksi lopettaneet maatilat voivat nostaa jalostajien kustannuksia (MT)
 28.4.2016: SOK ilmoittaa uusista halpuutetuista tuotteista

Kuva 12. Keskeisimmistä halpuuttamista käsittelevistä uutisista ja tiedotteista media-aineiston perusteella koostettu halpuuttamiskeskustelun aikajana. Uutiset ja tiedotteet esitelty tarkemmin liitteessä numero 3 (Liite 3).

S-ryhmä aloitti hintojen halpuuttamisen, koska suomalaisista enemmistö oli sitä mieltä, että ruoka on liian kallista. Kysymyksessä oli S-ryhmän mukaan vastaus aitoon tarpeeseen. SOK:n pääjohtaja Heikkilä nimeää halpuuttamisen pitkäaikaiseksi, strategiseksi linjaukseksi (SOK, Patarumpu 19.1.2016d.) Myös SOK:n viestintäjohtaja Kai Ovaskaisen (2016) mukaan halpuuttamisen takana on SOK:n strateginen linjaus, jolla pyritään laskemaan ruokakaupassa hintoja pysyvästi. Kysymyksessä ei siis hänen mukaansa ole pelkkä markkinointikampanja vaan taustat ovat syvemmällä (Ovaskainen 2016.) Tätä asiaa korostetaan voimakkaasti myös SOK:n omassa viestinnässä (esimerkiksi SOK, Patarumpu 22.1.2015e.) Viestintäjohtaja Ovaskaisen (2016) mukaan halpuuttamisen tarkoitus on kytköksissä S-ryhmän toiminnan perustarkoitukseen. Hänen mukaansa osuuskauppa on perustettu sitä varten, että se tuottaa etuja ja palveluita jäsenilleen eli omistajilleen. Ruokakaupan hintakilpailun tiukennuttua muun muassa Lidl:n markkinoille tulon myötä, S-ryhmässä havaittiin, että se ei enää pysty täyttämään omaa tehtäväänsä eli takaamaan kokonaisedullisuutta omille jäsenilleen. Ovaskainen nimittää tehtyä strategista muutosta myös eräänlaiseksi ryhtiliikkeeksi (Ovaskainen 2016.) Myös MTK:n viestintäjohtaja Hartikaisen (2016) mukaan kysymyksessä on selkeästi valikoitujen kotimaisten ruokatuotteiden pysyvä hinnan alennus ja S-ryhmän oma strateginen toimenpide, jolla he halusivat profiloitua edullisempaan ruokakauppana. Tämä oli hänen mukaansa ennen kaikkea vastaveto Lidlille, joka oli ottanut haltuun Suomen markkinoita voimakkaasti. Hartikaisen (2016) mukaan S-ryhmä myös teki hyvin suunnitelmallisen ja hyvin toteutetun viestintäkampanjan, jolla he saivat halpuuttamiselle ja hinnan alentamiselle valtavasti näkyvyyttä. Samalla he onnistuivat ylläpitämään mielenkiintoa ja luomaan S-ryhmälle edullisen hintamielikuvan.

Halpuuttamiskeskustelu alkoi tammikuussa 2015, heti S-ryhmän lanseerattua uuden markkinointikampanjansa. SOK:n viestintäjohtaja Ovaskaisen (2016) mukaan uuden viestintäkampanjan ajankohdaksi valikoitui tammikuu, koska kaupan valikoimakausi oli vaihtumassa ja perinteisesti tammikuu on ollut hiljainen ajankohta uutisrintamalla. Siltikin halpuuttamiskampanjan saama huomio yllätti S-ryhmän. Ovaskaisen mukaan esimerkiksi etujärjestö MTK ei heti reagoinut uutisointiin. SOK:n valikoimajohtaja Alarotu kirjoittaa S-ryhmän omassa tiedotuskanava Patarummussa (2015f), että halpuuttaminen toteutettiin kertomatta siitä etukäteen kenellekään (SOK, Patarumpu 29.5.2015f). Viestintäjohtaja Ovaskainen (2016) kertoi asiantuntijahaastattelussa, että erilaisia sidosryhmiä informoitiin

tulevasta kampanjasta väärinkäsitysten välttämiseksi heti kampanjan julkistamisen yhteydessä. Näiden sidosryhmien mukana oli myös halpuuttamiskeskustelussa keskeisessä roolissa ollut MTK (Ovaskainen 2016.)

Halpuuttaminen on SOK:n viestintäjohtaja Ovaskaisen (2016) mukaan mahdollistettu S-ryhmässä tinkimällä ruoan myyntihinnan katteista ja tämä on toteutettu tehostamalla organisaation omaa toimintaa. Hänen mukaansa S-ryhmän tarkoitus on lisätä tehokkuutta niin että halpuuttamisesta kertyvä summa säästetään takaisin, eikä tulos kärsi. Maataloustuottajien etujärjestö MTK on kuitenkin ollut asiasta eri mieltä. Viestintäjohtaja Hartikaisen (2016) mukaan ruoan hinnan aleneminen on kustannettu alentuneilla tuottajahinnoilla eli halpuuttaminen on revitty maataloustuottajien selkänahasta. MTK:n julkaisemassa tiedotteessa käytetään myös samaa sanamuotoa ”*revitty ruuan tuottajien selkänahasta*” (MTK 19.1.2015a). SOK:n viestintäjohtaja Ovaskaisen (2016) mukaan kuitenkin ongelma halpuuttamiskeskustelussa on ollut se, että tuottajahinnat ovat olleet laskussa jo ennen halpuuttamista. Myös yleisellä tasolla hinnat ovat olleet laskussa. Esimerkkeiksi hän luettelee muun muassa Venäjä-pakotteet ja globaalin ylituotantotilanteen, jotka ovat aiheuttaneet muun muassa tuottajahintojen laskemisen. Hänen mukaansa yleinen hinnanalennus on ollut noin 1,4 % ja S-ryhmä on alentanut tähän päälle hieman yli puolet eli yhteensä ruoan hinnan alennus on ollut noin 2,3 %. Vastaava näkemys on esitetty kaaviona myös Maaseudun Tulevaisuus-lehdessä SOK:n Taavi Heikkilän haastattelun yhteydessä 18.3.2016 (Kuva 13.) Myös esimerkiksi Pellervon taloustutkimuksen tutkimusjohtaja Perttu Pyykkönen totesi tammikuussa 2015, että kauppa ei tee hinnanalennusta pelkkää hyvää hyvyttään pelkästään oman katteen kustannuksella. Hän viittaa alentuneisiin teollisuuden tukkuhintoihin Venäjän tilanteen vuoksi sekä kustannussäästöihin energianhinnoissa (HS 18.1.2015c.) Aiheesta on myös uutisoitu. Esimerkiksi MTV:n (6.3.2015b) uutisessa S-ryhmän valikoimajohtaja Ilkka Alarotu puolustautuu maataloustuottajien syytöksiä vastaan. Myös hän mainitsee tuottajahintojen laskun syyksi Ovaskaisen tapaan maitokiintiöiden poistumisen ja Venäjän viennin tyrehtymisen. Hänen mukaansa tuottajahintojen alentumisella ei ole mitään tekemistä halpuuttamisen kanssa (MTV 6.3.2015b.)

S-ryhmän näkemys ruuan hinnan muutoksista



S-ryhmän näkemys siitä, miksi ruuan hinta on alentunut. Halpuutuksen 60 miljoonaa se sanoo ottaneensa muun muassa kuluista nitistämällä.

MT Grafiikka: Jukka Pasonen Lähde: S-ryhmän vähittäiskauppa

Kuva 13. S-ryhmän näkemys ruuan hinnan muutoksista. Kuvälähde: Maaseudun Tulevaisuus. 18.3.2016. SOK:n Heikkilä halpuutuksesta: Mahtipontisuus ei ollut tarkoitus. Sanomalehtiartikkeli. 2016c. Sivu 4.

MTK:n viestintäjohtaja Hartikaisen (2016) mukaan etujärjestönä MTK katsoi velvollisuudekseen kommentoida ruoan hinnan halpuuttamisesta noussutta uutisointia. Hänen mukaansa MTK toi julki, että maataloustuottajilla menee heikosti ja että varsinkin julkaistujen selvitysten mukaan kaupan osuus ruoan hinnasta on ollut kasvussa viime vuosina (esimerkiksi MTK 19.1.2015a.) Tämän lisäksi S-ryhmän johtajiston väite siitä, että hinnanalennuksia ei olisi rahoitettu tuottajien selkänahasta, ei MTK:n mielestä ollut oikeellinen. MTK:n mukaan tulisi huomioida myös tuottajahintakehitys ja kaupan viime vuosina kasvanut osuus ruoan hinnasta. Hän myös kyseenalaistaa S-ryhmän väitteen oikeellisuuden omien toimintojen tehostamisesta, koska edelleenkin ei ole nähtävissä tilastoja tai lukuja, joilla voitaisiin todentaa, miten S-ryhmä on tehostamisen toteuttanut halpuuttamisen myötä. Hänen mukaansa järkeenkäypää on, että S-ryhmä on ikään kuin jättänyt ottamatta kaiken sen mahdollisen katteen, mikä olisi ollut saatavilla laskeneiden tuottajahintojen kautta. Tämä erotus olisi Hartikaisen (2016) mukaan siirretty suoraan kuluttajahintoihin ja tällä tavoin S-ryhmä on kyennyt laskemaan tiettyjen tuotteiden hintoja. Näin hänen mukaansa tuottajat ovat viime kädessä maksumiehinä ruoan hinnan alentamiselle eli halpuuttamiselle (Hartikainen 2016.) Huomioitavaa kuitenkin on, että suomalaisten maatalousyrittäjien yrittäjätulo on ollut laskussa jo ennen halpuuttamisen

alkamista. Halpuuttamiskeskustelussa tuottajien näkökanta tuottajahintojen laskuun on korostunut, sillä esimerkiksi Maaseudun Tulevaisuus uutisoi otsikolla ”*Halpuuttaminen iski kipeästi tuottajiin*”. Uutisen ilmestymisen aikoihin halpuuttamisesta on kulunut vuosi. MTK:n puheenjohtaja Marttilan haastattelun mukaan yhtenä keskeisenä osana viimeaikaiseen yrittäjätulon laskuun on ollut kotimaan hintojen aleneminen (MT 15.1.2016b.) SOK:n Ovaskaisen (2016) mukaan tarkoitus halpuuttamiskampanjalla ei ole kuitenkaan ollut vähätellä maanviljelijöiden hätää. Hänen mukaansa S-ryhmän näkemys on, että halpuuttaminen ei sinänsä pahenna viljelijöiden tilannetta. Ovaskaisen mukaan halpuuttaminen ja siitä käytävä keskustelu on ollut myös eräänlainen keppihevonen MTK:lle viljelijöiden asioiden esiintuomiselle ja etujärjestöyöskentelylle. SOK:n Alarotu puolestaan kirjoittaa, että SOK tunnistaa, että maataloustuottajien kritiikin takana on ollut tuottajien huono taloudellinen tilanne. Samalla hän korostaa, että suomalaisen ruokaketjun pitäisi tehdä rakentavaa yhteistyötä (SOK, Patarumpu 29.5.2015f.)

SOK:n pääjohtaja Heikkilä kommentoi Maaseudun Tulevaisuudelle (18.3.2016c) halpuuttamisen saamaa kritiikkiä. Hänen mukaansa elintarvikkeiden hintoihin ovat vaikuttaneet alentuneet maailmanmarkkinahinnat. Hänen mukaansa se ei ole halpuuttamista, että hinnat muuttuvat nyt ja tulevaisuudessa. Hänen mukaansa silloin kyse on normaalista hintojen muutoksesta, jota tapahtuu koko ajan. Heikkilä korostaa, että myös hintaneuvottelut tuotevalmistajien kanssa ovat sujuneet samaan tapaan kuin ennenkin. Hänen mukaansa se, mitä teollisuudelle tai suoraan tuottajille maksetaan, on täysin riippumaton siitä, halpuuttiko S-ryhmä vai ei. Joka tapauksessa tuotteista ei olisi maksettu yhtään enempää tai vähempää. Heikkilä ei haastattelussa kertonut, kuinka paljon S-ryhmän ostohinnat ovat vuonna 2015 alentuneet, sillä sitä on hänen mukaansa mahdotonta sanoa. Hän kuitenkin toteaa, että keskimäärin hintataso tuli viime vuonna varmaankin alaspäin. Hän viittaa haastattelussa myös kilpailunäkökulmaan, jonka vuoksi yksikään kaupparyhmä ei kerro lukuja ulospäin. Hänen mukaansa esimerkiksi tarkat katteen muodostukset lukeutuvat liikesalaisuuksien piiriin (MT 18.3.2016c.)

Yksi merkittävä osa halpuuttamiskeskustelussa on ollut maataloustuottajien järjestämä vastakampanja halpuuttamiselle ja koko S-ryhmälle. Tätä kutsuttiin mediassa ”korttisodaksi”. Maaseudun Tulevaisuus uutisoi 6.3.2015 MTK:n julistavan S-ryhmää vastaan korttisodan. Taustalla tähän kampanjaan oli tuottajien suuttumus ja pettymys S-ryhmää kohtaan. MTK:n valtuuskunnan puheenjohtaja Tommi Lunttila uhkasi S-ryhmää

kovin sanoin: ”*S-kortteja aletaan leikata, jos suomalaisen ruuan halventaminen jatkuu.*” Uutisessa halpuuttamiskampanjaa kuvataan muun muassa hävyttömäksi ja moni tuottaja on vannonut kauppaketjun vaihtuvan toiseen. MTK:n puheenjohtaja Marttila kuvasi tuottajien reaktioita vahvoiksi. Uutisen mukaan Lunttila kysyy S-ryhmältä, mistä ruuan hinnassa tulisi tinkiä. Hän ehdottaa säästön kohteeksi muun muassa salmonellakontrollia, jonka tuottajat maksavat. Lisäksi hän kysyy, tulisiko esimerkiksi antibioottien käyttö kymmenkertaistaa kulujen leikkaamiseksi (MT 6.3.2015d.) S-ryhmän kaupallisen johtajan Ilkka Alarodun haastattelun mukaan halpuuttamiskampanja on positiivinen asia sekä kuluttajille että tuottajille (MTV Uutiset 6.3.2015b). Hän ihmettelee asiasta herännyttä keskustelua. Hänen mukaansa eripuraa herättänyt, halpuuttamiseen liittyvä mainoskampanja hymyilee tällaiselle hintaan perustuvalla keskustelulle. Hänen mukaansa mainoksessa myönnetään, että suomalaisten mielestä ruoka on Suomessa liian kallista. Samalla hän viittaa aiheista tehtyihin tutkimuksiin (MTV Uutiset 6.3.2015b.) Halpuuttamisen idea siis ymmärrettiin SOK:n mukaan väärällä tavalla. Myös SOK:n pääjohtaja Taavi Heikkilä kertoo Maaseudun Tulevaisuuden haastattelussa maaliskuussa 2016, että S-ryhmän viestintä halpuuttamisesta on ymmärretty väärin. Hänen mukaansa viesti on ollut selkeä: hintojen laskua ei ole otettu teollisuudelta tai tuottajilta vaan omasta toiminnasta. Hänen mukaansa vallitseva tilanne on harmillinen. Halpuuttamiseen liittyvää viestintää hän ei koe mahtipontiseksi, kuten tuottajat ovat kampanjaa kritisoineet. (MT 18.3.2016c.)

Tässä tutkimuksessa sosiaalista mediaa ei varsinaisesti hyödynnetä osana media-analyysia, koska tarkasteltava aineisto on määrällisesti jo muutoinkin suuri. Tämän lisäksi sosiaalinen media on tänä päivänä valtava kokonaisuus, joten sen järkevä koostaminen osaksi tätä tutkimusta olisi jo sinällään ollut yksi tutkimustehtävä ja varmasti myös kokonainen tutkimuskysymys. Huomiotta sosiaalista mediaa ei kuitenkaan jätetä, sillä se nousee esille myös halpuuttamiskeskustelua koskevissa asiantuntijahaastatteluissa. Esimerkiksi MTK:n Hartikaisen (2016) mukaan sosiaalisessa mediassa käyty keskustelu on keskeinen osa halpuuttamiskeskustelua. Hänen mukaansa MTK:n kannanotot saivat sekä positiivista ja ymmärtävää että negatiivistakin palautetta. Hänen mukaansa kokonaisuus sosiaalisessa mediassa käytävässä keskustelussa on ollut laaja. Myös S-ryhmä uutisoi omalla marketkaupan keskustelu- ja uutisareenallaan vilkkaasta keskustelusta sosiaalisessa mediassa halpuuttamisen alettua. Uutisoinnin mukaan halpuuttaminen aiheutti 1,7

miljoonaa asiakaskohtaamista Prisman Facebook-sivuilla. Myös S-ryhmän Patarumpu.fi- ja Foodie.fi-sivustot kaatuivat suurien käyttäjämäärien vuoksi (SOK, Patarumpu 20.1.2015g.) Tämä sosiaalisessa mediassa käyty keskustelu kuvastaa hyvin sitä, miten ihminen on kuluttajana muuttunut digitaalisessa ajassa. Kuluttajille on luotu mahdollisuuksia myös omaan ilmaisuun, tiedon tuottamiseen ja kommunikaatioon (vrt. Kupiainen & Sintonen 2009, 17.) Kuluttajien julkinen kiinnostus halpuuttamista kohtaan ja sosiaalisessa mediassa käyty keskustelu on varmasti lisännyt halpuuttamisen uutisarvoa ja selittää täten myös osittain halpuuttamisesta muodostunutta ilmiötä.

MTK:n Hartikainen (2016) nostaa haastattelussa esille myös halpuuttamisen vastatermin, joka on ”reiluuttaminen”. Kotimaisten kielten keskus (2015b) on määrittänyt sanapöiminnöissään vuodelta 2015 reiluuttamisen tavaksi ”*tehdä (hinnoittelu) reilummaksi ja oikeudenmukaisemmaksi*”. Samalla kerrotaan, että sanaa käytettiin maataloustuottajien kampanjassa vastaiskuna halpuuttamiselle. Reiluuttamisen idea lähti Hartikaisen (2016) mukaan sosiaalisesta mediasta ja maatalousyrittäjien aloitteesta. MTK järjesti keväällä 2015 pyttipannuprotestin, jossa myytiin pyttipannua tuottajahinnoilla eri puolilla Suomea (MTK 28.4.2015d). Hartikaisen (2016) mukaan tapahtumassa tuotiin esille, kuinka paljon tuottajahinnat olivat tipahaneet halpuuttamisen yhteydessä ja miten pieni osa ruuan hinnasta loppujen lopuksi tuottajalle päätyy. Tavoitteena oli kääntää katsetta alkutuotantoon ja mitä halpa ruoka tarkoittaa käytännössä maatalousyrittäjille. Pyttipannun hinta oli 30 senttiä ja tapahtumassa ihmiset saivat reiluuttaa hintaa, mikäli he kokivat sen liian alhaiseksi. MTK:n julkaiseman tiedotteessa todetaan, että tapahtumissa ruokailleet noin 9 200 kuluttajaa reiluuttivat pyttipannun hinnan keskimäärin kaksinkertaiseksi (MTK 28.4.2015d.) Hartikaisen (2016) mukaan tempauksesta tuli positiivista palautetta ja se lisäsi tietoutta tuottajan heikosta asemasta osana markkinaketjua. Huomioitavaa tässä yhteydessä on, että reiluuttaminen ei ole saanut samaa asemaa markkinoinnissa kuin halpuuttaminen. Esimerkiksi Kesko aloitti marraskuussa 2015 Tuottajalle kiitos -kampanjan, jossa asiakkaat pystyivät maksamaan ylimääräisen euron joulukinkusta ja tämä euro tilitettiin suoraan sianlihan tuottajalle. Samalla Kesko lupasi antaa toisen euron jokaista lahjoitettua euroa kohti. Keskon pääjohtaja Mikko Helander kuvaili kampanjaa Helsingin Sanomille (22.10.2015d) näin: ”*Kesko reiluuttaa. Tiedämme, että suomalaiset tuottajat ovat suurissa haasteissa.*” Hänen mukaansa elinvoimaisesta maataloudesta tulee pitää huolta, sillä tuottajien ja kotimaisen vähittäiskaupan kohtalonyhteys edellyttää sitä.

Hän nostaa esille, että enää ei ole varaa menettää elintarvikeketjusta lisää työpaikkoja ja kertoo ulkomaisen ruoan kulutuksen lisääntyneen Suomessa. Hänen mukaansa on herättelyn aika (HS 22.10.2015d.) Seuraavana päivänä julkaistussa uutisessa kerrotaan, että Kesko toteuttaa kampanjan MTK:n tuella. Tuossa uutisessa Helander toteaa, että Kesko ei toki kuvittele kampanjan ratkaisevan tuottajien asioita. Hänen mukaansa kysymys on pitkälti symboliikasta ja kampanja on suunnattu avoimesti Keskon pahimman kilpailijan S-ryhmän ”halpuutusta” vastaan (HS 23.10.2015e.) Osaltaan tämä lausunto todentaa sitä, että halpuuttamisessa on kysymys myös kauppojen välisestä hintakilpailusta.

Keskustelussa on noussut esiin myös suomalaisen maatalouden tehokkuus ja valtion maksamat tuet maataloudelle. SOK:n Ovaskaisen (2016) mukaan keskustelussa keskeisintä maatalouden kannalta on ollut maataloustuotteiden markkinoiden epävarmuus ja sen vaikuttaminen tuottajien toimeentuloon. Haastattelussa hän viittaa ETLA:n tutkimukseen (Kotilainen ym. 2010), jossa suomalainen maatalous on todettu kansainvälisessä vertailussa varsin tehottomaksi. Ovaskaisen (2016) mukaansa ne maatalousyrittäjät, jotka ovat eniten tehneet töitä suomalaisen maatalouden modernisoimiseksi ja tehostamiseksi, ovat joutuneet suurimmiksi kärsijöiksi ja ajautuneet taloudelliseen kriisiin tehtyään isoja investointeja. Ovaskaisen mukaan on ymmärrettävää, että tällaisessa häiriötilanteessa valtio tukee maataloutta (Ovaskainen 2016.) Myös MTK:n Hartikaisen (2016) mukaan keskustelu on auttanut esimerkiksi kuluttajia ymmärtämään, miksi tuottajalla menee huonosti ja miksi maatalouden tukeminen on nykyisissä olosuhteissa välttämätöntä, koska ei ole löydettävissä sellaista mallia, jolla suomalainen maatalous pärjäisi ilman tukia varsinkaan tämänhetkisillä tuottajahinnoilla. Vertailtaessa näitä väittämiä on huomioitava, että esimerkiksi Jutilan (2014, 40) mukaan suomalaisista noin 73 % arvioi, että Suomessa tarvitaan maataloustukia, jotta viljelijät saavat toimeentulon työstään. Hyväksyntä ja ymmärrys erilaisia tukimuotoja ovat olleet kasvussa siis jo ennen halpuuttamiskeskustelua. Toisaalta samassa tutkimuksessa (Jutila 2014, 38) todetaan, että suomalaisilla ei myöskään ole selkeää kantaa viljelijöiden osuuteen elintarvikkeiden hinnasta. Puska (2016) on liiketalouden opinnäytetyössään tutkinut halpuuttamisen merkitystä ostopäätökseen ja kuluttajien kokemuksia halpuuttamisesta. Hänen tutkimuksensa mukaan kuluttajien suurimmat huolenaiheet halpuuttamisessa liittyvät alkutuottajiin, sillä suurin osa avoimeen kohtaan kriittisen kommentin jättäneistä koki huolta tuottajien asemasta (Puska 2016, 37.) SOK:n pääjohtaja Heikkilän mukaan S-ryhmä on myös tuottanut hyötyä suomalaiselle

maataloudelle, vaikkei sitä hänen mukaansa voikaan aina päätellä Maaseudun Tulevaisuutta lukiessaan (Länsiväylä 3.9.2015.) Tällä Heikkilä oletettavasti viittaa Maaseudun Tulevaisuuden uutisointiin ja lehden asemaan etujärjestö MTK:n päääänenkannattajana.

SOK:n viestintäjohtaja Ovaskainen (2016) nostaa haastattelussa esille, että halpuuttamiskeskustelussa on puhuttu myös osuustoiminnasta. Heikkilä (2016) on taloustieteen pro gradussaan tutkinut halpuuttamisen tarkoitusta ja sen yhteyttä osuustoiminnallisuuteen. Hänen tutkimuksensa kohteena olivat Osuuskauppa Arina sekä sen omistajat sekä ei-omistajat. Liikkeenjohdon mukaan halpuuttaminen on osuustoiminta-ajatuksen kirkastamista tai paluuta osuustoiminnan juurille. Toisaalta Heikkilän tutkimuksen mukaan halpuuttaminen koetaan omistajien ja ei-omistajien keskuudessa markkinointikikaksi, jolla pyritään haalimaan kokoon suurempi markkinaosuus tarkasteltaessa elintarvikekauppaa. Nämä näkemykset eivät kuitenkaan Heikkilän mukaan poissulje osuustoiminnallisuutta, sillä halpuuttamisella on useita päämääriä, joihin myös nämä molemmat näkemykset sisältyvät (Heikkilä 2016, 74.) Ovaskaisen (2016) mukaan maataloustuottajat ovat hänen mukaansa tukeneet perinteisesti voimakkaasti osuustoimintaa, koska heillä on pitkä historia toimintaympäristössä. Esimerkkeiksi hän nostaa Metsäliiton ja Valion, joista molemmat ovat alkutuottajille erittäinkin tuttuja osuustoimintana osana heidän elinkeinoaan. Nämä kaksi osuustoiminnan harjoittajaa mainitaan myös Seppelinin (2004, 315–317) kirjoituksessa, joka käsittelee osuustoimintaa ja sen historiaa. Hänen mukaansa maatalouden ja yhteiskunnan rakennemuutos vauhditti osuustoiminnan kiinnostusta kaupunkiväestöä kohtaan. Tämä johtui pitkälti siitä, että asiakaskunta maalla väheni maaltamuuton myötä (Seppelin 2004, 312). SOK:n Ovaskainen (2016) vertaa S-ryhmän nykyistä toimintaa osuustoimintaan, tosin nyt kysymyksessä on kuluttajaosuustoiminta. Hänen mukaansa tulisi muistaa, että on olemassa eri intresseistä lähtevää osuustoimintaa ja S-ryhmän tehtävä on tässä roolissa pitää kuluttajan puolta. Myös muutoin SOK:n puolesta osuustoiminta-ajattelua on korostettu. Esimerkiksi SOK:n pääjohtaja Taavi Heikkilä perustelee Länsiväylässä (3.9.2015) halpuuttamista osuustoiminnan perusajatuksella eli aitojen etujen tuottamisesta omistajajäsenille.

Halpuuttaminen on ennen kaikkea ollut tehokasta markkinointia. Tästä kertovat S-ryhmän markkinoinnistaan saamat tunnustukset. Koska halpuuttaminen on selkeästi osa myös S-ryhmän strategista toimintaa, on huomioitava, että halpuuttamisen käsitteen määritelmä

noudattaa pitkälti S-ryhmän omaa määritelmää. Tämän vuoksi on selvää, että media-aineistossa osa käytettävästä materiaalista sisältää myös mainonnallisia piirteitä. Esimerkiksi Sirkkunen (1996, 79) esittää, että mediassa julkaistun jutun luotettavuutta määrittää poliittinen värittyneisyys tai tekstimainonta. Tässä tapauksessa asia ei kuitenkaan ole ongelma, sillä halpuutus on sekä mainontaa että strateginen linjaus, joista S-ryhmä on avoimesti uutisoinut omassa uutisportaalissaan ja lisäksi asia on tuotu myös muissa lähteissä esille. Halpuutuskampanja sai Effie Award-kisassa Grand Effien ja kultaisen Effien (Markkinointi&Mainonta 29.10.2015a.) Effie Awards on yksi maailman arvostetuimmista markkinoinnin tuloksellisuutta mittaava kilpailu, jonka Suomessa järjestää Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL ry yhteistyössä Sanoma Media Finlandin kanssa (mtl.fi 2015.) MTL ry:n mukaan SOK:n halpuutuskampanja auttoi Prisman historian suurimpaan volyymiloikkaan ja samalla Effie Awards Finland 2015 -kisan voittoon. Halpuuttamisesta syntyi kampanjan myötä arkipäiväinen verbi ja kampanjassa ollut mainonta sisälsi vaikuttavia tarinoita. Kampanjan ansioiksi luetellaan myös viestinnän täydellinen ajoitus. Effie-tuomariston mukaan halpuuttaminen oli vuoden 2015 merkittävin ja monipuolisin markkinointiteko. Kysymys oli vastaiskusta hinnanalennusoperaatiolla koventuneeseen kilpailuun vaikeassa markkinatilanteessa. Kampanjan lähtötilanteena oli tuomariston mukaan heikentynyt ostovoima, huonosti kehittynyt päivittäistavaramyynnin volyymi ja liian kallis suomalainen ruoka. Yksi sana ja onnistunut markkinointiviestintä johtivat siihen, että Prisman myyntivolyyymi kasvoi ennätysellisen paljon (mtl.fi 2015.) Halpuuttaminen palkittiin vuonna 2015 myös Vuoden 2015 Markkinointitekona. Perusteluina mainittiin halpuuttamisen vaikutus koko kaupan markkinointikäyttäytymiseen ja S-ryhmän kasvaneeseen myyntiin ja markkinaosuuteen. Vuoden markkinateon palkitsemiskriteerinä on ollut uuden luominen ja tavanomaisen markkinointiteon ylittäminen (Markkinointi&Mainonta 21.1.2016b.)

5.2 Halpuuttamisen ja halpuuttamiskeskustelun vaikutukset

Halpuuttamisen esitettyjä vaikutuksia perustellaan media-aineiston uutisissa usein tilastoilla ja niissä tapahtuneilla muutoksilla. Esillä ovat niin tuottajahinnat kuin ruoan menekin kehityskin. Näin voidaan tulkita, että vaikutukset halutaan usein esittää keskustelijoiden toimesta niin, että ne pohjautuvat vahvistettuun tietoon. Aiemmin analyysimenetelmiä esitellessä viitattiin Sirkkusen (1996, 79) tietokriittikkoon, joka pyrkii

arvioimaan jutun luotettavuutta esimerkiksi aiemman tiedetyn tiedon perusteella. Tässä media-analyysissä onkin pyritty huomioimaan ne uutiset, joiden taustalla on selkeästi jokin tilasto tai muut, erikseen tarkastelussa olevat vertailuluvut.

Halpuuttaminen on ollut SOK:n pääjohtajan Taavi Heikkilän mukaan kannattavaa. Hänen mukaansa S-ryhmän markettien myyntivolyymi on kasvanut 1,3 % ja asiakaskäyntien määrä on noussut yli 8 miljoonalla. Lisäksi asiakastytyväisyyssmittareissa on tapahtunut positiivista kehitystä. Kotimaisen ruoan myynti on myös lisääntynyt. Esimerkiksi kotimaisen lihan myynti on kasvanut Heikkilän mukaan S-ryhmässä 2,8 miljoonaa kiloa ja kotimaisia juustoja on myyty 3,2 miljoonaa kiloa enemmän kuin vuonna 2014. Heikkilän mukaan vuosi 2015 on ollut elintarvikemarkkinoilla poikkeuksellinen laskevien hintojen vuoksi. Esimerkiksi S-ryhmässä yli 3 000 päivittäistavaran hinta laski vuonna 2015. Halpuutettuja tuotteita oli hänen mukaansa reilut 1 000 kappaletta. Näillä tuotteilla tarkoitetaan niitä kriteerit täyttäneitä tuotteita, joiden hinta on pitkäaikaisesti laskenut. (SOK, Patarumpu 19.1.2016d.)

SOK:n viestintäjohtaja Ovaskaisen (2016) mukaan halpuuttamiskeskustelu on tuonut yleiseen ruoantuotantoon liittyvään keskusteluun mukaan uusia näkökantoja: mitkä ovat niitä yhteisiä asioita, joista kannattaa pitää huolta? Samalla on halpuuttamisen myötä alettu puhua siitä, miten suomalainen ruokaketju voi ylipäänsä pärjätä ja kehittyä niin, että se olisi myös maailmalla kilpailukykyinen. Toisaalta MTK:n viestintäjohtaja Hartikaisen (2016) mukaan ennen halpuuttamiskeskustelun alkua ruokakeskustelussa puhuttiin enemmän lähiruuasta, jolloin fokus oli ruoan laadussa ja alkuperässä. Halpuuttaminen on hänen mukaansa tuonut vahvasti tähän keskusteluun mukaan ruoan hinnan ja pohdinnan siitä, miksi Suomessa ruoka on niin kallista. Toisaalta halpuuttaminen on avannut Hartikaisen mukaan keskustelulle uusia mahdollisuuksia, mutta kokonaisuutta tarkasteltaessa ruuan halpa hinta on ollut voimakkaimmin keskustelussa esillä. S-ryhmä on Hartikaisen mukaan hyötynyt tästä keskustelusta, vaikkakin MTK:n lausunnot halpuuttamisesta ovat olleet enimmäkseen kriittisiä. Hänen mukaansa se on vain lisännyt S-ryhmän näkyvyyttä mediassa.

Oleellisena osana halpuuttamiskeskustelua voidaan etenkin maatalousyrittäjien näkökulmasta katsoa liittyvän myös elintarviketeollisuuden, kaupan ja tuottajien suhde ruoan hinnan muodostukseen. Yle toteutti ruoantuottajille laajan kyselyn yhteistyössä maa-

ja metsätaloustuottajain etujärjestö MTK:n kanssa syksyllä 2015. Etujärjestö toimitti kyselyn eteenpäin tuottajille mutta ei kuitenkaan päässyt tutustumaan kyselyn vastauksiin tai vaikuttamaan millään tavalla kyselyn sisältöön. Verkkokyselyyn vastasi yli 2 800 tuottajaa eri puolilta Suomea. Kyselyn mukaan 68,1 % vastaajista on sitä mieltä, että Keskon ja S-ryhmän laskettua hintojaan, on tällä ollut vaikutusta tuottajien saamiin tuloihin kauppoihin myydyistä raaka-aineista. Kyselyn mukaan alennuskampanjat ovat kuitenkin olleet vain osasy tulojen laskuun. Peräti 88,6 % vastaajista toteaa saavansa vähemmän nykyisillä tuottajahinnoilla kuin kolme vuotta sitten. Hälyttävien tulosten kuitenkin on vastaus kysymykseen päivittäistavarakaupan vallasta, sillä yli 95 % vastaajista kokee, että päivittäistavarakaupalla on liikaa valtaa suomalaisessa ruokaketjussa (Yle Uutiset 24.9.2015c.)

Eniten mediahuomiota yksittäisenä ilmiönä halpuuttamisen yhteydessä on saanut todennäköisesti mielenosoitusmuotoinen traktorimarssi, joka toteutettiin MTK:n toimesta 11.3.2016 Helsingissä. Huomioitavaa on kuitenkin, että esimerkiksi MTK:n traktorimarssia koskevassa tiedotteessa (MTK 1.3.2016e) ei mainita sanaa halpuuttaminen. Tiedotteessa kerrotaan, että maatilojen tilanne on heikoin vuosikymmeniin ja monet suomalaiset tilat ovat kuulun partaalla yrittäjätulon pudotessa puolella. Maaseudun Tulevaisuus (MT 8.3.2016e) haastatteli SOK:n pääjohtajaa Taavi Heikkilää koskien halpuuttamista ja traktorimarssia. Hänen mukaansa tuottajien ahdinko on hyvin tiedossa ja myötätunto on heidän puolellaan. Heikkilä kertoo, että on kaikkien etu, jos suomalaisen ruoantuotannon tulevaisuus olisi kannattavammalla pohjalla. Hän korostaa, että omalta osaltaan SOK on ollut mukana nostamalla suomalaisen ruoan myyntimääriä ja kasvattamalla kotimaisten tuotteiden hintakilpailukykyä suhteessa tuontituotteisiin. Hänen mukaansa tämä on tapahtunut halpuuttamalla kotimaisen ruoan hintaa ja tinkimällä SOK:n omaa osuutta (MT 8.3.2016e.)

Helsingin Sanomat uutisoi 11.3.2016 maataloustuottajien mielenosoituksesta. Uutisen mukaan mielenilmaukseen osallistuneet sadat traktorit ja tuhannet maanviljelijät ruuhkauttivat Helsingissä liikennettä. Tunnelmaa mielenosoituksessa kuvattiin rauhallisen uhmakkaaksi. Pääteemoina mielenosoituksessa olivat muun muassa kartellien ja byrokratian purku sekä ruoan halpuuttamisen lopettaminen (HS 11.3.2016f.) Varsinaisena mielenosoituspäivänä 11.3.2016 mediassa julkaistiin uutisia traktorimarssista, joilla voidaan kokea olevan myös viihteellinen arvo varsinaisen asiauutisoinnin lisäksi.

Esimerkiksi Ilta-Sanomat uutisoi näyttävästi traktorikolonnasta, joka ”*vei viestiä S-ryhmän linnakkeeseen*”. Uutisessa kerrotaan maanviljelijästä, joka toimitti SOK:n pääkonttorille heinäpaalin. Heinäpaali sisälsi viestin, jonka aiheena oli halpuuttaminen. Paali oli osoitettu SOK:n pääjohtaja Taavi Heikkilälle. Maanviljelijä kertoo uutisessa tuoneensa Heikkilälle pahnoja, joissa hän voi nukkua ja pohtia tekosiaan. SOK:n puolesta heinäpaalia kommentoi viestintäpäällikkö Outi Hohti, jonka mukaan viesti on vastaanotettu. Hän toteaa viljelijöiden olevan tärkeällä asialla. Hän kuitenkin korostaa, että SOK ei käy kauppaa suoraan tuottajien kanssa vaan hintaneuvottelut käydään teollisuuden kanssa. Hänen mukaansa halpuuttamisella SOK saa pidettyä tuotannon pyörät pyörimässä ja volyymeja kasvatettua. Hohtin mukaan se on erittäin hyvä apu suomalaiselle tuottajalle (Ilta-Sanomat 11.3.2016.)

Tämän lisäksi halpuuttamiskeskustelussa on noussut esiin esimerkiksi suomalaisen ruoan brändiin liittyviä tekijöitä. Esimerkiksi Maaseudun Tulevaisuus uutisoi lokakuussa 2015 ruokaketjusta ja siihen liittyvistä brändeistä. Toimitusjohtaja Marko Parkkinen Ratkaisutoimisto Seedi Oy:stä näkee, että ihmisten mielessä halpa hinta ja huono laatu ovat suhteessa toisiinsa. Hän kokee, että kauppojen maine voi hintakilpailun myötä kärsiä, siinä missä suomalaisen ruoan arvoketjokin. Samassa uutisessa Pellervon tutkimuskeskuksen vt. toimitusjohtaja Perttu Pyykkönen kyseenalaistaa, onko kaupan hinnoissa ollut jo ennen hintakilpailua ilmaa. Hänen mukaansa ongelmallista on, että kauppa luo mielikuvaa, jossa se on nyt kuluttajan asialla oleva, suuri hyväntekijä. Hän ihmettelee, miksi näin ei ollut jo ennen hintakilpailua. (MT 9.10.2015f.) Samaa ovat kritisoineet maataloustuottajat. Esimerkiksi MTK Etelä-Savon puheenjohtaja Juha Paajanen toteaa halpuuttamisen tuhoavan brändit (MT 16.12.2015g.) Hänen mukaansa kaupat toivovat tuottajilta brändituotteita mutta halpuuttaminen romuttaa jo olemassa olevat brändit. Hän viittaa muun muassa Oltermanni-juuston hinnan laskuun sanoen mielikuvan korkealaatuisista tuotteista romuttuneen halpuuttamisen myötä. Paajanen lausunto viittaa selkeästi siihen, että suomalainen tuottaja tuottaa laadukasta kotimaista ruokaa eikä sen kuuluisikaan olla halpaa. Tämän näkökannan yleisyyttä tukee esimerkiksi Heikkilän (2016) taloustieteen pro gradun tulokset, joiden mukaan S-ryhmän omistajien ja ei-omistajien viesti S-ryhmälle ja tarkastelussa olleelle Osuuskauppa Arinalle on se, että halpuuttamista ei tule toteuttaa ruoantuottajien kustannuksella. Heikkilän haastattelemat omistajat ja ei-omistajat suosivat Suomessa tuotettua ruokaa ja haluavat ostaa sitä myös jatkossa. Haastatteluiden tuloksena

nähdään, että kuluttajien mukaan S-ryhmän tavoitteena tulisi halpojen hintojen sijaan olla suomalaisen ruoan elinvoimaisuus ja sen tukeminen (Heikkilä 2016, 76.) Toisaalta Heikkilä (2016, 78) varoittaa yleistä tuloksia liikaa, sillä otanta hänen tutkimuksessaan oli suppea. SOK:n Taavi Heikkilä on kuitenkin todennut, että halpuuttaminen ei millään tavalla halveeraa tai alenna jonkin tuotebrändin arvoa. Hän korostaa, että iso osa halpuutetuista tuotteista on ollut suomalaisia ja se on samalla tarkoittanut, että kotimaisten tuotteiden volyymit ovat S-ryhmässä kasvaneet. Hän kyseenalaistaa, miten tämä asia voisi olla huono myyjille ja kysyy samalla, kenen intresseissä on väärää kuvaa, joka on lähtökohtaisesti selvä (MT 18.3.2016c.)

SOK:n viestintäjohtaja Ovaskainen (2016) näkee, että halpuuttamiskeskustelussa on vallalla eräänlainen ”win-win”-tilanne. Tällä hän tarkoittaa sitä, että aina kun MTK sanoo halpuuttamisen olevan pahasta ja tuottajien kärsivän siitä, pysyy S-ryhmän markkinointikampanja esillä ja ennen kaikkea ihmisten mielissä. Samalla myös S-ryhmän hintamielikuva pysyy hyvänä. Hän vertaa tilannetta eräänlaiseen peliin, jossa kumpikin keskusteluosapuoli on tietyllä tavalla voittaja tai ainakin pystyy hyödyntämään käytävää keskustelua hyväkseen oman agendansa esille tuomisessa. MTK:n Hartikaisen (2016) mukaan MTK:n aiempi kampanjointi ja viestintä siitä, että tuottajan osuus elintarvikeketjussa on niin pieni, on auttanut heitä halpuuttamiskeskusteluun osallistumisessa. Tämä edesauttaa hänen mukaansa suurta yleisöä ymmärtämään, että Suomessa tuottajan saama hinta ei ole syytä siihen, että Suomessa ruoka on kalliimpaa kuin keskimäärin jossain muualla Euroopassa.

MTK:n viestintäjohtaja Hartikainen (2016) näkee positiivisena, että suomalaisesta ruoantuotannosta, maataloudesta ja sen vaikeasta tilanteesta keskustellaan. Keskustelun avulla on voitu tuoda esille omaa tuotantoa, siihen liittyviä haasteita ja myös laadullisia tekijöitä. Myös SOK:n viestintäjohtaja Ovaskainen (2016) toteaa, että halpuuttamiskeskustelu on osa jatkumoa, jossa keskustellaan siitä, mikä ruuassa on tärkeintä ja mikä sen todellinen merkitys on. Onko se kotimaisuus, onko se luomu? Onko suomalainen ruoka mahdollista brändätä? Samalla keskustelun myötä on myös nähty, että eri asiat ovat eri ihmisille tärkeitä. Yksi keskeiseksi noussut teema on ollut kuitenkin ruoan hinta. MTK:n Hartikaisen (2016) mukaan halpuuttamiskeskustelun myötä ruoan hintatasoa seurataan entistä tarkemmin mediassa ja muualla. Esimerkiksi hän nostaa muun muassa hintakorivertailut ja niistä käytävän keskustelun sekä kaupoissa että mediassa. Hänen

mukaansa myös kaupat ovat lähteneet selkeästi eriytymään halpuuttamiskeskustelun myötä: esimerkiksi Kesko on lähtenyt korostamaan hinnan sijasta laatua ja tuonut omaan markkinointiinsa mukaan laadullista viestintää ja lähiruoka-asioita. Tämä kertoo Hartikaisen mukaan siitä, että ruokakeskusteluun on tullut mukaan yhä enemmän erilaisia äänenpainoja. Siitä, onko kyseessä sitten vain viestintään ja keskusteluun liittyvä tekijä vai onko taustalla enemmänkin kauppojen välinen kilpailu, hän ei osaa ottaa kantaa. Hänen mukaansa on kuitenkin ollut havaittavissa, että kaupan ala ei enää puhu vain yhdellä suulla ja kaupat ovat profiloitumassa yksilöiksi. Hänen mukaansa kaupan alalla esimerkiksi Päivittäistavarakauppa ry:n (PTY) kautta tehtävät kannanotot ovat vähentyneet (Hartikainen 2016.)

SOK:n vähittäiskaupan ketjuohjauksen kaupallinen johtaja Ilkka Alarotu kirjoittaa SOK:n tiedotuskanava Patarummussa, että halpuuttaminen toteutettiin kertomatta siitä etukäteen kenellekään. Tästäkin huolimatta SOK haluaa tehdä yhteistyötä sekä tuottajien että teollisuuden kanssa. Suomessa tuottajat omistavat keskeisen osan elintarviketeollisuudesta. Tämän lisäksi he käyttävät myös päätäntävaltaa omistamissaan teollisuudenmuodoissa. Alarotu viittaa kirjoituksessaan julkiseen keskusteluun, jonka mukaan tämä kuitenkin ei ole saanut aikaan riittävää läpinäkyvyyttä tarkasteltaessa asiaa tuottajakentällä. Hänen mukaansa SOK asioi vain vähän suoraan tuottajien kanssa (SOK, Patarumpu 29.5.2015f.) MTK:n viestintäjohtaja Hartikaisen (2016) mukaan halpuuttamiskeskustelu on tuonut esille tarpeen sidosryhmäyhteistyölle. Hänen mukaansa etujärjestö MTK on tavannut kauppojen edustajia ja vireillä on ollut myös yhteistyökuvioita ja -suunnitelmia, joista osa on jo toteutettukin. Vaikka MTK näkeekin ristiriidan S-ryhmän viestinnässä, on Hartikaisen mukaan kuitenkin tarpeellista käydä myös jatkossa keskustelua ja olla niin sanotusti samojen pöytien ääressä. Myös SOK:n Ovaskaisen (2016) mukaan SOK:ssa on halpuuttamiskeskustelun myötä jouduttu miettimään sidosryhmäyötä eri tavalla kuin ennen. Yhteydenpitoa eri organisaatioihin on tehostettu ja MTK:n lisäksi hän listaa sidosryhmäyötä tehtävän muun muassa eduskunnan ja maa- ja metsätalousvaliokunnan kanssa. Hänen mukaansa kehitys sidosryhmäyön lisääntymisessä on hyvä asia, koska sitä tämä aika tarvitsee. Fiksut organisaatiot tekevät hänen mukaansa sidosryhmäyötä, millä hän tarkoittaa muutakin kuin pelkkää lobbausta. Kysymys on laaja-alaisesta sidosryhmäyöstä ja hänen mukaansa monet muutkin organisaatiot ovat tässä muuttaneet otettaan.

Halpuuttaminen on siis aiheuttanut paljon keskustelua niin eri organisaatioiden sisällä kuin yhteiskunnallisellakin tasolla. Ilmiönä halpuuttaminen on vielä tuore ja SOK:n mukaan se tulee jatkumaan strategisena linjauksena myös tulevaisuudessa. Tämän vuoksi tätä tutkimusta tarkastellessa tulee huomioida, että tutkimuskohteena on myös muuttuva ilmiö. Ilmiö voi saada uusia piirteitä kehittyessään ja tämän vuoksi tässä tutkimuksessa ei voida aukottomasti myöskään määritellä halpuuttamista tai halpuuttamiskeskustelua. Tämä johtuu myös siitä, että tarkastelujakso on ajallisesti perin lyhyt verrattuna siihen, että halpuuttaminen tulee jatkumaan vielä useita vuosia sekä S-ryhmän markkinoinnissa että varmasti myös osana uutisointia ja tätä kautta halpuuttamiskeskustelua. Kuten Eronen (Kielikello 4/2015) toteaa, on halpuuttaminen sanana sulautunut osaksi suomen kieltä. Hänen mukaansa sana ärsytti alkuun monia, vaikka verbi onkin kielellisesti oikein muodostettu. Eronen mukaan halpuuttaminen -sanaa käytettiin loppuvuodesta 2015 sujuvasti muissakin yhteyksissä kuin hinnoista puhuttaessa. Esimerkkinä hän mainitsee Postin lakon, jossa puhuttiin työnantajien halpuuttavan työtä ja työntekijöitä (Kielikello 4/2015.) Samaa voidaan sanoa kaikesta halpuuttamiskeskustelusta. Se on tänä päivänä oleellinen osa suomalaista maaseutu- ja ruokakeskustelua.

6 MAATALOUSYRITTÄJIEN KOKEMUKSIA HALPUUTTAMISESTA JA HALPUUTTAMISKESKUSTELUSTA

6.1 Halpuuttamiskeskustelun hyödyt ja haitat

Luvuissa 6.1 ja 6.2 vastataan toiseen tutkimuskysymykseen: mitä hyötyä ja haittaa maatalousyrittäjät kokevat halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta aiheutuneen harjoittamalleen yritystoiminnalle sekä omalle työhyvinvoinnilleen? Maatalousyrittäjien haastatteluja tulkittaessa voidaan sanoa, että halpuuttamiskeskustelu nähdään eräänlaisena haarana ruoantuotannosta käytävään julkiseen keskusteluun. Erona yleiseen keskusteluun on halpuuttamisen saama runsas julkisuus ja aiheen pysyminen pinnalla pitkän ajanjakson. Halpuuttaminen koetaan haastateltujen maatalousyrittäjien keskuudessa pääsääntöisesti negatiivisena asiana. Eräs haastateltava (H2) kuvaa sanaa ”*tökeröksi*” ja yleisestikin halpuuttamista pidetään verbaalisesti epäonnistuneena kuvauksena ruoan hinnan

alentamiselle. Haastatteluissa nousee voimakkaasti esille, kuinka maatalousyrittäjät kokevat halpuuttamisen vaikuttaneen kotimaisen ruoan arvostukseen. Heidän mukaansa alkuvuodesta 2015 lanseerattu markkinointikampanja ja eritoten sen pääviesti ruuan hinnan alentamisesta halveksuu kotimaassa tuotettua ruokaa. Maatalousyrittäjät tuovat vastauksissaan esille pettymyksen ja suuttumuksen, joka kohdistuu kauppaan ja elintarviketeollisuuteen. Heidän mukaansa kauppa hyväksikäyttää omaa valta-asemaansa ja sanelee liiaksi hintoja, jotka väistämättä vaikuttavat myös maatalousyrittäjille maksettaviin tuottajahintoihin. Eräessä haastattelussa (H4) halpuuttamisesta käytettiin myös termiä ”*tuottajahintojen halpuutus*”. Samalla kuitenkin nousee esille, kuinka maatalousyrittäjän on tyydyttävä siihen, mitä vapailla markkinoilla tapahtuu ja mitä hänelle tässä kysynnän yhtälössä maksetaan. Härkki-Santala (2002, 53) on todennut, että maatalousväestö elää paineiden alaisena, joita aiheuttavat muun muassa talous ja Euroopan unionin säädökset. Haastatteluaineiston perusteella voidaan todeta, että maatalousyrittäjät kokevat omat vaikutusmahdollisuudet yritystoimintaansa kohtaan heikoiksi ja esimerkiksi lakkoilua pidetään mahdottomana ajatuksena. Taustalla halpuuttamiselle ja hintojen laskulle maatalousyrittäjät näkevät pitkälti kauppaliikkeiden keskinäisen kilpailun, jonka maatalousyrittäjät kustantavat omien tulojensa kustannuksella. Eräs maatalousyrittäjä kuvaa näin tuntojaan kaupan valta-asemasta:

”Tavallaan typerälle tuntuu koko sanonta --. Tähän ol vaan näihin kauppaliikkeiden keskinäistä kilpailua osaltaan tämäkin. -- Kaupalla on liikaa valtaa. -- Ne saneloo ehtoja, että tällä ja tällä hinnalla on tavarata saatava. Onhan niitä joskus taiettu haaveilla niitä lakkohommia ja niitä, mutta käytännössä sehän on mahottomuus.” (H2)

Maatalousyrittäjien etujärjestön Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliiton (MTK) toiminta ja osallistuminen halpuuttamiskeskusteluun olivat myös haastatteluissa esillä. MTK:n internet-sivujen mukaan järjestö pyrkii edistämään jäsentensä taloudellista ja sosiaalista hyvinvointia sekä maaseutuvarallisuuden kestävä, taloudellista käyttöä ja hoitoa (MTK 2015c.) Etujärjestöä kuvattiin värikkäimmillään ”*rakkikoiraksi*”, joka vähän meinaa olla lahkeessa, mutta ei kunnolla puraise (H3). Yleisenä mielipiteenä maatalousyrittäjillä haastatteluiden perusteella on, että etujärjestönä MTK ajaa maatalousyrittäjien asiaa ja pyrkii jatkuvaan vaikuttamiseen sekä asioiden ohjaamiseen. Maatalousyrittäjät kuitenkin näkevät MTK:n vaikuttamismahdollisuudet halpuuttamiseen ja halpuuttamiskeskusteluun rajallisina. Samalla nostettiin esille, että välttämättä paras

keino tämän ongelman ratkaisemiseksi ei ole vastatoimenpiteillä kostaminen, kuten esimerkiksi maatalousalan lakko. Eräs haastateltava tiivistää maatalousyrittäjien ajatukset hyvin kuvatessaan MTK:n toimintaa:

”Onhan se totta, että verrattuna muihin ammattiliittoihin niin MTK ja myö ollaan varmaan vähä liian kilttejä. -- että mitä se MTK:kaan pystyy kovin paljon tekemään. Pitämään siellä tietysti asioita niinku keskustelua yllä ja sillä lailla. Et se on varmaan se tie, mutta en minä oikeen ymmärrä että semmoset niinku hirveet pakkokeinotkaan tuota niin sitten edesauttais. Että päinvastoin se saattaa ylleistä mielipijettä sitten pilata.” (H4)

Myös tuottajahinnat ja niiden määräytyminen on yksi keskeinen asia, kun tarkastellaan maatalousyrittäjien näkemyksiä halpuuttamiskeskustelusta. Elintarvikeketjuun toivotaan avoimuutta ja esimerkiksi ruoan hinnan määräytymiseen liittyvissä tilastoissa katsotaan olevan puutteita. Maatalousyrittäjät kyseenalaistavat elintarviketeollisuuden ja kaupan osuuden elintarvikkeiden kuluttajahinnoista. Esimerkiksi Kotilainen (2010, 7) on todennut, että ongelma Suomen elintarvikeketjun hinnanmuodostuksen ja markkinoiden toiminnan tutkimuksessa on ollut riittävän tilastotiedon puute elintarvikeketjun eri vaiheiden hinnoista. Maatalousyrittäjiä arveluttavat myös elintarviketeollisuuden ja kaupan sanelemat ehdot ruuan hinnalle. Heidän mukaansa maatalouden osuus ruuan hinnasta on pieni, vaikka työn ja työpanosten määrä on suuri. Seuraavassa maatalousyrittäjä tiivistää oman näkemyksensä ruoan hinnan määräytymisestä näin: *”Vaikka se nyt tuntuu, että se määräytyy kysynnän ja tarjonnan mukaan, mutta jos kysyjät tuota määrittää sen jo omalta puoleltaan, että minkä verran he maksaa. Että jos ei tämä kiinnosta niin siellä jää siat karsinaan ja majon voi laskee tankista suoraan likakaivoon. Niin se kyllä arveluttaa tässä yhtälössä.” (H5)* Kotilaisen ym. (2010, 7) mukaan Suomessa tehdyissä tutkimuksissa on todettu, että elintarviketeollisuuden ja kaupan osuus lopputuotteiden hinnoista on kasvanut maatalouden osuuden kustannuksella. Syitä tähän kehitykseen ovat olleen muun muassa elintarvikkeiden jalostusasteen nousu. Maatalousyrittäjien mukaan halpuuttaminen näkyi suoraan tuottajahinnoissa. Eräs yrittäjä kertoo tuottajahinnan laskusta välittömästi mainoskampanjan alkamisen jälkeen:

”Se oli samalla viikolla kun se alko se kampanja niin tuli sekä meijeriltä että lihataloilta ilmoitus hinnanlaskuista. Ihan samalla viikolla. Että ei se nyt ihan ollu heidän omista kätteistaan.” (H1)

Maatalousyrittäjien vastauksissa toistuu vastauksesta toiseen, kuinka he kokevat haastatteluhetkellä kaupan kilpailutilanteen olevan vääristynyt osittain myös maatalouden yleisen tilanteen takia, ei pelkästään halpuuttamisen vuoksi. Euroopassa ruuasta on ylituotantoa ja tämä heijastuu maatalousyrittäjille maksettaviin korvauksiin sekä tuottajahintoihin. Maatalousyrittäjät kokevat kuitenkin, että esimerkiksi Venäjän pakotteet ja kansallisella tasolla tukimaksujen myöhästymiset ovat vain osasy siihen, että maatalouden kannattavuus on ollut laskussa. Halpuuttamisella nähdään olevan selkeä yhteys maatalouden kannattavuuteen Suomessa ja haastateltujen maatalousyrittäjien yritystoimintaan. Maatalousyrittäjät kritisoivat myös sitä, miten esimerkiksi S-ryhmä on julkaissut tiedotteita kotimaisen ruuan kulutuksen kasvusta osana halpuuttamiskampanjaansa (muun muassa SOK, Patarumpu 19.1.2016d). Maatalousyrittäjät kokevat, että kotimaisten tuotteiden myynnin kasvu ei ole näkynyt heidän saamassa korvauksessa tehdystä työstä eli ruoan tuottamisesta. Näin eräs maatalousyrittäjä kritisoi halpuuttamisen, tuottajahintojen alentumisen ja kotimaisen ruuan myynnin suhdetta:

”Kyllä se on iso osa -- kyllä halpuutuksella on merkitystä. Ei riitä pelkät Venäjän pakotteet tai tukimaksujen myöhästymiset. -- Ja hirveä kehuminen sillä, että on kotimaisen tuotteiden myynnin osuus kasvanut merkittävästi halpuuttamisen ansiosta mutta mitä merkitystä sillä on? -- Se jos tuottajahinnat ei nouse niin eihän sillä oo mitään merkitystä.” (H1)

Myös vaihtoehtoja tilanteen ratkaisemiseksi maatalousyrittäjien keskuudessa on selkeästi pohdittu. Haastattelujen mukaan tämänhetkinen tilanne, jossa kauppa ja elintarviketeollisuus pääsevät määrittämään omilla teoillaan välillisesti esimerkiksi tuottajahintoja, nähdään maatalousyrittäjien keskuudessa kestäättömänä ratkaisuna, joka ei voi jatkaa. Samalla maatalousyrittäjät peräänkuuluttivat, kuinka elintarvikkeiden hintojen määräytymisen tulisi olla avointa ja esimerkiksi kustannusrakenteista voisi avata jonkinlaisia tilastoja (vrt. Kotilainen 2010, 7). Eräs haastateltava (H3) esitti muun muassa, että *”elintarviketeollisuus on kansa ollu melko hilijoo siitä, että minkälainen siivu sillä on ja minkälaista roolia se näyttelee”*. Tämä kuvastaa hyvin sitä, mitä mieltä maatalousyrittäjät ovat elintarvikeketjun avoimuudesta tai pikemminkin sen puutteesta. Haastattelujen perusteella maatalousyrittäjät kaipaavat siis elintarvikeketjuun lisää avoimuutta ja keskustelua.

Maatalousyrittäjien mukaan halpuuttamista seurannut vuosi 2015 ja alkuvuosi 2016 ovat olleet maatalouden kannalta epävarmaa ja myös raskasta aikaa. Halpuuttamisen lisäksi kokemukseen ovat vaikuttaneet esimerkiksi ”Mavin toljailut”, kuten eräs haastateltava (H1) toteaa kysyttäessä siitä, mille halpuuttamiskeskustelu on tuntunut. Mavin toljailuilla hän tarkoittaa Maatalousviraston hallinnoimien erilaisten tukimaksujen myöhästymisiä, joiden vuoksi monen suomalaisen maatalon talous on ollut ahdingossa. Asiasta on uutisoitu laajasti ja se on pysynyt esillä halpuuttamisilmion rinnalla (muun muassa Yle 1.3.2016b). Myös Venäjän pakotteet ovat vaikuttaneet jo pitemmän aikaa suomalaiseen maatalouteen ja kotimaisten tuotteiden kysyntään. Samalla esille nousevat myös maatalousyrittäjien näkemykset omista vaikutusmahdollisuuksistaan. Vallalla olevaa ajanjaksoa kuvaillaan etenkin henkisesti raskaaksi ja osin myös turhauttavaksi, koska omaa työpanosta lisäämällä tuloja ei voi kasvattaa. Haastatteluissa maatalouden yleistä tilannetta kuvattiin muun muassa näin:

”Aika raskas kevät on ollu siis muutenkin, kaikkien noiden ja yleistilanteen vuoksi. Ei taho kyllä rahat riittää mistään, vähä rupee nukuttamaan välillä tai sais nukuttaa paremmin. Sillepä nyt ei maheta mitään.” (H1)

Halpuuttamiskeskustelussa nähdään kuitenkin myös positiivisia puolia. Maatalousyrittäjät kokevat niin sanotun suuren yleisön eli kuluttajien heränneen näkemään, kuinka suomalainen maatalous on todella vaikeuksissa. Eräessä haastattelussa tilannetta kuvattiin näin: *”Suurempi yleisö alakaa varmaan herreemään siihen, että taitaa kuitenkin viljelijöillä olla, siis tosissaan alakaa olla hankalata se tilanne. -- Kyllä tuntus ainahi, että kuluttajien keskuudessa olis tullu jo jonkinlainen herätys siellä kuitenkin.”* (H2) Kokemuksensa maatalousyrittäjät perustavat esimerkiksi yleisönosastokirjoitteluun sekä kuulemiinsa kommentteihin kuluttajilta. Ihmiset ovat maatalousyrittäjien mukaan kiinnostuneempia kuluttamastaan ruoasta ja maataloudesta. Esimerkiksi lähiruuan kysyntä ja erilaisten maatalouden sesonkituotteiden kuten vihannesten myynti on yrittäjien tiedon mukaan kasvanut. Tämä on ollut nähtävissä myös elintarviketeollisuuden harjoittamassa mainonnassa, joka on viime aikoina ollut maatalousyrittäjien mukaan entistä kuluttajalähtöisempää. Esimerkiksi nostetaan muun muassa Atrian lihajalosteiden pakkausmerkinnät, joissa kerrotaan miltä tilalta ja mistä päin Suomea tuotettu ruoka on peräisin. Muun muassa Jutilan (2014, 14) mukaan noin 80 % suomalaisista haluaa raaka-

aineiden alkuperän näkyviin valmisruokiin ja eineksiin, joten tulos on linjassa myös aiempaan tutkimustietoon aiheesta.

Maatalouden arvostuksen nousu nähdään myös oleelliseksi osaksi halpuuttamiskeskustelua. Ihmisten asenteet tuotettua ruokaa kohtaan ovat maatalousyrittäjien näkemysten mukaan muuttuneet ja saatavilla olevaan tietoon suhtaudutaan kriittisesti. Samalla esille nostetaan eri sosiaalisen median foorumeissa käydyt keskustelut, joissa maatalousyrittäjät kokevat vahvasti tulleen puolustetuiksi kuluttajien toimesta. Sosiaalisen median foorumeista esille nousevat esimerkiksi Facebookin maatalouteen liittyvät ryhmät sekä halpuuttamista käsittelevien verkkouutisten kommenttikentät. Tämä kuvastaa hyvin esimerkiksi Kupiaisen ja Sintosen (2009, 17) näkemystä siitä, että kuluttajana ihminen on muuttunut digitaalisessa ajassa. Esimerkiksi sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuksia osallistua ja tuottaa omaa ääntä mediaan (Kupiainen & Sintonen 2009, 21.) Maatalousyrittäjien mukaan on ollut hienoa havaita, kuinka kuluttajien reagointi maatalousyrittäjien ja heidän etujärjestön osoittamaan vastarintaan on ollut pääasiassa positiivista. Esimerkiksi tästä nousee 11.3.2016 Helsingissä järjestetty traktorimarssi, joka sai valtavan mediahuomion valtakunnallisesti. Eräs maatalousyrittäjä kertoo oman näkökulmansa yleisen mielipiteen muutoksesta:

”Mutta kyllähän sillee on ollu hieno huomata, että onhan tuo paljon siis tuottajanvastaistakin, mutta musta tuntuu että yhä useempi ihminen on kaiken tän myötä oppinu ajattelemaan myöskin eri tavalla ja tuottajan kannalta näitä asioita. Että kyllä niinku tosi paljon saa tukea tuolta sosiaalisen median puolelta ja enemmän ehkä positiivista kuin negatiivista.” (H1)

Osa haastateltavista asettui myös kuluttajan asemaan haastattelujen edetessä. Esille tuotiin, kuinka maatalousyrittäjä ostaa tuotteensa kaupasta samoin kuin kaupungissa asuva kuluttajakin. Tämän vuoksi ymmärrystä löytyi myös halpuuttamiskeskustelussa esiinnohukseen näkökulmaan siitä, että ruoka on Suomessa liian kallista tavalliselle kuluttajalle etenkin nykyisessä taloustilanteessa, jossa *”kuluttajia rasittaa nämä leikkaushommat”*, kuten eräs maatalousyrittäjä asian ilmaisee (H3). Toisaalta halpuuttamiskeskustelun myötä toivottiin heränneen myös kuluttajien keskuudessa ajatuksia, jotka johtaisivat tuottajien arvostuksen nousuun ja sitä kautta esimerkiksi tuottajahintojen kasvuun. Näin eräs haastateltava kuvaa pohdintojaan kuluttajan näkökulmasta ja siitä, kuinka hän voisi auttaa itse tuottajaa:

”Ja kuluttajana se tietysti nyt pistää aina ajattelemaan, että voisko olla joku semmonen keino, että millä se saatas se tuotteista saatava tuotto jakautumaan niin, että tuottaja sais siitä järkevän panoksen taikka siihen panoksen suhteen järkevän tuoton itselleen. Että oisko sitten mahdollista esimerkiksi ostaa suoraan tuottajalta sitä tuotetta.” (H5)

Halpuuttamiskeskustelussa nähdään siis kaiken negatiivisuuden keskellä maatalousyrittäjien keskuudessa myös paljon hyvää. Halpuuttamiskeskustelu on haastatteluiden perusteella herättänyt kaikkia keskustelun osapuolia, eli maatalousyrittäjiä, MTK:ta, kauppaa, elintarviketeollisuutta ja kuluttajia pohtimaan ruoan tuotantoon, kuluttamiseen ja myymiseen liittyviä asioita eri näkökulmista. Maatalousyrittäjät kuitenkin toivovat halpuuttamiskeskusteluun lisää avoimuutta. Tässä asiassa vastuunottoa toivotaan erityisesti elintarviketeollisuuden ja kaupan suunnasta.

6.2 Halpuuttamiskeskustelu ja maatalousyrittäjien työhyvinvointi

Tässä luvussa käsitellään maatalousyrittäjien työhyvinvointia ja halpuuttamiskeskustelun vaikutusta siihen. Maatalousyrittäjien työhyvinvointia lähestytään tässä luvussa Työterveyslaitoksen (2010a) esittämän työkykytalon mukaisesti, joka on johdettu Ilmarisen (2006) työkykytalo-teoriasta. Työkyky rakentuu neljästä eri komponentista: 1) terveys ja toimintakyky, 2) ammatillinen osaaminen, 3) arvot, asenteet ja motivaatio ja 4) työ. Näiden lisäksi työkykyyn vaikuttavat esimerkiksi perhe, lähiyhteisö ja yhteiskunnan palvelut. On kuitenkin huomioitava, että työhyvinvointi on kompleksinen kokonaisuus (esimerkiksi Virolainen 2012, 12), joten tässä luvussa ei kaikkia asiakohtia voida välttämättä esittää yhtä johdonmukaisena kuin Työterveyslaitoksen (2010a) työkykytaloissa. Maatalousyrittäjien työhyvinvointi on myös iso kokonaisuus, jossa voidaan katsoa syntyneen erilaisia riippuvuussuhteita eri komponenttien välillä.

Mediassa käyty keskustelu halpuuttamisesta on vaikuttanut maatalousyrittäjien näkemykseen oman työnsä arvostuksesta yhteiskunnallisella tasolla ja tätä kautta on ilmennyt turhautumisen tunnetta. Tässä suurimmaksi tekijäksi aineistosta nousee selkeästi tuottajahinnat. Maatalousyrittäjät kokevat, että suurempien tuottajahintojen avulla olisi mahdollista nostaa maatalouden kannattavuutta ja lisätä heidän motivaatiota tehtyä työtä kohtaa. Esimerkiksi Virolaisen (2012, 38) mukaan liian vähäisinä koetut palkkiot ja palaute nostavat työntekijän stressitasoa ja lisäävät näin työuupumuksen riskiä.

Halpuuttamiskeskustelu on haastattelujen mukaan selkeästi vaikuttanut maatalousyrittäjien ajatteluun ja heidän päivittäiseen tekemiseensä. Toisaalta halpuuttamiseen suhtaudutaan kuin yhteen vastoinkäymiseen, joita ovat olleet viime aikoina maatalousyrittäjien mukaan muun muassa vaikeutunut byrokratia ja tukimaksujen viivästykset. Halpuuttaminen ja se, miten S-ryhmä toi termin mukaan mainontaansa, on herättänyt paljon suuttumusta ja pohdintaa siitä, onko maatalousyrittäjien tekemä työ todella niin arvotonta, kuin halpuuttaminen sanana kuulostaa. Eniten maatalousyrittäjiä suuttuttaa halpuuttamisen liittäminen mielikuvana suomalaiseen ruokaan ja samalla suomalaiseen ruoantuotantoon. Eräs maatalousyrittäjä kuvaa tuntojaan suoraan:

*”-- se on vaan aiheuttanu semmosen infernaalisen v*tutuksen. -- Tulee semmonen viha-aggressio asiasta jo, nyt on siihen pisteeseen menty” (H1).*

Tarkasteltaessa maatalousyrittäjien työhyvinvointia on huomioitava, että monelle maatalousyrittäjälle maatalous on paitsi työ, myös elämäntapa (vrt. Siiskonen 2004, 300–301). Maatalousyrittäjät kertoivat asuvansa maatilalla ja vapaa-ajan olevan vähissä. Työ on siis vahvasti läsnä yrittäjien elämässä jokaisena vuorokauden tuntina ja se vaatii myös sitoutumista niin taloudellisesti kuin maantieteellisestikin. Tämä johtaa siihen, että työasiat pyörivät maatalousyrittäjien mielessä ja esimerkiksi uutisoinnissa olevat asiat, kuten halpuuttaminen, vaikuttavat arkiajatteluun, kuten ajatuksiin maatalouden kannattavuudesta. Tämä on Työterveyslaitoksen (2016) mukaan työuupumuksen riskiä lisäävä tekijä, sillä muun muassa korostunut velvollisuudentunto ja voimakas sitoutuminen työhön kasvattavat tutkimuksen mukaan riskiä sairastua työuupumukseen. Riittävä lepo ja työterveyshuollon palveluiden käyttö auttaa terveyden edistämiseen maatalouden jatkuvissa muutospaineissa (Työterveyslaitos 2010a). Toisaalta haastatteluiden perusteella maatalousyrittäjät vertasivat omia ajatuksiaan yrittäjyydestä ja jaksamisestaan mihin tahansa työntekoon, jossa kohdataan vastoinkäymisiä. Eräs haastateltava kertoo näin omasta suhtautumisestaan halpuuttamiskeskusteluun ja siitä heränneisiin ajatuksiin:

”-- ei niitä passoo kovinkaan syvällisesti rueta analysoimaan tai miettimään niitä. -- Kyllä migreeni tulloo jos siinä kovin kauan miettii.” (H3)

Virolaisen (2012, 36) mukaan miehistä muun muassa maanviljelijät ja metsätyöntekijät kokevat oman työkykynsä muita ammattiryhmiä heikommaksi. Haastatteluaineiston perusteella maatalousyrittäjien keskuudessa työ kuitenkin koetaan vahvasti omaksi ja

mielekkääksi ja erään maatalousyrittäjän mukaan jopa siinä määrin, että hänellä ei ole tarvetta erottaa edes vapaa-aikaa (H5). Pitkäaikainen lomailu työstä on haastateltujen maatalousyrittäjien keskuudessa harvinaista, yleensä loma koostuu useammista pienistä jaksoista. Toisaalta perheen kanssa vietettyä aikaa pidetään tärkeänä ja sille pyritään etsimään kiireenkin lomassa tilaa. Tämä voidaan nähdä maatalousyrittäjien työkykyä positiivisesti lisääväksi tekijäksi, sillä esimerkiksi Ilmarisen (2006, 80–81) mukaan yksilön työkykyyn voivat vaikuttaa esimerkiksi lähiyhteisö ja perhe eri tavoin eri elämäntilanteissa. Esimerkiksi Työterveyslaitoksen (2010a) mukaan maatilalla työikäiset aikuiset muodostavat työyhteisön, johon voi kuulua lisäksi muun muassa perheen lapsia, sisarusia tai palkattua työvoimaa. Tilanne oli usealla tilalla kuvatus kaltainen: maatilalla töihin osallistui varsinaisten yrittäjien lisäksi myös ulkopuolisia työntekijöitä. Näin oli etenkin kiireisimpinä aikoina, kuten rehunteon aikaan. Näin eräs maatalousyrittäjä kuvaa sitä, kuinka hän käy perheensä kanssa yhdistetyillä, lyhytaikaisilla työ- ja vapaa-ajan matkoilla:

” -- Kyllähän sitä päiväselteään jossakin käyään mutta nekin on monesti semmosia yhdistettyjä työ- ja huvimatkoja että käy jotakin osia vaikka hakemassa ja samalla kaupungissa syömässä. Se nyt on, mielletäänkö se lomaksi vai ei.” (H5)

Halpuuttamisen myötä maatalousyrittäjät kokevat oman työnsä arvostuksen laskeneen osana elintarvikeketjua mutta toisaalta työn arvostuksen katsotaan myös nousseen kuluttajien keskuudessa. Halpuuttamiskeskustelun nähdään nostaneen esiin argumentteja, jotka edistävät tietoutta suomalaisen ruoantuotannon puhtaudesta ja ainutlaatuisuudesta maailmassa. Toisaalta haastateltuja maatalousyrittäjiä turhauttavat puheet siitä, että kaupan alalla suomalaista tuottajaa arvostetaan maailman parhaan ruoan tuottajana kun taas siitä saatu tuotantokorvaus ei riitä kattamaan kaikkia maatalouden kuluja. Työterveyslaitoksen (2010a) julkaisemassa tietokortissa maatalousyrittäjän työkyvyn tuesta mainitaan arvot, asenteet ja motivaatio. Huomioitavaa on, että maataloutta koskevat säädökset ovat jatkuvassa muutoksessa ja se voi vaikuttaa yrittäjien motivaatioon työssään. Samaa ideologiaa voitaneen soveltaa myös yleiseen keskusteluun maatalouden arvostamisesta ja siinä tapahtuneisiin muutoksiin, koska sillä oli aineistossa selkeä yhteys maatalousyrittäjien motivaatioon harjoittaa työtään. Seuraava haastatteluista poimittu ote kuvaa, kuinka maatalousyrittäjä on kokenut arvostuksen nousseen, mutta samalla kyseenalaistaa olemassa olevan arvostuksen uskottavuuden:

”Ja sitten se arvostus. Toisaalta minä näen valosampana tän arvostuksen mejän ammattikuntaa kohtaa kun mitä se oli vaikka kymmenen taikka kaksikymmentä vuotta sitten. Mutta se, että se ei vaan valitettavasti kettään lämmitä, että sanotaan, että kyllä me teitä arvostetaan mutta ei arvosteta rahallisesti. Kun jokainen tarvitsee sitä rahaa siihen arjen pyörittämiseen --.” (H4)

Halpuuttaminen ja siitä käyty keskustelu on selkeästi turhauttanut maatalousyrittäjiä. He kokevat, että tehdylle työlle ei saa siitä kuuluvaa vastinetta. Vastineella tarkoitettiin sekä työn arvostusta että myös siitä saatavaa taloudellista tuloa. Samalla kuitenkin löydettiin hyviä puolia, kuten se että omalla työllä on kuitenkin pärjätty jotenkin ja saanut maataloudesta aiheutuneet kustannukset maksettua. Maatalouden yleistä tilannetta kuitenkin kommentoitiin siten, että huoli suurien maatilojen ja investointeja tehneiden maatalousyrittäjien pärjäämisestä nostettiin esille haastatteluissa. Eräs yrittäjä kertoo, että *”monilla tiloilla, joilla on isompia velkoja, että eivät taho pärjätä mitenkään ennee.”* (H2) Taustalla näihin argumentteihin oli selkeästi vaikeuksissa olevista maataloista toteutettu uutisointi, johon haastatteluissa viitattiin useaan otteeseen. Työterveyslaitoksen (2010a) mukaan esimerkiksi työssä kuormittuminen ja liika työmäärä heikentävät maatalousyrittäjien voimavaroja. Erityisesti työmäärän vaikutus terveyteen korostuu toimintaansa laajentaneiden ja sitä suunnittelevien tilojen kohdalla. Maatalousyrittäjien työhyvinvointia tutkittaessa on havaittu, että suurilla tiloilla työ koetaan henkisesti enemmän rasittavammaksi ja stressaavammaksi kuin pienillä tiloilla (Työterveyslaitos 2016, 93.) Haastatteluaineistossa maatalousyrittäjien huoli maatilojen tulevaisuudesta ja maatalousyrittäjien hyvinvoinnista tiivistyy tähän haastateltavan vastaukseen halpuuttamiskeskustelusta heränneistä ajatuksista:

”Kyllä minä niinku allekirjotan ja uskon ihan varmaan täysin, että on monellakin motivaatio vähän hakusessa. Ja siis se toimeentulo kun on uhattuna, että millä maksat laskuja ja joutuu maksuhelepotuksia järjestelyjä ja kaikki neuvottelemaan ja kaikkea semmosia. En minä ihmettele jos vaikka se jotakin masentaiskin.” (H4)

Vaikka maatalousyrittäjät kokivat halpuuttamiskeskustelun negatiivisena asiana ja omaa työntekoaan rasittavana asiana, heillä ei kuitenkaan ollut aikomusta lopettaa maatalouden parissa työskentelyä. Maatalousyrittäjät kertoivat miettineensä kuitenkin esimerkiksi tuotantosuunnan vaihtamista yritystoiminnan kannattavuuden parantamiseksi. Syiksi maatalouden parissa jatkamiselle nousivat muun muassa eläinten hyvinvoinnin takaaminen kurjasta taloustilanteesta huolimatta ja yrittäjäyys hyväksi havaittuna elämäntapana. Moni

yrittäjä oli myös yksinkertaisesti päättänyt selviävänsä hankalasta taloustilanteesta ja jatkavansa työn tekemistä kaikesta huolimatta. Kysyttäessä alan vaihtamisesta moni kertoi miettineensä myös muun työn tekemistä mutta usein syynä maatalousyrittäjänä jatkamiseen olivat koulutuksen puute, taloudelliset syyt ja myös sitoutuminen sukutilaan. Esimerkiksi Siiskosen (2004, 300–301) mukaan suomalainen perheviljelmä on yhtäaikaaisesti tuotantolaitoksen ja yrityksen välimuoto, joka toimii yhtä aikaa sekä viljelijäperheen kotina että työpaikkana. Myös Prähl-Ollilan (1995) mukaan maatalousyrittäjät ovat sitoutuneet työpaikkaansa eri tavoin kuin muut palkansaajat. Näiden seikkojen vuoksi ammatin vaihtaminen koetaan maatalousyrittäjien keskuudessa hankalaksi tai jopa mahdottomaksi. Eräs haastateltava kertoo, mitä alan vaihtaminen käytännössä tarkoittaisi hänen perheelleen:

”Jos ne työt on jossain kaukana, niin sit se pittää pistee tila kylmäks ja häipyä koko porukka, eihän siinä oo vaihtoehtoo. -- ei oo niin vapaa muuttamaan jonnekin vaan kuin jos asuis kerrostalossa tai omakotitalossa.” (H1)

Maatalousyrittäjät ottivat haastatteluissa kantaa myös yrittäjän vapauteen ja vertasivat itseään muiden alojen yrittäjiin. Eräässä haastattelussa viljelijä toteaa: *”-- että ei sitä nyt ennää sitä vappautta oo.” (H3)* Esille nousivat voimakkaasti byrokratia ja sen sanelemat säädökset, jotka vaikuttavat maatalousyrittäjän toimenkuvaan ja työskentelyyn. Tulokset ovat yhteneväiset Työterveyslaitoksen (2016, 93) toteuttaman Työterveys ja maatalous Suomessa 2014 -tutkimuksen kanssa, sillä tutkimuksessa suurimmiksi henkistä kuormitusta aiheuttaviksi tekijöiksi koettiin hallinnollinen työ ja byrokratia. Tämän tutkimuksen aineiston perusteella oli selkeästi havaittavissa, että esimerkiksi Euroopan unionin yhteinen maatalouspolitiikka lukuisine säädöksineen ja direktiiveineen rasittavat maatalousyrittäjiä. Toisaalta myös politiikan epävarmuus ja jatkuva muuttuminen huoletti. Ongelmana nähtiin jatkuvuuden puute ja esimerkiksi investointien tekeminen ja maatilau suunnitelmallinen kehittäminen nähtiin vaikeaksi muuttuvan politiikan takia. Poliitiikalla viitattiin muun muassa yrittäjille maksettavien maataloustukien määrään. Tilannetta verrattiin muun muassa maatalouden investointien, kuten tuotantorakennusten ja koneiden, takaisinmaksuaikojen kautta:

”Ehkä teollisuudessa investointien takaisinmaksuajat onkin tyyliin 3-4 vuotta mutta maataloudessa ne taitaa olla 30 vuotta. Mikä nyt on älytöntä! Ei mikään paikka kestä niin kauan.” (H1)

Maatalousyrittäjät kokivat vallitsevan tilanteen kauttaaltaan hankalaksi ja omat vaikutusmahdollisuutensa sekä tekemäänsä työhön että yleiseen tilanteeseen perin heikoiksi. Haastatteluissa puhuttiin muun muassa ”*selkärangan katkeamisesta*” (H1) ja siitä, kuinka työtä jatketaan niin kauan kuin tämä kuvailtu selkäranka katkeaa. Aiempaa tutkimusta tarkastellessa, esimerkiksi Työterveyslaitoksen (2010a) mukaan vaikutusmahdollisuudet omaan työhön helpottavat säätelemään itseen kohdistuvaa kuormitusta ja hallitsemaan työtilannetta. Greenin (2006, 94) mukaan vaikutusmahdollisuudet omaan työhön vaikuttavat myös työntekijän ammattitaitoon. Lisäksi hänen mukaansa yksi työn laadun tärkeimmistä tekijöistä on työn sisältöön liittyvä autonomia. Tämän tutkimustiedon valossa maatalousyrittäjillä on riski kokea työhyvinvointinsa heikoksi, sillä vaikutusmahdollisuuksia katsottiin olevan nykytilanteessa vähän. Kaiken kaikkiaan maatalousyrittäjien käyttämä kieli oli värikästä ja haastattelijalle tuli tunne, että maatalousyrittäjät on sitkeä ammattiryhmä, joka ei anna periksi ensimmäisen eikä välttämättä toisenkaan vastoinkäymisen tullessa. Kysymys ei niinkään ollut alistumisesta kohtaloon vaan tunnelma haastattelujen perusteella on maatalousyrittäjien keskuudessa odottava. He odottavat ratkaisua maatalouden ongelmiin ja selkeästi uskovat tilanteen ratkeavan itselleen myönteisellä tavalla eli maatalouden kannattavuuden parantumisella. Tätä kuvaa mielestäni hyvin erään maatalousyrittäjän lausunto, jossa hän kertoo ”*auringon nousevan huomennakin*” ja kuvaa tilannetta maatalousyrittäjien vaikutusmahdollisuuksien puuttumisesta halpuuttamiskeskustelun keskellä Väinö Linnan vuonna 1954 ilmestyneen Tuntemattoman sotilaan sanoin: ”*Se on korkeemmas käres!*” (H4)

Mikäli tässä tutkimuksessa saatuja tuloksia verrataan aiempaan tutkimustietoon työhyvinvoinnista ja nimenomaan maatalousyrittäjien työhyvinvoinnista, voidaan sanoa, että samat keskeiset teemat nousivat esille. Esimerkiksi Työterveyslaitoksen (2016, 93) mukaan yli puolet maatalousyrittäjistä kokee työn imua ja on tyytyväinen tekemäänsä työhön. Myös tässä tutkimuksessa havaittiin, että maatalousyrittäjät pitävät tekemästään työstä vaikkakin ulkopuoliset tekijät asettavat yrittäjyyteen omat esteensä ja tuottavat välillä myös vaikeuksia työssä suoriutumisesta. Samalla esille nousivat esimerkiksi taloudellinen epävarmuus ja byrokratia. Nämä samat teemat olivat esillä myös Työterveyslaitoksen (2016, 93) tutkimuksessa.

6.3 Maatalousyrittäjien tulevaisuuden näkymät

halpuuttamiskeskustelun myötä

Tässä luvussa vastataan tutkimuskysymykseen kolme: Onko halpuuttamiskeskustelu vaikuttanut maatalousyrittäjien näkemyksiin omasta tulevaisuudestaan? Tulevaisuuden näkymät ovat viljelijöiden mukaan epävarmat. Epävarmuustekijöitä nyt ja tulevaisuudessa ovat muun muassa maatalouspolitiikka ja yleisen taloustilanteen kehittyminen. Kaikki haastateltavat olivat jatkamassa maatalousyrittäjinä mutta tulevaisuudessa tehtäviä investointeja ja panostuksia esimerkiksi oman tuotantosuunnan tehostamiseen ei osattu kommentoida tai niitä ei ollut aikomusta tehdä. Syyksi tähän nousivat esimerkiksi maatalouden kannattavuuden heilahtelut ja muut, jo edellä mainitut seikat tulevaisuuden näkymien epävarmuudesta. Haastateltavista eräs totesi *"kitkuttelevansa"* eläkeikään maatalousyrittäjänä eikä hänen mukaansa maatalon toimintaa ollut enää tarkoitus laajentaa tai tehdä tilalla muitakaan isoja investointeja. Haastatteluhetkellä hänen oletettuun eläkeikänsä oli aikaa kahdeksan vuotta (H2). Huomioitavaa on, että esimerkiksi Työterveyslaitoksen (2016, 8) vuonna 2014 toteuttamassa tutkimuksessa maatalousyrittäjät kokivat työkykynsä heikommaksi kuin suomalaiset työssä käyvät keskimäärin, mutta toisaalta he uskoivat yleisemmin pystyvänsä työskentelemään maataloustyössä eläkeikään saakka verrattaessa muihin suomalaisiin työssäkäyviin.

Pohtiessaan tulevaisuudessa kannattavia maatalouden tuotantosuuntia metsätalous nousi myös maatalouden rinnalle maatalousyrittäjien puheissa. Eräs yrittäjä totesi myös metsätalouden tuovan merkittävän osan hänen yrittäjätuloistaan jo nykytilanteessa: *"-- merkittävää roolia esittää mejän liikevaihossa tuo metsätalous"* (H1). Metsätalouden mahdollisuudet kannattavuuden rakentavana elementtinä nähtiin maatalousyrittäjien keskuudessa lupaavina: *"-- tuon varsinaisen maatalouden lisäksi, niin pyrkiny hakemaan sitä kannattavuutta tuolta metsätalouden puolelta. Se, että sitten näitä kahta yhdistelemällä ois mahdollista jatkaa yrittämistä kannattavana."* (H5) Myös muissa haastatteluissa nostettiin esille, että tulevaisuudessa yritystoiminnassa tullaan panostamaan enemmän metsätalouteen ja metsien tehokkaaseen käyttöön. Metsätalous ja maatalous liitettiin yhteen maatalousyrittäjien haastatteluissa. Tämä johtuu pitkälti perinteestä, jossa sukutilan myötä tilan omistaja perii maataloustoiminnan lisäksi myös tilan mahdollisen metsäomaisuuden. Toisaalta nähtiin, että metsätalous tulisi pystyä erottamaan

maataloudesta yritystoimintana ja maatalouden tulisi pyöriä omana toimialanaan: ”-- *Jos ne jotensakin tukisivat toisiaan, mutta ei niin että toinen tukee toista ja toinen horjuu ihan haudan partaalla ja toisesta rahotetaan. Ei siinä oo mittään järkee semmosessakaan hommassa.*” (H3). Eräs maatalousyrittäjä myös totesi, että monet maatalousyrittäjät ovat joutuneet ”*mehtäsä myömään*” kattaakseen maatalouden kuluja (H2).

Haastatteluissa pohdittiin myös oman maatilän jatkuvuutta tulevaisuudessa. Esille nousivat muun muassa maailmantalouden yleinen epävarmuus, jossa pienetkin heilahtelut vaikuttavat kaikkeen liiketaloudelliseen toimintaan, myös maatalouteen. Lisääntynyt byrokratia huolestutti maatalousyrittäjiä. Maatalousyrittäjät pohtivat haastatteluissa, mikä olisi kannattavin maatalouden tuotantosuunta heidän yritykselleen tulevaisuudessa. Vastauksia tähän kysymykseen löytyi huonosti. Tämä kertoo siitä, että maatalouden harjoittaminen tulevaisuudessa nähdään riskialttiina alana. Eräs haastateltavista kuvaa oman maatilansa tämän hetkistä tilannetta ja tulevaisuutta näin: ”*Tilan kohtalo on vielä ihan avoin. Ei tiijä, että mitä. Minä oon kyllä pojalle sanonu, että tuota jos vaan löytyy joku muu homma, niin kannattaa ottaa se ja rueta sitä tekemään. En kannusta.*” (H3). Vaikka lausahdus on vain yhden maatalousyrittäjän esittämä, ei liene vääristeltyä yleistää, että vastaavankaltaisia, sukutilaan ja sukupolvenvaihdoksiin liittyviä ajatuksia pyöritellään usealla suomalaisella maatilalla niin tämän hetkisten yrittäjien kuin mahdollisten jatkajienkin toimesta. Huomioitavaa tässä yhteydessä on, että perustuotantotilojen määrä on ollut laskussa koko 2000-luvun ajan (Niemi & Ahlstedt 2015, 10.)

Suomessa maatilojen koko on kasvanut Euroopan unioniin liittymisen myötä voimakkaasti (Niemi & Ahlstedt 2015, 14.) Tilojen lukumäärä on sen sijaan vähentynyt huomattavasti. Tämän tiedostavat myös haastatellut maatalousyrittäjät: ”*No kyllähän nyt ihan selvästi, halutaanpa tai ei, niin nyt ollaan rakennemuutoksen kourissa.*” (H4). Tilakoon kasvaessa myös investointien määrät ovat tilaa kohden suurentuneet. Maatalouden kannattavuuden romahtaminen on johtanut myös maatilojen konkurssisiin ja myös halpuuttamiskeskustelussa tämä asia on noussut esille nimenomaan uutisoidessa maatalouden kriisitilasta. Erilaisista maksuvaikeuksista ja talouden ongelmista puhuttaessa maatalousyrittäjät kertovat avoimesti myös omasta nykytilanteestaan: ”*maatalouskauppakin on huomioinu tämän isommassakin mittakaavassa tämän tukien maksatusaikataulun, niin se on jo ehottanu ite niissä -- maksuaikatauluissa, että sillo millonka tuet tulee maksuun, niin sillo on mahollista sitten, niille päiville sitten siirtee*

niitäkin kaupan asioita.” (H3) Tulevaisuudessa maatalousyrittäjät näkevät kuitenkin, että maatilojen vaikeudet tulevat lisääntymään ja esimerkiksi velkojen maksuun liittyvien ongelmien vuoksi jopa kokonaisten maatilojen konkurssseja voi tulla lisää. Näin eräs maatalousyrittäjä maalailee tulevaisuuden näkymiä suomalaiselle maataloudelle:

”Karu sanoo, mutta pelkään että joitakin tiloja voi mennä jopa konkurssiin maksuhäiriöiden takia. -- Toivottavasti ei näin käy mutta, kyllä semmosta on vähän ennusteltu.” (H4)

Mitä sitten voidaan kirjoittaa joskus tulevaisuudessa vuonna 2015 alkaneen halpuuttamiskeskustelun loppukaneetteihin? Maatalousyrittäjien mukaan halpuuttamiskeskustelu on nostanut esille asioita, joista ruokakaupassa asioiva kuluttaja on ennen ollut tietämätön tai muuten vain välinpitämätön tietämään. Haastatteluaineiston perusteella voidaan sanoa, että maatalousyrittäjien näkemyksen mukaan maatalouden arvostus on ainakin kuluttajatasolla lähdössä kasvuun halpuuttamiskeskustelun myötä. Toisaalta aineiston perusteella toivotaan jatkossa avoimempaa politiikkaa ja keskustelua elintarvikeketjun eri osiin. Tulevaisuudessa maatalousyrittäjät toivovat olevansa samoissa lähtökohdissa kaupan ja elintarviketeollisuuden kanssa keskusteltaessa kotimaisen ruoan hinnan muodostuksesta. Esille haastatteluissa nostetaan tosin myös skenaario, jossa tilanne voi kehittyä maatalousyrittäjien näkökulmasta vieläkin kehnommaksi: *”Ensin mennään niin alas kuin mahdollista ja sitten ihmiset rupee tajuamaan kun tulee kaikkia antibiootti- ja GMO-p*skaa ja hormonip*skaa maailmalta ja kasvitauteja ja eläintauteja. Sit ne ehkä ymmärtää että tää on ihan jees.” (H1).* Halpuuttamiskeskustelun ei katsottu maatalousyrittäjien keskuudessa päättyneen haastatteluhetkellä maaliskuussa 2016, vaan keskustelun nähtiin jatkuvan osana yleistä maaseutu- ja ruokakeskustelua myös tulevaisuudessa.

Tulevaisuuden suhteen maatalousyrittäjien puheissa elää siis toivo heidän harjoittamaansa elinkeinoa ja sen verkostoja kohtaan. Erään viljelijän näkemys tulevaisuudestaan maatalousyrittäjänä on toiveikas: *”Kyllähän sitä ainakin toivoo että se pikkusen elpyis tämä systeemi ja korjaantus. Että pärjeis siinä paremmin sitten kaikki, jotka siinä mukana on.” (H2)* Kysymys siitä, kuka maataloudessa tulee pärjäämään herättää maatalousyrittäjissä kysymyksiä. Heidän keskuudessa nähdään, että jatkossa yhä pienemmät tilat voivat erikoistumalla parantaa omaa menestymistään ja pärjäämistään,

vaikkakin yleinen taloustilanne olisi jatkossa huono. Maatalousyrittäjistä eräs luottaa siihen, että suoramyynti tuottajalta suoraan kuluttajalle tulee lisääntymään: ” --*eettinen, esteettinen, ekologinen tuotanto varmaan lisääntyy. Sillee pieniä tiloja, mitkä pystyy suoramyyntinä pyörittää ite ihtesä.*” (H1) Vertailtaessa tätä näkemystä aiempaan tutkimustietoon, on havaittavissa, että maatalousyrittäjät eivät välttämättä ole pohdinnoissaan aivan väärässä. Esimerkiksi Puupponen (2009, 77–78) on todennut, että paikallisille elintarviketuotteille on markkinoilla kysyntää ja kuluttajien kiinnostus on ollut kasvussa.

7 YHTEENVETO JA POHDINTA

7.1 Tutkimuksen tulokset

Halpuuttaminen on ilmiönä ja käsitteenä uusi, eikä siitä ole juurikaan olemassa aiempaa tieteellistä tutkimusta. Sen vuoksi tässä tutkimuksessa selvitettiin pienimuotoisen media-analyysin keinoin sekä asiantuntijahaastatteluiden avulla, mitä halpuuttamisella ja siitä alkaneella halpuuttamiskeskustelulla oikein tarkoitetaan. Sen lisäksi selvitettiin teemahaastattelun keinoin maatalousyrittäjien kokemuksia halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta. Tutkimusta varten toteutettiin viisi haastattelua, joihin osallistui yhteensä kuusi maatalousyrittäjää Keski-Suomen ja Pohjois-Savon alueelta.

Halpuuttamisesta uutisoitiin paljon ja uussanana se vakiintui myös osaksi suomen kieltä vuonna 2015. Halpuuttamiseen liittyvä media-aineisto kerättiin ajanjaksolla tammikuu 2015 - huhtikuu 2016 ja asiantuntijahaastattelut toteutettiin syyskuussa 2016. Asiantuntijahaastatteluihin osallistuivat SOK:n ja MTK:n viestintäjohtajat. Media-aineisto koostui halpuuttamista koskevasta uutisoinnista ja erilaisista tiedotteista. Halpuuttamista, halpuuttamiskeskustelua ja sen aiheuttamia lieveilmiöitä ei ole tutkittu aiemmin yhteiskunnallisesta näkökulmasta. Myös muu tutkimus ruoan hinnan alentamiseen ja halpuuttamisilmiöön liittyen on ollut näihin päiviin asti vähäistä. Halpuuttamisesta on tehty lähinnä opinnäytetöitä, esimerkiksi Puska (2016) on tutkinut halpuuttamisen merkitystä ostopäätöksissä ja kuluttajien kokemusta halpuuttamisesta. Lisäksi Heikkilä (2016) on taloustieteen pro gradussaan tutkinut halpuuttamista ja sen suhdetta S-ryhmän toimintaan

osuustoiminnallisesta näkökulmasta. Tämän vuoksi tämän tutkimuksen tuloksia on vaikea suhteuttaa aikaisempaan tutkimukseen ja taustateoriaan.

Halpuuttamisella tarkoitetaan osana tätä tutkimusta tehdyn media-analyysin mukaan ruoan hintojen alenemista, joka on osa S-ryhmän strategista linjausta olla Suomen kokonaisedullisin ruokakauppa omistajajäsenilleen. Halpuuttamisen kohteena ovat kotimaiset ruokatuotteet, joiden hintoja on tarkoitus pysyvästi alentaa. S-ryhmä mainosti halpuuttamista voimakkaasti ja se oli esillä mediassa runsaasti alkuvuodesta 2015. Esimerkiksi MTK:n Hartikaisen (2016) mukaan S-ryhmä toteutti hyvin suunnitelmallisen ja hyvin toteutetun viestintäkampanjan, joka sai valtavan mediahuomion. Tämän kampanjan avulla S-ryhmä onnistui luomaan itselleen edullisen hintamielikuvan. Halpuuttaminen on SOK:n mukaan kustannettu heidän omista myyntikatteistaan ja taustalla hinnan alennuksiin on organisaation oman toiminnan tehostaminen.

Halpuuttamiskeskustelulla tarkoitetaan media-analyysin mukaan keskustelua, joka on käyty halpuuttamisen ympärillä. Keskeisimpinä keskustelijoina ovat olleet SOK ja maataloustuottajien etujärjestö MTK. Keskustelu on muodostunut halpuuttamisesta tiedottamisesta, erilaisista kannanotoista ja argumentteihin koskien halpuuttamista ja sen vaikutuksia. Esiin keskustelussa ovat nousseet niin halpuuttamisen tarve kuin halpuuttamisen haitat ja hyödyt. Kumpikin keskusteluosapuoli on esittänyt julkisuudessa omia näkemyksiään halpuuttamisesta ja sen vaikutuksista. S-ryhmän mukaan halpuuttaminen alkoi aidosta tarpeesta alentaa kotimaisen ruoan hintaa. Maatalousyrittäjät ja heidän etujärjestö MTK kuitenkin olivat sitä mieltä, että halpuuttaminen on kustannettu maataloustuottajien alentuneista tuottajahinnoista. MTK:n näkemys on, että S-ryhmä on ikään kuin jättänyt ottamatta kaiken sen mahdollisen katteen, mikä olisi ollut saatavilla laskeneiden tuottajahintojen kautta. Halpuuttamiskeskustelua on käyty aktiivisesti mediassa eri uutiskanavissa ja pääväylinä ovat olleet SOK:n marketkaupan uutisareena Patarumpu sekä MTK:n asiasta julkituomat tiedotteet. Tässä tutkimuksessa halpuuttamiskeskustelua määritettiin ilmiönä media-aineistolla, joka rajautuu tammikuusta 2015 huhtikuuhun 2016. Tämän vuoksi tutkimusaineisto antaa vasta osviittaa sille, mitä halpuuttamiskeskustelu on pitkällä aikavälillä. Esimerkiksi lokakuussa 2016 halpuuttamisesta ja sen vaikutuksista uutisoidaan edelleen.

Halpuuttaminen on SOK:n näkökulmasta ollut kannattavaa, sillä se on lisännyt marketkaupan volyymia. Media-analyysin mukaan halpuuttamiskeskustelu on tuonut yleiseen ruokakeskusteluun uusia näkökantoja. Esille ovat nousseet esimerkiksi brändeihin liittyvät kysymykset sekä suomalaisen ruokaketjun kilpailukyky. Toisaalta voimakkaimmin halpuuttamiskeskustelussa on korostunut hinta. Halpuuttamiskeskustelun myötä eri organisaatiot ovat korostaneet sidosryhmätyön ja yhteistyön tärkeyttä suomalaisen ruoan arvostuksen lisäämiseksi. Halpuuttaminen on siitä heränneen keskustelun myötä vakiintunut osaksi suomalaista yhteiskuntaa. Sanana se on sulautunut osaksi suomen kieltä ja keskustelunaiheena se on vankka osa suomalaista maaseutu- ja ruokakeskustelua.

Tässä tutkimuksessa maatalousyrittäjien kokemuksia halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta selvitettiin teemahaastatteluin. Aineistossa voidaan katsoa olevan kolme eri teemaa, joiden mukaan tämän tutkimuksen tulokset myös jaoteltiin ja esitettiin: 1) Halpuuttamiskeskustelun hyödyt ja haitat, 2) Maatalousyrittäjien työhyvinvointi ja halpuuttamiskeskustelu sekä 3) Tulevaisuuden näkymät halpuuttamiskeskustelun myötä. Tulosten perusteella maatalousyrittäjät ovat kokeneet halpuuttamisen ja halpuuttamiskeskustelun olevan osa julkista maaseutu- ja ruokakeskustelua. Halpuuttaminen kuitenkin koettiin maatalousyrittäjien keskuudessa negatiivisena asiana, sillä sen koettiin halventavan maatalousyrittäjän tekemää työtä ja kotimaassa tuotettua ruokaa. Maatalousyrittäjien mukaan halpuuttamisessa on kyse siitä, että kauppa ja elintarviketeollisuus hyväksikäyttävät valta-asemaansa esimerkiksi tuottajahintojen määräytymisessä. Halpuuttamiskeskusteluun vaadittiin lisää avoimuutta. Esimerkiksi mainittiin muuan muassa ruoan hinnan kustannusrakenteen avoin tilastointi. Tällä tarkoitetaan tilastoa, josta olisi luettavissa, paljonko kukin osapuoli ruoan myyntihinnasta todella hankkii. Toisaalta tilanne nähdään niin, että maatalousyrittäjän tulee tyytyä osaansa ja siihen, mitä hänelle maksetaan. Omat vaikutusmahdollisuudet muun muassa tuottajahintojen kehitykseen maatalousyrittäjät kokevat huonoiksi. Kaupan kilpailutilannetta kuvataan maatalousyrittäjien toimesta vääristyneeksi maatalouden yleisen tilanteen takia, ei pelkästään halpuuttamisen vuoksi. Halpuuttamisella kuitenkin nähdään olevan selkeä yhteys maatalouden alentuneeseen kannattavuuteen Suomessa.

Maatalousyrittäjät kokivat halpuuttamisen aiheuttaneen myös hyötyä omalle yritystoiminnalleen ja kansalliselle ruoantuotannolle. Halpuuttamiskeskustelu on

maatalousyrittäjien mukaan saanut suuren yleisön heräämään suomalaisen maatalouden kohtaamille vaikeuksille. Heidän kokemuksensa mukaan kuluttajat ovat kiinnostuneempia maataloudesta ja ostamastaan ruoasta. Maatalousyrittäjien mukaan on ollut hienoa myös havaita, kuinka kuluttajat ovat reagoineet pääasiassa positiivisesti maatalousyrittäjien vastarintaan halpuuttamista vastaan. Esimerkeiksi nostettiin muun muassa sosiaalisessa mediassa käydyt keskustelut, joissa maatalousyrittäjien elinkeinoa ja suomalaista ruokaa on puolustettu voimakkaasti.

Tässä tutkimuksessa yleisenä huomiona havaittiin, että maatalousyrittäjät pitävät tekemästään työstä vaikka ulkopuoliset tekijät asettavat yrittäjyyteen omat esteensä ja tuottavat välillä myös vaikeuksia työssä suoriutumisesta. Samalla esille nousivat esimerkiksi taloudellinen epävarmuus ja byrokratia. Nämä samat teemat olivat esillä myös Työterveyslaitoksen (2016, 93) tutkimuksessa. Huomioitavaa on, että nämä teemat eivät varsinaisesti liity suoraan tutkimuskohteena olleeseen halpuuttamiseen mutta taustatietona ne ovat erityisen tärkeitä kun puhutaan esimerkiksi maatalousyrittäjien työhyvinvoinnista ja siihen vaikuttavista tekijöistä.

Halpuuttamiskeskustelu on tulosten mukaan vaikuttanut myös maatalousyrittäjien työhyvinvointiin. Maatalousyrittäjiä suututtaa halpuuttamisen liittäminen mielikuvana suomalaiseen ruokaan ja suomalaiseen ruoantuotantoon. Suomalainen maatalous perustuu yhä pitkälti perheviljelmiin, joissa koti ja työpaikka yhdistyvät (vrt. Siiskonen 2004, 300). Toisaalta esimerkiksi Otalan ja Ahosen (2005, 28) mukaan ei ole olemassa muutoinkaan erikseen ”työminää” ja ”yksityisminää” puhuttaessa myös yleisellä tasolla työstä. Vapaa-aikaa on maatalousyrittäjien mukaan vähän ja yritystoiminta vaatii sitoutumista. Maatalousyrittäjät kokevat, että työasiat pyörivät usein mielessä ja esimerkiksi voimakkaasti uutisoitu halpuuttaminen ilmiönä on vaikuttanut myös arki ajatteluun. Esimerkiksi ajatukset maatalouden kannattavuudesta ovat olleet läsnä ajatuksissa halpuuttamisen ja siitä johdetun uutisoinnin myötä. Toisaalta maatalousyrittäjät korostivat sitä, että asiat eivät miettimällä parane. Esimerkiksi Virolaisen (2012, 12) mukaan positiivisesti elämään suhtautuvia henkilöitä pienet ristiriittekijät eivät kuormita samassa mittakaavassa kuin pessimistisesti elämään suhtautuvia. Maatalousyrittäjien kokemuksissa halpuuttamisen vaikutuksista omaan työhyvinvointiin on varmasti eroja eikä kaikkia näitä eroavaisuuksia ole teemahaastattelun keinoin voitu edes selvittää.

Tunnelma maatalousyrittäjien keskuudessa on odottava: ratkaisu maatalouden kohtaamiin ongelmiin tulee ennemmin tai myöhemmin. Vaikutusmahdollisuuksien puute omaan työhön korostui voimakkaasti maatalousyrittäjien haastatteluissa. Esille nousi muun muassa yrittäjän vapauden puute. Tällä viitattiin muualta tulevaan sääntelyyn, kuten EU:n asettamiin vaatimuksiin ruoantuotannosta ja yleisestä tilanteesta, jossa yrittäjä tyytyy tekemään työtä niillä korvauksilla, joita hänelle maksetaan. Halpuuttaminen koettiin tässä yhteydessä ikäväksi asiaksi, sillä se asettaa suomalaisen ruoantuotannon ja maatalousyrittäjien harjoittaman yritystoiminnan rinnakkain halvan ruoan kanssa. Tämän tutkimustiedon valossa maatalousyrittäjillä on riski kokea työhyvinvointinsa heikoksi, sillä vaikutusmahdollisuuksia katsottiin olevan nykytilanteessa vähän. Esimerkiksi Työterveyslaitoksen (2010) mukaan vaikutusmahdollisuudet omaan työhön auttavat säätelemään työn aiheuttamaa kuormitusta.

Tulevaisuuden näkymät ovat maatalousyrittäjien mukaan epävarmat. Epävarmuutta aiheuttavat vallalla oleva maatalouspolitiikka ja yleinen taloustilanne. Maatalousyrittäjät olivat vaitonaisia kommentoimaan oman yritystoiminnan kehittymistä tulevaisuudessa esimerkiksi uusien investointien osalta. Yksi merkittävä syy tähän oli juurikin maatalouden kannattavuuden epävarmuus, joka on usealla tilalla johtanut tilanteeseen, että investointeja ei haluta tehdä lainarahalla. Melan internet-sivuilla (2016) yhdeksi maatalousyrittäjän hyvinvointiin kohdistuvaksi riskiksi mainitaan isot investoinnit. Huomioitavaa tutkimustuloksissa oli, että metsätalous nousi yhdeksi tuotantosunnan vaihtoehdoksi perinteisen maatalouden rinnalle. Metsätalouden yhdistäminen osaksi maataloutta nähtiin maatalouden kannattavuuden mahdollistavana tekijänä. Vaikka maatalousyrittäjien haastatteluista ei suoraan ole poimittavissa yhteyttä tulevaisuuden näkymien ja halpuuttamisen välillä, on näiden tuloksien valossa selvää, että yleinen maatalouskeskustelu ja tällä tavoin myös halpuuttaminen on vaikuttanut maatalousyrittäjien ajatteluun ja näkemyksiin tulevaisuudesta.

7.2 Tutkimuksen kriittistä tarkastelua ja jatkotutkimuskysymyksiä

Tutkimuksessa käytetty aineisto oli kvalitatiivista eli laadullista. Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan omat tulkinnat ja näkemykset tutkimustehtävästä ja aineistosta nousevat esille toisin kuin esimerkiksi kvantitatiivisessa aineistossa. Tämän vuoksi on ymmärrettävää, että tutkija ja hänen tulkintansa vaikuttaa myös siihen, mitä tekstimuotoisesta aineistosta nousee esille. Halpuuttamisilmiön kanssa yhtä aikaa mediassa on ollut esillä esimerkiksi maatalouden yleinen kriisi ja Euroopan ylituotantotilanne. Tämän vuoksi halpuuttamisen vaikutuksen eriyttäminen teemahaastattelu-aineistosta on ollut haastavaa. Teemahaastatteluissa käydyt keskustelut olivat vapaamuotoisia, mikä edelleen hankaloittaa analysointia, koska käytettävissä oleva aineisto oli tekstitiedostojen koossa mitattuna suuri ja keskusteluissa nousi esille paljon asioita halpuuttamisilmiön ulkopuoleltakin. Tämän vuoksi tutkimustulokset pohjautuvat enemmän tutkijan tulkintaan kuin absoluuttiseen faktaan. Mikäli tutkimusaineisto ja niistä koostetut tulokset olisivat kvantitatiivista dataa, olisi helppo esittää erilaisten kaavioiden avulla esimerkiksi mielipiteiden jakautumista maatalousyrittäjien kesken ja lajitella aineistoa erilaisten muuttujien mukaan.

Tutkimustuloksia tarkasteltaessa on huomioitava, että käytettävissä olleen haastatteluaineiston otos on pieni ja suppea. Haastateltavia maatalousyrittäjiä oli vain kuusi kappaletta, joten voidaan todeta, että tässä tutkimuksessa saatuja tuloksia ei ole syytä juurikaan yleistää. Tämän lisäksi haastateltujen maatalousyrittäjien maantieteellinen sijainti ei kata koko Suomea, sillä haastatteluja toteutettiin vain Pohjois-Savossa ja Keski-Suomessa. Huomioitavaa on myös, että haastatteluaineiston ollessa pieni, kattaa se myös huonosti myös eri maatalouden tuotantosuuntien edustajat. Tuotantosuuntien välisiä eroja ei tässä tutkimuksessa ole sen vuoksi eroteltu vaan kaikki haastatteluaineisto on analysoitu samoista lähtökohdista. Mikäli tässä tutkimuksessa aineistona olisi käytettävissä laaja, esimerkiksi koko Suomen kattava kyselytutkimus, olisivat tulokset yleistettävissä paremmin. Teemahaastattelun käyttäminen tutkimusmenetelmänä tämänkaltaisessa tutkimuksessa on siinä mielessä ongelmallista, että saatu aineisto on laadullista. Esimerkiksi Kiviniemen (2007, 70) mukaan laadullisen aineiston kanssa työskennellessä on jopa tavallista, että tutkimuksen etenemisen eri vaiheet eivät ole määriteltävissä

selkeästi ja esimerkiksi tutkimustehtävä voi muotoutua prosessin edetessä uudelleen. Niin kävi myös tässä tutkimuksessa - lopullinen tutkimusotsikko ei vastaa alkuperäistä, eli tutkimussuunnitelmassa esitettyä. Tämän vuoksi tuloksien yleistettävyyden ja uskottavuuden kannalta olisi oleellista, että maatalousyrittäjien kokemuksia halpuuttamisesta kartoitettaisiin laajemmin esimerkiksi kyselytutkimuksella, jolloin tällöin kompleksisen ilmiön tutkiminen olisi helpommin rajattavissa.

Tämän tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää esimerkiksi tarkasteltaessa halpuuttamisen yhteiskunnallisia vaikutuksia ja maatalousyrittäjien näkemyksiä halpuuttamisesta. Tutkimustiedolla voidaan lisäksi taustoittaa esimerkiksi sitä, miten ruoantuotantoa koskevat yhteiskunnalliset ilmiöt ja siitä johdettu yleinen keskustelu vaikuttavat maatalousyrittäjien työhyvinvointiin. Tutkimuksen tulokset antavat kuitenkin osviittaa siitä, miten halpuuttaminen on ilmiönä koettu maatalousyrittäjien keskuudessa. Tutkimus oli eräänlainen avaus yhteiskunnalliseen tutkimukseen koskien halpuuttamista ja halpuuttamiskeskustelua. Tutkimuksesta saatiin irti paljon mielenkiintoista tietoa, jota voidaan tulevaisuudessa hyödyntää jatkotutkimuksessa. Ilmiönä halpuuttaminen on kompleksinen, joten yhtä suurta totuutta ilmiön määrittämiseksi ei ole olemassa. Tarkasteltaessa mahdollisia jatkotutkimusaiheita, voidaan todeta, että halpuuttamista ja sen vaikutuksia suomalaiselle maataloudelle kannattaisi lähteä jatkossa tutkimaan esimerkiksi tilastollisen analyysin kautta. Tässäkin tutkimuksessa voimakkaasti esillä olleista tuottajahinnoista on saatavissa tilastollista aineistoa, jota voidaan tarkastella luotettavasti pitkällä aikavälillä ja käyttää hyvänä lähtökohtana halpuuttamista koskevaan tutkimukseen. Tämän lisäksi jatkotutkimukselle saadaan lisää uskottavuutta, mikäli tarkastelussa olisi käytettävissä laajempi ja kattavampi aineisto. Esimerkiksi koko Suomen maatalousyrittäjäjoukon kattava kyselytutkimus mahdollistaisi tällaisen tarkastelun. Samalla tutkimuksessa voitaisiin kartoittaa laajemmin vastaajien taustamuuttujia. Olisi kiinnostavaa selvittää, miten esimerkiksi isoilla tiloilla halpuuttaminen koetaan verrattuna pienempiin tiloihin ja miten maatalouden tuotantosuunnat vaikuttavat kokemuksiin halpuuttamisesta ja halpuuttamiskeskustelusta.

Varsinainen tutkimusprosessi tutkimussuunnitelmasta valmiiksi pro gradu -tutkielmaksi ei edennyt ongelmitta. Kuten aiemmin olen todennut, tämä työ todella opetti tekijäänsä. Aluksi tarkoitus oli tutkia puhtaasti sitä, miten halpuuttaminen ja halpuuttamiskeskustelu ovat vaikuttaneet maatalousyrittäjien työhyvinvointiin. Tämä tutkimusasetelma kuitenkin

kariutui siihen, että olemassa ei ollut seuranta-aineistoa, johon tämän tutkimuksen tuloksia olisi voinut uskottavasti verrata. En voinut pelkän haastatteluaineiston perusteella todentaa aukottomasti, miten halpuuttaminen on vaikuttanut haastateltavien työhyvinvointiin verrattuna aikaan ennen halpuuttamista. Tämä johtui osin myös siitä, että haastatteluissa esille nousi voimakkaasti muut yleisesti maatalouden tiedossa olleet ongelmat, kuten pitkään laskusuhdanteessa olleet tuottajahinnat ja maatalouden yleinen kannattavuus. Tämän vuoksi ei ollut mielestäni relevanttia nähdä pelkkää halpuuttamista ja siitä seurannutta keskustelua syynä maatalousyrittäjien kokemuksiin maatalouden kannattavuuden laskusta. Yhtälönä tästä kaikesta tutkimusongelmaksi muodostuivat maatalousyrittäjien kokemukset halpuuttamisesta, joihin voidaan halpuuttamisen lisäksi sisällyttää myös muita kokemukseen vaikuttavia tekijöitä. Ja perin mielenkiintoinen tutkimusprosessi siitä sitten syntyikin.

LÄHTEET

Ahola, K., & Virtanen, M., & Pirkola, S. ja Suvisaari, J. 2010. Työ ja mielenterveys. Teoksessa: Aromaa, A. & Koskinen, S. (toim.). 2010. Suomalaisten työ, työkyky ja terveys 2000-luvun alkaessa. Raportti 11/2010. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (THL). Helsinki. Sivut: 16–25.

Green, F. 2006. Demanding Work. The paradox of job quality in the affluent economy. Princeton University Press. Princeton, New Jersey.

Eskola, J. 2015. Laadullisen tutkimuksen juhannustaiat. Laadullisen tutkimuksen analyysi vaihe vaiheelta. Teoksessa: J. Aaltola & R. Valli (toim.) 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittavalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. PS-kustannus. Jyväskylä. Sivut: 185–206.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Jyväskylä.

Eskola, J. & Vastamäki, J. 2015. Teemahaastattelu: Opit ja opetukset. Teoksessa: Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. PS-kustannus. Jyväskylä. Sivut: 27–44.

Fiske, J. 2005. Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen. Gummerus Kirjapaino. Jyväskylä.

Hakala, J. 2015. Toimivan tutkimusmenetelmän löytäminen. Teoksessa: Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. PS-kustannus. Jyväskylä. Sivut: 14–26.

Hartikainen, K. 2016. Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto (MTK). Viestintäjohtaja, Klaus Hartikainen. Puhelinhaastattelu 22.9.2016.

Heikkilä, T. 2016. Halpuuttaminen - S-ryhmän toimintaa osuustoiminnallisen tarkoituksen mukaisesti. Pro gradu -tutkielma. Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu. Oulun yliopisto.

Hemánus, P. 1989. Viestinnän ja joukkotiedotuksen perusteet. Johdatus tiedotusoppiin 1. Helsinki. Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Tammer-Paino Oy, Tampere.

Honkonen, T. 2010. Työ ja mielenterveys. Teoksessa: Martimo, K-P., & Antti-Poika, M. & Uitti, J. (toim.) Työstä terveyttä. 2010. Kustannus Oy Duodecim. Helsinki.

Härkki-Santala, M. 2002. Oman elämänsä ehtoisia emäntä. Maatilan emännän emäntäkuva työn mielekkyyden ja muutoksen näkökulmasta. MC-Pilot Oy Kustannus.

Ilmarinen, J. 2006. Pitkää työuraa! Ikääntyminen ja työelämän laatu Euroopan unionissa. Työterveyslaitos sekä Sosiaali- ja terveysministeriö. Jyväskylä.

- Jokiranta, H. 2003. Se on miehen elämää. Maaseudulla asuvia miehiä elämäänsä kertomassa. Väitöskirja. Tampereen yliopisto. Sosiaalipolitiikan ja sosiaalityön laitos. Tampere.
- Kallio, V. 1997. Suomalaisen viljelijäväestön henkinen ilmapiiri. Helsingin yliopisto. Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus. Mikkeli.
- Kantola, A., Moring, I. & Väliaverron, E. (toim.) 1998. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. Tammer-Paino Oy. Tampere.
- Kinnunen, U., Feldt, T. & Mauno, S. 2005. Työ leipälajina. Työhyvinvoinnin psykologiset perusteet. PS-kustannus. Jyväskylä.
- Kiviniemi, K. 2007. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa: Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) 2007. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. PS-kustannus. Jyväskylä. Sivut: 70–85.
- Korkeila, J. 2008. Stressi, tunteiden säätely ja immunitetti. *Duodecim*, 124 (6): 683–692.
- Kotilainen, M., Koski, H., Mankinen, R. & Rantala, O. 2010. Elintarvikkeiden hinnanmuodostus ja markkinoiden toimivuus. Helsinki. Etna. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos. Keskustelunaiheita No. 1209.
- Kupiainen, R. & Sintonen, S. 2009. Medialukutaidot, osallisuus, mediakasvatus. Oy Yliopistokustannus, HYY yhtymä.
- Laine, P. 2014. Työhyvinvoinnin kehittäminen - mission impossible? Teoksessa: Hoitotyön vuosikirja 2014. Työhyvinvoinnin keinot. Suomen Sairaanhoidajaliitto ry. Fioca Oy. Helsinki.
- Laki naisten ja miesten välisestä tasa-arvosta (609/1986)
- Laurila, I. 2004. Maatalouden EU-aika. Teoksessa: Suomen maatalouden historia. Osa 3. Suurten muutosten aika. Jälleenrakennuskaudesta EU-Suomeen. Sivut: 349–401.
- Maaseudun Tulevaisuus. Ryynänen, R. 2016c. SOK:n Heikkilä halpuutuksesta: Mahtipontisuus ei ollut tarkoitus. Lehtiartikkeli. 18.3.2016. Sivut 4.
- Maatalousyrittäjän eläkelaki (1280/2006)
- Maatilatalouden tuloverolaki (543/1967)
- Niemi, J. & Ahlstedt, J. (toim.). 2015. Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2015. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 25/2015. Luonnonvarakeskus (Luke). Helsinki.
- Otala, L. & Ahonen, G. 2005. Työhyvinvointi tuloksentekijänä. WS Bookwell Oy. Juva.
- Ovaskainen, K. 2016. Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). Viestintäjohtaja, Kai Ovaskainen. Puhelinhaastattelu 19.9.2016.

Pråhl-Ollila, M. 1995. Nuoret viljelijät maatalouden murroksessa. Maatalousyrittäjien eläkelaitoksen julkaisuja 1/95. Maatalousyrittäjien eläkelaitos (MELA). Espoo.

Puska, S. 2016. Halpuuttamisen merkitys ostopäätöksessä ja kuluttajien kokemus halpuuttamisesta. Opinnäytetyö. Liiketalouden koulutusohjelma. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Puupponen, A. 2009. Maaseutuyrittäjyys, verkostot ja paikallisuus. Tapaustutkimus pienimuotoisen elintarviketuotannon kestävyydestä Keski-Suomessa. Jyväskylä studies in education, psychology and social research 374. Jyväskylän yliopisto. Väitöskirja.

Rajaniemi, M. 2008. Suomalaisen maidontuotannon tulevaisuus ja politiikkahaasteet vuoteen 2025 - asiantuntijanäkemyksiä maitosektorin kehityksestä. MTT:n selvityksiä 162. MTT Taloustutkimus. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus.

Röngäs, A., Pässilä, T. & Niinikuru, L. (toim.) 1997. Suomalaisia maanviljelijöitä. Muurikkala-projekti. Visionääri Oy. Muurikkala.

Seppelin, M. 2004. Osuustoiminta murroksessa. Teoksessa: Suomen maatalouden historia. Osa 3. Suurten muutosten aika. Jälleenrakennuskaudesta EU-Suomeen. Sivut: 312–330.

Siiskonen, P. 2004. Maatila yrityksenä ja viljelijäperheen kotina. Teoksessa: Suomen maatalouden historia. Osa 3. Suurten muutosten aika. Jälleenrakennuskaudesta EU-Suomeen. Sivut: 289–311.

Silvasti, T. 2001. Talonpojan elämä. Tutkimus elämäntapaa jäsentävistä kulttuurisista malleista. Suomalaisen kirjallisuuden toimituksia 821. Hakapaino Oy. Helsinki.

Silvasti, T. 2010. Maatilan varjossa. Rakennemuutoksen anatomiaa. Sosiaalitieteiden laitoksen julkaisuja 2010. Helsingin yliopisto. Yliopistopaino. Helsinki.

Sirkkunen, E. 1996. Yksi uutinen - monta puntaria. Aivovoimistelua sanomalehtiutisen ympärillä. Teoksessa: Luostarinen, H., Kivikuru, U. & Ukkola, M. 1996. Sopulisilppuri. Mediakritiikin näkökulmia. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. Oppimateriaaleja 56. Jyväskylä. Sivut: 61–82.

Toppinen-Tanner, S. 2011. Process of burnout: structure, antecedents, and consequences. Työterveyslaitos. People and Work Research Reports 93. Helsinki.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Työsopimuslaki (55/2001)

Työterveyshuoltolaki (1383/2001)

Työterveyslaitos. 2006. Työterveys ja maatalous Suomessa 2004. Maatalousympäristön terveydelliset riskit ja niihin vaikuttaminen. Työterveyslaitos. Kuopio.

Työterveyslaitos. 2016. Työterveys ja maatalous Suomessa 2014. Työterveyslaitos. Lönnberg Print & Promo, Helsinki.

Työturvallisuuslaki (738/2002)

Virolainen, H. 2012. Kokonaisvaltainen työhyvinvointi. BoD - Books on Demand. Helsinki.

Virtanen, P. & Sinokki, M. 2014. Hyvinvointia työstä. Työhyvinvoinnin kehittyminen, perusta ja käytännöt. Tietosanoma Oy. Helsinki.

Väliaverron, E. 1998. Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa: Kantola, A., Moring, I. & Väliaverron, E. (toim.) 1998. Media-analyysi. Tekstistä tulkintaan. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. Tammer-Paino Oy. Tampere. Sivut: 13–39.

SÄHKÖISET LÄHTEET

- Eronen, R. 2015. Vuosi sanoina: halpuuttamisesta reiluuttamiseen. Kielikello 4/2015. Saatavissa: <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=2850> (Viitattu 7.10.2016)
- Helsingin Sanomat. 2013a. Rantanen, M. Maanviljelijöiden ruumiillinen väsymys vaihtui henkiseen. 4.12.2013 a. Saatavissa: <http://www.hs.fi/talous/a1386052749525> (Viitattu 3.5.2015)
- Helsingin Sanomat. 2013b. Rantanen, M. Tukiverkot maaseudulla hupenivat. 4.12.2013 b. Saatavissa: <http://www.hs.fi/talous/a1386052604191?ref=hs-art-artikkeli> (Viitattu 3.5.2015)
- Helsingin Sanomat. 2015c. Saarinen, J. HS vertaili Prisman ja Citymarketin hintoja. S-ryhmä mukaan hintasotaan: elintarvikkeisiin jopa 37 prosentin alennuksia. 18.1.2015. Saatavissa: <http://www.hs.fi/talous/a1421549978292> (Viitattu 10.10.2016)
- Helsingin Sanomat. 2015d. Lassila, A. Keskon vastaisku S-ryhmän ”halpuuttamiselle” on ”reiluuttaminen” - kampanja kerää rahaa kinkunkasvattajille. 22.10.2015. Saatavissa: <http://www.hs.fi/talous/a1445478642224> (Viitattu 6.10.2016)
- Helsingin Sanomat. 2015e. Lassila, A. Kesko hyökkää MTK:n tuella halpuutusta vastaan. 23.10.2015. Saatavissa: <http://www.hs.fi/talous/a1445487806523> (Viitattu 6.10.2016)
- Helsingin Sanomat. 2016f. Mansikka, O. Traktorimarssi täytti Helsingin keskustan - ”Ei viljelijää - ei ruokaa”. 11.3.2016. Saatavissa: <http://www.hs.fi/kaupunki/a1457584981313> (Viitattu 17.10.2016)
- Huttunen, K. 2015. Suomessa on unohdettu, mistä ruoka tulee. Mieli-pidekirjoitus, julkaistu Helsingin Sanomissa 2.8.2015. Saatavissa: <http://www.hs.fi/mielipide/a1438395381888> (Viitattu 8.11.2015)
- Iltta-Sanomat. 2016. Pieti, P. & Härkönen, M-R. Traktorikolonna vei viestin S-ryhmän linnakkeeseen: ”Halpuutimme maajussin”. 11.3.2016. Saatavissa: <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-2000001136708.html> (Viitattu 10.10.2016)
- Jutila, K. 2014. Kotimaista arvostetaan, ympäristötekoja kaivataan. Tutkimus suomalaisten ruoka- ja maatalousasenteista. Ajatuspaja e2. Saatavissa: https://www.mtk.fi/maatalous/tutkimus_ruoka_maatalous/fi_FI/ruoka_ja_maatalous_asennetus/tutkimus/_files/91353059080079330/default/RAPORTTI%20FINAL%20HR.pdf (Viitattu 5.10.2016)
- Kotimaisten kielten keskus. 2015a. Kuukauden sanat 2015. Tammikuu. Saatavissa: http://www.kotus.fi/nyt/kuukauden_sana/kuukauden_sanat_2015/halpuuttaa.15117.news (Viitattu 6.9.2016)

Kotimaisten kielten keskus. 2015b. Sanapöimintoja vuodelta 2015. Saatavissa: http://www.kotus.fi/sanakirjat/kielitoimiston_sanakirja/uudet_sanat/vuoden_sanapöiminnot/sanapöimintoja_2015 (Viitattu 4.10.2016)

Luonnonvarakeskus. 2016a. Maataloustuotteiden tuottajahinnat. Tilastotietokanta. Maidon tuottajahinnat vuosittain. Saatavissa: http://statdb.luke.fi/PXWeb/pxweb/fi/LUKE/LUKE__02%20Maatalous__06%20Talous__02%20Maataloustuotteiden%20tuottajahinnat/02_Tuottajahinnat_Maito_v.px/?rxid=001bc7da-70f4-47c4-a6c2-c9100d8b50db (Viitattu 22.9.2016)

Luonnonvarakeskus. 2016b. Maataloustuotteiden tuottajahinnat. Tilastotietokanta. Lihan tuottajahinnat vuosittain (e/100 kg). Saatavissa: http://statdb.luke.fi/PXWeb/pxweb/fi/LUKE/LUKE__02%20Maatalous__06%20Talous__02%20Maataloustuotteiden%20tuottajahinnat/04_Tuottajahinnat_Liha_v.px/?rxid=001bc7da-70f4-47c4-a6c2-c9100d8b50db (Viitattu 22.9.2016)

Luonnonvarakeskus. 2016c. Maataloustuotteiden tuottajahinnat. Tilastotietokanta. Kananmunien tuottajahinnat vuosittain (e/100 kg). Saatavissa: http://statdb.luke.fi/PXWeb/pxweb/fi/LUKE/LUKE__02%20Maatalous__06%20Talous__02%20Maataloustuotteiden%20tuottajahinnat/06_Tuottajahinnat_Kananmunat_v.px/?rxid=001bc7da-70f4-47c4-a6c2-c9100d8b50db (Viitattu 22.9.2016)

Luonnonvarakeskus. 2016d. Maatalouden kannattavuus on kriisirajoilla. Saatavissa: <https://www.luke.fi/uutiset/maatalouden-kannattavuus-kriisirajoilla/> (Viitattu 22.9.2016)

Länsiväylä. 2015. Hämäläinen, J. S-ryhmä julkisti luvut: Näin paljon ”halpuuttaminen” hyödyttää asiakkaita. 3.9.2015. Saatavissa: <http://www.lansivayla.fi/artikkeli/314543-s-ryhma-julkisti-luvut-nain-paljon-halpuuttaminen-hyodyttaa-asiakkaita> (Viitattu 6.10.2016)

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015a. Tiedote. Ruuan ”halpuuttamisen” marginaalia revitty ruuan tuottajien selkänahasta. 19.1.2015. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/tammikuu/fi_FI/halpuuttaminen/ (Viitattu 3.2.2016)

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2016b. Järjestön perustaminen. Saatavissa: https://www.mtk.fi/mtk/historia/jarjeston_perustaminen/fi_FI/jarjeston_perustaminen/ (Viitattu 7.10.2016)

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2016c. MTK:n toiminta-ajatus. Saatavissa: https://www.mtk.fi/mtk/toiminta_ajatus/fi_FI/toiminta_ajatus/ (Viitattu 4.11.2016)

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015d. Tiedote. Pyttipannuprotestiin osallistuneet kuluttajat kaksinkertaistivat tuottajan osuuden ruuan hinnasta - näin suomalaiset reiluuttivat tuottajahintoja. 28.4.2015. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/huhtikuu/fi_FI/pyttipannun_reiluuttaminen/ (Viitattu 4.10.2016)

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2016e. Tiedote. Viljelijät marssivat Helsinkiin - traktorit vyöryvät keskustaan. 1.3.2016. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2016/maaliskuu/fi_FI/traktorimarssi/ (Viitattu 10.10.2016)

Maaseudun Tulevaisuus. 2015a. Vuorela, H. Kriisitukea maidolle, sioille ja velkaisille. 19.10.2015. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/kriisitukea-maidolle-sioille-ja-velkaisille-1.130774> (Viitattu 10.10.2016)

Maaseudun Tulevaisuus. 2016b. Ryytänen, R. Halpuuttaminen iski kipeästi tuottajiin. 15.1.2016. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/halpuuttaminen-iski-kipe%C3%A4sti-tuottajiin-1.136597> (Viitattu 6.10.2016)

Maaseudun Tulevaisuus. 2015d. Torikka, T. S-ryhmään suuttunut MTK julistaa korttisodan. 6.3.2015. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/s-ryhm%C3%A4n-suuttunut-mtk-julistaa-korttisodan-1.94533> (Viitattu 7.10.2016)

Maaseudun Tulevaisuus. 2016e. Ryytänen, R. SOK:n Taavi Heikkilä traktorimarssista: Myötätuntomme on tuottajien puolella. 8.3.2016. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/sok-n-taavi-heikkil%C3%A4-traktorimarssista-my%C3%B6t%C3%A4tuntomme-on-tuottajien-puolella-1.140333> (Viitattu 10.10.2016)

Maaseudun Tulevaisuus. 2015f. ”Halpuutus on hirveä virhe ruokaketjulle”. 9.10.2015. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/halpuutus-on-hirve%C3%A4-virhe-ruokaketjulle-1.130262> (Viitattu 6.10.2016)

Maaseudun Tulevaisuus. 2015g. ”Halpuuttaminen tuhoaa brändit”. 16.12.2015. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/halpuuttaminen-tuhoaa-br%C3%A4ndit-1.135098> (Viitattu 11.10.2016)

Maaseutuviraston (Mavi) internet-sivut. 2016. Saatavissa: <http://www.mavi.fi/fi/Sivut/default.aspx> (Viitattu 19.9.2016)

Maatalousyrittäjien eläkelaitos. 2016a. Tietoa Melasta. Saatavissa: <http://www.mela.fi/fi/tietoa-melasta> (Viitattu 4.11.2016)

Maatalousyrittäjien eläkelaitos. 2016b. Työhyvinvointi. Terveenä työssä. Saatavissa: <http://www.mela.fi/fi/tyohyvinvointi/terveena-tyossa> (Viitattu 20.9.2016)

Markkinointi&Mainonta. 2015a. Halpuutus toi SOK:lle Grand Effien - ”kansallinen ilmiö”. 29.10.2015. Saatavissa: <http://www.marmai.fi/uutiset/halpuutus-toi-sok-lle-grand-effien-kansallinen-ilmio-6295993> (Viitattu 10.10.2016)

Markkinointi&Mainonta. 2016b. Halpuuttaminen on Vuoden markkinointiteko. 21.1.2016. Saatavissa: <http://www.marmai.fi/uutiset/halpuuttaminen-on-vuoden-markkinointiteko-6296753> (Viitattu 10.10.2016)

Markkinointiviestinnän Toimistojen Liitto MTL ry. 2015. Halpuuttamalla Grand Effie -voittajaksi. Effie-uutiset. Saatavissa: <http://mtl.fi/effie/effie-awards/effie-uutiset/halpuuttamalla-grand-effie-voittajaksi> (Viitattu 10.10.2016)

MTV Uutiset. 2015a. STT. MTK: Maatalous tarvitsee nopeasti kriisiapua. 6.9.2015. Saatavissa: <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/mtk-maatalous-tarvitsee-nopeasti-kriisiapua/5298106> (Viitattu 8.11.2015)

MTV Uutiset. 2015b. S-ryhmä hämmästyí MTK:n raivoa - ”halpuuttaminen hyödyttää myös tuottajia”. 6.3.2015. Saatavissa: <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/s-ryhma-hammastyi-mtk-n-raivoa-halpuuttaminen-hyodyttaa-myos-tuottajia/4846300> (Viitattu 6.10.2016)

ProAgrian internet-sivut. 2016a. Saatavissa: <https://www.proagria.fi/tietoa-proagriasta> (Viitattu 22.4.2015)

ProAgrian internet-sivut. 2016b. Saatavissa: <https://www.proagria.fi/toimialat> (Viitattu 22.4.2016)

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkójulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto [ylläpitäjä ja tuottaja]. Saatavissa: http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html (Viitattu 4.5.2015)

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015a. Ruoan hinta laskee Prismoissa: ”Suurin käänne vuosikymmeneen”. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. 18.1.2015. Saatavissa: <http://patarumpu.fi/2015/01/18/ruoan-hinta-laskee-prismoissa-suurin-kaanne-vuosikymmeneen/> (Viitattu 26.9.2016)

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015b. Halpuutimme hintoja. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. 19.1.2015. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/01/19/halpuutimme-hintoja-2/> (Viitattu 6.10.2016)

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015c. Halpuuttaminen ei jää kesälomalle: nyt laskevat grillattavien hinnat. 28.4.2015. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/04/28/halpuuttaminen-ei-jaa-kesalomalle-nyt-laskevat-grillattavien-hinnat/> (Viitattu 17.10.2016)

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2016d. Vuosi halpuuttamista takana: hintojen laskeminen jatkuu. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. 19.1.2016. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2016/01/19/halpuuttaminen-jatkuu/> (Viitattu 6.10.2016)

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015e. #halpuuttaminen: 7 kuuminta kysymystä ja vastausta. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. 22.1.2015. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/01/22/halpuuttaminen-7-kuuminta-kysymysta-ja-vastausta/> (Viitattu 27.9.2016)

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015f. Miten halpuuttaminen oli mahdollista? Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. 29.5.2015. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/05/29/miten-halpuuttaminen-oli-mahdollista/> (Viitattu 6.10.2016)

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015g. Somelaiset syöksyivät keskustelemaan ruoan hinnasta. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. 20.1.2015. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/01/20/somelaiset-syoksyivat-keskustelemaan-ruoan-hinnasta/> (Viitattu 6.10.2016)

S-kanavan internet-sivut. 2016. S-ryhmä lyhyesti. Saatavissa: <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/s-ryhma-lyhyesti> (Viitattu 19.10.2016)

Talouselämä. 2015a. Nyt tuli julma luku maataloudesta: Tuottajahinnat -7 % - halpuutus iski? 16.11.2015. Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/nyt-tuli-julma-luku-maataloudesta-tuottajahinnat-7-halpuutus-iski-6065118> (Viitattu 27.9.2016)

Talouselämä. 2016b. S-ryhmän ”ilkamointi” halpuuttamisella ärsyttää - MT: ”Halpuuttaminen on tehty käymällä tuottajan kukkarolla.” 15.1.2016. Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/s-ryhman-ilkamointi-halpuuttamisella-arsyttaa-mt-halpuuttaminen-on-tehty-kaymalla-tuottajan-kukkarolla-6245351> (Viitattu 10.10.2016)

Tilastokeskus. 2016a. Tietoa tilastoista. Käsitteet ja määritelmät. Tuottajahinta. Saatavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/tuottajahinta.html> (Viitattu 22.9.2016)

Tilastokeskus. 2016b. Tietoa tilastoista. Käsitteet ja määritelmät. Yrittäjätulot. Saatavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/yrittajatulot.html> (Viitattu 22.9.2016)

Työturvallisuuskeskus. 2016. Työstressi hallintaan. Saatavissa: http://www.ttk.fi/tyoelaman_kehittaminen/tyostressi_hallintaan (Viitattu 5.2.2016)

Työterveyslaitos. 2010a. Tietokortti 18. Maatalousyrittäjän työkyvyn tuki (12/2010). Saatavissa: <http://www.ttl.fi/fi/tietokortit/Documents/Tietokortti%2018.pdf> (Viitattu 5.2.2016)

Työterveyslaitos. 2016b. Työn imu. Saatavissa: http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinto/tyon_imu/sivut/default.aspx (Viitattu 20.9.2016)

Työterveyslaitos. 2016c. Työuupumus. Saatavissa: <http://www.ttl.fi/fi/tyohyvinto/tyouupumus/sivut/default.aspx> (Viitattu 25.4.2016)

Yle Uutiset. 2015a. Raivio, M. Ruokakauppojen hintakilpailu - mitä mieltä? 18.1.2015. Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/ruokakauppojen_hintakilpailu__mita_mielta/7744575 (Viitattu 8.11.2015)

Yle Uutiset. 2016b. Niiranen, P. Maataloustukien myöhästymisen yllätti myös ministeriön: ”Asiasta käyty vakava keskustelu maaseutuviraston johdon kanssa”. 1.3.2016. Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/maataloustukien_myohastyminen_yllatti_myos_ministerion_asiasta_kayty_vakava_keskustelu_maaseutuviraston_johdon_kanssa/8709377 (Viitattu 22.9.2016)

Yle Uutiset. 2015c. Pantzar, M. Ruuantuottajat käärmeissään: ”Kauppojen alekampanjat maksatettu meillä”. 24.9.2015. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-8329736> (Viitattu 6.10.2016)

LIITTEET

Liite 1. Teemahaastattelun kysymykset

MAATALOUSYRITTÄJILLE TOTEUTETTUJEN TEEMAHAASTATTELUIJEN RUNKO

I) Haastateltavan taustatiedot

- Haastateltavan sukupuoli
- Ikäsi?
- Siviilisääty?
- Koulutuksesi?
- Miten sinusta tuli maanviljelijä? Viljelijänä vuodesta?
 - Historia, sukupolvenvaihdos?
- Kerro normaalista työpäivästäsi? Miten se vaihtelee?
 - Miten pitkään työskentelet keskimäärin?
 - Millainen on hyvä päivä? Entä huono?
- Kerro harjoittamastasi maatalouden muodosta.
 - Tuotantosuunta, eläinluku yms.? Peltoalan määrä?
- Käytätkö maatalouden harjoittamiseen tai sen suunnitteluun ulkopuolisia tahoja?
- Mitkä ovat olleet suurimpia investointejasi maatalouden harjoittamiseen viime vuosina?
- Työskenteletkö maatilalla pääsääntöisesti yksin?
 - Työskentely: yksin / puoliso / lapset / vanhemmat / yhtymä / muu?
 - Miten maatilalla työt jakautuvat, jos useampia työskentelijöitä?
- Käytätkö tilan hoitamiseen ulkopuolisia työntekijöitä?
 - ei / urakointi / tilatyöntekijä / muu vaihtoehto
 - jos useampia osakkaita; miten työt jakautuvat?
- Minkälaisien tahojen kanssa teet yhteistyötä / olet tekemisissä maatalousyrittäjänä?

II) Työhyvinvointi

- Onko työn ja vapaa-ajan erottaminen helppoa nykyisessä työssäsi?
 - Tilalla asuminen (koti) vs. yrittäminen (työpaikka)
- Miten yrityksesi asiat järjestyvät, jos sairastut tai olet muusta syystä estynyt tekemään työtäsi?
- Mitä teet vapaa-ajallasi?
- Mikä tuottaa iloa arjessa? Töissä tai vapaa-ajalla?
- Mikä huolettaa arjessa? Töissä tai vapaa-ajalla?
- Miten usein lomaillet?
- Miten koet, että yhteiskunnan tarjoamat palvelut tukevat työhyvinvointiasi?
- Oletko hyödyntänyt yhteistyötahojen tarjoamia koulutuspalveluita?
- Miten koet ammattisi etujärjestön tukevan työn tekemistä?

- Millaisia asuinpaikkakuntasi tarjoamia palveluita käytät?
 - Kuinka usein? Mitä?

III) Halpuuttaminen / Oman työn arvostaminen

"Vuoden 2015 alussa S-ryhmä halpuutti hintoja. Pian tuottajahintoja laskettiin. Syntyi kiivas mediakeskustelu ruokatalojen, kaupan ja maanviljelijöiden välillä. Keskustelu jatkuu yhä."

- Mitä mieltä olet mediassa käydystä halpuuttamiskeskustelusta?
 - Keskustelijaosapuolet
- Mille keskustelu tuntui/tuntuu? Otitko keskusteluun jotenkin osaa?
- Vaikuttavatko mediassa esitetyt mielipiteet, julkitulot yms. omaan olemiseesi tai tekemääsi työhön maatalousyrittäjänä?
- Aiheuttaako mediassa käytävä keskustelu maataloudesta paineita menestyä työssä? Miten? Miksi ei?
- Haluaisitko tehdä jotain muuta työtä? Miksi? Miksi ei?
- Miten koet oman työsi aseman yhteiskunnassa?

V) Tulevaisuus

- Onko Sinulla suunnitelmissasi kehittää yritystoimintaasi jotenkin? Millä tavoin aiot tämän toteuttaa?
- Onko tarkoituksesi hankkia lisää koulutusta yritystoimintasi harjoittamiseen?
- Miten koet tulevaisuutesi maatalousyrittäjänä? Miksi?
- Miten koet Suomen maatalouden tulevaisuuden? Miksi?
- Missä näet itsesi maatalousyrittäjänä 10 vuoden päästä? Miksi?

VI) Lopuksi

- Onko Sinulla jotain lisättävää?
- Onko asioita, joita haluaisit vastauksissasi korostaa?

Liite 2. Asiantuntijahaastattelun kysymykset

ASiantuntijahaastattelu

Halpuuttaminen ja halpuuttamiskeskustelu

- 1) Mitä halpuuttaminen tarkoittaa?
- 2) Mikä tarkoitus halpuuttamisella on?
- 3) Mistä halpuuttamiseen liittyvä keskustelu (julkisuudessa) alkoi?
- 4) Mitä asioita keskustelussa on noussut esille?
- 5) Mitkä ovat olleet halpuuttamiskeskustelussa keskeisiä argumentteja?
- 6) Mitä halpuuttamiskeskustelu ja -ilmiö on aiheuttanut organisaatiolenne/yhteiskunnallisesti?

Liite 3. Halpuuttamiskeskustelun aikajanassa esitetty media-aineisto aikajärjestyksessä (Kuva 12). Aikajana koostettu syyskuussa 2016.

- 18.1.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Ruoan hinta laskee Prismoissa: ”Suurin käänne vuosikymmeneen”. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <http://patarumpu.fi/2015/01/18/ruoan-hinta-laskee-prismoissa-suurin-kaanne-vuosikymmeneen/>
- 19.1.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Halpuutimme hintoja. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/01/19/halpuutimme-hintoja-2/>
- 19.1.2015: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015. Tiedote. Ruuan "halpuuttamisen" marginaalia revitty ruuan tuottajien selkänahasta. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/tammikuu/fi_FI/halpuuttaminen/
- 20.1.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Halpuutetut hinnat kiinnostivat: asiakasmäärän kasvu liki 100 000. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/01/20/halpuutetut-hinnat-kiinnostivat-asiakasmaaran-kasvu-lik-100-000/>
- 22.1.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. #halpuuttaminen: 7 kuuminta kysymystä ja vastausta. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/01/22/halpuuttaminen-7-kuuminta-kysymysta-ja-vastausta/>
- 2.2.2015: Kotimaisten kielten keskus. 2015. Kuukauden sanat 2015. Tammikuu. Saatavissa: http://www.kotus.fi/nyt/kuukauden_sana/kuukauden_sanat_2015/halpuuttaa.15117.news
- 1.3.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Halpuuttaminen veti suomalaisten juustojen myynnin nousukiitton. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/03/01/halpuuttaminen-veti-suomalaisten-juustojen-myyntin-nousukiitton/>
- 3.3.2015: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015. Tiedote. MTK:n Ylinen: Ruoantuottajan rattaissa liikaa kapuloita. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/maaliskuu/fi_FI/ruoantuottajan_rattaissa_kapuloita%20/
- 6.3.2015: Maaseudun Tulevaisuus. 2015. Torikka, T. S-ryhmään suuttunut MTK julistaa korttisodan. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/s-ryhm%C3%A4C3%A4n-suuttunut-mtk-julistaa-korttisodan-1.94533>
- 6.3.2015: MTV Uutiset. 2015. S-ryhmä hämmästyi MTK:n raivoa - ”halpuuttaminen hyödyttää myös tuottajia”. Saatavissa: <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/s-ryhman-hammastyi-mtk-n-raivoa-halpuuttaminen-hyodyttaa-myos-tuottajia/4846300>
- 27.4.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Halpuuttaminen koituu kotimaisen tuotannon eduksi. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/04/27/halpuuttaminen-koituu-kotimaisen-tuotannon-eduksi/>
- 27.4.2015: Yle Uutiset. 2015. Kivioja, K-M. Tuottajat tuskailevat ”ilkeää” halpuutus-kampanjaa - ”Kyllä niitä kassanpohjia nyt katsellaan”. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-7956085>
- 28.4.2015: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015. Tiedote. Pyttipannuprotestiin osallistuneet kuluttajat kaksinkertaistivat tuottajan osuuden ruuan hinnasta - näin suomalaiset reiluuttivat tuottajahintoja. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/huhtikuu/fi_FI/pyttipannun_reiluuttaminen/

6.5.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Halpuuttaminen saapui S-marketeihin. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/05/06/halpuuttaminen-saapui-s-marketeihin/>

8.5.2015: Talouselämä. 2015. SOK:n pääjohtaja: ”Jatkamme halpuutuksia - tulee kolmas, neljäs ja viides aalto” Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/sok-n-paajohtaja-jatkamme-halpuutuksia-tulee-kolmas-neljas-ja-viides-aalto-3476124>

29.5.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Miten halpuuttaminen oli mahdollista? Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/05/29/miten-halpuuttaminen-oli-mahdollista/>

23.6.2015: Talouselämä. 2015. Lappalainen, E. Iskikö halpuuttaminen myös lihataloihin? Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/iskiko-halpuuttaminen-myos-lihataloihin-3478216>

1.7.2015: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015. Tiedote. Maanviljelijöiden rahat lopussa. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/heinakuu/fi_FI/Maanviljelijoiden_rahats_lopussa/

6.8.2015: Talouselämä. 2015. S-ryhmä lupaa: Vaihe 1 takana - ”Halpuuttaminen” jatkuu. Saatavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/s-ryhma-lupaa-vaihe-1-takana-halpuuttaminen-jatkuu-3366258>

13.8.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Ruoan hinnan lasku jatkuu: halpuuttamisen uusi aalto tulee nyt. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/08/13/ruoan-hinnan-lasku-jatkuu-halpuuttamisen-uusi-aalto-tulee-nyt/>

19.8.2015: Lehtinen, I. 2015. Kuka halpuuttaa? Tilastokeskuksen Talous- ja ympäristötilasto-yksikön kehittämispäällikkö. Blogikirjoitus. Tieto&Trendit - Talous- ja hyvinvointikatsaus. Julkaisija: Tilastokeskus. Saatavissa: <http://tietotrenditblogi.stat.fi/kuka-halpuuttaa/>

19.8.2015: Taloussanomien. 2015. ”Halpuutus ei ole peräisin pelkästään kaupan kätteestä”. Saatavissa: <http://www.iltasanomat.fi/taloussanomien/art-2000001885093.html>

24.9.2015: Yle Uutiset. 2015. Pantzar, M. ”Ruuantuottajat käänteissään: ”Kauppojen alekampanjat maksatettu meillä”” Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-8329736>

29.9.2015: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015. Tiedote. MTK eroaa elintarvikeketjun kauppatapalautakunnasta. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/syyskuu/fi_FI/kauppatapalautakunta/

21.10.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. S-ryhmän halpuutus toimii - ruokakaupan volyymit kasvoivat. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/uutinen/s-ryhman-halpuutus-toimii--ruokakaupan-volyymit-kasvoivat/2078676_384136

22.10.2015: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015. Tiedote. MTK tyytyväinen K-ryhmän uuteen Tuottajalle kiitos-toimintamalliin. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/lokakuu/fi_FI/mtk-tyytyvainen_kryhman_uuteen_tuottajalle_kiitos_toimintamalliin/

28.10.2015: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2015. Hintojen halpuuttaminen jatkuu - kotimaisen ruoan eduksi. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2015/10/28/hintojen-halpuuttaminen-jatkuu-kotimaisen-ruoan-eduksi/>

29.10.2015: Markkinointi&Mainonta. 2015. Halpuutus toi SOK:lle Grand Effien - ”kansallinen ilmiö”. Saatavissa: <http://www.marmai.fi/uutiset/halpuutus-toi-sok-lle-grand-effien-kansallinen-ilmio-6295993>

5.11.2015: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015. Tiedote. Ruoan kysyntä kasvaa - tuottajan tilipussi ei. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/marraskuu/fi_FI/ruoan_kysynta_kasvaa/

16.12.2015: Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. 2015. Tiedote. Ruokakulttuuriasiamies Syväniemi: Suomalaista ruokaa ei passaa halpuuttaa. Saatavissa: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tiedotteet_2015/joulukuu/fi_FI/ruokaa_halpuuttaa/

15.1.2016: Maaseudun Tulevaisuus. 2016. Ryytänen, R. Halpuuttaminen iski kipeästi tuottajiin. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/halpuuttaminen-iski-kipe%C3%A4sti-tuottajiin-1.136597>

19.1.2016: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2016. Vuosi halpuuttamista takana: hintojen laskeminen jatkuu. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2016/01/19/halpuuttaminen-jatkuu/>

20.1.2016: Yle Uutiset. Aamu-tv. 2016. Santaharju, T. Kaupat: ”Hinnat olisivat laskeneet joka tapauksessa.” Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-8609286>

26.11.2016: STT. 2016. Halpuutus täytti vuoden - ja löi taas läpi mediassa. Saatavissa: <http://stt.fi/halpuutus-taytti-vuoden/>

11.2.2016: Maaseudun Tulevaisuus. 2016. Ryytänen, R. S-ryhmä ei todista, miten se ottaa katteestaan halpuuttamisen vaatimat rahat. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/s-ryhm%C3%A4-ei-todista-miten-se-ottaa-katteestaan-halpuuttamisen-vaatimat-rahat-1.138309>

1.3.2016: Yle Uutiset. 2016. Niiranen, P. MTK masinoi traktorimarssin ja mielenosoituksen Helsinkiin. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-8711375>

8.3.2016: Maaseudun Tulevaisuus. 2016. Ryytänen, R. SOK:n Taavi Heikkilä traktorimarssista: Myötätuntomme on tuottajien puolella. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/sok-n-taavi-heikkil%C3%A4-traktorimarssista-my%C3%B6t%C3%A4tuntomme-on-tuottajien-puolella-1.140333>

11.3.2016: Helsingin Sanomat. 2016. Mansikka, O. Traktorimarssi täytti Helsingin keskustan - ”Ei viljelijää - ei ruokaa”. Saatavissa: <http://www.hs.fi/kaupunki/a1457584981313>

12.3.2016: Yle Uutiset. 2016. Blencowe, A. Ministerin vastaus maatilojen ahdinkoon: Halpuuttajat ja ruuantuottajat saman pöydän ääreen. Saatavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-8739210>

18.3.2016: Maaseudun Tulevaisuus. Ryytänen, R. 2016. SOK:n Heikkilä halpuutuksesta: Mahtipontisuus ei ollut tarkoitus. Lehtiartikkeli. Koko artikkeli ei saatavissa sähköisessä muodossa. Lyhennetty versio ”SOK:n Taavi Heikkilä: ’Tuottajille ei olisi maksettu enempää, vaikka ei olisi halpuutettukaan’”. 18.3.2016. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/sok-n-taavi-heikkil%C3%A4-tuottajille-ei-olisi-maksettu-enemp%C3%A4%C3%A4-vaikka-ei-olisi-halpuutettukaan-1.141050>

21.3.2016: Maaseudun Tulevaisuus. 2016. Pääkirjoitus. Palkittu kampanja ei vakuuta viljelijää. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/puheenaiheet/p%C3%A4kirjoitus/palkittu-kampanja-ei-vakuuta-viljelij%C3%A4-1.141178>

12.4.2016: Maaseudun Tulevaisuus. 2016. Kulmala, M. Halpuuttaminen koituu myös jalostajien vahingoksi. Saatavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/halpuuttaminen-koituu-my%C3%B6s-jalostajien-vahingoksi-1.142819>

28.4.2016: Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2016. Suomalaisten suosikkimakujen kesähalpuutus alkaa. Patarumpu, S-ryhmän marketkaupan keskustelu- ja uutisareena. Saatavissa: <https://patarumpu.fi/2016/04/28/suomalaisten-suosikkimakujen-kesahalpuutus-alkaa/>