

OPINNÄYTETYÖ

Riku Sihvonen 2014

SELVITYS PUNONTAPAJUN KÄYTÖSTÄ  
SUOMESSA VUONNA 2013

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU  
LUONNONVARA- JA YMPÄRISTÖALA  
Metsätalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

# **SELVITYS PUNONTAPAJUN KÄYTÖSTÄ SUOMESSA VUONNA 2013**

Riku Sihvonen

2014

Toimeksiantaja Lapin ammattiopisto

Ohjaaja Arto Ojutkangas

Hyväksytty\_\_\_\_.\_\_\_\_.2014

## LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU

Luonnonvara- ja ympäristöala

Opinnäytetyön tiivistelmä

Metsätalouden koulutus-  
ohjelma

---

<b>Tekijä</b>	Riku Sihvonon	Vuosi 2014
<b>Toimeksiantaja</b>	Lapin ammattiopisto	
<b>Työn nimi</b>	Selvitys punontapajun käytöstä Suomessa vuonna 2013	
<b>Sivu- ja liitemäärä</b>	44+6	

---

Tämä opinnäytetyö on tutkimus siitä, mikä oli punontapajun ja pajutoimijoiden asema Suomessa vuonna 2013. Tutkimuksessa keskityttiin viiteen osa-alueeseen: pajutoimijoiden tämän hetkiseen tilanteeseen, raaka-aineen tutkimiseen, myynnin, markkinoinnin sekä palveluiden ja tuotteiden selvittämiseen, ulkomaisten kontaktien kartoittamiseen ja alan tulevaisuuden kehitykseen. Pääpaino tutkimuksessa oli pajun markkinallisilla arvoilla. Raaka-aineen liikkuminen Suomen sisällä oli keskeinen aihealue. Tutkimus suoritettiin haastattelemalla puhelimitse Suomessa toimivia pajutoimijoita.

Haastattelussa käytettiin suurilta osin avoimia kysymyksiä. Tutkimus on osa Lapin ammattiopiston organisoimaa POLUT-hanketta. Tavoitteena oli haastatella kymmentä alan pitkäaikaista ammattilaista. Loppujen lopuksi haastatteluun osallistui 6 toimijaa. Prosentuaalisesti haastatteluun vastasi täten 60 % aiotusta, mitä voidaan pitää hyvänä vastausprosenttina ja vastauksia täten hyvinkin vartenotettavina. Saadut vastaukset on koottu ja analysoitu Excel taulukko-ohjelmaa hyödyntäen. Opinnäytetyön aineisto on suurilta osin saatu haastatteluista.

Tutkimuksessa selvisi, että pajualla on tällä hetkellä taantumassa. Kehitystyötä tarvitaan ja selvitys antoi lukuisia uusia tutkimusaiheita. Raaka-aineen liikkumisen osalta selvisi, että sitä toimitetaan koko Suomen alueella. Raaka-aineen hankkiminen ulkomailta on vähäistä. Samoin ulkomaalaisten pajutilallisten kanssa tehtävä yhteistyö ei ole kovin yleistä. Pääsääntöisesti yritystoiminta pyörii omalta tilalta tuotetun pajun turvin. Raaka-aine, tuotteet ja palvelut yhdessä luovat toimivan yrityskokonaisuuden.

Avainsanat: pajutoimija, punontapaju, raaka-aine, tutkimus

---

<b>Author</b>	Riku Sihvonon	<b>Year</b>	2014
<b>Commissioned by</b>	Lapland Vocational College		
<b>Subject of thesis</b>	The Report of Using Osier in Finland in 2013		
<b>Number of pages</b>	44+6		

---

This thesis focuses on researching what the situation of osier and tradesmen was in Finland in 2013. The five main parts included in the study were the situation of tradesman now, the willow as a raw material, the sales, marketing, service and products, the contacts to foreign countries and the trend of the business. The most important part of this thesis was the marketing values of osier. Also the shipment of raw material in Finland was an essential subject. The material for this thesis has been gained by phone interviewing the Finnish osier tradesman.

Most of the questions were open ended. The thesis is part of a larger project. The project called: POLUT, has been organized by Lapland Vocational College. The goal was to interview ten long time professionals of this field. Eventually six of them participated in the interview. This means a good response rate and conclusions can be made with good value. The answers have been analyzed by using the Excel-programme. Most of the material for this thesis has been gathered from the interviews.

In the final analysis it became clear that the industry is fighting against the recession these days. The branch of industry needs to be developed and the thesis gave a lot of new topic ideas. It found out that raw material has been shipped to all parts of Finland. Getting the material from foreign countries is really minor. Also the cooperation with foreign tradesmen is not that common. Usually the material for the business has been produced from one's own estate. Material, products and service create together the functional corporate entity.

Key words: willow tradesman, osier, raw material, thesis

<b>SISÄLTÖ</b>	
<b>KUVIO JA TAULUKKOLUETTELO</b>	<b>1</b>
<b>1 JOHDANTO</b>	<b>2</b>
<b>2 PAJUN TEORIAA</b>	<b>4</b>
2.1 Pajualan historia	4
2.2 Pajupunonnan perusteet	5
2.3 Kasvu	6
2.4 Tyypillisimpiä punonnassa käytettyjä lajikkeita	7
2.5 Toimialan kuvaus	8
2.6 Luonnontuoteala Suomessa	9
2.7 Käsityö	10
2.8 Käsitöiden tarkoitus	11
2.9 Käsityöyrittäjyyden haasteet	12
<b>3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS</b>	<b>14</b>
3.1 Tutkimuksen valinta	14
3.2 Tutkimuksen eteneminen	14
<b>4 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA NIIDEN TARKASTELU</b>	<b>17</b>
<b>4.1 Haastateltavien perustiedot</b>	<b>17</b>
4.1.1 <i>Tausta</i>	17
4.1.2 <i>Pajutoimijoiden näkemyksiä omasta alasta tällä hetkellä</i>	18
<b>4.2 Raaka-aine</b>	<b>18</b>
4.2.1 <i>Näkemykset markkinoista raaka-aineen suhteen</i>	18
4.2.2 <i>Raaka-aineen kasvattaminen punteissa mitattuna</i>	19
4.2.3 <i>raaka-aineen hankinta Suomessa</i>	20
4.2.4 <i>Raaka-aineen toimittaminen Suomessa</i>	21
4.2.5 <i>Raaka-aineen taloudellinen kannattavuus</i>	22
4.2.6 <i>Pajulajikkeiden ominaisuuksia</i>	22
<b>4.3 Myynti ja markkinointi, pajutuotteet ja palvelut</b>	<b>23</b>
4.3.1 <i>Myydyimmät pajulajikkeet</i>	23
4.3.2 <i>Myyntihinnat</i>	24
4.3.3 <i>Pajutuotteet</i>	26
4.3.4 <i>Palvelut ja erikoistuminen</i>	27
4.3.5 <i>markkinointi</i>	29
<b>4.4 Ulkomaat</b>	<b>30</b>
4.4.1 <i>Raaka-aineen hankkiminen</i>	30
4.4.2 <i>Valmiiden tuotteiden hankkiminen</i>	30
4.4.3 <i>Markkinointi ja yhteistyö</i>	31
<b>4.5 Tulevaisuuden näkymät pajutoimijoilta</b>	<b>32</b>
4.5.1 <i>Tulevaisuuden paju-alan kehitys Suomessa</i>	32
4.5.2 <i>Alan jatkokoulutus mahdollisuudet</i>	33
4.5.3 <i>Tilaisuudet, neuvonta ja tuki</i>	34
4.5.4 <i>Hankkeet</i>	34
<b>5.6 Kommentit</b>	<b>35</b>
<b>5 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>37</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>43</b>
<b>LIITTEET</b>	

**KUVIO JA TAULUKKOLUETTELO**

Kuvio 1. Antrean verkko	5
Kuvio 2. Markkinat raaka-aineiden osalta	18
Kuvio 3. Raaka-aineen toimittaminen Suomen alueella, suosituimpien pajulajikkeiden suhteen	22
Kuvio 4. Kolme ominaisuuksiltaan parasta pajulajiketta	23
Kuvio 5. Myytävimmät pajulajikkeet	24
Kuvio 6. Erikokoisten punttien hintavertailua	25
Kuvio 7. Myyntipiikkien sijoittuminen neljännesvuosittain ja niiden volyymi prosentteina koko vuoden sesongista	26
Kuvio 8. Taloudellisesti kannattavimman metodin vertailu	28
Kuvio 9. Kolmeen ikäluokkaan jaettu ostoryhmä	29

## 1 JOHDANTO

Paju on monipuolinen luonnonmateriaali ja sen käytöllä on pitkät perinteet. Pajun versoja on käytetty erilaisten huonekalujen, tarve-esineiden ja muiden elementtien, kuten aitojen rakentamiseen. Pajukorit ovat yksi tyypillisimmistä punontatuotteista. Mattoja, köysiä ja muita kudonnaisia voidaan valmistaa kuoren sisäosista. Itse kuorta pystytään käyttämään nahkojen parkitsemisessa tai siitä voidaan valmistaa tulehduskipulääkettä, aspiriinia. (Yrntitarha 2013.) Kuorta voidaan käyttää myös värjäämiseen (Lumoverkosto 2014).

Pajut kuuluvat pajukasvien heimoon. Erilaisia pajulajeja tavataan maailmalla noin 300-500 kappaletta, joista Suomessa kasvaa arviolta 30 lajia. Pajut pystyvät risteytymään helposti keskenään, mikä vaikeuttaa niiden tunnistamista. (Tahvanainen 1995, 10.)

Paju on erittäin nopeasti kasvava (Tahvanainen 1995, 14.) puuvartinen kasvi (Tahvanainen 1995, 10.) ja sitä voidaan käyttää myös uusiutuvan energian raaka-aineena. Pajulla on havaittu olevan myös veden laatua parantavia vaikutuksia. Tietyt lajikkeet pystyvät sitomaan itseensä tehokkaasti muun muassa: fosforia, typpeä, sinkkiä, kadmiumia ja muita raskasmetalleja. (Tahvanainen 1995, 17-18.)

Mielestäni pajun punontaan liittyvää kirjallisuutta löytyy runsaasti. Myös pajunviljelyyn liittyviä tutkimuksia on tehty vuosien aikana paljon. Vastaavasti taas pajutoiminta alana ei ole kovin tuttu tai siitä ei ole tutkimustietoa. Tiettyjä mainintoja löytyy harvakseltaan erinäisistä lähteistä.

Opinnäytetyöni tavoitteena onkin selvittää niitä tekijöitä, joilla pajusta saadaan mahdollisimman paljon hyötyä pajutoimijalle. Lähestymistavaksi opinnäytetyölle on otettu itse raaka-aineen tarkastelu, paju. Tämän aiheen ympärille on nidottu markkinointiin liittyviä osia. Minkälaiset markkinat raaka-aineiden osalta on olemassa? Miten raaka-aine liikkuu Suomen sisällä? Mitkä ovat ulkomaalaiset vaihtoehdot markkinoiden ja kaupanteon suhteen? Samalla tutustutaan pajutoimintaan ja selvitetään mikä on pajunpunonnan ja pajutoimijoiden asema Suomessa vuonna 2013.

Tutkimus on osa Lapin ammattiopiston organisoimaa POLUT-hanketta. Tutkimus suoritettiin haastattelemalla puhelimitse Suomessa toimivia pajutoimijoita. Päämääränä oli haastatella kymmentä eri puolella Suomea toimivaa alan yrittäjää ja hankkia tätä kautta mahdollisimman laaja perspektiivi erilaisiin ja erikokoisiin yrityksiin ja heidän tapaansa toimia.

Haastatteluun suostui kuusi ammattilaista. Prosentuaalisesti haastatteluun vastasi täten 60 % aiotusta määrästä, mitä voidaan pitää hyvänä vastausprosenttina. Osa potentiaalisista haastateltavista kieltäytyi suoraan haastattelusta liikesalaisuuksien takia, osa taas oli muuttanut toimenkuvaansa niin paljon, etteivät haastattelukysymykset kohdanneet yrittäjän toimikenttää. Haastattelussa on kiinnitetty huomiota vastausten perusteellisuuteen ja informaatioarvoon, ei niinkään lukumäärään.

Haastattelu jaettiin viiteen pääosa-alueeseen: pajutoimijoiden tämän hetkiseen tilanteeseen, punonnassa käytettävien raaka-aineiden tutkimiseen, ulkomaisten kontaktien kartoittamiseen ja alan tulevaisuuden kehityssuuntauksiin. Samalla selvitettiin markkinoiden, palveluiden ja tuotteiden tilannetta.

Haastattelujen pohjalta tehdyn tutkimuksen tarkoitus on edistää alan yrittäjyyttä. Vastauksista koottujen keskiarvojen perusteella nähdään tämän hetken kehityssuuntauksia ja alan toimijat pystyvät halutessaan mukauttamaan toimintaansa sen mukaan. Myös pajutoimintaa tukevat organisaatiot, kuten kansalaisopistot ja ammattikoulut näkevät tämän hetken trendin ja pystyvät tätä kautta kehittämään omaa toimintaansa, kuten tulevien kurssien ja hankkeiden informaatioisisältöä. Selvitys antaa myös aiheita uusille tutkimuksille ja opinnäytetöille.

Kysymyksiin saadut vastausprosentit on esitetty liitteenä. Pääsääntöisesti kaikkiin osa-alueisiin saatiin kiitettävästä vastauksia. Ulkomaan osa-alueeseen vastauksia tuli heikosti, sillä usealla pajutoimijalla omaan toimenkuvaan ei kuulunut ulkomaan kauppaa tai liikesalaisuuksien vuoksi he eivät halunneet antaa vastauksia kysymyksiin.



## **2 PAJUN TEORIAA**

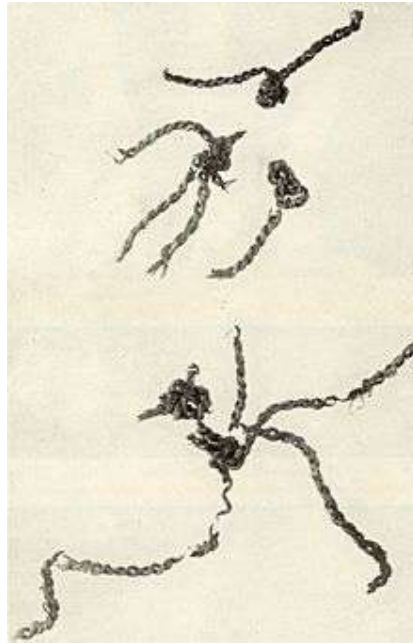
### **2.1 Pajualan historia**

Historiallisesti vanhin pajulöytö, Antrean verkko löydettiin vuonna 1914 Karjalankannaksella (Kuvio 1). Verkon iäksi on arvioitu yli 10 000 vuotta, joten pajutoiminnalla on hyvin vanhat juuret. (Museovirasto 2014.)

Suomessa pajun punontaa on harrastettu kasvavissa määrin 1800-luvulta lähtien. Erityisesti Lapuan ja Etelä-Pohjanmaalla Ylihärmän alueilla punontataito kehittyi varhain ja se kasvoi suhteellisen laajamittaiseksi. Korinpunontataidon opettamisessa tärkeä merkitys oli Viktor Julius von Wrightilla. Hän perusti vuonna 1879 Helsinkiin paju- ja rottinkitaratehtaan ja se toimi yli puolen vuosisadan ajan. Tuolloin pajusta tehtiin kalanpyydyksiä eli vitsamertoja, erilaisia koreja sekä huonekaluja ja lastenvaunuja. Toisen maailmansodan aikaan Englannin armeija teki suuren pajutyötöilauksen, johon kuului kahden miljoonan korilaukun tekeminen. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005.)

Alan edelläkävijä maana voidaan pitää Ranskaa, jolla oli vuonna 1909 pajunviljelyyn tarkoitettua viljelypinta-alaa 100 000 hehtaaria. Muita suuria pajunviljelymaita ovat olleet Puola, Itävalta-Unkari, Hollanti ja Saksa. Suomessa käsiteollisuustarkoituksiin pajua on viljelty aina 1960-luvulle saakka. (Tahvanainen 1995, 11.)

Haastattelussa ilmeni, että pajutoimintaan ja luonnonmateriaalien hyödyntämiseen kohdistuva käyttö on hiipunut 1950-luvulta alkaen muoviteollisuuden voimistumisen seurauksena. Loppujen lopuksi luonnonmateriaalien hyödyntämiseen kohdistuva kiinnostus on elänyt sen mukaan, millaisia käyttömahdollisuuksia niille on löydetty. Pajualalla vuosien 1990-2000 välinen jakso on ollut viimeisin murrosvaihe. Uusia käyttötarkoituksia ja innovaatioita odotetaan.



Kuvio 1. Antrean verkko

## 2.2 Pajupunonnan perusteet

Pajupunonnassa on mahdollista käyttää useita erilaisia lajikkeita. Tietty lajike voi sopia paremmin tiettyyn käyttötarkoitukseen, mutta loppujen lopuksi valinta on itse tekijällä. Monet kertoivat haastattelun yhteydessä, että yhdistelemällä erilaisia pajuja työskentelyssä saadaan aikaan näyttäviä tarveseineitä.

Punonnassa käytetyimpiä ovat 50-120 senttimetrin pituiset pajut. Punontapajuksi parhaiten sopii yhden-kahden vuoden mittainen piiskapaju. Oksattomuus ja pajun ydinosan tulee olla mahdollisimman pieni käsiteltävyyden helpottamiseksi. (Savolainen-Väätäinen 2004, 15.) Isompiin elementteihin, kuten aitoihin käytetään tietysti pitempää pajua.

Kuoripajut korjataan syystalvella. Kuoripajulla tarkoitetaan pajua, jonka kuorta ei ole kuorittu. Kuorimatonta pajua käytetään yleisesti ottaen enemmän pajupunonnassa. On tosin huomattava, että yksittäinen paju kutistuu kuivuessaan, jolloin punos löystyy eli haristuu. Kuori voi myös lohkeilla kovassa käytössä. (Savolainen-Väätäinen 2004, 15.) Kuorellisen pajun kuivuminen ja liotusaika ovat pitkiä (Lumoverkosto 2013). Etuina mainittakoon mahdollisuus yhdistää erivärisiä lajikkeita ja näin saada aikaan

kirjavia töitä. Keräämisen pystyy aloittamaan heti lehtien pudottua ja sitä on mahdollista jatkaa tammikuun lopulle asti (Savolainen-Väätäinen 2004, 15).

Pajupunonnassa on mahdollista käyttää myös kuorittua pajua. Tällöin kuivuminen ja liotus tapahtuvat muutamassa tunnissa (Savolainen-Väätäinen 2004, 19). Kuoriminen vaatii oman työpanoksensa, mutta kuoritusta pajusta tehdyt punokset ovat kestävämpiä, sillä ne eivät kutistu kuivuessaan (Savolainen-Väätäinen 2004, 15). Kuoresta voidaan tehdä muun muassa köysiä tai sitä voidaan käyttää värjäämiseen. Kuorittavat pajut kerätään keväällä, ennen kuin lehdessä on kanta (Savolainen-Väätäinen 2004, 18).

Kerätyt pajut voidaan lajitella ja niputtaa joko paksuuden, värin tai pituuden mukaan (Lumoverkosto 2013). Yleensä pituuden mukaan lajiteltaessa käytetään 20 senttimetrin välin asteikkoa ja yhteen nippuun tai toiselta nimeltä punttiin niputetaan 100 kappaletta saman lajin pajua. (Tässä opinnäytetyössä puntti ja nippu tarkoittavat samaa asiaa eli sadan määrämittaisen lajikkeeltaan samanlaisen myyntikelpoiseksi valmistetun punontapajun pinkkaa). Tässä tietysti tapahtuu vaihtelua eri toimijoiden välillä. Esimerkiksi nippuja on mahdollista niputtaa ja myydä myös painon mukaan (Tilakäynti pajutilalla 2013).

Niputuksen jälkeen pajut kuivataan pystyasennossa. Kuivuminen kestää kuorellisella pajulla noin puoli vuotta. Kuivuminen tekee pajuista sitkeitä ja hyviä punottavaksi. Tärkeää on huolehtia varaston riittävästä ilmanvaihdosta, homehtumisvaaran estämiseksi. (Savolainen-Väätäinen 2004, 16.)

Jotta kuivatut pajut saadaan notkistettua punontaan sopiviksi, tulee ne liottaa vedessä. Kuorelliselta pajulta liotus vie 7-8 vuorokautta. Kuoritulta pajulta liotukseen vaadittava aika on vain muutama tunti. Myös kuivuminen tapahtuu kuoritulta pajulta säästä ja kuivaustavasta riippuen 2-3 tunnissa. (Savolainen-Väätäinen 2004, 17-19.)

### **2.3 Kasvu**

Paju on nopeakasvuinen ja runsastuottoinen laji. Hehtaarin alalle pystytään istuttamaan 80 000-200 000 pistokasta (Tahvanainen 1995, 21). Pistokkaalla tarkoitetaan isäntä pajusta katkaistua noin 20 senttimetrin pätettä, joka

istutetaan maahan ja alkaa kasvaa (Puutarhan viemää 2012). Tällöin kasvavat pajut ovat isäntänsä klooneja eli ne ovat geneettisesti samanlaisia.

Mikäli yhden pistokkaan eli taimen oletetaan kasvattavan keskimäärin 20 vesaa, teoreettinen hehtaarin kokoisen viljelyalan tuotto on tällöin 1 600 000-4 000 000 punontaan soveltuvaa pajua (Tahvanainen 1995, 21). Pajua jota käytetään tuotteiden valmistukseen kutsutaan tottumustavasta riippuen punospajuksi tai punontapajuksi (Jakobsen 2008, 15). Itse punominen tarkoittaa pajujen taittelua toistensa lomaan siten, että syntyy haluttu tuote. On huomattava, että punomistekniikoita on erilaisia (Savolainen-Väättäinen 2004, 25).

Viljeltävät pajut ovat laadultaan tasaisia. Luonnonmukaiset pajut ovat paksuudeltaan vaihtelevia tai mutkaisia. Lisäksi ne katkeavat tai murtuvat helpommin käsittelyssä. (Savolainen-Väättäinen 2004, 15.) Nykyisin punontaan käytettävät pajut pyritään yhä enemmän viljelemään, sillä viljelty paju on punontaominaisuuksiltaan parempaa, suurempaa, tasalaatuisempaa, värivalikoimaltaan monipuolisempaa ja helpommin liotettavaa. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005.)

#### **2.4 Tyypillisimpiä punonnassa käytettyjä lajikkeita**

Pajutoimija on henkilö, joka kasvattaa ja prosessoi pajua tuotteiksi ja myyntiin. Pajutoiminnan elinkeinon harjoittamiseen kuuluu raaka-aineen kasvatuksen lisäksi, valmiiden tuotteiden, sekä oheistuotteiden myynti ja palvelujen tarjoaminen. Työskentelyssä on mahdollista käyttää useita erilaisia pajuja ja niiden yhdistelmiä. Esimerkiksi huurrepaju (*Salix acutifolia*) on ulkokäyttöön soveltuva lajike ja se kasvaa noin 150-250 senttimetrin pituiseksi. Väritään huurrepaju on tummanpunainen, huurteinen. (Luontovakka 2013.)

Toinen ulkokäyttöön soveltuva pajulajike on siperianpaju (*Salix schwerinii*) Kasvukauden aikana se saavuttaa 100-400 senttimetrin pituuden. Yhdestä taimesta kasvaa 1-10 vesaa. (Koiramäen pajutila.) Se soveltuu isoihin töihin ja kestää sääolosuhteita hyvin vahamaisen pinnan ansiosta. Väritään siperianpaju on ruskea. (Tolvasen pajutila 2013.)

Kolmas ulkotöihin soveltuva pajulajike on koripaju (*Salix viminalis*). Taimesta kasvaa 5-16 vesaa, jotka ovat loppujen lopuksi 100-220 senttimetrin pituisia ja harmaanvihreitä. Ulkotöiden lisäksi se soveltuu paksuutta vaativiin kohtiin. (Koiramäen pajutila 2013.)

Se missä koripaju soveltuu paksuutta vaativaan työskentelyyn, jokipaju (*Salix triandra*) kuuluu hienoihin punontapajuihin. Se kasvattaa 5-17 vesaa/taimi, jotka kasvavat 60-160 senttimetrin pituisiksi. Lisäksi se on niukasti haarova lajike. (Marjamäen Pajutila 2014.)

Toinen hienoksi luokiteltava punontapaju on vakkapaju (*Salix mollissima*). Väriltään paju on oranssinruskea ja se kasvaa 80-200 senttimetrin pituuteen. Yhdestä taimesta kasvaa 4-26 vesaa. (Koiramäen pajutila 2013.)

Yksi käytetyimmistä punontapajuista on punapaju (*Salix purpurea*). Yhdestä taimesta voi kasvaa 5-34 vesaa. Vesat ohuita ja 80-180 senttimetrin pituisia. (Koiramäen pajutila.) Tuoreena punapaju on väriltään punainen, kuivana vihreä (Tolvasen pajutila 2013).

Hienon värinsä vuoksi pajupunonnassa käytetään myös korallisalavaa (*Salix britzensis*). Väriltään se on tuoreena latvasta voimakkaan punainen ja tyvestä keltainen. Kuivuessaan paju muuttuu sitä vastoin oranssiksi. (Tolvasen pajutila 2013.) Vesat kasvavat 100-220 senttimetriä pitkiksi ja niitä kasvaa 3-10 kappaletta/taimi (Koiramäen pajutila 2013).

## **2.5 Toimialan kuvaus**

Yksinkertaisesti määriteltynä pajutoiminta on käsityöyrittäjyyttä, joka kuuluu toimialana luontoyrittäjyyden piiriin (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005). Luonnon aineettomat arvot ja uusiutuvien luonnonvarojen käyttö korostuvat erityisesti luontoyrittäjyydessä (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005). Toisenlainen määritelmä luontoyrittäjyydelle (eli tässä tapauksessa pajutoimijalle) on luonnon tarjoamiin elämyksiin ja luonnonantimiin perustuvaa yrittäjyyttä (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005). On huomattava, että toimijalla tulee olla riittävä tietotaito, niin yritysmaailman toimikentästä kuin myös luonnonvara-alan osaamisesta. Useasti luontoyrittäminen on pienyrittäjyyttä. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005.) Oma osaamistaan kannattaa puntaroida niin, markkinoinnin,

budjetoinnin kuin ajankäytön kannalta. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005).

Pienyrittäjyydessä eli käsityöyrittäjyydessä pajualan sektorilla oman yritystoiminnan hoitaminen on haastavaa, sillä useasti toimija on: tuotteen suunnittelija, valmistaja, markkinoija ja lisäksi hän hoitaa yrityksen taloudellisen puolen (Soini-Salomaa 2012, 53).

Useimmissa tapauksissa tämän alan yrityksistä tärkeämmäksi tavoitteeksi liiketoiminnalle nousee kasvun kannattavaksi saattaminen, ei niinkään suureksi kasvaminen. Monet alan yrittäjät näkevätkin itsensä ammatinharjoittajina, jotka hankkivat oman toimeentulonsa käsityötaidoillaan. (Soini-Salomaa 2012, 54-55.)

## **2.6 Luonnontuoteala Suomessa**

Luonnontuotteilla tarkoitetaan sekä luonnonvaraisia että puoliviljeltyjä marjoja, sieniä ja yrttejä sekä erikoisluonnontuotteita (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005). Näistä pajut luokitellaan erikoisluonnontuotteisiin ja tarkemmin määriteltynä erikoisluonnontuotteiden käsityö- ja koristetuotteiden haaraan. Erikoisluonnontuotteet ovat kierrätettäviä ja uusiutuvia raaka-aineita. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005.) Luonnontuoteala on kehittymässä, sillä kuluttajien ympäristötietoisuus kasvaa koko ajan. Valitettavasti Suomessa käytetystä käsityö- ja koristemateriaalista vasta pieni osa tuotetaan kotimaassa (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005).

Luonnontuotteilla ja niiden hyödyntämisellä on Suomessa pitkät perinteet, sillä Suomen maa-alasta noin kaksi kolmasosaa on metsää ja se onkin täten Euroopan metsäisin maa (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005). Siinä missä luonnontuotteita on poimittu jo pitkään, on myös pajun suosio kasvanut punontamateriaalina. Alan harrastekurssit ovat yleisiä. Suomeen on perustettu useita pajuun keskittyneitä yrityksiä, joiden pajunviljelyn ansiosta markkinoille on saatu tuotettua myös kotimaista raaka-ainetta jossain määrin. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005.)

Viimeisimmän kymmenen vuoden aikana raaka-aine kauppaa harjoittavien yrittäjien kannattavuus on heikentynyt. Syynä tähän on Suomen liittyminen

Euroopan Unioniin 1995, jolloin tullisuoja poistui ja kotimaisen raaka-aineen kilpailukyky heikkeni. Tämä on vaikuttanut myös pienten yritysten vähenemiseen. (Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005.)

## 2.7 Käsityö

Yksinkertaisimmillaan käsityön määritteellä tarkoitetaan joko käsin tai käsissä pidettävien työkaluin tehtyä työtä tai käsin valmistettua tuotetta. Se on siis samalla sekä tekemistä, mutta myös loppuun asti valmistettu tuote. Käsityöllä on myös erilaisia arvoja ja ulottuvuuksia: kulttuurisia, moraalisia, taloudellisia, teknisiä, esteettisiä ja sosiaalisia. Sosiaaliset arvot viittaavat terapiaan ja harrastustoimintaan. Estetiikka välittyy valmiiksi luodun tuotteen kauneuden ihannointina. Teknisillä ulottuvuuksilla tarkoitetaan tuotantotekniikan joustavuutta ja tuotteen tehokkuutta. Ympäristökäsitteet viittaavat moraalisiin merkityksiin ja kulttuuriset arvot sitä vastoin ovat taiteeseen, historiaan ja paikalliskulttuureihin sidottuja. Taloudelliset merkitykset liittyvät myös vahvasti käsityörittäjyyteen. (Soini-Salomaa 2012, 41.)

Taidot yleisellä tasolla, kädentaidot sekä taitavuus liittyvät keskeisesti käsillä tekemiseen ja käsityöhön. Sanaa taito voidaan mieltää kolmella eri tasolla: se on valmiutta ja kykyä suorittaa tiettyjä opeteltavissa ja puhuttavissa olevia asioita. Se on tietoon perustuvaa osaamista. Taito kuvastaa tekijän inhimillisyyttä. (Soini-Salomaa 2012, 41.) Se on myös kykyä jota hankitaan henkilökohtaisella kokemuksella todellisuuden kanssa. Tätä nimenomaista kykyä kehitetään harjoittelemalla ja uusien kokemusten kautta. On huomattava, että käsityörittäjyys ei ole yksinään toimijan taidoista ja tiedoista pohjautuvaa tekemistä, vaan ennemmin tulisi puhua näiden kahden sanan yhteismerkityksestä: tietotaito. Voidaankin mieltää, että jos: tieto ei johda tavoiteltuun päämäärään ja osaamiseen, niin onko tiedolla arvoa? Toisaalta taas pelkkä osaaminen ja taito luomiseen ei yksin riitä, vaan tulisi ymmärtää tietotasolla mitä tekee. (Soini-Salomaa 2012, 42.)

Käsityöyritysten valmistamista tuotteista merkittävä osa on yksittäiskappaleita tai pienimuotoista sarjatuotantoa. Valmistetut tuotteet ovat esimerkiksi käyttöesineitä sisustukseen. Yritystoiminnan lähtökohtana on toimijan oma tuote- ja tai palveluidea, jota lähdetään kehittämään oman ammatillisen osaamisen puitteissa. Tuoteideoitten toteuttaminen, valmistaminen, myynti ja

uusien tuotteiden suunnittelu ja palvelujen kehittäminen ovat käsityörittäjyyden peruskulmakiviä. Alan erityispiirteisiin kuuluu vahva halu toteuttaa käsityötekniillistä osaamistaan ja taiteellista näkemystään. Toinen merkittävä huomio toiminnalle on se, että menestymisen tavoitteita ei mitata vain taloudellisilla kriteereillä. Menestymisen mittareina toimivatkin useimmissa tapauksissa; asiakas tyytyväisyys, tuotteiden laatu, toimijan ja yrityksen imago sekä oman työskentelyn toimintavarmuus. (Soini-Salomaa 2012, 52.)

Kuvattaessa käsityön vaiheita teoriatasolla, tärkeimmiksi ja näkyvimmiksi elementeiksi muodostuvat suunnittelu ja tuotteen valmistus. Suunnittelu ja valmistus edellyttävät erilaista osaamista. Konkreettinen käsinkosketeltava tuote syntyy vaiheittain mielikuvien kautta. Suunnittelu on ajatustasolla tapahtuvaa kognitiivista työskentelyä, kun taas valmistus on kyseisten mielikuvien ja suunnitelman jalostamista käytettävissä olevien materiaalien, välineiden ja toimien avulla itse tuotteeksi. (Soini-Salomaa 2012, 44.)

Keskeisenä lähtökohtana käsityölle on tarve toteuttaa itseään käsin tekemällä. Näin on ollut aina ja tulee aina olemaan. Käsityön historia osoittaa, että huolimatta vallitsevan ajan sen hetkisestä tilanteesta, se on säilynyt alana. Käsityön vahvuuksiin alana mainittakoon sen kyky olla vuorovaikutuksessa ihmisten ja ympäristön kanssa. Se pystyy mukautumaan käsillä olevaan ajan virtaan. (Soini-Salomaa 2012, 45.)

## **2.8 Käsitöiden tarkoitus**

Käsityötuotteet on valmistettu perinteisesti ”inhimillisen” kokoisiksi. Näin niitä pystyy koskettamaan ja niissä on tunneperäistä voimaa. Niitä voidaan pitää kädessä ja samalla ne kertovat jotain tekijästään. (Kaukinen-Collanus 2006, 20.)

Käyttöesineet voivat uudistaa tietoisuuttamme henkilökohtaisella tasolla. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi arkielämän erityistilanteiden juhlistamista toisen ihmisen käsin tehdyillä käyttöesineillä. Nykypäivän materialistisessa ”poisheittoyhteiskunnassa” pajutuotteet luovat mahdollisuuksia, kun halutaan antaa lahjaksi jotain uniikkia ja erottua massasta tuote tasolla. Ainutlaatuinen lahja on verrattavissa esimerkiksi hyvään musiikkiin mielen kohottajana. Käsintehty lahja on aina erityinen, sillä sen valmistaminen vaatii tietotaitoa,



se on ainutlaatuinen ja harvinainen. Käyttöesineelle syntyy myös lisäarvoa sen valmistamiseen käytetystä ajasta johtuen. (Kaukinen-Collanus 2006, 21.)

Yleensä lahjoiksi valitaankin käsin tehtyjä tuotteita, sillä sen antaminen on tunneperäistä kommunikointia niin lahjan saajan kuin antajan välillä. Täten henkilöiden välille syntyy myös tietynlainen suhde esineen kautta. Myöhemmässä vaiheessa kyseiseen tuotteeseen sisältyy paljon muistoja ja tunnesiteitä, joita voidaan muistella myöhemmin. Voidaankin ajatella, että käsituotteet eli tässä tapauksessa pajutuotteet antavat iloa omistajalleen hyvin pitkällä aikavälillä. Onkin oletettavaa että käsintehtyjen lahjaesineiden tarve tulee lisääntymään globalisoituvassa maailmassa. (Kaukinen-Collanus 2006, 21.) Lisäksi monille kulttuureille käsityön kieli on yhteinen. Jokainen pystyy ymmärtämään tuotteen merkityksen, käyttötarkoituksen ja arvon. On tehty arvioita, että Euroopassa noin 60 % matkailijoista on ostanut matkailukohteissaan käsityötuotteita. (Kaukinen-Collanus 2006, 22.)

Nykypäivän käsityöharrastajat eivät välttämättä ajattele työskentelyssään tärkeimmäksi tavoitteeksi itse lopputulosta. Yksin tai yhdessä tekeminen ja oman itsensä haastaminen sekä luova suunnittelu ovat tärkeämpiä asioita. (Kaukinen-Collanus 2006, 40.) Käsitöiden tekeminen on myös virkistävää ajanvietettä ja sillä on selkeä mielialaa kohottava merkitys. Siinä missä vanhemmat ihmiset kokevat käsityöharrastuksen muistin harjoittamisen välineenä, pääsevät keski-ikäiset ihmiset palaamaan työskentelyn lomassa ajassa taaksepäin takaisin muistoihinsa ja miettimään omaa elämänsä kulkuaan. Yksinäiselle ihmiselle käsityö voi olla kuin hyvä ystävä. (Kaukinen-Collanus 2006, 70.)

## **2.9 Käsityöyrittäjyyden haasteet**

Käsityölle on 1960-luvulla alkaneen postmodernismiksi nimetyn kauden jälkeen ilmennyt monia uusia haasteita. Muun muassa kaupungistuminen, energiakriisit, työttömyys, informaatioteknologian ja kaupallisuuden lisääntyminen ovat olleet tekijöitä, jotka ovat vaikuttaneet koko yhteiskuntaan lähihistoriassa. Kyseiset tekijät ja ilmiöt ovat vaikuttaneet ja muokanneet ajan saatossa myös käsityön harrastamista ja käsityön ammattina harjoittamista. (Kaukinen-Collanus 2006, 19.)

Teollistumisen alkuaajoista saakka on pelätty, että uusi kehittyvä teknologia tulee korvaamaan käsityötuotteet ja käsityöllisen toiminnan. Nykyaikainen käsityö on syntynyt vastakulttuurina teollisuudelle, koska käsin tekemistä ei aikaisemmin ole voitu erottaa muusta työstä. (Kaukinen-Collanus 2006, 19.)

Käsityölle viimeisin haaste on teknologisen kehityksen virtuaalitekniikka. Virtuaalisen kokemusmaailman myötä saattaa tulevaisuudessa herätä kaipuu takaisin juurille. Lähinnä tällä tarkoitetaan muiden aistien kuin näköaistilla koettavia aistikokemuksia. Käsityöt tarjoavat konkreettista käsin kosketeltavaa tarttumapintaa reaali maailmaan. (Kaukinen-Collanus 2006, 27.)

### **3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

#### **3.1 Tutkimuksen valinta**

Pajuun liittyvää kirjallisuutta löytyy runsaasti muun muassa viljelystä ja erityisesti punontaan ja tuotteiden valmistukseen liittyvistä aihepiireistä. Sen sijaan pajualan yrittäjyysoiminnasta kertovia tutkimuksia on tehty niukalti. Alana tämä käsityöyrittäjyyden sara on vieras. Myöskään ”paju punontatyön raaka-aineena” tyyliä tutkimuksia ei ole tiettävästi tehty.

Aiheen opinnäytetyölleni sain Lapin ammattiopiston organisoimalta POLUT-hankeelta, helmikuun alussa vuonna 2013. Hankkeen päälähtökohdat on jaettu seuraavanlaisiin osa-alueisiin. Se tarjoaa muun muassa: tukea pohjoisten luonnonraaka-aineiden tuottajille ja tuotannosta kiinnostuneille. Tutkimustietoa toiminnan aloittamiselle tai sen kehittämiseksi. Yhteistyökumppaneita ja työvälineitä, sekä kehitystyötä Lapin ammattiopiston luonnontuotealan opetukseen (Lao 2014).

Hanke oli lähtenyt tutkimaan pajua raaka-aineena ja tuotteena, jo vuoden 2012 puolella. Tätä selvitystyötä hoiti Hanna-Leena Juntti. Selvitystyön jälkeen heräsi kysymys pajun markkinallisten arvojen tutkimisesta. Kyseisiä tutkimuksia ei isommassa mittakaavassa ole julkaistu, joten selvitykselle oli ehdoton tarve. Täten sain aiheen opinnäytetyölleni.

#### **3.2 Tutkimuksen eteneminen**

Työskentely lähti etenemään vuoden 2013 helmikuussa. Tällöin mietimme hankkeen vetäjien kanssa lähestymiskulmaa työskentelylle. Päädyimme siihen, että opinnäytetyöni liittyisi erityisesti markkinoiden tutkimiseen. Eräs keskeisimmistä aiheista opinnäytetyössäni oli raaka-aineen liikkumisen selvittäminen Suomessa ja Suomen ulkopuolella. Samaisessa tutkimuksessa päädyttiin tutkimaan myös pajualaa ja pajutoimijoiden tämänhetkistä tilannetta. Myös muita aihealueita liitettiin tutkimukseen. Tutkimus päätettiin suorittaa haastattelemalla puhelimitse pajualan yrityksiä. Henkilökohtainen haastattelu ei ollut mahdollista välimatkojen takia.

Kevään aikana tehtiin haastattelulomake. Lomakkeen tarkistus suoritettiin ristiin lukemalla ja siihen tuli kaiken kaikkiaan viisi suurempaa osa-aluetta ja näiden alle täsmentäviä pienempiä kysymyksiä. Kysymykset luotiin pajun markkinallisten arvojen ympärille. Aihealueet olivat: 1.) Pajutoimijoiden tämän

hetken mielipiteet alan tilanteesta. 2.) Raaka-aine. 3.) Myynti ja markkinointi, sekä pajutuotteet ja palvelut. 4.) Ulkomaat. 5.) Pajutoimijoiden mielipiteet alan tulevaisuuden näkymästä. Kysymyksiä tuli täten kaiken kaikkiaan 35 kappaletta, joista suurin osa oli avoimia kysymyksiä.

Haastattelulomakkeen valmistumisen jälkeen kartoitin pajualan toimijoita, joille haastattelu olisi mahdollista suunnata. Apua sain Hanna-Leenan työstä, josta löytyi potentiaalisia haastateltavia. Alkuperäinen tavoite oli haastatella noin kymmentä alan toimijaa, mutta loppujen lopuksi haastatteluun suostui kuusi. Syitä olivat muun muassa toimialan muutokset, työkiireet ja liikesalaisuudet. Määrällisesti aiotusta tavoitteesta päästiin yli puoleen. Tätä voidaan pitää hyvänä vastausmääränä. Lisäksi vastaukset olivat laadullisia, joten useimpien kysymysten kohdalla saaduista vastauksista pystyi tekemään selviä johtopäätöksiä. Muutaman haastattelukysymyksen vastauksissa oli sen verran hajontaa, että yleinen linja ei täysin hahmottunut. Tähän oli syynä pajutilojen koko erot ja vuosien varrella muotoutunut toimintatyyli.

Alkuperäisessä suunnitelmassa haastattelut oli tarkoitus nauhoittaa, mutta tutkimuksen alkuvaiheessa huomasin, että haastateltavat kokivat tämän liian tungettelevaksi. Tämä oli yksi syy siihen miksi osa potentiaalisista haastateltavista ei suostunut haastatteluun. Täten muutin toimintatapaa ja jätin idean haastattelujen nauhoituksesta pois. Haastattelut lähtivät tämän jälkeen etenemään onnistuneesti ja ne suoritettiin heinä-syyskuun aikana. Tarkat haastattelupäivämäärät olivat: 9.7.2013, 10.7.2013, 15.7.2013, 16.7.2013, 17.7.2013 ja 18.9.2013. Haastatteluajat sovittiin aina etukäteen. Haastateltaville annettiin mahdollisuus halutessaan tutustua kysymyksiin ennakkoon. Joissakin tapauksissa tämä nosti vastausten laatua, mutta toisaalta osa jättäytyi kokonaan pois sovitusta haastattelusta kysymysten arkaluontoisuuden takia. Yhden haastattelun pituus kesti noin 45-60 minuuttia. Haastattelujen suorittamisen jälkeen kokosin saadut vastaukset ja analysoin ne Excel-taulukkolaskentaohjelmaa hyödyntäen loka-helmikuussa.

Opinnäytetyöhön kerätty aineisto on saatu pääsääntöisesti haastatteluista. Haastatteluun osallistuneille luvattiin, että heidän antamiaan vastauksia käsitellään anonyymisti. Tutkimustuloksissa ilmoitetut vastaukset on täten

esitetty niin, ettei niitä voi yhdistää tiettyyn pajutoimijaan. Aineistoa on saatu myös internetistä, sekä alan kirjallisuudesta niiltä osin kuin sitä oli saatavilla. Syksyn aikana tein myös tutustumiskäynnin eräällä pajutilalla saadakseni perspektiiviä tutkimukselle ja pintapuolisen käsityksen alan toiminnasta ja mahdollisuuksista.

## 4 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA NIIDEN TARKASTELU

### 4.1 Haastateltavien perustiedot

#### 4.1.1 Tausta

Haastattelussa ilmeni, että jokainen toimija oli toiminut jo pidemmän aikaa tehtävässä. Osa pajutoimijoista oli työskennellyt pajujen kanssa noin 7 vuotta, kun toiset olivat taas olleet alalla jo 15 vuoden ajan. Haastateltavista 2/3 osaa teki pajutoimintaa elinkeinokseen, kun kolmasosalle se oli sivutoimi. Keskimäärin tästä saadaan arvioksi yli kymmenen vuoden kokemus jokaista haastateltavaa kohden, joten kokemusta alan toiminnasta löytyy monen vuoden takaa ja täten tuloksia voidaan pitää erittäin pätevinä. Haastatteluun osallistui viisi naista ja yksi mies.

Pajutoimijat kertoivat erinäisiä syitä siihen mikä heidät oli saanut innostumaan alasta. Puolella haastateltavista kiinnostus pajutoimintaan oli lähtenyt kokeilun tai harrastustoiminnan pohjalta. Murto-osalla oli kokemusta erilaisten hankkeiden vetämisestä, jotka liittyivät pajutoimintaan. Kolmasosalla tila oli siirtynyt sukupolven vaihdoksen kautta ja toimintaa oli jatkettu tai tilaa oli muokattu pajutoiminnan harjoittamiseen sopivaksi. Kiinnostus luonnonmateriaalien hyödyntämiseen oli selvästi havaittavissa kaikissa tapauksissa.

Haastateltavien koulutus pohja alalle rakentui seuraavasti: jokainen kertoi oman aktiivisuuden ja oman itsensä kouluttamisen olevan avain asemassa uralla etenemisessä. Oman aktiivisuuden lisäksi puolet olivat käyneet pajukursseilla hakemassa lisäoppia työskentelylleen. Kansalaisopistot järjestävät kursseja, joissa opetellaan pajupunonnan perusteita. Kokeilemalla ja itse yrittämällä punojan käsiala eli tapa työskennellä kehittyy (Savolainen-Väätäinen 2004, 25).

Omaa työskentelyään kehitettäessä vaikuttavimmaksi tiedonhankinta kanavaksi paljastui internet ja alan kirjallisuus. Monet haastateltavista kertoivat internetin kautta löytäneensä paljon kuvia ja opetusvideoita, joista pystyy ammentamaan tietoa punonnasta sekä tuotteista. Esimerkiksi tanskan kielisiltä sivuilta löytyy materiaalia paljon. Erilaisia punontakirjoja on saatavilla runsaasti myös suomeksi.

#### 4.1.2 Pajutoimijoiden näkemyksiä omasta alasta tällä hetkellä

Pajutoiminnan ansaintimahdollisuudet koettiin puolessa tapauksista kohtalaiseksi. Kolmasosa ei osannut ottaa kantaa asiaan. Tämä kieli siitä, että asiakkaiden kiinnostus punontaa kohtaan on hiipunut tai se on jo pitkään ollut samalla tasolla. Täytyy myös huomata, että osa toimijoista tekee pajutoimintaa sivutoimena, mikä asettaa omat haasteensa ajankäytössä. Tämä tietysti vaikuttaa näkemykseen pajutoiminnan ansaintimahdollisuuksista. Vain yksi kuudesta kertoi ansaintimahdollisuudet hyväksi. Syitä tähän olivat asiakaskunnan vakiintuminen, sekä monipuolinen pajuun liittyvä toiminta tilalla. Tunnettavuus on tärkeää toiminnassa. Taantuman pelko nousi esiin useista haastattelun vastauksista.

Haastateltavat kertoivat, että markkinoinnin kehittämisellä toimintaa saataisiin tehostettua. Potentiaaliselle asiakasryhmälle tulisi saada tietoa pajun lukuisista käyttömahdollisuuksista. Osalla voi olla epäilyksiä ja joillakin on varmasti vääriä uskomuksia pajun suhteen. Potentiaaliset asiakkaat tulee saada innostumaan ja ymmärtämään pajutoiminnan hienous. Markkinoinnissa tärkeää ei ole se mitä, vaan miten myydään.

## 4.2 Raaka-aine

### 4.2.1 Näkemykset markkinoista raaka-aineen suhteen

Kuviosta 2 nähdään, että kolmasosan mielestä markkinat raaka-aineiden suhteen koettiin hyväksi. Puolet haastateltavista olivat sitä mieltä, että ne ovat kohtalaiset ja loppujen mielestä huonot.



Kuvio 2. Markkinat raaka-aineiden osalta

Keskivertona laskettuna haastattelusta saatujen tulosten perusteella markkinat raaka-aineiden suhteen saavat yleisesti ottaen arvosanan kohtalainen-keskiverto. Yleisellä tarkoitetaan sekä oman tilan, että muualta tulevan raaka-aineen määrää. Yrityksen koko ja luonne vaikuttivat siihen, miten tilanne nähdään.

Suuremmilla yrityksillä toiminta ja täten raaka-aineen tuotto on suurempaa. Myös asiakkaiden kiinnostus vaikuttaa. Tällä hetkellä asiakkaiden kiinnostus alaa kohtaan on laantunut jonkin verran, mikä vaikuttaa siten, että viljelyalaa ei ole syytä laajentaa. Myös ”harrastustoiminta” tai pajualaa sivutoimena harjoittaminen vaikuttaa viljelyalan laajentamishalukkuuteen. Kaikki haastateltavat kasvattivat pajua itse omalla tilallaan.

#### *4.2.2 Raaka-aineen kasvattaminen punteissa mitattuna*

Tämän osa-alueen vastausprosentti jäi heikoksi haastattelulomakkeessa olleen kysymyksen muotoilun takia. Kysymys olisi tullut muotoilla erilailla, sillä muuttuvia tekijöitä kasvatuksessa on runsaasti: pajun kasvatukseen tarkoitettu pinta-ala, kasvatettava laji, kysyntä, tarkoituseriaate ja kasvatettavan lajin toivottu pituus. Lisäksi puntissa eli nipussa voi olla eri määrä punontapajua. Jokaisella toimijalla on omat määrittelynsä puntille.

Vuositasolla kasvatetun raaka-aineen määrän arviointi punteissa koettiin vaikeaksi. Vastauksista jäi vaikutelma, että raaka-ainetta kasvatetaan ja puntteja tehdään niin paljon kuin on kysyntää. Kaikki raaka-aine mitä tilalla tuotetaan menee myyntiin tai tuotteiden valmistamiseen. Myös kurssitoimintaan raaka-ainetta kuluu jonkin verran. Tämä tarkoittaa, että omalta tilalta tuotetun raaka-aineen määrä on vuositasolla kysyntään nähden tasapainossa.

Haastateltavilla oli erikokoisia viljely aloja. Suurimmalla osalla (2/3) viljelyala oli 20-30 aarin luokkaa, kun taas kuudesosalla viljelyyn tarkoitettua pinta-alaa oli noin hehtaari. Lopuilla vastanneista ei ollut varsinaista viljelyalaa toiminnalleen, vaan he keräsivät pääsääntöisesti luonnonpajua pellon reunalta ja ojan varrelta. Heidän toimintansa erosi hieman perinteisestä pajupunonnasta. Pajujen keräämiseen heillä oli maanomistajan myöntämä lupa. Tuotettu raaka-aineen määrä suhteutettuna viljely pinta-alaan erosi



suuresti eri toimijoiden välillä. Syitä tähän olivat muun muassa pajulajikkeiden ja istutustiheyden valinta.

Istutustiheyden määräävät pajulaji ja sen käyttötarkoitus. Rivivälit voivat vaihdella 30-50 senttimetrin välillä ja pistokasvälit 10-30 senttimetrin väliltä. Tällöin pistokkaiden yhteenlaskettu kokonaismäärä vaihtelee 80 000-200 000 kappaletta/hehtaari. (Tahvanainen 1995, 21.)

Jos ajatellaan, että yksi pistokas tuottaa keskimäärin 20 punontaan sopivaa pajuversoa ja hehtaarin alalle on viljelty 100 000 pistokasta, tarkoittaisi tämä teoriassa yhteensä 2 000 000 punontapajua/hehtaari (Tahvanainen 1995, 21). Mikäli tuo määrä niputetaan sadan kappaleen puntteihin, saadaan hehtaarilta täten yhteensä 20 000 nippua. Tätä voidaan pitää suuntaa antavana teoreettisena keskiarvona. Pistokas tuottaa lajikkeesta riippuen erimäärän versoja ja korjuussa syntyy hävikkiä. Myös tuhot ja luonnollinen poistuma vaikuttavat lopulliseen saantiin raaka-aineen suhteen.

#### *4.2.3 raaka-aineen hankinta Suomessa*

Pajua tuotetaan pääsääntöisesti omalta tilalta, eikä raaka-ainetta ole syytä hankkia ulkopuolelta. Toiminta on haastateltavien mukaan vakiintunutta, joten tarvetta ylimääräiselle raaka-aineen hankkimiselle oman tuotannon lisäksi ei ole. Lisäksi käytettävissä oleva aika ei tahdo riittää työmäärään nähden. Pienenlaista kauppaa käydään tuttavien ja naapureiden kesken, mutta tällainen kaupankäynti on erittäin vähäistä ja epäsäännöllistä, eikä sillä ole merkittävää vaikutusta liiketoimintaan.

Eräs haastateltavista oli saanut 5000 pistokkaan erän sukulaiseltaan vuosia takaperin. Kyseessä oli tilan muuttaminen pajutoimintaan sopivaksi. Toinen haastateltavista saa toisinaan muutaman puntin punontapajua vuodessa tuttavaltaan. Saadut lajikkeet olivat siperian pajua ja pitkää punapajua. On mahdollista, että kyseiset lajikkeet sijoittuvat halutuimpien lajikkeiden joukkoon, mikäli haluaa hankkia raaka-ainetta oman tilansa ulkopuolelta. Toisaalta edellä mainitut määrät ovat kokonaisuutta ajatellen niin pieniä ja aika-akselilla sen verran epäsäännöllisesti hankittuja, jotta niistä voisi luoda yleistyksiä.

Raaka-aineen hankkiminen tilan ulkopuolelta on Suomessa verraten pientä. Johtopäätöksiä tämän kysymyksen suhteen on vaikea tehdä ja asiaan on syytä suhtautua varauksella. Pajutoimijan tarpeet ja tilan toiminta määrittelevät loppupeleissä sen, mitä lajikkeita ja kuinka paljon hän tarvitsee elinkeinonharjoittamiseen.

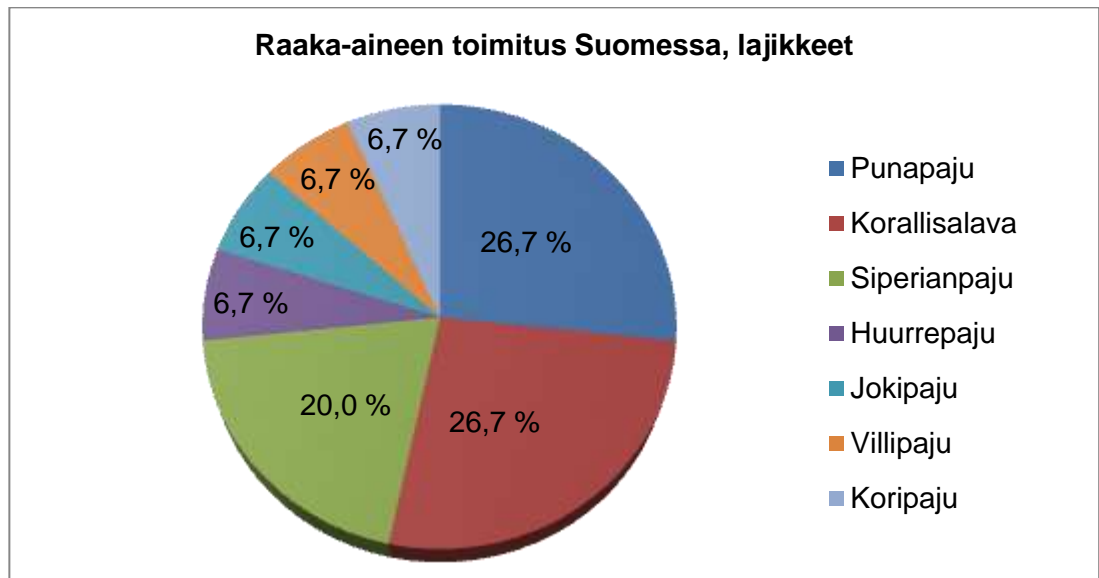
#### *4.2.4 Raaka-aineen toimittaminen Suomessa*

Raaka-aineen toimittamisen suhteen oltiin selvästi aktiivisempia verrattaessa sen hankkimiseen. Tämä ei tule yllätyksenä, sillä raaka-aineen toimittamiselle ja myynnille on kysyntää, toisin kuin sen hankkimiselle ei juuri ole tarvetta. Haastateltavista 2/3 toimittaa raaka-ainetta koko maahan. Loput keskittyvät lähialueen toimituksiin. Raaka-ainetta toimitetaan muun muassa sinne, missä pidetään punontakursseja. Täten raaka-aineen toimittaminen tiettyyn paikkaan on tapauskohtaista, mutta toimialue on laaja.

Tilaaminen tapahtuu yleensä puhelimella tai sähköpostitse. Osalla toimijoista on käytössä myös verkkopalvelu, minkä kautta asiakas voi lisätä haluamansa tuotteet ostoskoriin ja suorittaa tilauksen. On havaittavissa, että isommilla tiloilla toimintakenttä ja jakelu ovat laajempaa verrattaessa pienempiin tilallisiin ja sivutoimena työskenteleviin pajutoimijoihin.

Toimitettu raaka-aineen määrä vaihteli vuositasolla yrityksen koosta riippuen. Haastattelun mukaan pienemmillä yrityksillä sadan pajun puntteja ostettiin 25-50 kappaletta vuodessa. Isommilla yrityksillä määrää nousi yli 200 nippuun vuositasolla. Kyseinen määrä kuvaa suoraan tilalta ostettujen punttien arviota. Se ei ota huomioon verkon kautta tapahtuvia tilauksia. Raaka-ainetta kuluu myös merkittävästi kurssiopetuksessa.

Kuvio 3 kuvaa raaka-aineen toimittamista Suomen alueella, suosituimpien pajulajikkeiden suhteen. Huomataan, että toimituksessa punapaju ja korallisalava ovat suosituimpia. Siperianpajua toimitetaan kolmanneksi eniten, kun taas muita pajulajikkeita huomattavasti vähemmän. Kyseiset tiedot on saatu haastattelusta.



Kuvio 3. Raaka-aineen toimittaminen Suomen alueella, suosituimpien pajulajikkeiden suhteen

#### 4.2.5 Raaka-aineen taloudellinen kannattavuus

Suurin osa haastateltavista oli sitä mieltä, että pelkällä raaka-aineen tuottamisella ei pysty tienaamaan elantoansa, vaan raaka-aineen myynnin ympärille tulee kehittää jotain muutakin toimintaa. Niillä toimijoilla joilla pajutoiminta oli verrattavissa harrastustoimintaan tai sivutoimiseen työskentelyyn, pelkällä raaka-aineen myynnillä olisi mahdollista hankkia tarvittava toimeentulo. Tätä mieltä olleilla oli lisäksi vakituinen työ, josta suurin osa tuloista kertyi ja niinpä raaka-aineen taloudellisesta kannattavuudesta ei kertynyt heille samanlailla paineita, kuin pääelinkeinokseen ammattia harjoittavilla. Vain hyvin pieni osa vastanneista oli sitä mieltä, että ainoastaan tuottamalla raaka-ainetta, voidaan toimintaa pitää kannattavana. Heidän liiketoimintansa erosi tosin tavallisesta pajupunojan toimenkuvasta ja siksi heillä oli mahdollista toimia näin.

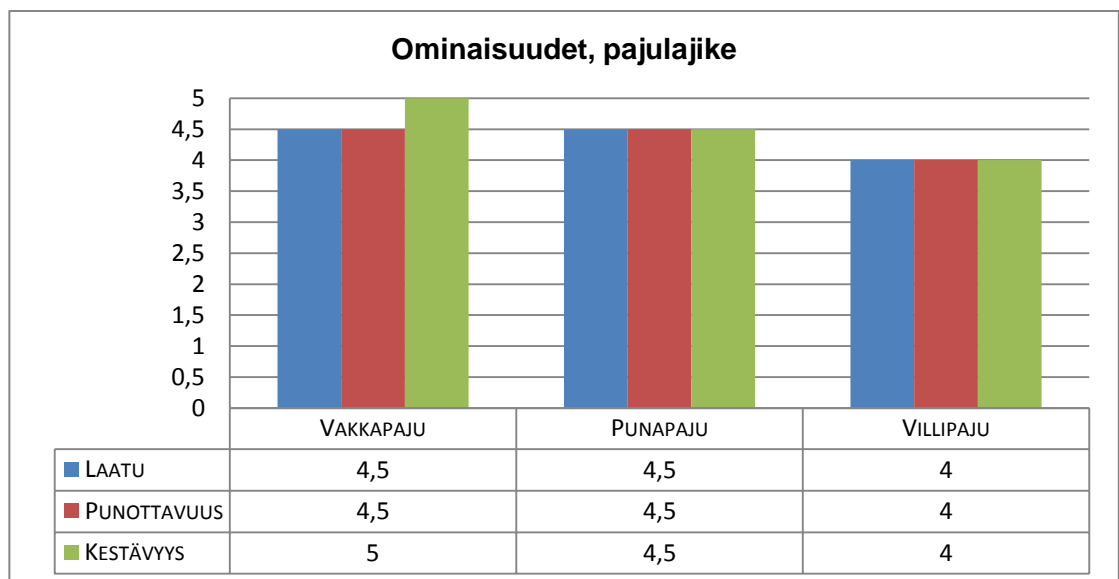
On nähtävissä, että pajualan toimintakenttä on monisyinen ja pelkällä raaka-aineen tuottamisella on mahdollista menestyä. Erikoistuminen tulee vain löytää ja sitä tulee kehittää eteenpäin. Perinteiseen pajutoimintaan kuuluu tosin raaka-aineen ja sen tuottamisen lisäksi paljon muutakin toimintaa.

#### 4.2.6 Pajulajikkeiden ominaisuuksia

Haastateltavista jokainen nimisi yhden, mielestensä parhaan pajulajikkeen asteikolla 1-5 (1 huonoin, 5 erinomainen). Pajulajiketta tuli arvioida sen laadun (oksattomuus, suoruus, keskiläpimitta), punottavuuden eli

käsiteltävyyden ja kestävyuden (ympäristötekijöiden kuten sään vaikutus) suhteen. Saaduista tuloksista keskiarvona laskettuna esiin nousi kolme erittäin tasaisesti vahvaa lajiketta. On kuitenkin muistettava, että jokaisella toimijalla on omat mielipiteensä parhaan pajulajikkeen suhteen. Lisäksi punomistyyli ja tuotettavat tuotteet vaikuttavat pajulajikkeen valintaan. Työhön valitaan tapauskohtaisesti sopiva lajike.

Osa vastanneista ei lähtenyt arvioimaan numeerisesti pajujen ominaisuuksia. Heidän kokemuksensa perusteella punontaominaisuuksiltaan punapaju tai korallisalava oli paras lajike. Siperianpaju sitä vastoin sai heidän mielestään kuoren vahapinnan ansiosta, kestävyys ominaisuuksiltaan parhaan arvosanan. Villipajun osalta on huomattava, että kyseistä pajulajiketta käytävällä toimijalla tuotanto eroaa perinteisestä pajupunonnasta ja täten pajujen ei tarvitse olla ominaisuuksiltaan aivan tasaista. Kuviossa 4 on esitelty haastattelussa ilmenneen kolmen parhaan pajulajikkeen ominaisuuksia laadun, punottavuuden ja kestävyuden suhteen.



Kuvio 4. Kolme ominaisuuksiltaan parasta pajulajiketta. **Asteikko:** 1:Huono, 2: Kohtalainen, 3: En osaa sanoa, 4: Hyvä, 5: Erinomainen

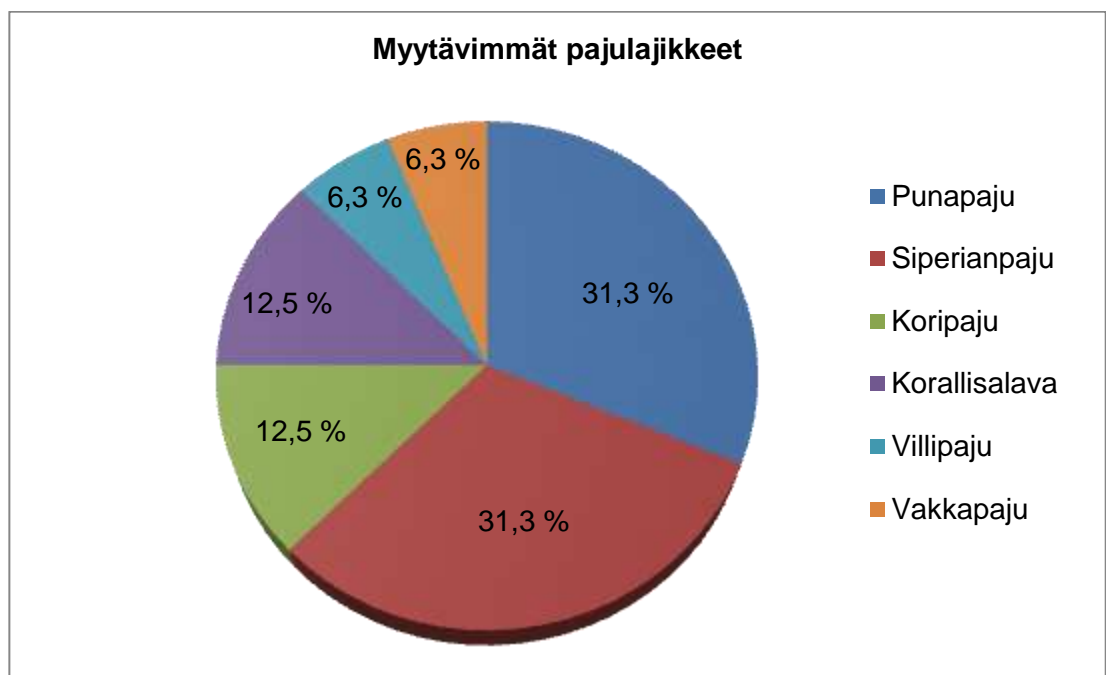
### 4.3 Myynti ja markkinointi, pajutuotteet ja palvelut

#### 4.3.1 Myydyimmät pajulajikkeet

Kuviossa 5 on esitelty kuusi myydyintä pajulajiketta. Myydyimmäksi lajikkeeksi ilmeni haastattelun perusteella siperianpaju ja punapaju. Kyseisiä lajikkeita myydään yhteensä yli 60 % kaikista lajikkeista. Toiseksi eniten

myydään koripajua ja korallisalavaa. Villipajua ja vakkapajua myydään vähiten.

Syitä siihen miksi punapajua myydään haastateltavien mukaan runsaasti, johtuu sen hyvästä punottavuudesta, laadusta ja kestävydestä. Siperianpaju soveltuu sitä vastoin isoihin töihin. Myös vahamainen pinta auttaa kestäämään sääolosuhteita. On huomattava, että vaikka vakkapaju ja villipaju ovat ominaisuuksiltaan erinomaisia lajikkeita, eivät ne silti ole sijoitu myydyimpien kärkeen. Vakkapaju on haastattelun mukaan aloittelijalle vaikeasti työstettävä materiaali ja villipajua löytyy luonnonvaraisena.



Kuvio 5. Myytävimmät pajulajikkeet

#### 4.3.2 Myyntihinnat

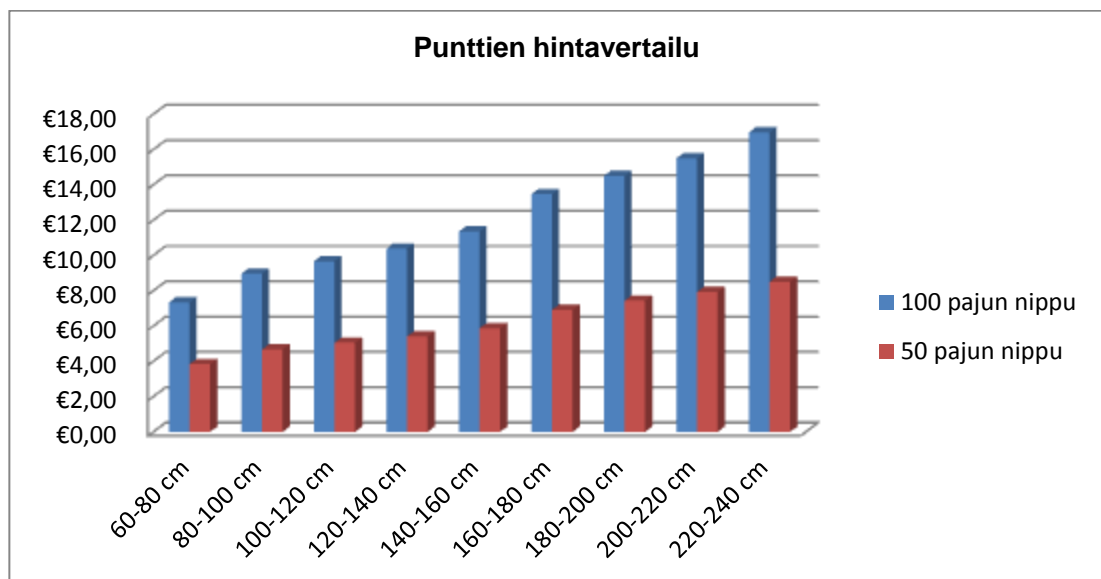
Pajujen myyntihintojen määrittelyssä oli huomattavissa eroavaisuuksia eri toimijoiden välillä. Eniten eroa syntyi erilaisista tavoista määrittellä puntti ja sen myyntihinta. Monet toimijoista käyttivät kahdenkymmenen senttimetrin pituusluokitusta, 100 kappaleen nippua kohden. Osa taas oli jakanut nippujen hinnat kahteen luokkaan, 60-160 senttimetrin ja 160-240 senttimetrin pituiset. Pajua myytiin myös 50 kappaleen erissä, 100 kappaleen sijaan. Tieto on kerätty haastateltavien kotisivuilta.

Kuluttajan kannalta mietittynä (paljon pajua vaativissa töissä) halvemmaksi tulee ostaa 100 pajun nippuja, kuin kaksi 50 kappaleen nippua, jokaista 100

pajun punttia kohden. Ostettaessa kaksi 50 pajun nippua (liikuttaessa 60-160 cm pituisissa pajuissa), yhden 100 kappaleen nipun sijaan, hintaeroa syntyy 1,00-1,15 euron välillä, pajun pituudesta riippuen. Samalla tavalla tarkasteltuna pitempiä pajunippuja (160-240 cm pituiset) eroa syntyy 0,50-1,1 euroa. Ostopäätös määräytyy tietenkin kuluttajan tarpeen mukaan. Tarkastelussa on käytetty haastateltavien kotisivujen hinnoittelua.

Hintaluokittelussa tärkein tekijä oli punottavan pajun pituus. Perussääntönä pidättäköön, että pajun kappale hinta nousee 0,01 euroa pituuden kasvaessa jokaista kymmentä senttimetriä kohden. Lajikkeiden välillä ei hinnoittelussa ollut eroavaisuuksia haastateltavien kotisivuja tutkittaessa.

Kuviossa 6 on esitetty 100 ja 50 pajun nippujen hinnat, kahdenkymmenen senttimetrin pituusluokitusta käyttäen, aina 240 senttimetrin pituuteen saakka. Tuosta ylöspäin mentäessä hinnoittelu vaihtelee eri toimijoiden välillä tapauskohtaisesti ja siksi ne on jätetty taulukosta pois. Hinnat ovat keskiarvoja.



Kuvio 6. Erikokoisten punttien hintavertailua

Taulukosta nähdään 100 ja 50 pajun nippujen välisen hinta eron tasoittuvan pituuden kasvaessa. Suurin hyppäys tapahtuu 160 senttimetrin pituuden kohdalla.

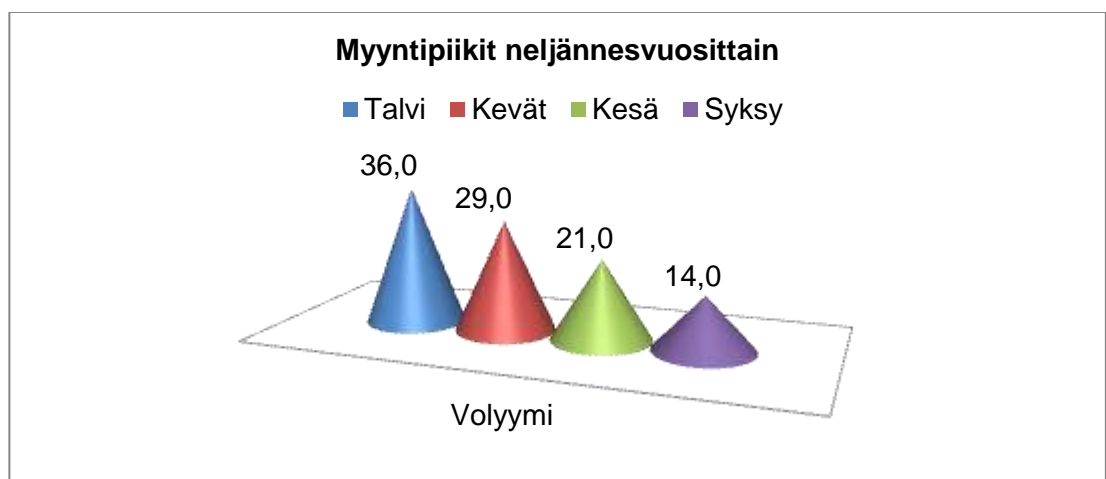
Siitä kuinka paljon kyseisiä lajikkeita ostetaan vuodessa, ei haastattelussa saatu arviota. Tutkimuksessa ilmeni tosin, että kaikki paju mitä vuoden

aikana kasvatetaan, menee myyntiin. Punontapajua itsessään, ei tuoteta varastoon.

#### 4.3.3 Pajutuotteet

Tutkimuksessa tarkasteltiin myös myydyimpiä tuotteita. Erilaisia koreja ja eläinhahmoja tehtiin niin paljon kuin saatiin tilauksia ja niitä myytiinkin eniten. Haastateltavat eivät osanneet kertoa tarkkaa määrää kyseisten tilausten lukumäärästä. Toiseksi eniten myytiin tilaustöitä, kuten erikoiskoreja ja uniikkituotteita, joita ei saa kaupasta. Myös aitaelementtejä ostettiin runsaasti. Muita myytäviä tuotteita olivat esimerkiksi; onget, tarjoiluveneet, sermit, kukkalaatikot, ampellit, pajulastut, tuolit, arkut, sekä valo- ja köynnöskartiot. On huomattava tosin, että sesonki vaikuttaa myyntiin. Jouluisin tuotteet, kuten: pallot, roihutelineet ja talipallohatut olivat suosittuja. Tuotteita tehtiin myös pienissä määrin varastoon.

Kuviossa 7 on esitelty myyntipiikkien volyyymiä neljännesvuosittain jaoteltuna. Yleisesti ottaen myyntiä tapahtui tasaisesti ympäri vuoden. Suurimmat myyntipiikit oli havaittavissa talven ja kevään aikaan. Tähän vaikuttivat erityisesti juhlapyhät, kuten joulukuun ja pääsiäisen. Talvisin myytiin valmiita tuotteita asiakkaille ja itse raaka-ainetta kansalaisopistoille punontakursseja varten. Keväällä elävien pajutuotteiden, kuten pistokkaiden myynti oli suosiossa. Kesällä myytiin jälleen valmiita tuotteita ja syksyllä raaka-aineen myynti vilkastui hieman.



Kuvio 7. Myyntipiikkien sijoittuminen neljännesvuosittain ja niiden volyyymi prosentteina koko vuoden sesongista

Yleisesti ottaen yrityksen koko, tuotteiden kysyntä ja käytettävissä oleva aika vaikuttivat myytävien tuotteiden määrään. Vastauksista ei saanut luotua selvää yleistystä, että mitkä olisivat ostetuimmat tuotteet vuositasolla. Toimijan erikoistuminen tietyn tuotteen valmistamiseen vaikutti ratkaisevasti siihen, mitä tuotteita ostetaan eniten. Pienemmillä toimijoilla myytävät tuotteet vuosi tasolla olivat yli sadan kappaleen luokkaa. Isommilla tiloilla, määrä nousi useaan sataan kappaleeseen vuodessa.

Haastateltavat antoivat muutamia esimerkkejä myytävimpien tuotteidensa raaka-aine määristä. Korin tekemiseen kului arviolta 70-80 kappaletta noin metrin mittaista pajua. Eläinhahmon tekemiseen sitä vastoin kului 200-300 punontapajua. Aitaelementtiin tarvittava raaka-aine määrä oli 250-280 kappaletta 1,5 metristä pajua. Roihutelineen valmistus vei hieman yli 50 punontapajua ja pallon tekeminen arviolta sata.

On syytä muistaa, että raaka-aine määrät ovat suuntaa antavia. Muun muassa asiakkaan toiveet vaikuttavat siihen minkä kokoisen tuotteen hän haluaa. Myös punontatyö ja punontatekniikat aiheuttavat vaihtelua tarvittavaan raaka-aine määrään.

#### *4.3.4 Palvelut ja erikoistuminen*

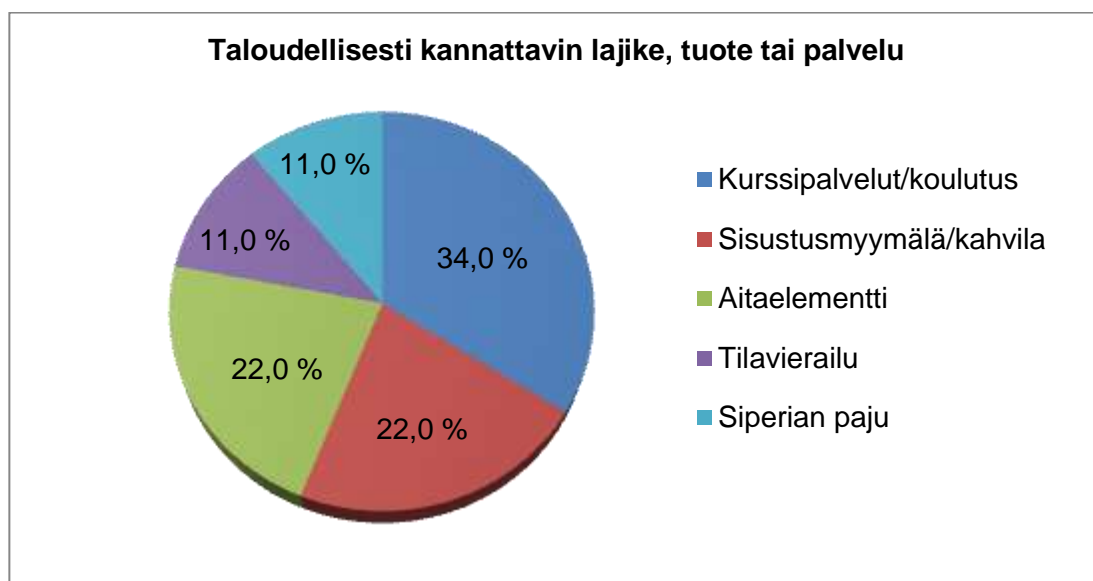
Haastattelussa ilmeni, että erilaiset pajutilan tutustumiskäynnit ja -retket olivat suurimmalla osalla toimijoista lajikkeiden ja tuotteiden myynnin lisäksi tapahtuvaa toimintaa. Tiloilla pidettiin punontakursseja tai vastaavasti myymälässä asiakkaat pystyivät rentoutumaan kahvittelun merkeissä. Paikan päällä oli opastekyltit pajutilan eri osa-alueisiin ja tuotteita oli esillä liikkeessä. Pienillä tiloilla kurssitoiminta oli vähäistä. Osa toimijoista auttoi myös erilaisten tapahtumapaikkojen koristelussa. Lisäksi messujen järjestäminen ja kesäteatterin esitykset olivat muutamalla haastateltavalla pajutoiminnan ympärille sidottua toimintaa.

Kaikilla toimijoilla oli myynnissä perinteisiä pajutuotteita. Osalla toiminta keskittyi erikoistuotteensa valmistamiseen. Erilaiset tilaustuotteet, kuten tuoreesta pajusta tehdyt majat, paju-eläimet ja aidat olivat firmojen ja yksittäisten henkilöiden mieleen. Muita erikoistuotteita olivat muun muassa pajulastu, aidat ja jouluisin myytävät roihutelineet. Palveluista mainittakoon erityisesti tilalla tapahtuva toiminta kokonaisuutena. Kukaan vastanneista ei



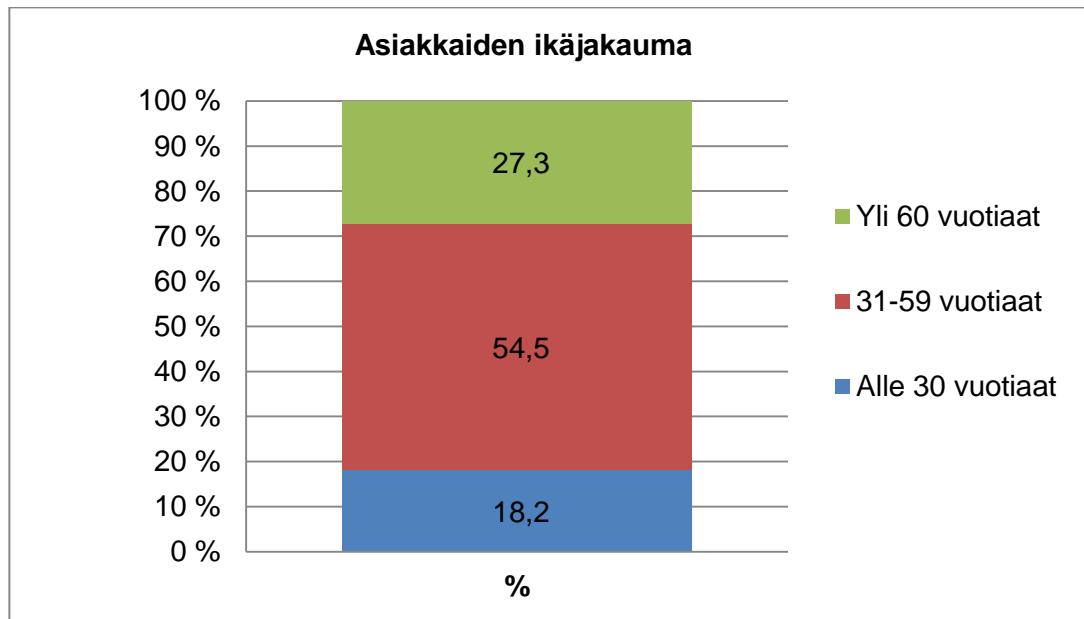
kertonut erikoistuneensa tietyn lajikkeen tuottamiseen ja myyntiin sellaisenaan. Useasti tilalla kasvatettiin useaa pajulajiketta.

Kuviossa 8 on esitelty taloudellisesti kannattavampien tekijöiden suhdetta toisiinsa. Taloudellisesti kannattavimmaksi palveluksi nousivat esiin erilaiset koulutukset, joita järjestetään tilalla. Kursseja pidettiin myös niin oppilaitoksissa, kansalaisopistoissa, kouluilla, messuilla, kuin firmoissa. Sisustusmyymälän ja kahvilan toiminta yhdessä oli palveluista toiseksi kannattavin. Aitaelementit olivat tuote tasolla tarkasteltuna paras. Syinä olivat nopea ja helppo, vakioitunut valmistustapa. Lajikkeista siperianpaju oli raaka-aineena taloudellisesti kannattavin. Jokaisella haastateltavalla pajutilan toiminta ei rajoittunut pelkästään tiettyyn lajikkeeseen, tuotteeseen tai palveluun. Toiminnan kannattavuuteen vaikuttivatkin kaikki kolme tekijää yhdessä.



Kuvio 8. Taloudellisesti kannattavimman metodin vertailu

Kuviossa 9 on sitä vastoin esitetty asiakkaiden ikäjakauma kolmeen ikäluokkaan jaettuna. Asiakaskunta koostui suurilta osin 31-59 vuotiaista. Myös alle 30 vuotiaat ja yli 60 vuotta täyttäneet olivat jossain määrin kiinnostuneita pajupunonnasta. Ikäryhmältään 31-59 vuotiaat olivat eniten kiinnostuneita. Tosin vastaavasti 40-45 vuotiaat eivät ehdi harrastaa punontaa. Syitä tähän olivat työkiireet tai lasten hoito.



Kuvio 9. Kolmeen ikäluokkaan jaettu ostoryhmä

#### 4.3.5 markkinointi

Kaikilla haastateltavilla oli toiminnastaan nettisivut, joiden kautta markkinointi pääsääntöisesti tapahtui. Nettisivujen kautta asiakkaiden oli mahdollista tehdä tilauksia raaka-aineen ja tuotteiden suhteen. Tilauksia tehtiinkin vuoden ympäri. Toisena yhtä tehokkaana markkinointikanavana toimivat jo ennestään tutut asiakkaat, jotka kertoivat pajutoimijan palveluista eteenpäin. Myynnin yhteydessä tapahtuva markkinointi itse tilalla loi lisää asiakaskontakteja. Myös erilaisissa myyjäisissä ja kurssien pitojen yhteydessä omia tuotteitaan sai markkinoitua tehokkaasti. Erilaisia lehtimainoksia, artikkeleita tai radiossa tapahtuvaa mainontaa oli kokeiltu myös pienissä määrissä. Tätä ei kuitenkaan koettu tehokkaimmaksi markkinointi kanavaksi.

Markkinointi tuleekin suunnata tiettyyn ikä ryhmään sopivaksi. Kun tiedämme, että suurin osa asiakkaista on iältään 31–59 vuotiaita, tulisi miettiä mikä on erityisesti heitä kiinnostava asia pajutoiminnassa. Omalla tilalla tapahtuva toiminta, kuten kurssit tai teatterit houkuttelevat käymään tilalla. Erilaisiin tilaisuuksiin on syytä lähteä mukaan.

Esimerkiksi hääpaikan koristelulla saisi haastattelun mukaan runsaasti näkyvyyttä, joka tullaan muistamaan pitkään. Lisäksi hääpaikoilla tai muissa vastaavissa tilaisuuksissa käy runsaasti väkeä, jotka voivat kiinnostua

asiasta. Messuilla käydessä on otettava huomioon näyttelypaikan hinta. Esimerkiksi Helsingissä järjestetään luonnontuotteisiin liittyviä messuja. Messupaikan hinta kolmelle päivälle maksaa 1000 euroa. Tämän lisäksi kustannuksia koituu ajomatkoista ja osaston kasaamiseen on varattava yksi päivä.

Tärkeimmäksi myyntivaltiksi osoittautui pajutoimijan pajutilalla tapahtuva toiminta ja sen esittely. Elämismyymälä ja näyttävä puutarha olivat oiva tapa näyttää asiakkaille valmiita tuotteita. Myös pajuun liittyvät erilaiset mahdollisuudet, kuten; pajun käyttö lammen puhdistajana saatiin täten hyvin esille. Asiakkaille luotiin kokemuksia ja elämyksiä, joilla heidät saatiin käymään tilalla uudestaan. Lisäksi laatu ja nopea toimitus olivat avainasemassa. Kotimaisuus ja ekologisuus nousivat myös arvoasteikossa korkealle. Erikoistumalla tietyn tuotteen valmistamiseen oli myös eräs myyntivalteista.

#### **4.4 Ulkomaat**

##### *4.4.1 Raaka-aineen hankkiminen*

Haastateltaessa toimijoita ilmeni, että pajun hankkiminen ulkomailta oli erittäin vähäistä. Pajua tuotettiin elinkeinonharjoittamiseen omalta tilalta ja tämän katsottiin olevan riittävää yritystoiminnalle. Vain 16,6 % vastanneista hankki pääsääntöisesti pajua ulkomailta. Muilla hankkiminen oli satunnaista, jos ollenkaan.

Eräs haastateltavista kertoi, että ulkomailta hankittu paju oli kuorellista salavaa. Muita lajikkeita ei noussut esille tässä tutkimuksessa. Kyseinen lajike sai arvostelussa jokaisesta ominaisuudesta arvosanan 5 eli erinomainen.

##### *4.4.2 Valmiiden tuotteiden hankkiminen*

Joka kuudes vastanneista kertoi hankkivansa säännöllisesti valmiita tuotteita ulkomailta liiketoiminnallisessa mielessä. Malliksi uusien punontatekniikoiden opetteluun tuotteita hankki 1/6. Esimerkiksi ulkomaan matkoilta tämä onnistuu helposti. Loput eli kaksi kolmasosaa vastanneista ei hankkinut ulkomailta valmiita tuotteita vaan heidän liiketoimintansa perustui täysin itse valmistettuihin tuotteisiin. Ne vastanneista, joilla omaan toimintaan liittyi valmiiden tuotteiden hankkiminen yhteistyökumppanin kautta, eivät halunneet

kommentoida asiaa tarkemmin, kenen kautta tuotteita hankitaan. Syynä olivat liikesalaisuudet. He kuitenkin kertoivat, että tyypillisimpiä tuotteita ulkomailta tuotaessa olivat erilaiset korit. Myös pajusta tehdyt kukkaruukut, pajuhevokset ja monet muut keskikokoiset pajutuotteet olivat suosituimpien tuotteiden joukossa.

Valmiiden tuotteiden tuonti kotimaahan on kannattavaa haastattelun mukaan. Liikesalaisuuksien takia vastanneet eivät halunneet tuoda lukuja esille. Haastattelussa ilmeni että yksi syy siihen miksi tuotteita tilataan ulkomailta on se, että kotimaassa käytettävissä oleva työaika ei riitä tuotteiden valmistukseen. Tällöin kuitenkin on muistettava mainita tuotteen alkuperä selvästi, jotta kuluttaja tietää minkä maalaisen tuotteen hän on hankkimassa. Ulkomailta tuodut tuotteet ovat ostajan kannalta halvempia, mutta laadussa tiedetään olevan eroja kotimaassa tuotettuihin tuotteisiin verrattuna.

Tutkimuksessa selvitettiin myös menettelyä, jossa kotimainen raaka-aine viedään ulkomaille ja valmis tuote lähetetään takaisin. Haastateltavista kellokään ei ollut kokemusta tällaisesta toiminnasta.

#### *4.4.3 Markkinointi ja yhteistyö*

Haastateltavilta kysyttäessä markkinoinnin suuntaamisesta ulkomaille, puolella vastanneista ei ollut kokemusta kyseisestä asiasta. Loput vastanneista olivat sitä mieltä, että ulkomailta voisi hyvinkin löytyä kysyntää suomalaisille pajutuotteille. Tätä mieltä olleet tosin huomauttivat, että vaikka kysyntää löytyisi, käytettävissä oleva aika kuluu täysin kotimaan liiketoimintaan. Mikäli markkinointia lähtisi kokeilemaan ulkomaan suuntaan, vaatisi tämä aikaa ja kokeilua, sillä tällä hetkellä ei ole tiedossa tuotetta, mikä myisi eniten. Mahdollisia maita, joihin markkinointia voisi suunnata, olisivat Saksa ja Etelä-Ruotsi.

Haastattelussa ilmeni, että ulkomailta toimitettavaa pajua tai ulkomaisen pajun toimittamiseen liittyvää yhteistyökumppania voi lähteä etsimään Belgiasta, Ranskasta tai Tanskasta. Kysymys koettiin arkaluontoiseksi ja täten moni ei halunnut vastata kysymykseen tämän tarkemmin. Yhteistyökumppanin nimen mainitseminen oli liikesalaisuus. Vastauksista selvisi, että 16,6 % toimijoista hankkii pajua Belgiasta ja vastaava prosentuaalinen osuus on hakenut toiminnalleen myös yhteistyökumppania,

edellä mainituista maista. Niillä toimijoilla, joilla liiketoimintaan kuului valmiiden tuotteiden hankkiminen ulkomailta, kokivat että kaupankäynti Euroopan Unionin alueella on helppoa ja toimivaa. Lupa-asioiden järjestämisessä ei koettu olevan vaikeuksia. Minkäänlaisia ongelmia ulkomaan kaupankäynnissä ei haastattelun mukaan ollut ilmennyt.

#### **4.5 Tulevaisuuden näkymät pajutoimijoilta**

##### *4.5.1 Tulevaisuuden paju-alan kehitys Suomessa*

Haastattelussa kysyttiin myös pajutoimijoiden näkemyksiä alan kehityksestä. Vastaukset jakaantuivat tasan. Puolet toimijoista koki, että toiminta paju-alalla olisi hiipumassa, kun toiset olivat toiveikkaita ja näkivät, että ala olisi nousemassa. Kiinnostus paju-alaa ja luonnontuotteita kohtaan oli heidän mukaansa kasvamassa sen vuoksi, että paju nähdään mahdollisuutena, niin energiana kuin sisustuselementtinä. Keksittäessä uusia käyttötarkoituksia, asiakkaat kiinnostuvat pajusta ja toiminta lähtee nousuun joksikin aikaa.

Raaka-aineen tuottamiseen ei nähty muutoksia tulevaisuudessa. Asiakaskunta oli pysynyt viimevuodet samana ja toimintaa ei täten koettu tarpeelliseksi kasvattaa. Käytettävissä oleva aika oli myös toiminnan laajentamista rajoittava tekijä.

Haastateltavilta kysyttäessä mikä tulee olemaan heidän tulevaisuuden tuote tai palvelu, ei ollut olemassa yksiselitteistä vastausta. Jokaisella haastatteluun osallistuneella toiminta oli hieman erilaista. Osa toimijoista näki, että heidän nykyiset tuotteensa; pajulastu, aitaelementit ja muut myytävät tuotteet, ovat ne tekijät, joilla toimintaa jatketaan eteenpäin. Osa taas painotti kehittävänsä kurssitarjontaa paremmaksi. Toiset kokivat tilan näyttävyyden kehittämisen olevan heidän tulevaisuuden päämääränsä.

Kaikki haastateltavat olivat halukkaita jatkamaan toimintaansa. Muutamista vastauksista tosin heijastui tulevaisuuden epävarmuus. Toiminta vie runsaasti aikaa, eikä saatu hyöty työmäärään nähden aina kohtaa. Lisäksi kehityssuuntaukset ja toiminnan kehittäminen ei ole ajanpuutteen vuoksi aina mahdollista. Tietyistä vastauksista oli havaittavissa, että asiakkaita tarvittaisiin lisää turvaamaan yrityksen toiminta. Tämä nousi esille pienempien yritysten kohdalla.

Keskimäärin pajutoimijat olivat toimineet alalla noin 11 vuotta. Täten heidän yritystoimintansa oli saavuttanut tietynlaisen kaavan ja monet aikoivatkin jatkaa samalla tyylillä eteenpäin. Tilat joilla oli jokin uniikki idea, jota tuottaa ja myydä aikoivat jatkaa tulevaisuudessakin samalla tavalla. Oman tilan kehittäminen näyttävämmäksi oli joka kolmannella tavoitteena tulevina vuosina. Luonnonmateriaalien erilaisten käyttötarkoitusten etsiminen oli 1/6 osalla vastanneista tavoitteena. Kurssitarjontansa halusi lisätä joka kuudes. Asiakkaiden toivomusten pyynnöstä 1/3 mietti kehittävänsä raaka-aineen tuotantoa. Tämä tarkoittaisi lisää taimiaineksen kasvattamista ja myyntiä. Myös energiapajulle oli kysyntää.

#### *4.5.2 Alan jatkokoulutus mahdollisuudet*

Haastateltavien mukaan kansalaisopistojen pitämät punontakurssit tarjoavat oppia punonnasta kiinnostuneille. Lisäksi internetistä löytyy runsaasti materiaalia. Lisäkoulutusmahdollisuuksia pystyy myös kysymään Punonta ry:n kautta. Ranskasta, Saksasta, Puolasta, Tanskasta ja Keski-Euroopan alueelta löytyy taitavia punojia, joilta on mahdollista saada koulutusta. Viljelypuolella ei ole vuosikymmeneen tapahtunut kehitystä. Tutustuminen toisiin pajutiloihin antaa myös perspektiiviä omaan toimintaansa.

Omaa osaamistaan tuotteiden valmistuksessa on mahdollista kehittää tehokkaimmin olemalla aktiivinen. Kokeilemalla ja uusia punontatekniikoita harjoittelemalla oppii parhaiten. Uutuustuotteista parhaiten tietoa (tai meille suomalaisille uusista tuotteista) sai erään haastateltavan mukaan nykyisin internetin kautta. Erityisesti tanskankielisiltä sivuilta löytyy paljon kuvia ja opetusvideoita. Internetsivujen lisäksi punonnasta pystyy hakemaan lisätietoa erilaisista ulkomaalaisista julkaisuista ja opuksista. Näitä suositeltiin kysymään kirjastoista.

Eräs pitemmän aikaan pajualalla toiminut haastateltava suositteli käymään messuilla, sillä tällaisissa tapahtumissa uutuustuotteita tulee toisinaan esille ja niistä on mahdollista löytää vinkkejä työskentelylle. Tosin Suomalaiset messut eivät ole moneen vuoteen tuoneet mitään radikaaleja uudistuksia pajuun liittyen. Ulkomaiset messut sen sijaan antoivat suomalaisiin messuihin verrattuna enemmän kävijälleen. Haastateltava suosittelikin käymään Riikan

kädentaitomessuilla tai Tukholman puutarhamessuilla. Punos ry:n kautta on mahdollista kysyä opintomatkojen järjestämisestä.

Punos ry julkaisee myös ”Punomaa” jäsenlehteä. Vastanneista 83 prosenttia tiesi kyseisen lehden. Se on suunnattu luonnonmateriaaleja hyödyntäville toimijoille ja se ilmestyy neljä kertaa vuodessa. Tällä hetkellä lehden toiminta on tosin haastattelun mukaan hiipunut.

#### *4.5.3 Tilaisuudet, neuvonta ja tuki*

Vastanneista 2/3 osaa toivoi, että heille järjestettäisiin erilaisia tilaisuuksia. Kolmasosa ei kokenut erilaisia seminaareja, messuja tai opintomatkoja tarpeellisiksi, sillä he olivat vuosien varrella käyneet kyseisissä tilaisuuksissa jo tarpeeksi. Toisena syynä oli ajanpuute. Tilaisuuksien järjestämisen kannalla olleet toivoivat erilaisia tilavierailuita, retkiä ja opintomatkoja oman yritystoimintansa kehittämiseksi. Punonta ry:n kautta on mahdollista kysyä matkoja ulkomaille, kuten Tanskaan tai Puolaan. Matkan yksistä järjestämiskriteereistä on riittävä osallistujamäärä, noin 20 henkilöä.

Osa haastateltavista kertoi, että yritystoiminnan alkuvaiheessa neuvonnallinen tuki ja avustus olisivat auttaneet. Tässä vaiheessa yrityksen toimintaa, neuvontaa ei enää koettu hyödylliseksi. Monella toiminta oli jo niin vakiintunutta, että he eivät nähneet rahallisenkaan tuen tarvetta tarpeelliseksi enää tässä vaiheessa. Osa yrityksistä oli toimintansa alkuvaiheessa saanut tukea kunnalta. Tällainen tuen saanti oli kuitenkin vähäistä. Sen sijaan kurssien järjestämiseen ja kurssien pitoon liittyvää koulutusta toivottiin jossain määrin lisää. Myös lisää työntekijöitä kaivattiin kesän ajalle. Tässä olisi mahdollisuuksia harjoittelupaikkojen ja kesätöiden suhteen.

#### *4.5.4 Hankkeet*

Kolmasosalla vastanneista oli henkilökohtaisia kokemuksia pajuhankkeen vetämisestä tai siihen osallistumisesta. Hankkeet sijoittuivat vuosituhannen vaihteeseen. Kolmasosalla ei ollut kokemuksia hankkeista tai projekteista tai ei tiennyt, että pajuun liittyvää tutkimusta tällä tasolla olisi tehty. Lopuilla haastateltavista kokemukset jäivät erilaisten kurssien, seminaarien, sekä (Helsingissä pidettävä) luonnontuotetapahtumien tasolle tai oman projektin ideointiin ja kehittämiseen. Luonnontuotetapahtumissa ei käsitellä

pelkästään pajua, mutta se antaa osviittaa luonnonmateriaalien käyttömahdollisuuksista.

Uusille hankkeille nähtiin haastattelun mukaan olevan tarvetta. Pienemmät yritykset kokivat, että hankkeet jossa opetetaan markkinointiin liittyvää neuvontaa, olisi erittäin hyödyllinen. Omalle toiminnalle haluttiin lisää näkyvyyttä. Kuten edellä on mainittu, asiakkaita tulee runsaasti nettisivujen kautta. Hanke voisi keskittyä tätä kautta tapahtuvaan markkinointiin tai kehittää pienelle yritykselle suunnatun oman markkinointikanavan.

## 5.6 Kommentit

Haastateltavilta kysyttiin lopuksi vielä kommentteja ja lisähuomioita pajutoimintaan, sekä haastatteluun liittyen. Haastattelu oli suhteellisen pitkä (45-60 minuuttia/haastateltava), mutta kysymykset koettiin yleisesti ottaen hyödyllisiksi ja alaa kehittäviksi. Viljelyhankkeista ja niiden tarpeellisuudesta oltiin kahta mieltä. Toiset haastateltavista kokivat, että erilaisia pajunviljelyyn liittyviä hankkeita on tehty jo runsaasti, kun toiset halusivat erityisesti lisää tietoutta pajunviljelyksestä ja -kasvusta. Mielenpitojen vaihtoa viljelyyn liittyen, toivottiin myös saman toimialan ammattilaisten kesken. Tämä on kuitenkin vaikeaa, sillä oma liiketoiminta ja siihen liittyvät salaisuudet halutaan pitää tietyksi omana tietona. Eräs tapa vaihtaa mielipiteitä voisi olla keskustelupalsta, johon saa kommentoida anonyymisti. Lisäksi alan harjoittajat ovat hajallaan ja pajualan toiminta koetaan herkäksi. Tämä aiheuttaa haasteita yhteistyön kehittämiseksi.

Haastattelun yhteydessä eräs haastateltava ehdotti kehityshankeideaksi torjunta-aineiden tutkimista. Eri lajikkeille on olemassa erilaiset tuholaiset ja tällä hetkellä mekaaninen torjunta on ainoa toimiva, mutta työläs ratkaisu päästä tuholaisista eroon. Nykyisin markkinoilla olevat torjunta-aineet tappavat tuholaisien ohella myös pajut. Isot firmat eivät ole kiinnostuneita tukemaan pajutoimintaa ja tähän toivottaisiin kehitystä. Lisäksi pajutoimintaan ja sen kehittämiseen, esimerkiksi viljelyyn liittyvää kestävä kehityksen rahoitustukea ei ole saatavilla tällä hetkellä. Muutoksia kaivataan.

Kommenteissa esille nousi vielä muutama kehitysidea torjunta-aineiden ja hankkeiden lisäksi. Sen sijaan, että tutkittaisiin yhä uudestaan pajunviljelyä, tulisi toimintaa suunnata mieluummin eri pajulajien ”käyttämisen”



tutkimiseen. Punontaan ja laadullisesti kiitettävän lopullisen tuotteen aikaansaamiseksi pajun tulee olla tietynlaista. Tutkittavia aihealueita olisivatkin täten lajikekohtaisesti: 1.) punottavuus 2.) käsiteltävyys 3.) kuivuvuus ja 4.) värin säilyvyys. Lisäksi pajun keitto- ja liotusjärjestelmää voitaisiin kehittää. Pajujen kasvunopeuksissa on myös huomattu olevan eroavaisuuksia.

Erään haastattelun yhteydessä esiin nousi kysymys halkeamista ja paukamista pajujen taimissa. Kyseessä ei ollut tauti tai eläin, joten tapahtuma viittaisi abiottiseen tuhoon (METLA 2014). Kyseessä on voinut olla pakkashalkeama, mutta haastateltava uskoi edellisikesän lämpöolosuhteiden vaikuttavan kyseisellä tavalla taimiin. Myös taimien alkuperä voi olla osa syynä tapahtumaan.

Kaikki vastaajat olivat yhtä mieltä siitä, että kun istutus on saatu suoritettua, paju lähtee kasvamaan tehokkaasti. Tärkeänä kriteerinä oli valon määrä ja Suomessa tuo määrä koettiin riittäväksi pajun kasvamiselle. Liiallinen sade koettiin haittaavaksi tekijäksi, sillä silloin paju alkaa kasvaa järeyttä, mikä vaikeuttaa punomista. Vastaajat olivat myös yhtä mieltä siitä, että paju on työläs korjata ja kesäaikaan erilaiset tuholaiset ovat riesana. Korjuu tapahtuu käsityönä ja tähän toivottaisiin kehitystyötä. Esimerkiksi kahdelta ihmiseltä kuluu 0,3 hehtaarin kokoisen viljelyalan hoitoon ja pajujen prosessointiin myyntikelpoiseksi vuodessa arviolta 500 työtuntia.

Osa haastateltavista oli sitä mieltä, että 1950-luvun jälkeen pajualan tunnettavuus on vähentynyt. Lisäksi pajun hyödyntämismahdollisuudet koetaan vähäisiksi tai niihin sisältyy vääriä uskomuksia ja tietoa. Tämän hetkinen taantuma pajualaa kohtaan koettiin haasteeksi. Tekemällä itse koettiin olevan suuri vaikutus työn laadun varmistamisessa ja asiakastytyväisyydessä.

## 5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia pajun markkinointiin ja sen ympärille rakennettujen haastattelukysymysten pohjalta itse raaka-ainetta. Mitkä ovat sen jatkojalostus vaihtoehdot tuotteina ja palveluina? Miten raaka-aine liikkuu Suomen sisällä? Mitkä ovat ulkomaille suunnatut vaihtoehdot? Myös itse alaa ja sen kehityssuuntauksen tilannetta kartoitettiin.

Haastattelun alussa selvitettiin toimijoiden taustoja ja kysyttiin mielipiteitä pajualan tämän hetkisistä ansaintimahdollisuuksista. Osiossa selvisi, että jokaisella löytyi kokemusta alasta keskimäärin laskettuna noin kymmenen vuoden ajalta. Saadut vastaukset heijastavatkin rautaista ammattiosaamista ja viime hetken tietoa raaka-aineeseen ja pajualaan liittyen.

Puolet vastanneista koki ansaintimahdollisuudet kohtalaisiksi ja murto-osa hyväksi. Tämä kieli alan tämän hetkisestä taantumasta. Asiakkaat tulisi saada yleisesti ottaen kiinnostumaan uudelleen tästä historiallisesti pitkään käytetystä luonnonmateriaalista ja sen käyttömahdollisuuksista. Yrityksen koko ja toimintamuoto vaikuttavat tietysti siihen, miten tilanne nähdään. Suurin osa tiloista oli toiminnaltaan pieniä tai keskikokoisia. Isoja yrityksiä haastattelussa oli yksi. Haastateltavista 2/3 teki pajutoimintaa elinkeinokseen ja lopuille se oli sivutoimi vakituisen työn ohessa.

Raaka-ainetta tarkasteltaessa huomattiin, että suurin osa liiketoiminnan harjoittamiseen tarvittavasta materiaalista tuotetaan omalta tilalta. Raaka-aineen hankkiminen muualta (tarkasteltaessa kotimaan toimikenttää) oli vähäistä ja satunnaista. Markkinat materiaalin osalta koettiin yleisesti ottaen kohtalaiseksi ja se määrä mikä tilalla tuotetaan vuodessa, riittää liiketoiminnan harjoittamiseen. Ajan puutteen ja osittain taantumana takia raaka-aineen tuottamisen lisäämiselle ei nähty tarvetta.

Raaka-aineen toimittamisen sijaan oltiin huomattavasti aktiivisempia. Jopa 2/3 yrityksistä toimitti materiaalia lähialueen ulkopuolelle. Raaka-ainetta välitetään erityisesti kurssien yhteydessä laajasti eri puolelle Suomea. Lopuilla toimijoista (pienemmät yritykset) raaka-aineen välittäminen keskittyi lähelle omaa paikkakuntaa. Pienemmillä yrityksillä asiakkaat ostivat raaka-ainetta paikan päällä, kun taas isommat yritykset myivät pajua myös verkkopalvelun kautta. Yleisimmät lajikkeet viennissä olivat: punapaju,

korallisalava ja siperianpaju. Paikan päällä tapahtuva myynti oli arviolta 25:stä nipusta, yli 200 nippua vuodessa. Enemmistö vastanneista oli sitä mieltä, että pelkkä pajun myynti ei ole liiketoiminnallisesti kannattavaa, vaan toimintaa tulee kehittää jatkuvasti raaka-aineen myynnin ympärille.

Punontapajun kasvatukseen tarkoitettu viljelyala oli suurimmalla osalla haastateltavista 20-30 aarin luokkaa. Keskiarvona laskettuna yksi aari tuottaa lajikkeesta ja istutustiheydestä riippuen teoriassa 20 000 punontaan kelpaavaa pajua. Ominaisuuksiltaan viljellyistä pajulajikkeiksi parhaimmaksi selvisi: vakka-, puna- ja siperianpaju.

Vertailtaessa toimitettavaa ja myytävintä raaka-ainetta keskenään, huomataan että punapaju ja siperianpaju mainitaan jälleen kerran suosituimpien joukossa. Tämä ei sinällensä tule yllätyksenä, sillä kyseiset lajikkeet ovat ominaisuuksiltaan myös erittäin laadukkaita. Mikäli haluaisi ryhtyä pajutoimijaksi, kasvatettavista lajikkeista tulisi löytyä ainakin nämä kaksi.

Raaka-aineen hinnoittelussa oli runsaasti eroja eri toimijoiden välillä. Perussääntö on, että yksikköhinta kasvaa 0,01 euroa jokaista kymmentä senttimetriä kohden lajikkeesta riippumatta. Hinnoittelussa tapahtuu pienenlainen hyppäys siirryttäessä yli 160 cm pitkiin materiaaleihin. Tämä selittyy sillä, että isompiin pajutöihin tarvitaan vähintään 160 senttimetrin mittaista raaka-ainetta. Kaikki raaka-aine mitä tilalla tuotetaan vuodessa, menee myyntiin tai tuotteiden valmistukseen. On huomattavissa, että yritys toimii oikealla raaka-aine hinnoittelulla, raaka-aine valinnalla ja sopivalla viljelyalalla tehokkaasti ympäri vuoden. Viljelyalaltaan 20-30 aaria punontapajun kasvattamiselle olisi suositeltava pajutoiminnan aloittamista harkitsevalle. Viljelyalaa mietittäessä tulee huomata myös käytettävissä olevat henkilöstöresurssit käsillä olevaan työmäärään nähden.

Haastattelussa selvisi, että pelkällä raaka-aineen tuottamisella liiketoiminta ei ole kannattavaa. Täten raaka-ainetta jalostetaan tuotteiksi. Yleisimpiä tuotteita olivat erilaiset korit, aitaelementit, eläinhahmot, onget, kartiot, roihutelineet, pallot, sermit, tuolit, arkut, kukkalaatikot ja erikoistuotteet. Vuositasolla myytävät tuotteet paikan päällä vaihtelivat suuresti yrityksen koon ja erikoistumisen suhteen. Myynti vaihteli noin sadan ja muutaman

sadan myydyin tuotteen välillä vuodessa. Myyntipiikit sijoittuivat joulukuun ja loppukevääille (juhlapyhät). Iältään 31-59 vuotiaat olivat aktiivisin ostoryhmä.

Esimerkkilasku: Perinteisen korin tekemiseen kului arviolta 75 kappaletta noin metrin mittaista pajua. Raaka-aineisiin toimija investoisi täten 7,5 euroa. Korin tekemiseen hänellä kuluisi aikaa arviolta kaksi tuntia. Näiden perustietojen pohjalta yrittäjä pystyy määrittämään myytävien tuotteidensa hinnan. Tehdylle työlle täytyy tietysti saada katetta. Onkin hyvä miettiä minkälaisia tuotteita lähtee valmistamaan ja mikä on niihin kuluva raaka-aine sekä työmäärä tunteina kokonaisuutena. Myös oma tieto-taito tulee punnita.

Tuotteiden lisäksi yrityksen olisi syytä tarjota myös palveluita. Taloudellisesti kannattavimmaksi palveluksi nousivat erilaiset kurssi- ja koulutuspalvelut. Erilaiset punontakurssit ovat olleet väylä myös usealle toimijalle alalle kouluttautumisessa (lisäksi oma aktiivisuus ja internet selailu. Muun muassa youtube, hakusana: willow basketry). Tutumiskäynnit tilalla, kesäteatterit, kahvila ja tapahtumapaikkojen koristelu ovat varteen otettavia vaihtoehtoja pajutoiminnan kehittämiseksi. Loppujen lopuksi itse tila ja sen ympärille rakennettu toiminta, tuotteet ja raaka-aineen tuottaminen yhdessä ovat ne toiminnan kulmakivet joilla yritys toimii.

Tuotteita ja markkinointia mietittäessä asiakasryhmä ja heille tarjottavat palvelut on syytä kohdentaa tarkoin. Tietyn ikäinen asiakasryhmä on kiinnostuneempi pajusta, kuin toinen. Tuote tai palvelu, jota heille lähdetäisiin tarjoamaan ja jolle olisi ehdottomasti kysyntää olisi selvitettävä. Kyseiseen tuotteeseen tai palveluun tulee ehdottomasti mitoittaa tarvittavat raaka-aine kustannukset, käytettävissä oleva aika ja resurssit. Tutkimus aiheena hyvä, johon voitaisiin liittää pienemmän yrityksen näkökulmasta markkinalista neuvontaa.

Pajutoimijoilla joka kuudennelle toimintaan kuului ulkomainen yhteistyökumppani. Ulkomailta hankittu paju oli kuorellista salavaa, mikä sai ominaisuuksiltaan jokaisesta kohdasta parhaan arvosanan. Tätä samaa lajiketta toimitetaan jonkin verran myös punapajun ja siperianpajun lisäksi kotimaassa. Taloudelliseen kannattavuuteen ei haluttu kommentoida liikesalaisuuksien takia. Yhteistyökumppaneita voi etsiä Belgiasta, Ranskasta

tai Tanskasta. Nämä ovat maita joissa pajupunonnalla on hyvin pitkät perinteet.

Ulkomailta hankitun raaka-aineen lisäksi kuudes osa toimijoista hankki myös valmiita tuotteita tukemaan liiketoimintaansa. Osalla valmiiden tuotteiden hankkiminen liittyi uusien punontatekniikoiden opetteluun. Yleisesti hankittiin koreja tai keskikokoisia pajutuotteita. Valmiiden tuotteiden tuonti kotimaahan on kannattavaa ja myyntiin saatavien tuotteiden tekemiseen ei näin kulu aikaa.

Ulkomaalaisten pajutilallisten kanssa tehtävästä yhteistyöstä tai markkinoinnista ulkomaille ei ollut paljon kokemusta. Liikuttaessa EU:n alueella sopimusten kanssa ei ole ollut ongelmia. Tutkimus voitaisiin täten suunnata Saksaan tai Etelä-Ruotsiin. On tosin huomattava, että monella toimijalla käytettävissä oleva aika kuluu täysin kotimaassa tapahtuvaan liiketoimintaan. Tutkimuksessa tulisi ensin kartoittaa ulkomaille suunnatun markkinoinnin todellinen tarve, ennen jatkotutkimuksia.

Jokainen haastateltava oli halukas jatkamaan pajualalla. Tämän hetken taantuma tosin heijasteli tulevaisuuden epävarmuutta. Toimintaan uhrattu työpanos ei aina kohdannut saatua hyötyä. Suurin osa toimijoista aikoi kuitenkin jatkaa samalla tavalla yrityksensä toimintaa, kuin tähänkin asti. Toiminnan muuttaminen vaatisi aikaa ja kyseinen aikapula koettiin vahvasti vastustavaksi tekijäksi uusien kehityssuuntausten ideoinnissa ja toteutuksessa.

Asiakkaita olisi mahdollista saada lisää uusien innovaatioiden kautta. Näitä voisivat olla pajun hyödyntäminen sisustuselementtinä tai energiapajun kasvattaminen osana pajutilan toimintaa. Energiapajua mietittäessä tulisi valita nopeasti biomassaa ja vesoja kasvattava laji. Typpilannoituksella ja runsaalla kastelulla saadaan puuainesta kasvatettua tehokkaasti. Punontapajussa biomassan kasvattaminen koettiin haitaksi, sillä pajun ydinosa laajenee, mikä vaikeuttaa punomista. Tämä on suositeltavaa ottaa huomioon viljelymaaperää valittaessa.

Alalle kouluttautumisessa oman aktiivisuuden ja internetin kautta saadun tiedon lisäksi Punonta ry julkaisee: "Punomaa" jäsenlehteä ja järjestää

opintomatkoja ja erilaisia tilaisuuksia. Myös messut tarjoavat perspektiiviä oman toiminnan kehittämiseksi.

Suurin osa toimijoista ei nähnyt rahallisen tuen tarvetta tässä vaiheessa yritystoimintaansa. Tämä antaa mielikuvan siitä, että vaikka ala on taantumassa, konkurssin uhka ei ole välttämätön. Rahalliselle tuelle olisi ollut tarvetta yritystoiminnan alkuvaiheessa. Markkinointiin, yrityksen näkyvyyteen, kurssitoiminnan kehittämiseen ja raaka-aineen prosessointiin (korjuu kesällä) koettiin olevan tällä hetkellä tarvetta.

Edellä mainittujen markkinointiin liittyvien ideoiden lisäksi voitaisiin tutkia erilaisia torjunta-aineita, sillä tällä hetkellä tuholaisen mekaaninen torjunta on ainoa työläs ja aikaa vievä vaihtoehto. Ajan puutteen koettiin yleisesti yritystoimintaa jarruttavaksi tekijäksi hyvin monella tasolla, joten tutkimus olisi tärkeä. Myös pajulajin käyttäytymistä punontatarkoitukseen tulisi tutkia. Kuinka saadaan kasvatettua ominaisuuksiltaan laadukasta punontapajua tehokkaasti?

Haastattelu onnistui mielestäni hyvin ja esitettyihin kysymyksiin saatiin suurilta osin kattavasti asiantuntijoiden vastauksia ja mielipiteitä. Ainoastaan ulkomaan osa-alue jäi vajaan vastausten osalta. Tiettyjen osa-alueiden vastauksista oli vaikeaa luoda yhtenäistä johtopäätöstä yritysten toiminnan erilaisuuden takia. Kokonaisuutta ajatellen tämä ei kuitenkaan haitannut tutkimusta liiaksi. Jälkikäteen ajateltuna haastattelun kohderyhmä olisi voitu kohdistaa tietyn kokosiin pajutiloihin, laajamittaisen näkökulman sijaan. Tulosten tarkastelu osoittautui työlääksi avointen vastausmahdollisuuksien takia. Tämä oli kuitenkin pakollista yritysten erilaisuuden takia.

Tutkimus antoi mielestäni kokonaisuutena selvän kuvauksen tämän hetkisestä pajualan tilanteesta. Jatkotutkimuksia mietittäessä olisi syytä harkita kysymysten luonnetta enemmän moni valinta kysymysten kaltaisiksi. Kysymykset voitaisiin lähettää sähköpostitse ja määrällisesti saataisiin enemmän vastauksia, mikä parantaisi vastausten yleistettävyyttä. Mahdollista olisi myös keskittyä pelkästään yhden osa-alueen laajamittaiseen tarkasteluun. Esimerkiksi osa-alueesta: ulkomaat, saisi tehtyä hyvin laajan opinnäytetyön. Työ tulisi tehdä muutoin, kuin haastattelemalla yrityksiä. Muutoin vastausprosentti jää pieneksi, kuten tässä tutkimuksessa selvisi.

Opinnäytetyöstäni käy ilmi pajutoiminnan ja sen toimintakenttään liittyvä laajuus ja elementtien runsaus. Tutkimus antaa yleisellä tasolla runsaasti informaatiota, minkä pohjalta on mahdollista lähteä suunnittelemaan uusia tutkimuksia ja hankkeita. Tulevat tutkimukset voisivat paneutua vielä syvemmin eri aihealueiden tarkasteluun. Tutkimukseni pohjalta pystytään luomaan kysymykset täsmällisemmiksi, sillä tämän tyyliä tutkimuksia ei ole juuri ennen tehty. Kysymysten laadinnassa pystytään jatkossa ottamaan paremmin huomioon erilaiset muuttujat.

Tutkimukseni antaa käsityksen siitä, millaista tämän tyylinen yritystoiminta on ja mitkä tekijät vaikuttavat yrityksen toimintaan. Tärkeää on suhteuttaa omat resurssit yrityksen kokoon sopivaksi. Tärkeiksi painopisteiksi resurssien suuntaamisessa ovat pajutilan ja kotisivujen kehittäminen. Kaikki muu rakentuu näiden tekijöiden ympärille. Erikoistuminen tietyn tuotteen valmistamiseen tai palvelun (eritoten kurssit) tarjoamiseen antaa hyvät puitteet liiketoiminnalle.

Pajualan koetaan tällä hetkellä olevan taantumassa. Uusia ideoita ja innovaatioita tarvitaan. Tutkimustyötä tulee jatkaa alan kehittämiseksi.

**LÄHTEET:**

Jakobsen, S. 2008. Ruukkupajut – Elävän pajun punonta. WSOY.

Kaukinen, L. – Collanus, M. (toim.) 2006. Tekstejä ja kangastuksia – Puheenvuoroja käsityöstä ja sen tulevaisuudesta. Akatiimi.

Kenttätyöskentely: Tilakäynti Marjamäen pajutilalla 22.8.2013.

Koiramäen pajutalli. Osoitteessa: <http://www.koiraemaenpajutalli.fi/pajuviljelma.html>  
5.11.2013.

LAO. Osoitteessa: <http://www.lao.fi/Suomeksi/Hankkeet/EU-hankkeet/Polut>  
4.2.2014.

LUMO 2013, LUMO. Osoitteessa:  
<http://www.lumoverkosto.fi/index.php/tietotori/kasvit-ja-puut/59-pajut-salix> 25.10.2013.

Luontovakka. Osoitteessa: <http://www.luontovakka.fi/15> 10.11.2013.

Marjamäen pajutila. Osoitteessa:  
<http://www.marjamaenpajutila.fi/pajua/lajikkeet/jokipaju.t>  
mpl 29.1.2014.

Metla 2013. Osoitteessa:  
[http://www.metla.fi/metinfo/metsienterveys/lajit\\_kansi/abpakk-n.htm](http://www.metla.fi/metinfo/metsienterveys/lajit_kansi/abpakk-n.htm)  
3.2.2014.

Museovirasto 2014. Osoitteessa:  
<http://www.nba.fi/fi/kansallismuseo/opetus/opetuspaketit/esihistoria/tietoa/kivikausi/3> 11.3.2014.

Puhelinhaastatteluun osallistuneiden pajutoimijoiden kotisivut.

Puhelinhaastattelu pajutoimijan kanssa 9.7.2013.

Puhelinhaastattelu pajutoimijan kanssa 10.7.2013.

Puhelinhaastattelu pajutoimijan kanssa 15.7.2013.

Puhelinhaastattelu pajutoimijan kanssa 16.7.2013.

Puhelinhaastattelu pajutoimijan kanssa 17.7.2013.

Puhelinhaastattelu pajutoimijan kanssa 18.9.2013.

Puutarhan viemää 2012. Osoitteessa:  
<http://puutarhanviemaa.blogspot.fi/2012/05/pajun-lisaaminen.html>  
7.5.2012

Savolainen, A- Väätäinen, A-M. 2004. Suomalainen pajukorikirja. Hämeenlinna: WSOY.

Soini – Salomaa, K. 2013. Käsi- ja taideteollisuuden ammatillisia tulevaisuudenkuvia. Lahti: N-paino Oy



Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005. Osoitteessa:  
<http://www.luontoyrittaja.net/54.html> 11.3.2014.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005. Osoitteessa:  
<http://www.luontoyrittaja.net/213.html> 11.3.2014.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005. Osoitteessa:  
<http://www.luontoyrittaja.net/7.html> 12.3.2014.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005. Osoitteessa:  
<http://www.luontoyrittaja.net/147.html> 12.3.2014.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005. Osoitteessa:  
<http://www.luontoyrittaja.net/220.html> 12.3.2014.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005. Osoitteessa:  
<http://www.luontoyrittaja.net/151.html> 13.3.2014.

Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry 2005. Osoitteessa:  
<http://www.luontoyrittaja.net/20.html> 14.4.2014

Tahvanainen, L. 1995. Pajun viljelyn perusteet. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy

Tolvasen pajutila 2013. Osoitteessa:  
[http://www.pajutila.net/index\\_tiedostot/punapaju.htm](http://www.pajutila.net/index_tiedostot/punapaju.htm) 5.11.2013.

Tolvasen pajutila 2013. Osoitteessa:  
[http://www.pajutila.net/index\\_tiedostot/siperianpaju.htm](http://www.pajutila.net/index_tiedostot/siperianpaju.htm) 5.11.2013.

Tolvasen pajutila 2013. Osoitteessa:  
[http://www.pajutila.net/index\\_tiedostot/korallisalava.htm](http://www.pajutila.net/index_tiedostot/korallisalava.htm) 5.11.2013.

Yrttitarha 2013. Osoitteessa: <http://www.yrttitarha.fi/alasivu.html> Hakusana: Pajut  
25.10.2013.

**LIITTEET:****Haastattelukysymykset:**

**Asteikko** 1: Huono, 2: Kohtalainen, 3: En osaa sanoa, 4: Hyvä, 5: Erinomainen

**1. Tämän hetken mielipiteet pajutoimijalta.**

- a. Kauanko olette toimineet pajutoimijana? (vuotta)
- b. Mikä Teidät sai ryhtymään pajutoimijaksi?
- c. Kuinka olette kouluttautuneet pajutoimijaksi?
- d. Millaiseksi arvioitte pajutoimintanne ansaintimahdollisuudet tällä hetkellä? (asteikolla 1-5)

**2. Raaka-aine.**

- a. Millaiset markkinat raaka-aineiden osalta yleisesti ottaen on olemassa? (ast. 1-5)
- b. Kasvatatteko itse pajua? (kyllä/ei) Montako punttia vuodessa? (x puntti/pituus)
- c. Jos hankitte raaka-ainetta ulkopuolelta, niin mistä päin Suomea hankitte raaka-ainetta toiminnallenne?
  - c.1. Määrä: (punttia/vuosi)
  - c.2. Lajike: (mainitkaa 3)
- d. Minne päin Suomea toimitatte raaka-ainetta?
  - d.1. Määrä: (punttia/vuosi)
  - d.2. Lajike: (mainitkaa 3)
  - d.3. Kuinka paljon pajua keskimäärin tuotatte hehtaarin alalta?
- e. Mitkä ovat omat näkemyksenne pajunviljelyn vahvuuksista ja heikkouksista?
- f. Mikä on mielestänne seuraavilta ominaisuuksiltaan paras pajulajike?
 

Nimi: \_\_\_\_\_

-laatu (ast. 1-5)

-punottavuus (ast. 1-5)

-kestävyys (ast. 1-5)
- g. Kannattaako Teidän mielestänne pelkkä raaka-aineen tuottaminen (kyllä/ei)

### 3. Myynti ja markkinointi. Pajutuottet ja palvelut.

- a. Myytävimmät pajulajikkeenne? (mainitkaa kolme)
- b. Mitkä ovat kyseisten lajien myyntihinnat (€/puntti/pituus)
- c. Paljonko kyseisiä pajulajikkeita ostetaan vuodessa? (punttia)
- d. Myytävimmät tuotteenne? (mainitkaa kolme)
- e. Paljonko kyseisiä tuotteita ostetaan vuodessa? (kpl)
- f. Paljonko kyseiset tuotteet tarvitsevat raaka-ainetta? (punttia)
- g. Mikä on tällä hetkellä Teidän taloudellisesti kannattavin lajike/tuote/palvelu?
- h. Minkä ikäistä ostoryhmänne keskimäärin on? (alle 30v, 31-59v, yli 60v)
- i. Onko myynnissä sesonkia vai tapahtuuko myyntiä tasaisesti ympäri vuoden?
- j. Millä tavoin markkinoitte tuotteitanne?
- k. Myyntivalttinne?
- l. Järjestättekö muuta pajuun liittyvää toimintaa (esimerkiksi. kurssit, teatterit, retkikohteet, messut, tilakäynnit)
- m. Oletteko erikoistunut johonkin seuraavista: tuotteet/lajikkeet/palvelut?  
Mikä: \_\_\_\_\_

### 4. Ulkomaat

- a. Hankitteko ulkomailta pajua? (kyllä/ei)
  - a.1. Kenen yhteistyökumppanin kautta?
  - a.2. Mitä lajikkeita? (mainitkaa 3)
  - a.3. Ovatko lajikkeet kuoripäällisiä vai kuorittuja?
  - a.4. Paljonko yhden puntin hankkiminen maksaa Teille?  
(€/puntti/pituus)
  - a.5. Mikä on kyseisen puntin myynhintaa (€/puntti/pituus)
  - a.6. Kuinka arvioisitte seuraavia ulkomaisten pajujuen ominaisuuksia?  
(ast. 1-5)
    - laatu
    - punottavuus
    - kestävyys

- b. Hankitteko ulkomailta valmiita tuotteita?
  - b.1. Kenen yhteistyökumppanin kautta?
  - b.2. Mitä tuotteita?
  - b.3. Onko tuonti kannattavaa? (kuinka kannattavaa)
- c. Tuleeko markkinointia suunnata ulkomaille? Kokemuksia ulkomaista?
- d. Minkälaisia lupa-asioita ulkomaan kauppaan liittyy?
- e. Onko Teillä kokemusta menettelystä, jossa kotimainen raaka-aine viedään ulkomaille ja valmis tuote toimitetaan takaisin? (minne, toimitusaika, kate, minkälaisia tuotteita takaisin)

### **5. Tulevaisuuden näkymät pajutoimijalta**

- a. Miten näette tulevaisuuden pajualan kehittyvän Suomessa?
- b. Aiotteko jatkaa pajualalla ja onko tarkoitus kehittää yritystä? Kehityssuuntaukset?
- c. Mikä on Teidän tulevaisuuden paju/tuote/palvelu?
- d. Toivoisitteko Teille järjestettävään pajuun liittyviä tilaisuuksia (kuten: opintomatkat/seminaarit/messut)?
- e. Tarvitsetteko tulevaisuudessa tukea toiminnallenne? Minkälaista tukea; rahoitusta, neuvontaa, koulutusta?
- f. Onko teillä kokemusta pajuun liittyvistä hankkeista ja projekteista? Mitkä olisivat ne asiat, joita pitäisi hankkeen avulla kehittää? (esimerkiksi. viljelyä, markkinointia, alan koulutusta)

Vapaa sana:

<b>Osa-alue ja kysymyksiin saadut vastausprosentit</b>	
<b>1. Tämän hetken mielipiteet pajutoimijalta.</b>	<b>%</b>
1.a. Kauanko olette toimineet pajutoimijana? (vuotta)	<b>100</b>
1.b. Mikä Teidät sai ryhtymään pajutoimijaksi?	<b>100</b>
1.c. Kuinka olette kouluttautuneet pajutoimijaksi?	<b>100</b>
1.d. Millaiseksi arvioitte pajutoimintanne ansaintimahdollisuudet tällä hetkellä? (asteikolla 1-5)	<b>100</b>

<b>Osa-alue ja kysymyksiin saadut vastausprosentit</b>	
<b>2. Raaka-aine.</b>	<b>%</b>
2.a. Millaiset markkinat raaka-aineiden osalta yleisesti ottaen on olemassa? (ast. 1-5)	<b>100</b>
2.b. Kasvatatteko itse pajua? (kyllä/ei)	<b>100</b>
2.b.1. Montako punttia vuodessa?	<b>50</b>
2.c. Jos hankitte raaka-ainetta ulkopuolelta, niin mistä päin Suomea hankitte raaka-ainetta toiminnallenne?	<b>100</b>
2.c.1. Määrä: (punttia/vuosi)	<b>50</b>
2.c.2. Lajike: (mainitkaa 3)	<b>33</b>
2.d. Minne päin Suomea toimitatte raaka-ainetta?	<b>100</b>
2.d.1. Määrä: (punttia/vuosi)	<b>100</b>
2.d.2. Lajike: (mainitkaa 3)	<b>100</b>
2.e. Kuinka paljon pajua keskimäärin tuotatte hehtaarin alalta?	<b>83</b>
2.f. Mitkä ovat omat näkemyksenne pajunviljelyn vahvuuksista ja heikkouksista?	<b>100</b>
2.g. Mikä on mielestänne seuraavilta ominaisuuksiltaan paras pajulajike? Nimi:	<b>83</b>
-laatu (ast. 1-5)	<b>83</b>
-punottavuus (ast. 1-5)	<b>83</b>
-kestävyys (ast. 1-5)(vuosi?/sää?)	<b>83</b>
2.h. Kannattaako Teidän mielestänne pelkkä raaka-aineen tuottaminen (kyllä/ei)	<b>100</b>

<b>Osa-alue ja kysymyksiin saadut vastausprosentit</b>	
<b>3. Myynti ja markkinointi. Pajutuotteet ja palvelut.</b>	<b>%</b>
3.a. Myytävimmät pajulajikkeenne? (mainitkaa kolme)	100
3.b. Mitkä ovat kyseisten lajien myyntihinnat (€/punti/pituus)	0*
3.c. Paljonko kyseisiä pajulajikkeita ostetaan vuodessa? (punttia)	83
3.d. Myytävimmät tuotteenne? (mainitkaa kolme)	100
3.e. Paljonko kyseisiä tuotteita ostetaan vuodessa? (kpl)	83
3.f. Paljonko kyseiset tuotteet tarvitsevat raaka-ainetta? (punttia)	100
3.g. Mikä on tällä hetkellä Teidän taloudellisesti kannattavin lajike/tuote/palvelu?	100
3.h. Minkä ikäistä ostoryhmänne keskimäärin on?	100
3.i. Onko myynnissä sesonkia vai tapahtuuko myyntiä tasaisesti ympäri vuoden?	100
3.j. Millä tavoin markkinoitte tuotteitanne?	100
3.k. Myyntivalttinne?	100
3.l. Järjestättekö muuta pajuun liittyvää toimintaa?	100
3.m. Oletteko erikoistunut johonkin seuraavista: tuotteet/lajikkeet/palvelut?	100

\*Vastaukset otettu haastateltavien kotisivuilta

<b>Osa-alue ja kysymyksiin saadut vastausprosentit</b>	
<b>4. Ulkomaat.</b>	<b>%</b>
4.a. Hankitteko ulkomailta pajua? (kyllä/ei)	100
4.a.1. Kenen yhteistyökumppanin kautta?	33
4.a.2. Mitä lajikkeita? (mainitkaa 3)	17
4.a.3. Ovatko lajikkeet kuoripäällisiä vai kuorittuja?	17
4.a.4. Paljonko yhden puntin hankkiminen maksaa Teille?	0
4.a.5. Mikä on kyseisen puntin myynhinta (€/punti/pituus)	0
4.a.6. Kuinka arvioisitte seuraavia ulkomaisten pajujen ominaisuuksia? (ast. 1-5)	17
-laatu (ast. 1-5)	17
-punottavuus (ast. 1-5)	17
-kestävyys (ast. 1-5)(vuosi?/sää?)	17
4.b. Hankitteko ulkomailta valmiita tuotteita?	100
4.b.1. Kenen yhteistyökumppanin kautta?	33
4.b.2. Mitä tuotteita?	33
4.b.3. Onko tuonti kannattavaa? (kuinka kannattavaa)	17
4.c. Tuleeko markkinointia suunnata ulkomaille? Kokemuksia ulkomaista?	100
4.d. Minkälaisia lupa-asioita ulkomaan kauppaan liittyy?	17
4.e. Onko Teillä kokemusta menettelystä, jossa kotimainen raaka-aine viedään ulkomaille ja valmis tuote toimitetaan takaisin?	0

<b>Osa-alue ja kysymyksiin saadut vastausprosentit</b>	
<b>5. Tulevaisuuden näkymät pajutoimijalta</b>	<b>%</b>
5.a. Miten näette tulevaisuuden pajualan kehittyvän Suomessa?	<b>100</b>
5.b. Aiottako jatkaa pajualalla (kyllä/ei)	<b>100</b>
5.b.1. Kehityssuuntaukset?	<b>100</b>
5.c. Mitä kautta on mahdollista saada jatkokoulutusta alalle?	<b>83</b>
5.d. Mitä kautta on mahdollista saada tietoa uutuus tuotteista?	<b>100</b>
5.e. Onko pajutoimijoille omaan alaan suunnattua lehteä saatavilla?	<b>83</b>
5.f. Mikä on Teidän tulevaisuuden paju/tuote/palvelu?	<b>100</b>
5.g. Toivoisitteko Teille järjestettävän pajuun liittyviä tilaisuuksia?	<b>100</b>
5.h. Tarvitsetteko tulevaisuudessa tukea toiminnallenne? Minkälaista tukea; rahoitusta, neuvontaa, koulutusta?	<b>100</b>
5.i. Onko teillä kokemusta pajuun liittyvistä hankkeista ja projekteista? Mitkä olisivat ne asiat, joita pitäisi hankkeen avulla kehittää?	<b>100</b>
<b>Kommentit</b>	<b>50</b>