

LUOMU- JA LÄHIRUOKAKAUPAN PERUSTAMINEN TAMPEREELLE

Eini Kilpeläinen

Opinnäytetyö
Toukokuu 2011
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen
koulutusohjelma
Tampereen ammattikorkeakoulu

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU

Tampere University of Applied Sciences

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

KILPELÄINEN, EINI: Luomu- ja lähiruokamyymälän perustaminen Tampereelle

Opinnäytetyö 31 s., liitteet 10 s.
Toukokuu 2011

Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona tamperelaiselle yritykselle, joka suunnittelee luomu- ja lähiruokamyymälän perustamista. Toimeksiantajan toiveena oli, että työssä selvitetäisiin, olisiko myymälälle kysyntää Tampereella, mistä saataisiin myytävät tuotteet ja mitä laissa tai säädöksissä sanotaan koskien luomu- ja lähiruokamyymälää. Tavoitteena oli saada aikaan toimeksiantajan toiveita noudattaen selkeä tutkimus, mistä saadaan arvokasta tietoa myymälän perustamiseen.

Empiirisessä osassa mahdollisia asiakasmääriä selviteltiin kvantitatiivisen asiakaskyselyn keinoin ja lomakkeessa oli myös ripaus laadullisuutta kuvaavia piirteitä. Kyselylomakkeet olivat esillä kuukauden ajan toimeksiantajan yrityksissä Tampereella, jossa ne olivat helposti kaikkien halukkaiden, niin asiakkaiden kuin henkilökunnankin täytettävissä. Vastauksia kyselyyn saatiin 118 kappaletta, mikä oli yli odotusten. Tosin tuloksia tulee tarkastella hieman kriittisesti, sillä lomakkeita oli täytetty osin tulkinnanvaraisesti.

Teoreettisessa viitekehyksessä avataan luomun ja lähiruoan määritelmät sekä selvitetään tämän hetken lähiruokamarkkinat, joiden kanssa opinnäytetyön toimeksiantajat mahdollisesti kilpailisivat samoista asiakkaista. Teoriaosiossa tutustutaan myös kuluttajakäyttäytymiseen sekä käsitellään hieman laajemmin käsitettä kuluttaminen, jotta ymmärrettäisiin paremmin kuluttajan ajatusmaailmaa ja voitaisiin näin ollen vastata paremmin heidän tarpeisiinsa.

Tästä opinnäytetyöstä ilmenee, että luomun ja lähiruoan suosio on kasvussa, ja tämän opinnäytetyön osana toteutetun asiakaskyselyn mukaan Tampereella olisi tälläkin hetkellä paljon potentiaalisia asiakkaita, kysyntää siis riittää. Myymälän tuotevalikoima olisi mahdollista koostaa oman alueen tuotteista, koska Pirkanmaalta löytyy runsaasti tuottajia. Laissa ei ole määrätty mitään luomun tai lähiruoan jälleenmyynnistä, mutta luomutuotteita käsiteltäessä on noudatettava tarkasti säädöksiä. Työn tuloksena voidaan todeta, että luomu- ja lähiruokamyymälän perustaminen Tampereelle on kannattavaa.

Asiasanat: luomuruoka, lähiruoka, kuluttajakäyttäytyminen

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Service Management

KILPELÄINEN, EINI: Establishing a Shop Selling Organic and Local Food in Tampere

Bachelor's thesis 31 pages, appendices 10 pages
May 2011

This thesis assignment was commissioned by a company in Tampere, which plans to establish a food shop selling organic and local food in Tampere. The goal was to find if there is demand for a shop of that kind. Another aim was to clarify where to get the products to the shop. The principal also wanted to know what the law states about the selling of organic food. The purpose was to achieve a good package containing information on establishing a shop selling organic and local food.

In the empirical section, the amount of potential customers was clarified with the help of a quantitative research, which also had qualitative features. The survey provided a lot of valuable information that can be used in the establishment of the shop. The theoretical framework deals with the current local food market, which may compete for the same customers as the principal of this thesis. In addition, the theoretical section also explains consumer behaviour so that it would be easier to understand consumer thinking and to respond to their needs better.

The thesis indicates that the idea of the establishment of the shop selling organic and local food is viable. Plenty of producers can be found in Pirkanmaa, and Tampere has a lot of potential customers. Today, there is only one shop selling organic and local food in Tampere and, in addition, a market hall, but these stores are certainly on the rise.

Key words: Organic food, local food, consumer behaviour

Sisällys

1 JOHDANTO.....	5
2 LÄHIRUOKA JA LUOMU.....	6
2.1 Lähiruoan määritelmä.....	6
2.2 Luomuruoan määritelmä.....	7
3 KULUTTAMINEN.....	9
3.1 Ostokäyttäytyminen.....	9
3.2 Luomun ja lähiruoan suosio	10
3.3 Tulevaisuuden kuluttaja	12
4 LÄHIRUOKAMARKKINAT.....	13
5 SÄÄDÖKSET LUOMUN MYYNNISTÄ.....	16
6 LÄHI- JA LUOMURUOKAKYSELY	18
6.1 Tutkimuksen tausta.....	18
6.2 Tutkimuksen toteuttaminen.....	18
6.3 Kyselyn tulokset	19
6.4 Tulosten yhteenveto ja analysointi.....	25
7 POHDINTA.....	28
LÄHTEET.....	30
LIITTEET.....	32

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aihe on luomu- ja lähiruokamyymälän perustaminen ja työ tehdään toimeksiantona tamperelaiselle yritykselle, joka suunnittelee tällaisen erikoismyymälän perustamista Tampereelle. Työ on rajattu koskemaan vain myymälän perustamistoimia, joten työssä käsitellään ainoastaan sellaisia asioita, jotka ovat olennaisia liiketoiminnan aikaansaamiseksi. Tavoitteena on selvittää, olisiko myymälälle kysyntää, mistä saataisiin tuotteet myymälään ja mitä laki tai säädökset sanovat luomun ja/tai lähiruokan myynnistä. Lisäksi kerrotaan yleisestä ostokäyttäytymisestä, mikä voi auttaa myymälän suunnittelussa. Tarkoituksena on tehdä hyvää pohjatyötä, mistä selviää onko luomu- ja lähiruokamyymälän perustaminen kannattavaa.

Potentiaalisten asiakkaiden määrää selvitettiin kyselytutkimuksen keinoin ja siinä kysyttiin muun muassa, kuinka usein vastaaja käyttää luomu- ja/tai lähiruokaa. Kyselyllä haluttiin saada myös selville, millaiset luomu- ja/tai lähiruokatuotteet ovat suosituimpia ja minä päivinä vastaaja käy ruokaostoksilla. Tästä kyselystä saatiin arvokasta tietoa myymälän perustamista ja ylläpitoa ajatellen.

Luomuruokan ja lähiruokan suosiota on tutkittu aikaisemminkin. Tässä työssä on käytetty apuna suomalaisen markkinatutkimusyhtiö Tripod researin toteuttamaa kyselytutkimusta luomuruokan ja lähiruokan yleiseen suosioon liittyen. Opinnäytetyössä on käytetty hyväksi myös Saksassa Max Rugner-Instituutissa toteutettua tutkimusta, joka on ollut osana kansallista luomututkimusohjelmaa. Tässä tutkimuksessa on selvitetty luomu- ja lähiruokaa suosivien ihmisten ostokäyttäytymistä.

Usein kuluttajan ja pientuottajan voi olla vaikea löytää toisiaan, sillä harvemmin pienen tuottajan tuotteet päätyvät marketin hyllyille. Useimmiten kuluttaja olisi myös kiinnostunut hakemaan tuotteensa suoraan tilalta, mutta ei ole välttämättä tietoinen mihin suunnata. Tämän työn liitteeksi (liite 1) on koottu pirkanmaalaisia tuottajia, joita luomu- ja lähiruokamyymäläkin voisi hyödyntää tavarantoimittajinaan.

2 LÄHIRUOKA JA LUOMU

2.1 Lähiruoan määritelmä

Lähiruoalla tarkoitetaan mahdollisimman lähellä tuotettua ruokaa. On spekuloitu, onko yli sadan kilometrin päässä tuotettu ruoka enää lähiruokaa, mutta asiaan ei kuitenkaan ole selvää vastausta. Hieman kauempanakin tuotettu ruoka voi tulla kyseeseen, mikäli sille löytyy hyvät perusteet. Lähiruokatuotteen on kuitenkin tarkoitus olla niin tuoretta, että lyhyiden kuljetus- ja säilytysmatkojen mahdollistamana lisäaineiden ja pakkaamisen tarve vähenee. Erään määritelmän mukaan lähiruoka on sitä, mikä on kasvanut lähimmän kirkon tornista nähtävällä alueella. Maantieteellisesti alue voi olla kuitenkin esimerkiksi kunta, maakunta tai talousalue. (Marttaliitto 2010.)

Lähiruokaideologian tarkoituksena on käyttää sekä alueen raaka-aineita että tuotantopanoksia. Ympäristön kunnioitus ja luonnonvarojen säästäminen kuuluvat olennaisena osana lähiruoan tuotantoon ja myös kestävien menetelmien käyttö on tärkeää. Lähiruokatuotteita käyttämällä eri vuodenaajat saavat vaihtelua aikaan ruokavaliossa sekä myös alueellinen ruokaperinne pääsee oikeuksiinsa. (Marttaliitto.2010.) Tärkeintä ei ole pelkästään itse kuljetusmatkat, vaan niiden seurauksena esimerkiksi myös elintarvikkeiden tuoreus ja turvallisuus (Syyrakki 2009, 10).

Lähiruoan tuottaminen ja sen käyttäminen mahdollisimman lähellä auttavat koko maan hyvinvointia. Tuottaminen työllistää alueen asukkaita antaen heille toimeentuloa ja samalla kuluttajat saavat tuoretta ja laadukasta ruokaa. Lisäksi se on myös turvallista, minkä takaa Suomen korkea alan koulutustaso sekä kattava elintarvikevalvonta. (Syyrakki 2009, 11.)

Tänä päivänä kuluttajat ovat hyvin kiinnostuneita tietämään ruokansa turvallisuuden, tuotantotavan, jäljitettävyyden sekä alkuperän. Lähellä tuotetulla ruoalla on lyhyt matka

pellolta pöytään ja sen alkuperä on helposti selvitettävissä. Myös vitamiinit ja hivenaineet säilyvät elintarvikkeessa, kun ei esimerkiksi tarvitse keittää pakastemarjoja ennen käyttöä. Lähirooka usein myös maistuu paremmin, kun tiedetään sen alkuperä. ”Vanhainkodissa ruoka maittoi, kun se oli tutun kalastajan pyytämää muikkua!” (Syyrakki 2009, 11-14, 27.)

2.2 Luomuruoan määritelmä

Luomuruoalla tarkoitetaan luonnonmukaisesti tuotettua elintarviketta. Sen viljely kuormittaa vähemmän vesistöjä, ilmastoa ja luonnon monimuotoisuutta kuin tavanomaisesti tuotettu elintarvike. Luomutuotteissa käytetään myös mahdollisimman vähän lisäaineita, joka osaltaan tekee tuotteista puhtaampia verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin. Luonnonmukaisesti tuotetuista elintarvikkeista löytyy sekä kasvi- että eläinkunnan tuotteita. (Luomuliitto ry Nd.)

Luomuviljelyssä viljelysmaan hoitaminen on erittäin tärkeää ja siinä käytetään eloperäisiä lannoitteita. Tarkoitus on poistaa rikkakasvit ja tuholaiset sekä biologisesti että mekaanisesti, kemiallisten aineiden käyttö kun on ehdottomasti kielletty. (Luomuliitto ry. Nd.) Tärkeässä roolissa on monivuotinen viljelykierto, jossa on ideana vuorotella eri kasvilajeja. Vuoroviljely auttaa parantamaan maan viljavuutta ja estämään eroosiota. Samalla ehkäistään myös kasvintuhoajien säilymistä ja lisääntymistä kasvustossa. (Elintarviketurvallisuusvirasto 2010.)

Lisäaineiden ja antibiootin käyttö on tarkoin säännelty. Eläintuotannossa pidetään tärkeänä eläinten terveyttä, hyvinvointia, lajille tyypillistä käyttäytymistä sekä vapaata liikkumista. Viranomaiset valvovat tarkasti luomuviljelyä aina pellostä pöytään saakka. Luomutuotantoa säännellään EU:n luomusäätelyssä ja Suomessa sitä valvoo Elintarviketurvallisuusvirasto. (Luomuliitto ry Nd.) Luomuruoka on terveellisempää kuin tavanomainen ruoka, jonka tuotannossa käytetään peräti 350:tä sallittua tuholaismyrkyä, kun taas luomutuotannossa pyritään mahdollisimman luonnonmukaiseen viljelyyn kieltäen kaikki tuholaismyrkyt (Naik 2009, 80).

Saksassa Max Rugner-Instituutissa osana kansallista luomututkimusohjelmaa tehdyn tutkimuksen mukaan luomutuotteiden käyttäminen ja elintavat ovat yhteydessä toisiinsa. Luomua käyttävät kuluttajat syövät terveellisemmin ja heillä on myös terveellisemmät elämäntavat kuin ei-luomua käyttävillä kuluttajilla. Tutkimuksessa selvisi, että luomua käyttävät syövät enemmän hedelmiä ja kasviksia sekä vähemmän lihaa ja lihatuotteita kuin ei-luomua käyttävät. Luomua ostavat käyttävät myös makeisia ja virvoitusjuomia muita vähemmän ja lisäksi he myös tupakoivat vähemmän ja liikkuvat enemmän kuin ne, jotka eivät suosi luomua. (Luomutietopankki 2010.)

3 KULUTTAMINEN

3.1 Ostokäyttäytyminen

Yksinkertaisesti sanottuna kuluttaminen on ostamista, mutta laajimmillaan siihen kuuluu muutakin kuten ostoa edeltävä toiminta, varsinainen ostaminen sekä tuotteen tai palvelun käyttäminen ja niistä eroon pääseminen (Raatikainen 2008, 9). Philip Kotler jakaa kuluttajan ostopäätösprosessin viiteen osaan; tarpeen havaitseminen, tietojen hankinta ostamisen vaihtoehdoista, vaihtoehtojen arviointi, ostopäätös sekä oston jälkeinen tapahtuma (Lahtinen & Isoviita 2001, 21).

Yksilölliset tekijät sekä ulkoiset markkinoinnilliset tekijät vaikuttavat myös kuluttajaan tuote- ja palveluostoja tehtäessä (Raatikainen 2008, 9,18,26). Ostamisen vaihtoehtoihin liittyvän tiedonhaun lähteet jaotellaan neljään ryhmään; henkilökohtaisiin (ystävät, kollegat, perheenjäsenet), kaupallisiin (mainonta, myynninedistäminen, asiakaspalvelu, tuotepakkaus), julkisiin (median esittämät arvioinnit) sekä henkilökohtaisiin tuotekokeiluihin (Raatikainen 2008, 9,18,26).

On tärkeää pyrkiä vaikuttamaan asiakkaiden kaikkiin aisteihin positiivisesti, jotta saataisiin heidät tulemaan uudestaan ja asioimaan juuri tässä myymälässä. Porvoosta lähtöisin oleva luomu- ja lähiruokamyymälä Anton&Anton on onnistunut erinomaisesti tarjoamaan ruokatuotteiden lisäksi myös ravintoa aisteille. He ovat onnistuneet luomaan kohtauspaikan, josta saa ruokaostosten lisäksi ruokaohjeita ja mahdollisuuden tutustua uusiin ihmisiin. Myymälässä asiakas saa myös tietoa tuotteiden alkuperästä. (Markkanen & Pipoli 2009.)

Tuotteiden esillelaittoon on tärkeää kiinnittää huomiota myynnin edistämiseksi. Onnistuneen lopputuloksen takaa käytettävissä olevan tilan käyttö tehokkaasti sekä

kokojen, muotojen ja värien oikeaoppinen ryhmittely. Hinta- ja tuotemerkinnot tulee olla selkeästi esillä erityisesti, jos asiakkaita on paljon suhteessa henkilökunnan määrään. Useimmissa tapauksissa juuri esillepano saa kuluttajassa aikaan ostopäätöksen, joten tuotteiden sijoittelulla myymälään on paljon merkitystä. Myymälän tai osaston etuosaan tulee sijoittaa ajankohtaiset tuotteet, kampanjatuotteet sekä uutuustuotteet. Keskiosaan kannattaa laittaa vakiotuotteet ja seinustalle huomiota herättävät sekä opastavat tuotteet. (Raatikainen 2008, 189.)

3.2 Luomun ja lähiruoan suosio

Suomalaisen markkinatutkimusyhtiö Tripod researchin vuonna 2010 toteutetun kestävää kehitystä arjessaan suosivien määrää mittaavan kyselytutkimuksen mukaan lähes joka kolmas 15-79-vuotias suomalainen kuuluu lohas-kuluttajiin, lohas lyhennetään sanoista Lifestyles of Health and Sustainability. Tähän ryhmään kuuluvat arvostavat terveyttä ja kestävää kehitystä edistäviä elämäntapoja. Eli melkein miljoona suomalaista pitävät eettisyyttä, ympäristömyönteisyyttä sekä yhteisövastuuta tärkeinä. He arvostavat muun muassa luomutuotantoa. (Ruokatieto yhdistys 2010.)

Heidän tutkimuksensa perusteella ihmiset ovat kiinnostuneita niin luomusta kuin lähiruoastakin. On olemassa kuitenkin hyvin erilaisia käsityksiä. Suurin osa kuluttajista mieltää lähiruoan tärkeimmäksi hankintakriteeriksi tuotteen kotimaisuuden, mutta joillekin on tärkeää saada lähiruokatuotteet suoraan tuottajalta. Kysyntä on huomattu ja monissa kaupungeissa onkin jo avattu myymälöitä, jotka ovat erikoistuneet erityisesti lähiruokaan. (Yle uutiset 2010.)

Isoilla kauppaketjuilla on hyllyissään lähiruokaa, mutta harvemmin asiakas tietoisesti niitä löytää. Ne jäävät helposti suuresti mainostettujen massatuotteiden varjoon. Lähiruokaa myydään myös toreilla, messuilla, markkinoilla ja tilamyymälöissä

(Marttaliitto. 2010). Tilamyymälöissä asiointi koetaan kuitenkin usein vaivalloiseksi, kun tuotteita pitäisi lähteä hakemaan pitkienkin välimatkojen takaa.

Aamulehden haastattelemat Arne ja Arja Nikkilä Forssasta käyvät vähintään kerran kahdessa viikossa Tampereen kauppahallista ostamassa luomu- ja lähiruokaa. Heidän mielestään markettien valikoimat ovat liian suppeat. He sopivat suomalaisen lähiruoan mallikuluttajiksi, molemmat ovat kotoisin maalta ja ovat tottuneet käyttämään yksinkertaisia, paikallisia raaka-aineita. Jauhotkin he hakevat useimmiten suoraan myllystä. Tampereen kauppahalliin haluttaisiin myyntiin enemmänkin pirkanmaalaisia luomukasviksia ja -juureksia, mutta täällä maa on niin savista, että siinä on vaikea viljellä vihanneksia pahoittelee luomumyymälän yrittäjä Anita Niukkanen Kauppahallista. (Aamulehti 2010.)

Hämeenlinnassa aloitteleva ruokakauppias Arja Weeraratne on yllätynyt luomun suuresta suosioista. Hänen perheensä on jo vuosia syönyt luomuruokaa, mutta he kyllästyivät siihen vaivannäköön, jota tarvittiin luomutuotteiden saamiseen. Lopulta hän päätti perustaa luomuruokakaupan. Kun kauppa avattiin, oli oven takana jo jonoa. Yrittäjä Weeraratnen mielestä lähiruoan asema Suomessa on ehdottomasti nousussa. Euroopassa sen asema on ollut pitkään jo korkealla, mutta me suomalaiset miellämme suomalaisen ruoan jo sellaisenaan lähes luomuksi, mikä on harhaa. Hiljalleen ihmiset haluavat vaihtoehtoja pakatuille ja teollisesti tuotetuille ruoille, uskoo Weeraratne. (Yle uutiset 2010.)

Lähiruoan suosio on nousussa ympäri maailmaa. Iso-Britanniassa tehdyn uusimman tutkimuksen mukaan 27 prosenttia iso-britannialaisista kuluttajista suosii lähiruokatuotteita, kun vastaava luku oli ollut kolme vuotta aiemmin 15 prosenttia. Joka kuudes amerikkalainen sanoo myös ostavansa lähiruokaa niin usein kuin mahdollista. (Pinkerton & Hopkins 2009. 20-21.)

3.3 Tulevaisuuden kuluttaja

Aikaisemmin kuluttajat on mielletty passiivisiksi vastaanottajiksi, mutta nykyään puhutaan yleisesti aktiivisista kuluttajista. Tämän päivän kuluttaja on kiinnostunut kokeilemaan uutta ja antamaan palautetta kokemastaan. Yhä enemmän tehdään tuotevertailua sekä jaetaan kokemuksia muiden kanssa. Palvelun tarjoajan tulee reagoida nopeasti toimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin ja menestyäkseen yrityksen on kyettävä ennakoimaan trendejä sekä vastaamaan muuttuviin tarpeisiin. (Raatikainen 2008, 208.)

Tämän suuntainen kuluttajakäyttäytyminen on varmasti nousussa. Ihmiset ovat yhä tiedostavampia, ja entisaikoja enemmän halutaan perehtyä siihen mihin rahamme laitamme. Olemme kriittisempiä tuotteiden suhteen ja annamme kuulua, mikäli emme ole tyytyväisiä. Tämä tuo haasteita palvelun tarjoajille, mutta onnistuessaan yrityksellä on hyvät mahdollisuudet menestykseen.

Professori Raija Järvinen kuvaa tulevaisuuden kuluttajaa seuraavin sanoin; eettinen, ekologinen, elämishakuinen, vaihtelunhaluinen sekä turvallisuushakuinen (Raatikainen 2008. 212). On kuitenkin huomioitava, että kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat paljon myös kansantalouden suhdanteet. Kun kansantalous on kunnossa, ihmisillä on rahaa vapaammin käytettävissä, mutta laman aikana käy useimmiten toisin. Kun halutaan ennalta tietää tulevaa kuluttajakäyttäytymistä, kannattaa pyrkiä ennakoimaan taloudellisia suhdanteita. (Lampikoski & Lampikoski 2000, 37-38.) Nämä suhdanteet vaikuttavat oleellisesti palvelujen käyttöön. Useimmiten mikään koettu tarve ei ole niin todellinen, että se täytettäisiin sellaisenaan ehdoitta. Yleensä ongelmaa ratkaistaessa otetaan huomioon käytössä olevat budjetti- ja muut mahdolliset resurssirajoitteet. (Järvinen & Tuorila 2002, 5.)

4 LÄHIRUOKAMARKKINAT

Luomun ja lähiruokan suosio on huomattu ja moniin kaupunkeihin on jo perustettu luomu- ja lähiruokamyymälöitä. Tunnetuin näistä on Anton&Anton, vuonna 2008 Porvooseen perustettu ja Helsinkiin jo laajentanut luomu- ja lähiruokamyymälä, joka valittiin retail awardseissa vuonna 2011 vuoden myymäläksi. He tarjoavat maukkaita lähiruokatuotteita elämyksellisessä myymäläympäristössä ja heidän visionaan on olla elämyksellisen ruokashoppailun edelläkävijä. Heillä on tarkoitus laajentua ympäri Suomen, myös Tampereelle. (Anton & Anton nd.)

Tätä opinnäytetyötä aloittaessani luomu- ja lähiruokamyymälään verrattavaa liiketoimintaa ei vielä ollut Tampereella muuta kuin Kauppahallissa. Tämän työn tekeillä olon aikana on kuitenkin ehditty perustaa jo luomu- ja lähiruokamyymälä Tampereen keskustaan. Tämä ei kuitenkaan lannista toimeksiantajiani, vaan he luottavat suureen kysyntään.

Myymälässä asiointi on helppoa kaupankäyntiä, kun voi poiketa ostoksille lähes milloin vain tai tehdä ostoksia hetken mielohteesta. Totuus on kuitenkin, että tänä päivänä monet hankkivat samat tuotteet muullakin tavoin, joten täytyy miettiä miten erottua kilpailijoista. Tähän lukuun on koottu Pirkanmaalla toimivia lähiruokamyymäjiä, joista osa tarjoaa myös luomutuotteita. Heidän kanssa kilpailtaisiin mahdollisesti samoista asiakkaista.

Lähiruokapuoti Lempi

Lähiruokapuoti Lempi avattiin huhtikuussa 2011 ja se on ensimmäinen lähiruokamyymälä Tampereen keskustan alueella. Heidän valikoimiinsa kuuluu myös luomuruokatuotteita, mutta pääasiassa he panostavat lähellä tuotettuihin elintarvikkeisiin. (Tamperelainen 2011.)

Luomulaatikko

Tampereella on tarjolla palvelu, jonka ideana on tarjota asiakkailleen tuotteita suoraan kotiovelle kuljetettuina. Yrityksellä on laajat valikoimat erilaisia ruoka- ja muita tarvikkeita, ja kaikki myytävät tuotteet ovat luomu- tai demeterlaatua. Demetermerkki myönnetään biodynaamisesti viljellyille tuotteille. (Luomulaatikko Nd.) Biodynaaminen viljely eroaa luomuviljelystä siten, että biodynaamisessa viljelyssä käytetään apuna preparaatteja. Ne ovat luonnonaineita, joilla tuetaan kasvin luonnollista vastustuskykyä. (Bioviini nd.)

Ruokapiirit

Ympäri Suomea toimii ruokapiirejä, myös Pirkanmaalla. Näiden kautta voi tilata esimerkiksi luomutuotteita ja piirin voi perustaa työporukalla tai perustajana voi olla jokin muu yhteisö. Ruokapiiri voi toimia myös yrityksen omaisesti. (Ruokapiiri nd.) Piirin jäsenet etsivät itse sopivat tuottajat ja sopivat heidän kanssaan toimitusväleistä. Tuottajat laskuttavat koko ruokapiiriä yhdellä laskulla ja piiriläiset maksavat oman osuutensa ruokapiirin tilille, jolta yhteyshenkilö maksaa laskun tuottajille. Tuotteet he hakevat ennalta sovitusta jakelupisteestä. (Vihreä lanka 2011.)

Kauppahalli

Tampereen kauppahalli sijaitsee ydinkeskustassa ja sinne on helppo poiketa ohikulkumatkalla, mutta se vetää ihmisiä puoleensa myös pidemmän matkan takaa. Kauppahallissa on aina tuoreet ja monipuoliset tuotteet, sen takaa 38 siellä toimivaa yritystä, jotka kaikki haluavat tarjota asiakkailleen mahdollisimman lähellä tuotettua ruokaa. Lisäksi kauppahallin LuomuAnista löytyvät laajat valikoimat luomuelintarvikkeita. (Tampereen kauppahalli 2009.)

Tilamyymälät

Pirkanmaalla on lukuisia tilamyymälöitä, joista on luettelo liitteenä (liite 1). Tilamyymälöiden tuotteita on helposti ja edullisesti saatavilla ilman välikäsiä suoraan

heidän omilta tiloiltaan. Usein tilamyymälät ovat hankalien kulkuyhteyksien päässä, mutta siitä huolimatta monelle on kuitenkin tärkeää saada tuotteensa suoraan tilalta.

5 SÄÄDÖKSET LUOMUN MYYNNISTÄ

Luomun jälleenmyynnistä ei löydy lakia. Ja kauppa, joka vain myy luomutuotteita ei myöskään kuulu luomuvalvontajärjestelmään, mutta luomusäännöksiä tulee kuitenkin noudattaa (Elintarviketurvallisuusvirasto 2010). Säännöksien mukaisesti myymälässä on huolehdittava, että luomutuotteet eivät sekoitu tavanomaisiin tuotteisiin ja luomutuotteeksi kutsutaan tuotetta vain, jos sen maatalousperäisistä raaka-aineista vähintään 95% on luonnonmukaisesti tuotettu (PTY 2002). Luomutilan eläintuotteitakaan ei saa myydä luomuna, elleivät eläimetkin kuulu luonnonmukaiseen tuotantoon sekä valvontaan. Myöskin luomuviljasta leivotun leivän myyminen luomuna on kielletty ellei leipomotoiminta ole luomuvalvonnassa. (Luomutietopankki 2010.) Viranomaiset valvovat luomutuotteiden markkinointia, pakkaamista, valmistusta sekä maahantuontia EU:n ulkopuolelta. (PTY 2002).

Valmiiksi pakattujen luomutuotteiden markkinointi ei juuri poikkea tavanomaisten tuotteiden markkinoinnista. Omavalvonnan tarkastuksen yhteydessä kunnan elintarvikeviranomaisen tarkastaa luomutuotteiden pakkausmerkintöjen oikeellisuuden sekä tarkastaa mainosmateriaalin koskien luomutuotteita. Kunta valvoo myös lehti-ilmoittelua ja muuta myymälän ulkopuolella tapahtuvaa markkinointia. Irtomyyntiin tulevat luomutuotteet on kuljetettava myymälään asianmukaisissa kuljetuspakkauksissa ja vastaanotettaessa tulee tarkistaa, että tuotteen mukana tulee esimerkiksi rahtikirja, josta ilmenee tuotteen olevan luomua. Asiakirjassa täytyy olla erätunnus, jolla se voidaan yhdistää kuljetuspakkaukseen, lisäksi kuljetuspakkaus tulee olla suljettu niin, että sen sisältöä ei ole voitu vaihtaa. (PTY 2002.)

Myymälän on pystyttävä todistamaan terveystarkastajalle, että luomuna myytävä tuote on oikeasti luomua. Se onnistuu tuotteiden mukana tulevien asiakirjojen avulla. Mikäli myymälään hankitaan luomutuotteita suoraan valmistajalta tai viljelijältä, on

suositeltavaa pyytää heiltä kerran vuodessa todistus elintarvikeviraston tai TE-keskuksen luomuvalvontaan kuulumisesta. (PTY 2002.)

Jos myymälässä valmistetaan, pakataan tai tuodaan luomutuotteita suoraan EU:n ulkopuolelta, tulee sen hakeutua elintarvikeviraston luomuvalvontaan. Tämän jälkeen myymälän tiloissa tehdään tarkastus, jonka hyväksynnän jälkeen myymälä kuuluu luomun valvontarekisteriin. Alkutarkastuksen jälkeen myymälässä tehdään vuosittaisia tuotantotarkastuksia. Luomuvalvontaan liittyminen maksaa noin 200 euroa ja vuositarkastukset noin 110 euroa. (PTY 2002.)

Valmistukseksi lasketaan esimerkiksi palvelupisteessä tehtävä luomusalaatin valmistus tai leipominen. Valvontaan tulee kuulua myös, jos myymälässä jauhetaan, paloitellaan tai pakataan luomutuotteita asiakkaiden näkemättä. Esimerkiksi luomukasvisten pilkkominen ja kelmuun kääriminen edellyttävät luomuvalvontaan kuulumista. Paistopisteiden ei enää nykyään tarvitse kuulua valvonnan piiriin, mikäli se on ainoa, jossa tapahtuu luomutuotteiden valmistusta ja pakkaamista eikä myymälässä tapahdu mitään muuta valmistusta, pakkaamista tai tuontia suoraan EU:n ulkopuolelta. (PTY 2002.)

Myymälän omavalvontassuunnitelmassa tulee ottaa huomioon jos myymälässä pakataan, valmistetaan tai tuodaan luomutuotteita suoraan EU:n ulkopuolelta. Luomuelintarvikkeita vastaanottaessa tulee aina tarkistaa raaka-ainetoimittajien kuuluminen luomuvalvontaan sekä jokaisesta erästä asianmukaiset asiakirjat. (PTY 2002.)

6 LÄHI- JA LUOMURUOKAKYSELY

6.1 Tutkimuksen tausta

Opinnäytetyön yhtenä tavoitteena on tarkoitus selvittää, onko luomu- ja lähiruokamyymälälle kysyntää Tampereella, joten selvitin mahdollisia asiakasmääriä teettämällä asiakaskyselyn. Kyselylomakkeita oli noin kuukauden ajan esillä tämän opinnäytetyön toimeksiantajien yrityksissä Tampereella. Täytettyjä kyselylomakkeita palautettiin yhteensä 118 kappaletta tavoitteen ollessa sadassa kappaleessa, joten tavoite ylittyi reilusti.

Kysely on ollut avoin kaikille yrityksen asiakkaille sekä henkilökunnalle asuinpaikkakunnasta riippumatta. 118:ssä täytetyssä lomakkeessa vastauksia oli kunkin kysymyksen kohdalla reilusti enemmän, johtuen useammasta vastauksesta toisensa poissulkevien vastausvaihtoehtojenkin kohdalla. Tämä on hyvä huomioida tutkimustuloksia tarkastellessa.

6.2 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kyselytutkimus, joka oli kvantitatiivinen, mutta lomake sisälsi myös joitakin laadullisuutta kuvaavia piirteitä. Kyselylomakkeessa (liite 2) oli valmiiksi laadittujen vastausvaihtoehtojen lisäksi myös muutama avoin kysymys, joilla haluttiin saada yksityiskohtaisia tietoja vastaajien kulutustottumuksista luomu- ja/tai lähiruoan suhteen. Kvantitatiiviselle tutkimusmenetelmälle tyypillisesti myös tässä tutkimuksessa muuttujat muodostettiin taulukkomuotoon ja aineisto työstettiin tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Tutkimustuloksien tilastoihin perustuen tehtiin

myös päätelmiä luomu- ja lähiruokamyymälän perustamisen kannattavuudesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 156-159.)

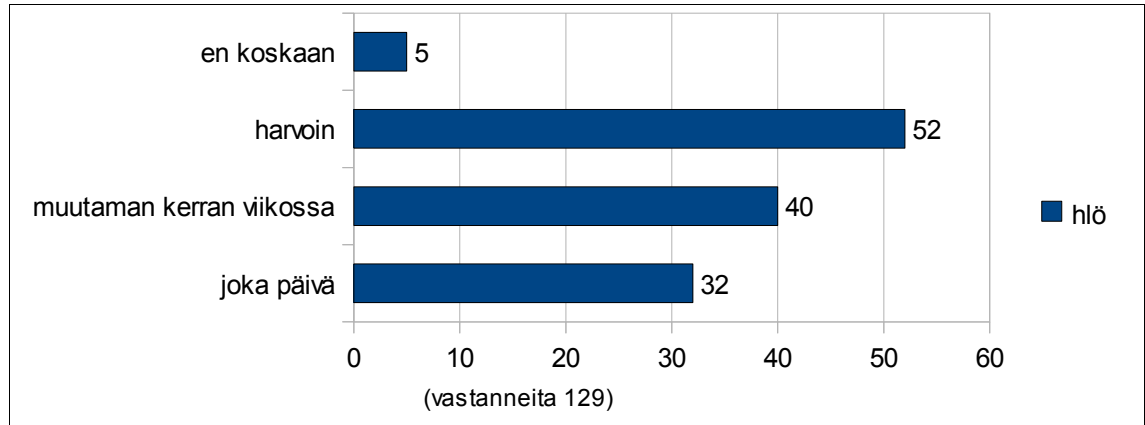
Kyselylomakkeessa (liite 2) kysyttiin, käyttääkö vastaaja luonnonmukaisesti tuotettuja ja/tai lähellä tuotettuja elintarvikkeita ja kuinka usein. Lisäksi haluttiin tietää millaisin kriteerein vastaaja määrittää elintarvikkeen lähellä tuotetuksi, mistä hän hankkii luomu- ja/tai lähiruokatuotteensa ja mitkä viikonpäivät ovat suosituimpia ruokaostospäiviä.

Näillä kysymyksillä haluttiin saada selville, onko luomun ja lähiruoan suosio niin korkealla, että tällaiselle erikoismyymälälle riittäisi asiakkaita Tampereella. Haluttiin myös selvittää mistä kaikkialta vastaajat hankkivat luomu- ja/tai lähiruokatuotteita ja mikä näistä olisi suosituin. Ennen varsinaisen kyselyn aloittamista lomaketta ja sen toimivuutta testasi viisi ihmistä, joilta sain arvokkaita kehitysehdotuksia, testausten jälkeen kyselylomaketta muokattiin merkittävästi.

6.3 Kyselyn tulokset

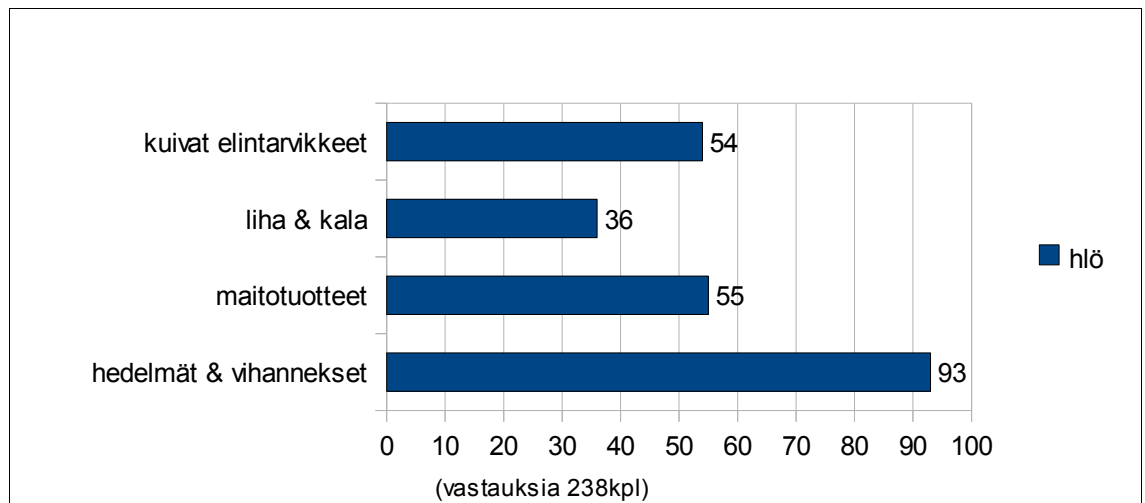
Kyselylomakkeessa kysyttiin ensimmäisenä, kuinka usein vastaaja käyttää luomuruokaa (taulukko 1). Kaikista vastaajista 52 henkilöä käyttää luomuruokaa harvoin, mahdollisesti muutaman kerran kuukaudessa tai vielä harvemmin. 40 henkilöä käyttää luomuruokaa muutamia kertoja viikossa, joka päivä käyttää 32 henkilöä ja ei koskaan 5 henkilöä. Tästä voidaan päätellä, että useimmat käyttävät luomuruokaa vähintään muutaman kerran viikossa. Näin ollen tämän kysymyksen tuloksilla on sama linjaus, kuten aiemmin luvussa 3 kerrotulla Tripod researchin teettämällä tutkimuksella, jossa ilmeni, että lähes miljoona suomalaista arvostaa muun muassa luomutuotteita.

Taulukko 1. Luomutuotteiden käytön suosio



Taulukossa 2 selvitetään, millaisia luomutuotteita suositaan eniten. Vastauksissa kiistattoman ykkössijan saivat hedelmät ja vihannekset. Maitotuotteet ja kuivat elintarvikkeet ovat lähes tasoissa, myös lihaa ja kalaa suositaan jonkin verran. Vastausten määrä suhteessa vastaajien määrään on runsas, sillä tähän kysymykseen sai valita useamman vastausvaihtoehdon.

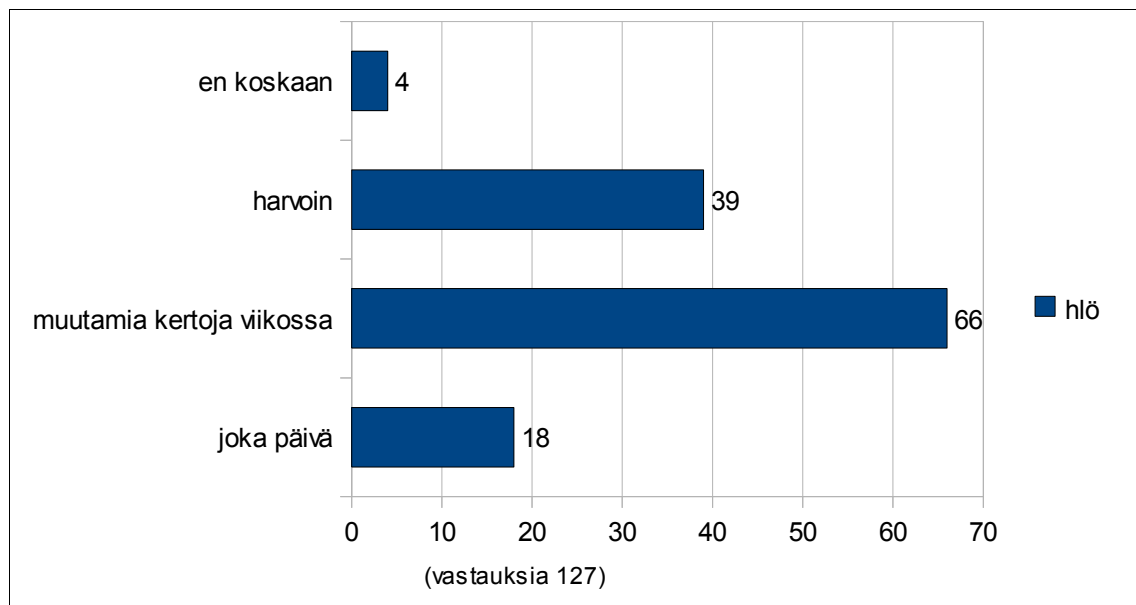
TAULUKKO 2. Luomutuotteiden suosion jakautuminen



Taulukosta 3 nähdään, kuinka usein suositaan lähellä tuotettua ruokaa. Tähän kysymykseen suurin osa vastasi käyttävänsä lähiruokaa muutamia kertoja viikossa, toiseksi eniten vastattiin, että lähiruokaa käytetään harvoin. Kuten vastaavassa

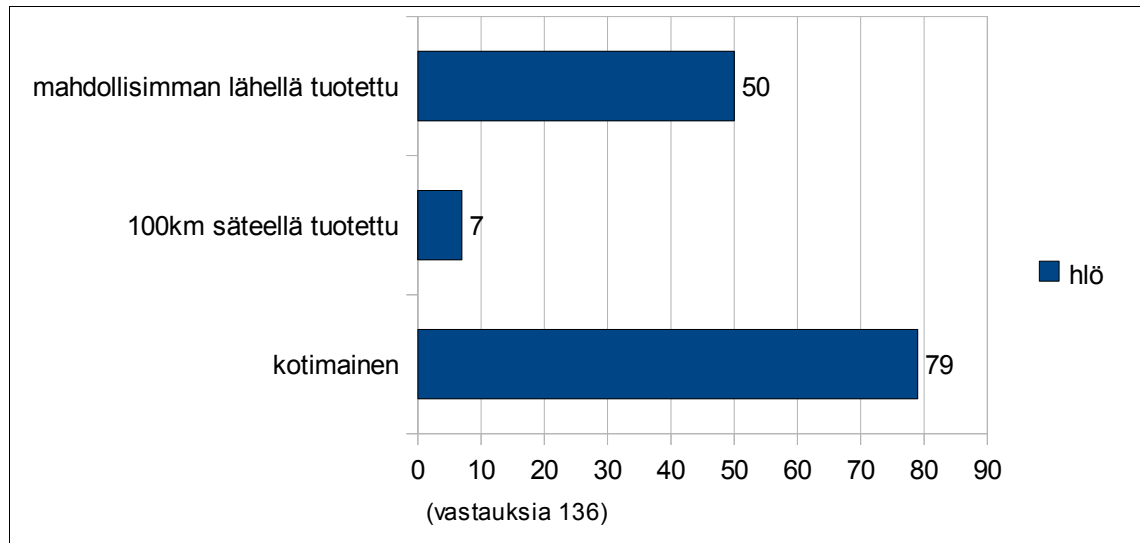
kysymyksessä luomutuotteiden osaltakin, ei tiedetä, tarkoitetaanko tällä joitain kertoja kuukaudessa vai vielä harvemmin. Tästä selviää kuitenkin, että viikko tasolla lähiruoka on hyvin suosittua. Myös nämä tulokset sopivat yhteen Tripod reseachin tuloksien kanssa, kuten aiemmin todettu yhtäläisyys luomutuotteidenkin suosion osalta. Sekä luomuruokatuotteet että lähiruokatuotteet ovat hyvin suosittuja, sekä tämän kyselyn tuloksien että myös Tripod reseachin tuloksien mukaan.

TAULUKKO 3. Lähiruoan käytön suosio



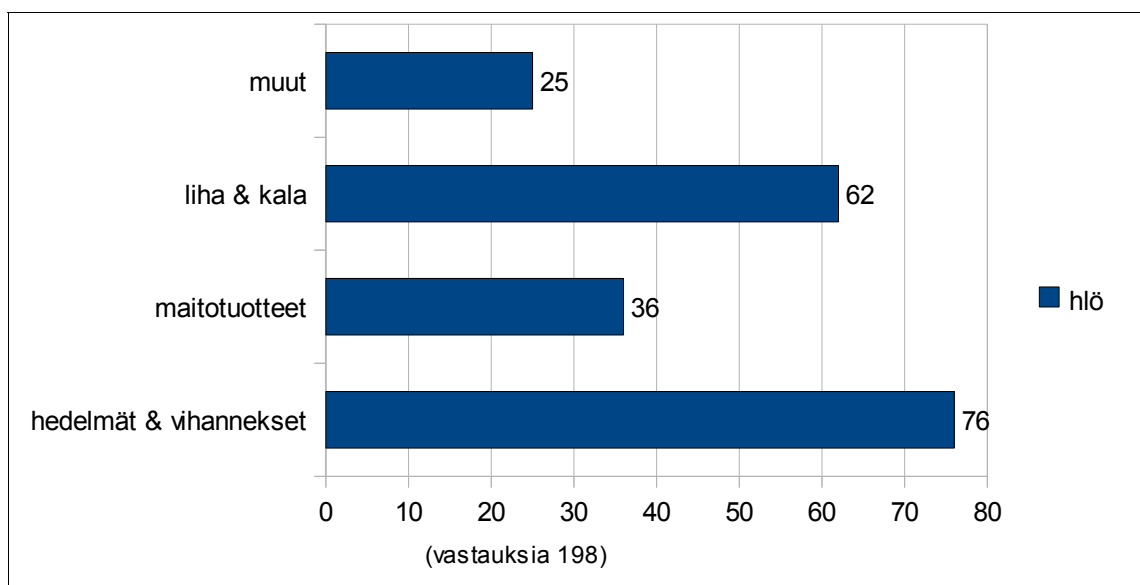
Taulukosta 4 nähdään, minkä kriteerin on yleisimmin täytyttävä ostettaessa lähellä tuotettua ruokaa. Tämän kyselyn mukaan suurimmalle osalle riittää, että tuote on kotimainen, mutta aika monet ajattelevat, että ruoan tulee olla tuotettu mahdollisimman lähellä. Tämä on hieman tulkinnan varaista, sillä ei tiedetä kuinka moni heistä ajattelee, että lähiruoan tulee olla tuotettu kotimaassa mahdollisimman lähellä ja kuinka yleistä on ajatella, että riittää, kun ruoka on tuotettu mahdollisimman lähellä vaikka yli Suomen rajojen. Opinnäytetyön teoriaosiossa todetaan tuotteen kotimaisuuden olevan yksi tärkeimmistä kriteereistä lähiruokaa ostettaessa, joten tämä tulos sopii hyvin yhteen aiemmin mainitun kanssa.

TAULUKKO 4. Tärkein kriteeri lähiruoan hankinnassa



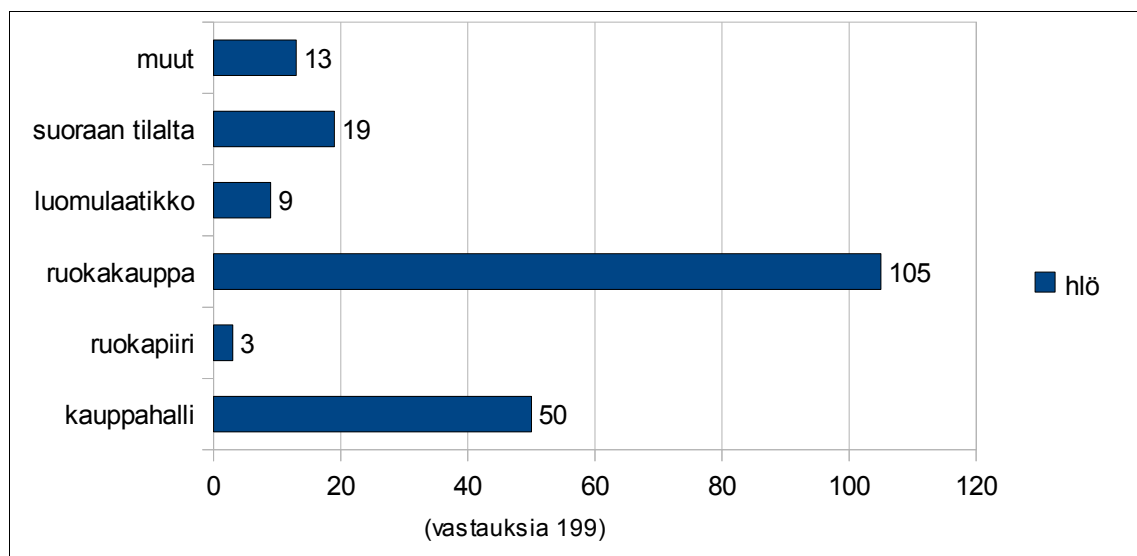
Taulukosta 5 nähdään, millaisia lähiruokatuotteita suositaan eniten. Hedelmät ja vihannekset ovat erittäin suosittua lähiruokaa ja samoin myös liha ja kala nousivat korkealle. Lähellä tuotettujen maitotuotteiden suosio on melko alhainen mahdollisesti vaikean saatavuuden takia. Muut tuotteet pitävät sisällään leipomotuotteet (11hlö), viljatuotteet (9hlö), kananmunat (2hlö), gluteenittomat tuotteet (1hlö), hunaja (1hlö).

TAULUKKO 5. Lähiruokatuotteiden suosion jakautuminen



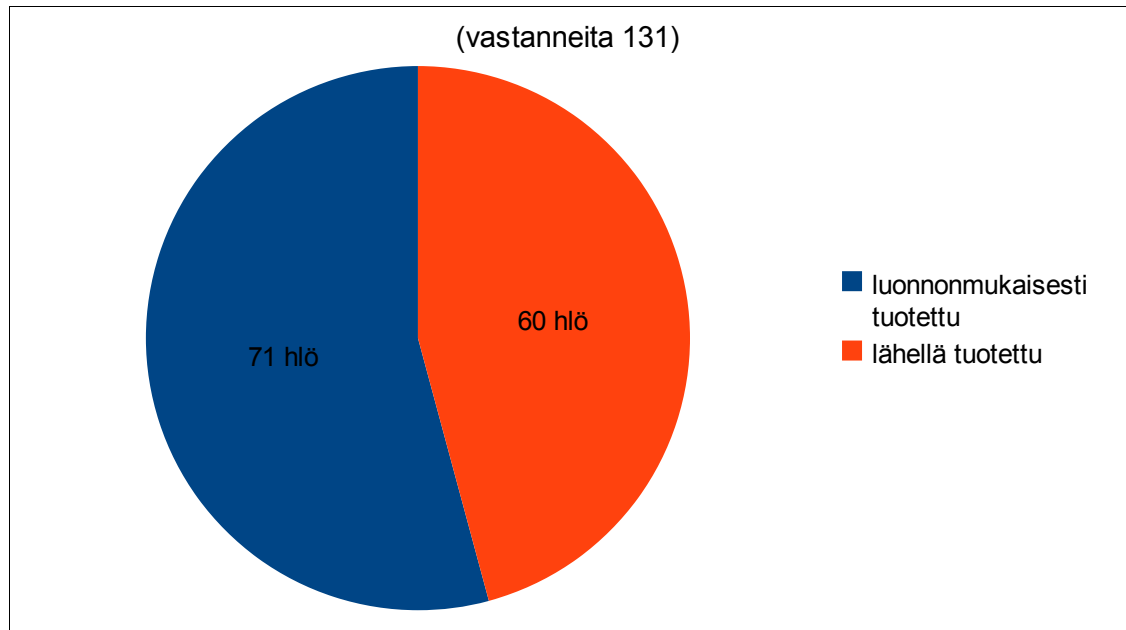
Taulukosta 6 on yllättävää huomata, että vastaajista suurin osa hankkii luomu ja/tai lähiruokatuotteensa tavallisen ruokakaupan hyllyltä, jopa 105 henkeä 118:sta. Toiseksi sijoittui kauppahalli, joka sai kannatusta 50:ltä henkilöltä 118:sta. Suoraan tilalta hakee luomu- ja/tai lähiruokansa melko harva. Vastausvaihtoehto muut pitää sisällään oman puutarhan (7hlö), paikallisen kalastajan (1hlö), lähileipomon (1hlö), torin (1hlö), kahvilan (1hlö), ekokaupat (1hlö) sekä lähiruokakaupan (1hlö). Tulos oli hämmäntävä, sillä muun muassa tämänkin työn teoriaosiossa kritisoidaan markettien luomu- ja lähiruokavalikoimien puutetta. Ilmeisesti se on kuitenkin vähintään tyydyttävä, kun niin moni sillä pärjää.

TAULUKKO 6. Luomun ja lähiruoan hankinta



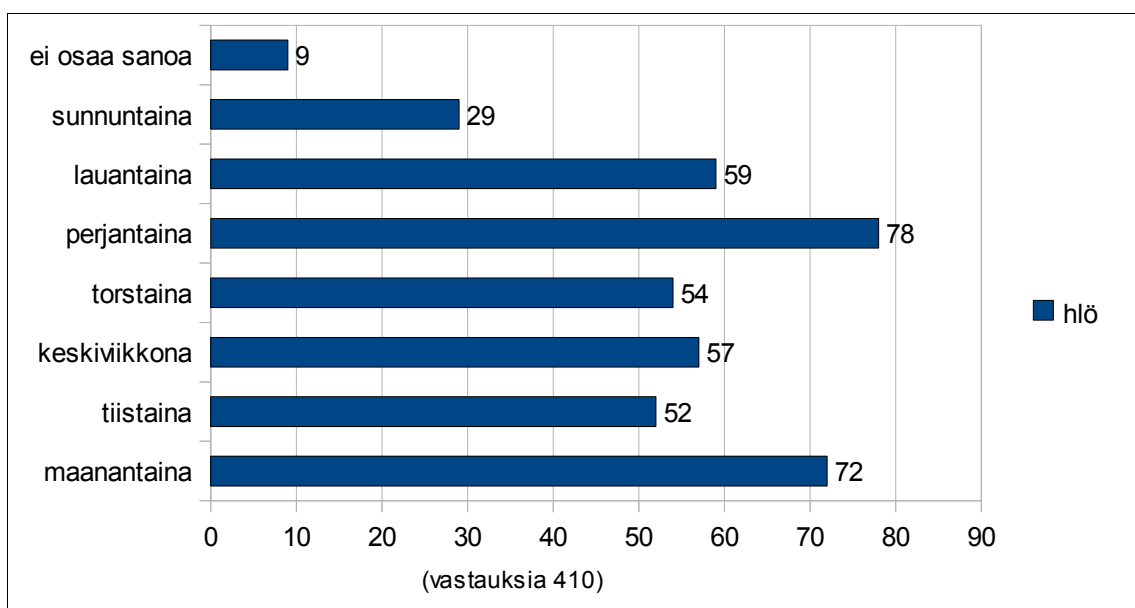
Alla olevasta taulukosta (7) nähdään, että kovin suurta eroa ei luomun ja lähiruoan suosiolla ole. Yllättäen kuitenkin vastaajista 71 henkilöä suosii enemmän luomua, kun lähiruokaa tärkeämpänä pitävät jäävät vain 60 henkilöön. Tämä tulos oli yllättävin, sillä oletuksena oli, että lähiruoka olisi ollut suosittumpaa, jolloin myymälään olisi valittu lähinnä vain lähiruokatuotteita, joidenkin luomutuotteiden tuodessa lisäarvoa. Tämän tuloksen mukaan olisikin syytä panostaa myös luomutuotteiden valintaan tai valita pääasiassa tuotteita, jotka olisivat mahdollisuuksien mukaan sekä luonnonmukaisesti että lähellä tuotettu. Näin varmistettaisiin laaja asiakaskunta samoille tuotteille.

TAULUKKO 7. Luomun ja lähiruoan suosion jakautuminen



Taulukosta 8 tulee ilmi, mitkä viikonpäivät ovat kaikkein suosituimpia. Perjantai on selkeästi suosituin ruokaostospäivä maanantain jäädessä niukasti toiseksi. Muille viikonpäiville riittää asiakkaita hyvin tasaisesti, sunnuntai on melko hiljainen. Tämän kyselyn vastaajista yhdeksän ei osaa ennalta määrittellä milloin he tekevät ostoksensa.

TAULUKKO 8. Asiakkaiden jakautuminen eri viikonpäiville



6.4 Tulosten yhteenveto ja analysointi

Tällä kyselyllä saatiin arvokasta tietoa, jota voidaan hyödyntää suunniteltaessa luomu- ja lähiruokamyymälän toimintaa. Otanta oli kohtuullinen, sillä 118 henkilöä täytti kyselylomakkeen ja heistä suurin osa oli oletettavasti pirkanmaalaisia. Vastaajien joukossa saattaa olla pieni joukko myös kauempana asuvia, jotka eivät välttämättä käytä Tampereen palveluja ainakaan kovin säännöllisesti, vaikka käyttäisivätkin luomu- ja/tai lähiruokatuotteita useasti.

Tuloksiin on muutoinkin suhtauduttava tietyllä varauksella, sillä 118 kyselylomakkeesta saatiin kysymyskohtaisesti jokaiseen kohtaan reilusti enemmän vastauksia. Osaan kysymyksistä oli erikseen mainittu, että voi valita halutessaan useamman vastausvaihtoehdon, jolloin tämä on tietysti perusteltavaa. Mutta ihmetystä herätti, että sellaisissakin selvissä kohdissa, joissa vastaukseksi sopii vain yksi kaikista vaihtoehdoista, oli valittu useampi vaihtoehto. Esimerkiksi kysymykseen, kuinka usein vastaaja käyttää luomu- ja / tai lähiruokatuotteita oli joihinkin lomakkeisiin vastattu sekä joka päivä että muutamia kertoja viikossa. Tämä hieman väärentää lopullisia tuloksia, kun joka päivä ei ehkä todellisuudessa olekaan näin montaa käyttäjää kuin tämä kysely antaa ymmärtää. Tällaiset puutteelliset yksityiskohdat jäivät kuitenkin melko vähäisiksi, joten uskon, että virhemarginaali pysyi tästä huolimatta pienenä.

Tästä asiakaskyselystä voidaan päätellä, että monet käyttävät luomuruokaa päivittäin ja vielä useammalla on tapana käyttää sitä vähintään muutamia kertoja viikossa, vain alle 4% vastaajista ei käytä luomuruokaa koskaan. Se on siis yllättävänkin suosittua, lähes 56% vastaajista käyttää luomuruokaa vähintään muutamia kertoja viikossa ja 40% vastasi käyttävänsä sitä harvoin. Suosituimmiksi luomuruokatuotteiksi nousivat ehdottomasti hedelmät ja vihannekset 39% kaikista vastausvaihtoehdoista. Maitotuotteet 23% ja kuivat elintarvikkeet 23% saivat yhtä paljon kannatusta, lihan ja kalan 15%:n suosion jäädessä selkeästi vähemmälle.

Lähiuokaa suositaan paljon viikoittain, yhteensä 66% kaikista vastanneista käyttää lähiuokaa vähintään muutamia kertoja viikossa. Harvoin lähiuokaa käyttäviä on 31% ja ei koskaan käyttäviä on 3%. Suurin osa vastaajista (58%) mieltää lähiuokan tärkeimmäksi kriteeriksi kotimaisuuden, toiseksi suurin osa vastaajista (36%) ajattelee, että lähiuokan tulee olla mahdollisimman lähellä tuotettua. Tämän kohdan tulkintaa hankaloittaa se, että kyselylomaketta laadittaessa tätä vastausvaihtoehtoa ei ole tarkennettu. Ei siis tiedetä, onko vastaajat ajatelleet tässä kohtaa kotimaassa mahdollisimman lähellä tuotettua vai maailman laajuisesti mahdollisimman lähellä tuotettua. Uskon, että kumpaakin ajatusmallia sisältyy tähän vastausvaihtoehtoon.

Suosituimmiksi lähiuokatuotteiksi nousivat myös tässäkin kohdassa hedelmät ja vihannekset (38%) kuten suosituimpia luomuruokatuotteita kysyttäessäkin. Liha ja kala (31%) sijoittuivat toiseksi suosituimmaksi. Maitotuotteet (18%) ja muut tuotteet (13%) jäivät selvästi vähemmälle suosiolle. Lähellä tuotettujen maitotuotteiden suosion vähäisyyden uskon johtuvan niiden vaikeasta saatavuudesta.

Yksi mielenkiintoisimmista tuloksista saatiin kysymyksestä, mistä ostat lähiuoka- ja/tai luomuruokatuotteita? On yllättävää huomata, että markettien lähi- ja luomutuotteiden valikoiman vähäisyydestä huolimatta kiistattomasti suosituimmaksi ostospaikaksi valikoitui juuri ruokakaupat, jopa 53% kaikista vastauksista. Vasta toisena puolet vähemmällä äänimäärällä tulee kauppahalli 25%. Muut vastausvaihtoehdot jäivät suosiossaan kauas taakse. Tämän perusteella voidaan tehdä johtopäätös, että luomu- ja lähiuokamyymälän todelliseksi kilpailijaksi nousee muut ruokakaupat, ei niinkään kauppahalli, kuten voisi olettaa. Kuitenkin luomu- ja lähiuokamyymälän vahvuus on luomu- ja lähiuokatuotteiden valikoimassa, jota on pidetty perinteisten ruokakauppojen heikkoutena. Uskon, että tässä tapauksessa varsinaista kilpailua ei pääse syntymään, mikäli luomu- ja lähiuokamyymälä sijaitsee keskeisellä paikalla.

Luomun ja lähiuokatuotteiden suosion vertailusta saatiin mielenkiintoinen tulos, luomun (54%) viedessä voiton pienehköllä erolla lähiuokasta (46%). Oletuksena oli, että lähiuoka olisi ollut suositumpaa muun muassa sen edullisuuden vuoksi verraten

luomuun. Oli mielenkiintoista huomata, että luomu on näinkin suosittua korkeammasta hinnasta huolimatta. Myytäviä tuotteita valitessa on siis syytä ottaa huomioon, että saman tuotteen kannattaisi olla sekä luomua että lähellä tuotettu, vähintäänkin kotimaista mieluiten mahdollisimman lähellä tuotettua. Tuloksista voi kuitenkin havaita, että vaikka luomutuotteet ovatkin kaiken kaikkiaan hieman suosittumpia satunnaisetkin käyttäjät mukaan lukien, niin viikkotasolla löytyy lähiruoan säännöllisiä käyttäjiä kuitenkin enemmän.

Tärkeää tietoa saa myös kysymyksestä, jossa pyritään selvittämään, miten asiakasmäärät jakautuvat eri viikonpäiville. Tämän kyselyn perusteella perjantai (19%) ja maanantai (18%) olisivat viikon ruuhkaisimmat päivät. Sunnuntai olisi hyvin hiljainen, vain 7% vastaajista kävisi ruokaostoksilla, joten silloin myymälä kannattaisi pitää suljettuna. Muille viikonpäiville riittäisi asiakkaita hyvin tasaisesti 13% - 14% kaikista vastaajista. Huomioitavaa on, että 2% vastaajista ei osannut ennalta määritellä, milloin käyvät kaupassa, he käyvät aina tarpeen vaatiessa. Tämä on kuitenkin hyvin pieni osa koko otannasta, joten suuria heilahteluja asiakasmääriin tämä ei aiheuta.

7 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön lähtökohtana oli tehdä selvitys luomu- ja lähiruokamyymälän perustamisen kannattavuudesta Tampereella. Kyselytutkimuksella selvitettiin potentiaalisten asiakkaiden määrää sekä samalla tiedusteltiin myymälän ylläpitoon liittyviä asioita, kuten esimerkiksi, miten asiakaskunta jakautuisi eri viikonpäiville. Kyselyyn osallistui 118 ihmistä, mikä oli oletettua enemmän.

Tutkimuksen reliabiliteetti toteutui kohtalaisesti. Kyselylomakkeen kysymysasettelussa oli toistettavuutta luomuruoan ja lähiruoan käytön suosiota selvittäessä, kun tiedusteltiin asiaa useammasta näkökulmasta; mitä tuotteita, mistä ja milloin niitä ostetaan. Uskon myös, että mikäli vastaavanlainen tutkimus tehtäisiin uudelleen, olisivat tulokset varmasti hyvin samansuuntaiset. Validiteetin toteutuminen tässä tutkimuksessa jäi hieman kyseenalaiseksi, sillä osa vastaajista oli valinnut useamman vastausvaihtoehdon myös toisensa poissulkevien vastausvaihtoehtojen joukosta. Esimerkiksi muutamissa lomakkeissa oli vastaaja ilmaissut käyttävänsä luomuruokaa sekä joka päivä että muutamia kertoja viikossa.

Vastanneiden runsaasta määrästä huolimatta ei tiedetä, miten vastaajat ymmärsivät kysymykset. Osa heistä on saattanut ymmärtää väärin ja väärinymmärrykset vaikuttavat lopullisten tulosten pätevyYTEEN. Validiteetin osuutta olisi voinut helposti parantaa ohjeistamalla selkeämmin muun muassa sitä kuinka monta vastausvaihtoehtoa on sallittua kulloinkin valita. Toisaalta lomakkeissa olleista muutamista selkeistä ohjeista huolimatta kyselyyn oli vastattu huolimattomasti, joten lisäohjeistus ei välttämättä olisi tehonnut. Joka tapauksessa tämä hieman väärentää lopullisia tuloksia, kun ei tiedetä miten vastaaja todellisuudessa menettelee. Tästä huolimatta oletuksena on, että virhemarginaali jää pieneksi ja tutkimustuloksia voidaan hyödyntää suunniteltaessa luomu- ja lähiruokamyymälää.

Yksi opinnäytetyön tavoitteista oli selvittää, mistä saataisiin tuotteita myymälään, joten liitteisiin (liite 1) on lisätty luettelo pirkanmaalaisista tuottajista kunnittain. Työn lopputuloksena voidaan todeta, että opinnäytetyön tavoitteet toteutuivat. Työstä ilmenee, että myymälälle riittäisi kysyntää ja pirkanmaalta löytyy tuottajia runsaasti. Voidaan myös todeta, että laki ei hankaloita myymälän toimintaa, mikäli pitäydytään pääosin vain tuotteiden jälleenmyynnissä. Näihin tuloksiin nojautuen myymälän perustaminen olisi kannattavaa ja se tulisi perustaa mahdollisimman nopeasti, ennen kuin tulee lisää kilpailijoita markkinoille.

Tästä opinnäytetyöstä haluttiin saada tiivis tutkimus, josta ilmenee vain tärkeimpiä asioita luomu- ja lähiruokamyymälän perustamista ajatellen. Työhön olisi voinut kuitenkin lisätä vielä markkinointia, tietoa siitä kuinka kannattaisi markkinoida luomu- ja lähiruokatuotteita sekä työn loppuosaan olisi voinut liittää tietoa aloittavan yrittäjän hoidettavista asioista ennen yrityksen toiminnan aloittamista. Nämä osiot jätettiin pois tästä työstä, jotta saataisiin riittävän ytimekäs tutkimus.

Jatkotutkimuksena voitaisiin selvittää, kuinka luomu- ja lähiruokatuotteita tulisi markkinoida. Tutkimuksessa voitaisiin selvittää, millainen mainonta saavuttaisi oikean kohderyhmän ja vielä niin, että mainonnan toteuttamisessa pitäydyttäisiin luomun ja lähiruokan ideologiassa säästämällä ympäristöä. Mielenkiintoista olisi tehdä myös liiketoimintasuunitelma luomu- ja lähiruokamyymälälle, mistä näkisi yksityiskohtaisesti millaisilla asiakasmäärillä yritystä pystyttäisiin ylläpitämään ja millaiset rahasummat liikkuvat luomun ja lähiruokan myynnissä.

LÄHTEET

- Aamulehti. 2010. Syö Pirkanmaa. Sunnuntaiasiat. Luettu 1.11.2010.
http://www.aamulehti.fi/sunnuntai/teema/asiat_paajutut/10618629.shtml
- Aamulehti. 17.10.2010. ”Lenkkimakkarakin on lähiruokaa”. Sunnuntaiasiat.
- Anton & Anton. Nd. Yritys. Luettu 19.5.2011. <http://www.antonanton.fi>
- Bioviini. Nd. Biodynaaminen viljely. Luettu 22.1.2011. <http://www.bioviini.fi>
- Elintarviketurvallisuusvirasto. 2010. Luomuviljely. Luettu 30.10.2010.
<http://www.evira.fi>
- Elintarviketurvallisuusvirasto. 2010. Valvonta. Luettu 23.1.2011. <http://www.evira.fi>
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Järvinen, R. & Tuorila, H. 2002. Yksityiset ja julkiset palvelut kuluttajien arjessa – keskenään kilpaillen vai toisiaan täydentäen. Suomi: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. 1. Avaintulos Oy.
- Lampikoski, K. & Lampikoski, T. 2000. Kuluttajavisiot – näköaloja kuluttajakäyttämisen tulevaisuuteen. Porvoo: Wsoy
- Luomulaatikko. Nd. Nyt on helppo ostaa luomua! Luettu 4.1.2011.
<http://www.luomulaatikko.com>
- Luomuliitto ry. Nd. Luonnollisesti luomua. Luettu 30.10.2010. <http://www.luomuliitto.fi>
- Luomutietopankki. 2010. Luomua ostavat syövät ja elävät terveellisemmin. Päivitetty . 13.10.2010. <http://www.luomu.fi>
- Luomutietopankki. 2010. Perustietoa. Luettu 17.2.2011. <http://www.luomu.fi>
- Markkanen, S. & Pipoli, L. 2009. Shopping in Finland. Finland: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Marttaliitto. 2010. Lähiruokaa kotisi alueelta. Luettu 1.11.2010. <http://www.martat.fi>
- Naik, A. 2009. Laiskan Lissun opas ekoelämään. Schildts Kustannus Oy.

Pinkerton, T. & Hopkins, R. 2009. Local food – How to make it happen in your community. UK: Cambrian Printers.

PTY. 2002. Luomutuotteiden valvonta elintarvikemyymälässä. Luettu 15.2.2011.
<http://www.pty.fi>

Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita

Ruokapiiri. Nd. Luettu 4.1.2011. Miten perustan ruokapiirin? <http://www.ruokapiiri.fi>

Ruokatieto yhdistys. 2010. Miljoona suomalaista valitsee kaupassa vastuullisesti. Luettu 22.1.2011. <http://uutiset.ruokatieto.fi>

Syyrakki, S. 2009. Päättäjän opas lähituottajat ja kunnalliset ruokapalvelut. Helsinki: Star-Offset Oy.

Tampereen kauppahalli. 2009. Lähiruokaa ja lämmintä palvelua. Luettu 8.1.2011.
<http://www.tampereenkauppahalli.fi/>

Tamperelainen. 2011. Lähiruokapuoti valtasi kivijalan Tammelassa. Päivitetty 22.4.2011. <http://www.tamperelainen.fi/artikkeli/50459-lahiruokapuoti-valtasi-kivijalan-tammelassa>

Vihreä lanka. 2011. Luomua ja lähiruokaa ruokapiirillä. Luettu 8.1.2011.
<http://www.vihrealanka.fi/teemat/luomua-ja-lahiruokaa-ruokapiirilla>

Yle uutiset. 2010. ”Lenkkimakkarakin on lähiruokaa”. Luettu 12.12.2011.
http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2010/11/quotlenkkimakkarakin_on_lahiruokaaquot_2127694.html

Yle uutiset. 2010. Luomuruoan kysyntä tyhjensi hyllyt Hämeenlinnassa. Luettu 5.1.2011.
http://yle.fi/alueet/hame/2010/09/luomuruoan_kysynta_tyhjensi_hyllyt_hameenlinnassa_1958126.html

Tuottajat Pirkanmaalla

Hämeenkyrö

Ponkiniemen tilalta luomuna vihanneksia, juureksia, viljaa ja mansikoita. Ponkinkulmantie 3, Kyröskoski. Soita etukäteen. 03 3716366 tai 050 597936.

Tättälän tilalta luomuviljatuotteita, marjamehuja ja hilloja. Lahoonsuontie 6. 0400 687 309 ja 0400 324 985.

Yrjölän marjatilalta omenoita, vadelmia, mansikoita, porkkanaa, sipulia, avomaantomaattia, kurpitsoita, hunajaa sekä marjalimonadia. Maisematie 642/1, Mahnala. Soita etukäteen puh. 03 371 1163, 0400 625 636. www.saunalahti.fi/tyrjo/tila/

Frantsilan Kehäkukka. Oman tilan tuotteita. Yrjö-Koskistentie 1. Soita etukäteen puh.03 3714637.

Ikaalinen

Lampisen luomutilalta jauhoja, ryynejä, leseitä, hiutaleita, sipuleita, valkosipulia, porkkanaa. Virkakankaantie 270. Soita etukäteen puh. 03 458 6737.

Särkilammen marjatilalta hernetä, mansikkaa, vadelmaa. Särkilammentie 96, Sisättö. Soita etukäteen puh. 03 371 7991.

Juupajoki

Juupajoen villisikatarhalla villisianlihaa ja tilauksesta hevosenlihaa. Valkeajoentie 385. Soita etukäteen puh. 050 306 0150.

Metsäojan Highlandista Ylämaankarjan lihaa, makkaroita ja maksapateeta. Tuotteita toimitetaan lähialueilla myös kotiin. Pirttikankaantie 515. Soita etukäteen puh. 050 361 1412.

(jatkuu)

Rentton Limousin. Limousin-lihaa. Korkeistontie 101, Salokunta. Soita etukäteen puh. 040 504 2632 ja 040 776 6346.

Luomumajatalo Henkireikä. Marjoja ja hunajaa. Väihijärventie 97. Soita etukäteen puh. 040 547 7344. www.henkireika.fi

Kangasala

Liuksialan kartanosta saatavilla omenoita. Liuksialankuja 110. Puh. 040 7719213.

Karppilan tilalta Charolais-nautaa ja kananmunia tilauksesta. Lähialueille toimitetaan myös kotiin. Ponsantie 1311, Tohkala. Puh. 045 676 6509. www.saunalahti.fi/karppila

Sarkalan tilalta luomunaudanlihaa ja kananmunia. Tursolantie 194, Sahalahti. Soita etukäteen puh. 044-3764558. www.saunalahti.fi/sarkala/

Mettälän mesitarha. Hunajaa. Hokkasentie 35. Soita etukäteen puh. 044 0548895.

Hunajapilvi. Hunajaa. Varalantie 28, Kaivanto. Soita etukäteen puh. 041 466 5557.

Marjatila Tyrnikasta saatavilla tyrnimarjaa, pensasmustikkaa, tyrnituotteita. Auki kesäaikaan. Korpiniementie 29, Sahalahti. Soita etukäteen puh. 050 569 7754.

Heikkisen puutarhalta kurkut, tomaatit, salaattit, mansikat, yrtit. Myyntiä noin maaliskuun alusta lokakuun loppuun. Syyskaudella arkisin 9-15.30. Ansaritie 10. Puh. 03 3770 217.

Kangasalan Villikala, Jani Nieminen. Kalaa. Tiedustelut puhelimitse 040 7645724 Kärmeniementie 31.

(jatkuu)

Heikin leipä. Haaviston tilan jauhoja, ryynejä, leipiä ja leivonnaisia, kaikki luomua. Kauppa auki lauantaisin klo 12-14. Saarikyläntie 888, Kaivanto. Puh. 040 552 6460.

Kuhmalahti

Kultapellon puutarhalta salaattia, kurkkua, tomaatteja. Maaliskuun puolivälistä lokakuun alkuun joka päivä 9-18. Kultapellonkuja 120. Puh. 0400 846 709. www.yrjolanmarjatila.fi

Pälkäne

Luomulampuri Olli Klemola Äimälässä. Puh. 040 778 5658.

Heikkilän tilalta leipä- ja pitojuustoa. Ei suoramyyntiä, valmistetaan tilauksesta. Köökinmäentie 1, Laitikkala. Puh. 044 339 9904.

Strutsitila Syrjynen. Strutsinlihaa ja ylämaannautaa. Kirvuntie 76, Pälkäne. Soita etukäteen puh. 040 849 4817. www.strutsitila.com

Katajan liha, maaseutumyymälä Kesänmaku. Savustettua ja palvattua lihaa, leikkeleitä ja makkaroita, leipomotuotteita. Perjantaisin 10-18, lauantaisin 10-15, sunnuntaisin 12-18. Unnaanmäentie 2, Laitikkala. Puh. 03 5381 014.

Niitty-Seppälän tilalta erikoissalaatit, kruunutilli, mansikat, perunat, herneet ja porkkanat. Avoinna juhannuksesta elokuun puoliväliin. Laitikkala. Puh. 03 578 2800.

Suittisen marjatilalta marjoja, ruusukaalia ja maissia. Myymälä avoinna juhannuksen tienoilta elokuun loppuun. Kissalammintie 43, Laitikkala. Puh. 03 538 1019.

Rönnvikin viinitilalta tilaviiniä ja likööriä. Hämeenlinnantie 270, Laitikkala. Puh. 0400 737 174.

(jatkuu)

Kalastaja Esko Tuominen. Kalaa. Sovi puhelimitse 0400 818 635.

Pirkkala

Ollilan tila ja maalaiskauppa. Saatavana maitoa, kananmunia ja kausittain naudanlihaa sekä muiden lähitilojen tuotteita kuten juustoja. Arkisin 9-17, lauantaisin 10-15. Ratsutilantie 11. Puh. 03-368 0020.

Hernesniemen tilalta luomuvihanneksia ja -yrttejä. Hernesniementie 61, Rautajärvi. Soita etukäteen puh. 03 536 3123, 0400 846 123.

Orivesi

Luomutila Uusi-Laurila. Onnistaipaleentie 144. Soita etukäteen puh. 050 5244616.

Mattilan tilalta luomumarjoja. Uuhiniementie 487. Soita etukäteen puh. 040 719 28 11 ja 040 558 33 90.

Ruokosen Rapu. Tuoreita täplärapuja elävinä ympäri vuoden. Kirkkotallas 1. Soita etukäteen puh. 03 334 5343 ja 050 308 3255

Ruovesi

Raija Asunta. Mehuja, hilloja, hyytelöitä ja omaan juureen tehtyä ruisleipää. Poukantie 75, Väärinmaja. Soita etukäteen puh. 03-4726848 ja 0500 337904. Myyntipiste myös Tampereen kauppahallissa sekä suoramyymälä Monitorissa Ruovedellä.

Tuomisen tilalta kutunjuustoa tilauksesta. Sarvanantie 329, Muroleen Kanava. Puh. 03 4760905 ja 040 8360430.

Marittan kasvitarhalta vihanneksia sekä vapaiden kanojen munia. Yltävänperäntie 125, Jäminkipohja. Soita etukäteen puh. 03 476 0113 ja 050 5215024.

(jatkuu)

Jussinahon tilalta kaalit, juurekset, mansikat, kirsikkatomaatit ja herneet. Auvisentie 73, Jäminkipohja. Soita etukäteen puh. 044 021 2730.

Perunaa ja kuivattua hernettä myydään Ruovedellä osoitteessa Mustajärventie 690. Pääsääntöinen aukioloaika on maanantaista keskiviikkoon kello 8-15, muulloinkin puhelimitse sovittaessa puh. 050 553 4259, 050 359 2403 ja 0500 732 134.

Mouhijärvi

Herkkujuustola. Juustoja ja kirnuvoja. Selkeentie 80. Soita etukäteen puh. 0500 632532.

Nokia

Anu Pentti. Lammasta tilauksesta. Ruskeapäantie 5, Tottijärvi. Puh. 040 777 3416.

Kielorinteen hunaja Pinsiössä osoitteessa Rajalantie 206. Tilalta on myös kotiinkuljetus Tampereelle ja lähialueille. Ota yhteyttä, puh. 03-3428050 tai 040-8402658.

Lempäälä

Heikki Jara. Raakamaitoa omaan astiaan joka päivä 7-8 ja 17-18. Satunnaisesti myös kananmunia. Kuokkalantie 33. Puh. 03-375 1912.

Merja ja Hannu Jyrkinen. Raakamaitoa omaan astiaan. Pyhällöntie 304. Soita etukäteen puh. 040 5434090.

Innilän tilalta luomuherefordinkarjan lihaa. Inniläntie 113. Soita etukäteen puh. 03 3748 948 ja 050-5292 748 ja 050- 3549 448.

Tampere

Ahlmanin ammattiopiston tilapuodista omenoita, marjoja, juureksia, naudan- ja lampaanlihaa. Myynissä myös 45 pirkanmaalaisen pientuottajan tuotteita. Raakamaitoa omaan astiaan arkisin 17.30-18.15, lauantaisin 8.30-9.15. Tilalle valmistumassa pieni juustola, josta saadaan juustoja, jogurttia, rahkaa ja viiliä. Arkisin 11-19, lauantaisin 9-13. Hallilantie 24. Puh. 050 995 0096.

Niemi-Kapeen tilalta luomumansikkaa ja lammastuotteita. Kapeenniementie 22, Terälahti. Soita etukäteen puh. 03 3783 057 ja 0500 337 779.

Teiskon Viini. Viinejä. Avoimna päivittäin kesäisin sekä joulun alla, muuten perjantaisin ja lauantaisin. Tarkista aukioloajat verkosta www.teiskonviini.fi. Sääksniementie 76, 34240 Kämmenniemi. Puh. 040 721 7446.

Kylmäsavukeisari Oy. Savukalaa. Tilaukset soittamalla, puh. 040 773 8056. Oma myymälä tulossa Orivedelle. Pehkutaival 27, Kämmenniemi.

Urjala

Paijan tilalta saatavana viljapossua, makkaraa, hevosen- ja naudanlihaa lauantaisin 9-14. Saarikontie 141. Puh. 03 5462462, 041 432 3888.

Luomusuoramyyntitila Mauri Pakkanen. Jauhoja, suurimoita, hiutaleita ja leseitä. Höllintie 95, Kehro. Soita etukäteen puh. 040 565 6979. Myyntiä myös Toijalan, Viialan ja Urjalan toreilla.

Sastamala

Ojalan tilalta Ylämaankarjan lihaa. Soita etukäteen, puhelut kello 18 jälkeen. Ojalantie 105, Sastamala, puh. 040 480 2060.

(jatkuu)

Rosilan tilalta lammasta ja karitsaa tilauksesta. Lamminmäentie 28. Puh. 050 305 6899.

Lammastila Jan Suttle. Lampaanlihaa tilauksesta syys-maaliskuussa. Kotiinkuljetus Tampereen seudulla. Vuohelantie 34, Roismala. Puh. 0500 820243.

Pesosen mehiläistarhat. Hunajaa. Pukaratie 94. Soita etukäteen, puh. 03 5189170 ja 0400-731724.

Häijääläistä hunajaa saa suoraan tilalta osoitteesta Tupurlantie 83 Häijää, Sastamala. Soita ja sovi tapaaminen, puh. 040 506 3210.

Valkeakoski

Kalastajat Keijo ja Sisko-Liisa Laitila. Järvikalaa voi tilata soittamalla, puh. 0400-339 185. Myyntiä myös Valkeakosken torilla.

Vesilahti

Uotilan tilalta luomuruusjauhoja ja -uutispuurojauhoja. Ojoistentie 89, Narva. Soita etukäteen. Puh. 03 373 7035 ja 041 441 6849.

Mesimestareilta hunajaa. Viraantie 254, Narva. Soita etukäteen, puh. 03 3737 400 tai 0400-257 007 tai 0400-523188.

Vilppula

Ylä-Pynnösen tilalta kananmunia klo 10-12. Pynnösentie 75. Soita etukäteen, puh. 0400 336389.

Noutotila Niittymäki. Kalkkunaa, pihvinautaa ja -sonnia, viljapossua ja karitsaa tilauksesta ja tilamyymälästä. Tiistaisin 10-16, perjantaisin 10-18, lauantaisin 9-14. Haavistontie 219. Puh. 040 523 4779.

(jatkuu)

Koivulahden Rapukartano. Rapuja tilauksesta rapukautena. Koivuseläntie 77.
Puh. 044 5929 429.

Virrat

Ahon jogurtti. Saatavana jogurttia tilauksesta. Taipaleentie 225, Vaskuu.
Puh. 050 536 9837.

Maatalousyhtymä Niinivehmas & Tallila. Saatavana kananmunia. Arkisin 7.30-10.30,
viikonloppuisin 7.30-9.30. Pihtisalmentie 415, Vaskivesi. Puh. 03-475 8828.

Kangasmäen Highland-tila. Ylämaannaudan luomulihaa keskiviikkoisin 10-18, muuten
sopimuksen mukaan. Tuotteita toimitetaan Tampereen alueella myös kotiin. Töllintie
144, Kotala. Puh. 040 756 9296. www.kangasmaenhighland.com

Oili ja Eino Mannila. Viljatuotteita ja mansikkaa. Mannilantie 28, Vaskuu. Soita
etukäteen, puh. 040 730 2667.

Jaakko Liminka. Juureksia, perunaa ja mansikkaa. Pihtisalmentie 267, Vaskivesi.
Puh. 03 475 8814.

Kalastaja Pasi Luoma. Kalaa tilauksesta. Puh. 050 583 2668.

Ylöjärvi

Ylöjärven mylly. Saatavana viljatuotteita. Arkisin klo 8-17. Vehnämyllyntie 26. Soita
etukäteen, puh. 03 3480413.

Mäkkylässen perunatilalta perunaa. Soita etukäteen, puh. 0400 638 206.

Suojärven Suklaatilalta suklaatuotteita. Tilaukset puhelimitse tai sähköpostilla, toimitus myös Matkahuollon kautta. Oma verkkokauppa avataan loppuvuodesta 2010. Liivalammintie 75, Mutala. Puh. 010 3221 320. www.suklaatila.fi.

Mansikoita saa marja-aikaan itsepoimien myös Ala-Toikon tilalta Kurun, nykyisen Ylöjärven Parkkuusta. Poiminta-ajat sovitaan puhelimitse numerosta 040 589 0355.

Äetsä

Ala-Hannulan tilalta kutunjuustoa, vuohi- ja lammasbratwurstia. Kinnalantie 71, Kiikka. Soita etukäteen, puh. 03-513 5207 tai 041 444 3932.

Kuttutila Kaasalainen. Saatavana kutunjuustoa. Päätie 41. Soita etukäteen, puh. 03-5133466.

Metsälaurilan tilalta kananmunia. Avoinna aina. Karhiniementie 94. Puh. 03-513 3041.

(Aamulehti 2010.)

LIITE 2 : 1 (1)

ASIAKASKYSELY

Hei! Olen tekemässä Tampereen ammattikorkeakouluun opinnäytetyötä liittyen luomuruokaan ja lähiruokaan. Haluaisin selvittää kuinka paljon ihmiset niitä suosivat.

(luomuruoka = luonnonmukaisesti tuotettu ruoka, lähiruoka = lähellä tuotettu ruoka)

Ympyröi oikea vastaus.

1. a) Käytän **luomuruokaa** a) joka päivä b) muutamia kertoja viikossa
c) harvoin d) en koskaan

b) Jos käytät luomua, mitä tuotteita suosit? (voit valita 1-4)

- a) hedelmät & vihannekset b) maitotuotteet
c) liha & kala d) kuivat elintarvikkeet

2. Mikä näistä on sinulle tärkein kriteeri lähiruosta?

- a) kotimainen b) 100km säteellä tuotettu
c) mahdollisimman lähellä tuotettu

3. a) Suosin **lähiruokaa** a) joka päivä b) muutamia kertoja viikossa
c) harvoin d) en koskaan

b) Minkälaista lähiruokaa suosit? (voit valita 1-4)

- a) hedelmät & vihannekset b) maitotuotteet
c) liha & kala
d) jotain muuta; _____

4. Mistä ostat lähi- ja/tai luomuruokaa?

- a) kauppahallista b) ruokapiirin kautta
c) ruokakaupasta d) luomulaatikon välityksellä
e) suoraan tilalta
f) muualta, mistä? _____

5. Kumpi sinulle on tärkeämpää

- a) luonnonmukaisesti tuotettu b) lähellä tuotettu

6. Minä viikonpäivänä teet ruokaostoksesi tällä hetkellä? (voit valita 1-7)

- a) maanantaina b) tiistaina
c) keskiviikkona d) torstaina
e) perjantaina f) lauantaina
g) sunnuntaina

Voit palauttaa täytetyn lomakkeen kahvilan henkilökunnalle.

KIITOS!