

LÄHIRUOKAA MÖKILLE

Etelä-Savon vapaa-ajan asukkaiden ruokaostokäyttäytyminen ja lähiruoan saatavuus

Pekka Turkki



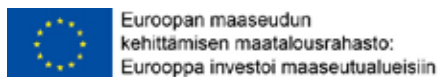
MAMK

University of Applied Sciences

LÄHIRUOKAA MÖKILLE

Etelä-Savon vapaa-ajan asukkaiden ruokaostuskäyttäytyminen ja lähiruoan saatavuus

PEKKA TURKKI



MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

MIKKELI 2016

A: TUTKIMUKSIA JA RAPORTTEJA – RESEARCH REPORTS 106

© Tekijä(t) ja Mikkelin ammattikorkeakoulu

Kannen kuva: Marjut Kasper

Kannen ulkoasu: Mainostoimisto Nitro ID

Taitto: Grano Oy

ISBN: 978-951-588-553-1 (PDF)

ISSN: 1795-9438

julkaisut(a)xamk.fi

TIIVISTELMÄ

Suomalaiseen vapaa-ajan asumiseen ja mökkeilykulttuuriin kuuluu olennaisena osana ruoka. Vapaa-ajan asukkaiden ruokaostoilla, erityisesti paikallisesti tuotteisiin kohdistuvilla, on suuri taloudellinen merkitys sellaisissa mökkivaltaisissa maakunnissa kuin Etelä-Savo. Tässä tutkimuksessa selvitettiin, millä tavoin vapaa-ajan asukkaat kokevat lähiruoan, millä perusteella he valitsevat ruokaostopaikan ja miten he suhtautuvat uusiin digitalisoituvan maailman mukanaan tuomiin ruoan ostotapoihin. Lisäksi selvitettiin lähiruoan tarjontaa ja vapaa-ajan asukkaiden merkitystä lähiruokaa tuottavien yritysten näkökulmasta.

Työn kohderyhmänä olivat Etelä-Savossa mökin omistavat vapaa-ajan asukkaat, joiden vakinainen asunto sijaitsi maakunnan ulkopuolella. Heidän ruokaostokäyttämistään selvitettiin kirjekselyynä (n=280) ja sitä täydentävinä henkilökohtaisina haastatteluina (n=48). Lisäksi haastateltiin 33:a etelä-savolaista lähiruokaa tuottavaa yrittäjää.

Vapaa-ajan asukkaat pitivät tärkeänä, että he voivat ostaa lähiruokaa mökillä ollessaan. Useimmin vapaa-ajan asunnolle hankittiin leipää ja muita viljatuotteita, mutta myös vihannekset, perunat, mansikat ja muut marjat ovat usein hankittavaa lähiruokaa. Lähiruokaa hankkivien osuus on kaikissa tuoteryhmissä kasvanut 9–41 prosenttiyksiköllä aikaisempaan seitsemän vuotta sitten tehtyyn tutkimukseen verrattuna. Eteläsavolaisen lähiruoan laatumielikuva oli erittäin hyvä. Keskeisiksi lähiruoan käytön esteiksi osoittautuivat tiedon puute lähiruoan ostopaikoista ja lähiruokatuotteiden vaikea saatavuus.

Mökillä ruokaostokset haluttiin tehdä lähimmästä kaupasta. Lähiruoka ei kuulunut tärkeimpiin ruokaostopaikan valintaperusteisiin, vaan useimmat valitsevat ostopaikan asioinnin helppouden ja kaupan läheisyyden perusteella. Valtaosaa vapaa-ajan asukkaista (79 %) ei ruoan verkko-ostaminen tai sen kokeileminenkaan kiinnostanut, vaikka internetyhteys oli käytettävissä. Tilaa ja nouda -palvelu sai kuitenkin erityisesti henkilökohtaisissa haastatteluissa kannatusta. Tärkeimmäksi syyksi verkko-ostamisen vähäiseen halukkuuteen osoittautui verkko-ostamisen rajoitettu mahdollisuus nähdä ja kosketella valittavia tuotteita. Verkko-ostamiselle ei todettu selkeää tarvetta, ja kaupassa käynti nähtiin sosiaalisen vuorovaikutuksen muotona, jota moni piti tärkeänä osana vapaa-ajan asumista.

Yrityshaastatteluissa suurin osa lähiruokaa tuottavista yrityksistä piti vapaa-ajan asukkaita tärkeänä tai erittäin tärkeänä asiakasryhmänä. Lähiruokaa tuottavat yritykset tarjosivat tuotteitaan tyyppillisesti monen erilaisen myyntikanavan kautta. Useimmin tuotteet myytiin vähittäiskaupalle tai suoraan kuluttajalle omalta tilalta tai myymälästä. Yrittäjät halusivat kehittää internetin kautta tapahtuvaa tarjontaansa mieluiten REKO-lähiruokarenkaan puitteissa ja verkkokaupan kehittämisessä tukeutua olemassa oleviin verkkokauppatoimijoihin tai tuottajien yhdessä perustamiin uusiin toimijoihin.

Vapaa-ajan asukkaiden lähiruoan käyttöä voidaan parhaiten edistää pitämällä yllä nykyinen korkea tuotteiden ja tuotannon laatu, lisäämällä saatavuutta ja näkyvyyttä nykyisissä ruokakaupoissa tai helposti saavutettavassa laajan valikoiman lähi-ruokakaupassa sekä tiedottamalla nykyistä paremmin lähiruoan suoramyyntipaikoista.

Avainsanat: lähiruoka, vapaa-ajan asukkaat, mökki, ruoan verkkokauppa

ESIPUHE

Mikkelin ammattikorkeakoulun hyvinvointialan tutkimus- ja kehittämistoiminnassa ruoka on ollut hyvin esillä tutkimusten kohteena eri näkökulmista. Digitaalisuus, sähköinen markkinointi sekä sähköiset myyntikanavat ovat aiheita, jotka koskettavat nykypäivänä lähes jokaista matkailu- ja ravitsemisalan yrittäjää. Sähköinen markkinointi on jopa välttämättömyys, jotta paikalliset tuotteet olisivat hyvin löydettävissä. Ruoan verkko-ostaminen on vielä vähäistä, mutta kuluttajien ostokäyttäytymisen voi ajan myötä muuttua.

Vuoden 2016 tammikuussa käynnistyi Etelä-Savon ELY-keskuksen Euroopan Maaseuturahaston rahoituksella Ruokamatkailuideoita Saimaan seudulle -hanke. Yhteis-työkumppanina ja osatoteuttajana hankkeessa oli ProAgria Etelä-Savo. Hanke oli koordinointi- ja aktivointihanke. Sen yhtenä tavoitteena oli selvittää vapaa-ajan asukkaiden kiinnostusta hankkia verkkokaupasta mökkimaakunnan lähiruokaa. Samoin haluttiin selvittää lähiruokatuottajien ja jakelijoiden kiinnostusta verkkokaupassa toimimiseen. Hanke toteutettiin 1.1. - 31.10.2016 välisenä aikana. Lähiruokaa koskevan selvityksen toteutti Mikkelin ammattikorkeakoulun TKI-asiantuntija Pekka Turkki (ETT, yMBA). Yrityshaastatteluaineiston keruusta vastasi elintarvike- ja yritysasian-tuntija Kirsi Mutka-Printola ProAgria Etelä-Savosta.

Tämä Lähiruokaa mökille selvitys on tuottanut nykyhetken perustuvaa tietoa, jota lähiruoan tuottajat sekä yrittäjät voivat hyödyntää markkinoinnissaan. Julkaisu muodostaa kokonaiskuvan Etelä-Savon vapaa-ajan asukkaiden tämänhetkisestä ruokaostokäyttäytymisestä. Tietoisuus lähiruoan saatavuudesta koettiin hankalaksi vapaa-ajan asukkaiden keskuudessa, ja sen vuoksi lähiruoan markkinointi nousee yhä suurempaan arvoon. Missä lähiruokaa on tarjolla ja ostettavissa, on avainkysymys markkinointitoimenpiteiden kehittämisessä. Myös markkinointiyhteistyö muiden toimialojen kuten matkailun kanssa on harkitseminen arvoista.

Mielenkiintoisia lukuhetkiä lähiruoan parissa!

Mikkelissä 9.9.2016

Marjut Kasper, Projektipäällikkö

SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ	3
ESIPUHE	4
I JOHDANTO	6
1.1 Lähiruoka ruokatrendinä	6
1.2 Lähiruoan tarjontakonseptit	7
1.3 Lähiruoan tarjonta Etelä-Savossa	8
1.4 Vapaa-ajan asukkaat lähiruoan ostajina	9
1.5 Kyselytutkimuksen tavoitteet	10
2 MENETELMÄT	11
3 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	12
3.1 Vapaa-ajan asukkaiden kyselytutkimus	12
3.1.1 Vastaajien taustatiedot	12
3.1.2 Vapaa-ajan asunnon käyttö	13
3.1.3 Ruokaostospaikan valinta	14
3.1.4 Lähiruoan ostaminen	17
3.1.5 Ruoan verkko-ostaminen	21
3.2 Yrityshaastattelut	24
3.3 Johtopäätökset	26
LÄHTEET	29
LIITTEET	32

I JOHDANTO

Nyt suositaan lähiruokaa, ja lähiruoka-käsite on usein esillä. Lähiruoka määritellään eri yhteyksissä hyvin eri tavoin (Mäkipeska & Sihvonen 2010). Suppeimmassa kontekstissa lähiruokaa on pidetty yhden kunnan, naapurikuntien rajaaman alueen, läänin, maakunnan tai talousalueen sisällä tuotetuksi tai valmistetuksi ruoaksi. Laajemman näkökulman mukaan kaikki suomalainen ruoka on lähiruokaa.

Tässä selvityksessä lähiruoka-käsitettä tarkastellaan hallituksen lähiruokaohjelman (MMM 2013) mukaisesti: ”Lähiruolla tarkoitetaan erityisesti paikallisruokaa, joka edistää oman alueen paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria, on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella.” Määritelmässä omalla alueella tarkoitetaan maakuntaa tai sitä pienempää aluetta. Tässä tapauksessa lähiruokaa tarkastellaan erityisesti Etelä-Savon maakunnan kannalta. Lähiruoka voi myös täyttää luomuruoalle asetetut vaatimukset, mutta näin ei tarvitse aina olla. Tässä raportissa luomua ei erikseen tuoda esille.

Suomalaiseen vapaa-ajan asumiseen ja mökkeilykulttuuriin kuuluu olennaisena osana ruoka. Tässä tutkimuksessa selvitetään, millä tavoin vapaa-ajan asukkaat kokevat lähiruoan, millä perusteella he ruokaostopaikan valitsevat, ja miten he suhtautuvat uusiin digitalisoituvan maailman mukanaan tuomiin ruoan ostotapoihin.

I.1 Lähiruoka ruokatrendinä

Lähiruoka kiinnostaa kuluttajia. Se on vahva ruokatrendi, joka on jo vakiinnuttanut asemansa. Eri-alaisten kyselyjen kautta tiedetään, että lähiruoalle on kysyntää, ja kysyntä on viime vuosina kasvanut, mutta lähiruokamarkkinan todellista kokoa ei tiedetä. Tilastojen puuttuminen johtunee paljolti lähiruokakäsitteen erilaisista tulkinnoista. Muutama vuosi sitten Kurunmäki ym. (2012) arvioivat lähiruoan osuuden olevan 8 prosenttia päivittäistavarakaupan elintarvikemyynnistä ja noin 10 prosenttia ruoan erikoismyymälöiden, ravintoloiden ja kahviloiden sekä julkisten laitosten tarjonnasta. Lähiruokamarkkinan on arvioitu jopa kolminkertaistuvan vuodesta 2010 vuoteen 2015, jolloin Suomen lähiruokamarkkinoiden koko olisi 100 - 200 miljoonaa euroa (Mäkipeska & Sihvonen 2010).

Lähiruoan markkinan kasvu perustuu lähiruoan edistämisen poliittiseen tukeen, tarjoajien kasvavaan kiinnostukseen sekä kasvavaan kysyntään. Vahvaa kysynnän kasvua selitetään kuluttajien varallisuuden kasvulla, samalla kun entistä urbaanimmat kuluttajat etsivät lähiruoan kautta uutta kulttuurista yhteyttä maaseutuun. Myös arvot ovat alkaneet heijastua yhä enemmän kulutukseen esimerkiksi eetisten valintojen kautta. Lisäksi kuluttajat ovat tiedostaneet lähiruokatuotteet terveellisenä ja turvallisenä valintana. (Mäkipeska & Sihvonen 2011.)

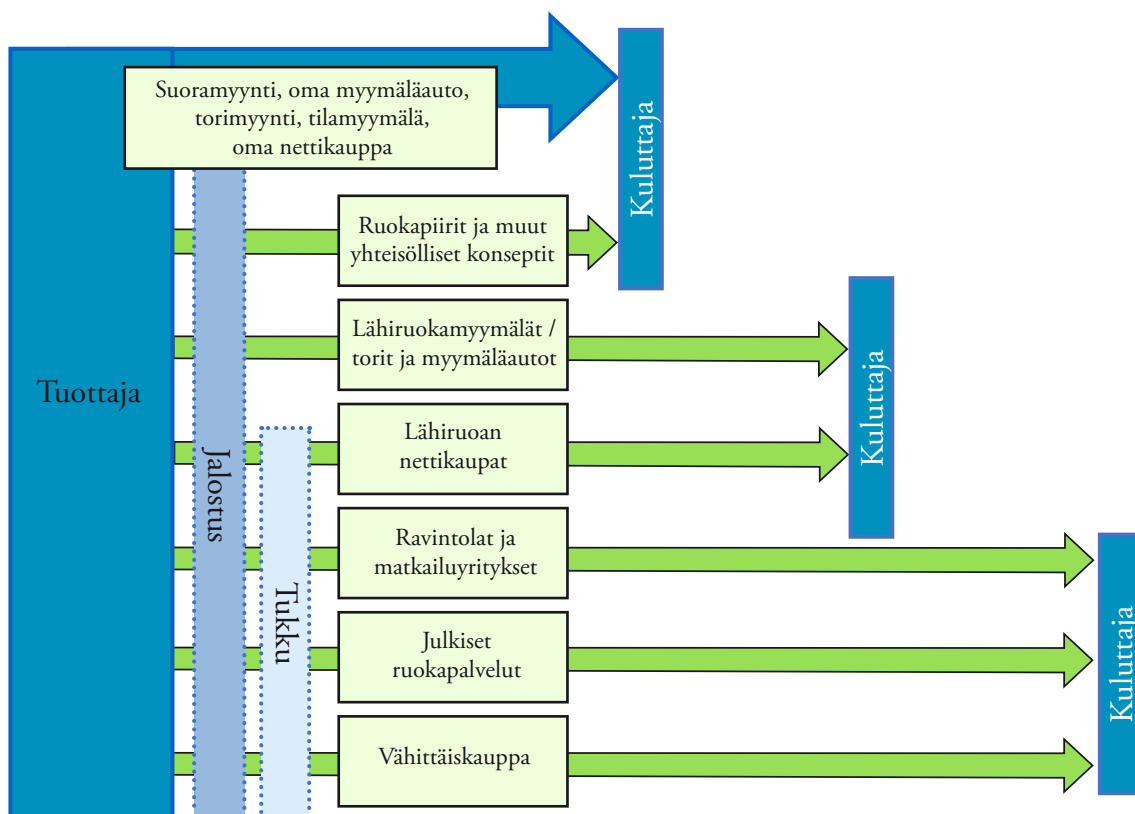
Sitran kuluttajatutkimuksen mukaan lähiruoassa kuluttajia viehättäviä tekijöitä ovat tuoreus, kotimaisuus, paikallisten yrittäjien tukeminen, ruoan alkuperä ja korkea laatu (Mäkipeska & Sihvonon 2011). Myös useissa muissa tutkimuksissa näitä samoja tekijöitä on pidetty tärkeinä (Heikkilä 2014).

1.2 Lähiruoan tarjontakonseptit

Lähiruokasektorin suuri pullonkaula on kuluttajien kysynnän ja eri toimitusketjujen tarjonnan kohtaamattomuus. Kuluttajien asenteet lähiruokaa kohtaan ovat positiiviset, mutta lähiruokatuotteiden löytäminen ja saatavuus on koettu vaikeaksi. (Kurunmäki ym. 2012.)

Lähiruokaa tuotetaan ja markkinoidaan erilaisten jakelukanavien ja saatavuutta edistävien toimintatapojen (tarjontakonseptien) kautta. Näitä lähiruoan väyliä tuottajalta kuluttajalle on useita (kuva 1). Tarjontakonsepti ja vastaava tarjontaketjun pituus on lyhimmillään maatilalla tapahtuvassa suoramyyntissä ja pisimmillään ruokakaupoissa ja ruokapalveluyrityksissä, joihin lähiruoka voi päätyä jalostuksen ja tukkuportaan kautta.

Lyhyessä tarjontaketjussa tuotteesta syntyvä arvo jää kokonaan tuottajalle, ja läpinäkyvyys ja tiedon kulku kuluttajan ja tuottajan välillä on esteetöntä. Tämä luo edellytykset tuottajan henkilöitymiselle kuluttajan mielessä, luottamussuhteen syntyemiselle kuluttajan ja tuottajan välille sekä tarinan syntyemiselle tuotteelle. Pitkässä ketjussa tuotteesta syntyvää arvoa on jakamassa useampi toimija, mutta toisaalta jokainen vaihe myös tuottaa oman lisäarvonsa tuottajalle (esim. myymälän hyvä sijainti, asiointin helppous ja kokonaisvaltaiset valikoimat houkuttelevat kuluttajia ostamaan). Lähiruoan tuottaja voi vähittäiskaupan tai ruokapalvelutoimijan asiakkaaksi päästessään saavuttaa suuria asiakasmääriä ja avata uusia markkinoita, mutta se edellyttää tuottajalta myyntityötä, riittävän suuria toimitusmääriä ja hyvää toimitusvarmuutta. (Heikkilä ym. 2014.)



Kuva 1. Lähiruoan tarjontakonseptikenttä (Heikkilä ym. 2014)

Huolimatta suuresta tarjontakonseptien valikoimasta haluaa suuri joukko kuluttajia edelleen ostaa lähiruoan vähittäiskaupasta (Kurunmäki ym. 2012). Haasteena on saada perille erilaisille lähiruokaa suosiville kuluttajaryhmille viestiä siitä, mistä he löytävät haluamansa tuotteet ja niiden ostopaikan. Heikkilän ym. (2014) tekemissä yrittäjähaastatteluissa selvisi, että digiviestintä eri kanavineen (internetsivut, sähköposti, sosiaalinen media, tv ja radio) on integroitunut tärkeäksi osaksi lähiruokayrittäjien viestintäkeinoja. Perinteisellä painetulla viestinnällä ja henkilökohtaisella myyntityöllä on kuitenkin yhä merkittävä rooli lähiruokayrittäjien viestinnässä.

Verkkokauppa kasvussa

Ruoan verkkokauppa on vielä tällä hetkellä suhteellisen vähäistä, mutta sen uskotaan kasvavan lähivuosina nopeasti. Tilastokeskuksen (2015) mukaan 87 prosenttia 16–89-vuotiaista suomalaisista käyttää internetiä, ja 68 prosenttia käyttää nettiä monta kertaa päivässä. Kuitenkin vain keskimäärin 4 prosenttia väestöstä oli tilannut tai ostanut elintarvikkeita verkosta.

TNS Gallupin tutkimustulokset osoittivat, että kuluttajien epäluottamus tuotteiden laatuun, erityisesti hedelmien ja vihannesten tuoreuteen ja ulkonäköön, on keskeinen syy siihen, että he eivät osta verkkokaupasta. Tuotteiden sujuva toimittaminen ja siihen liittyen erityisesti toimituskustannusten kohtuullisuus, tuote- ja toimitustakuu ja noutopisteen läheinen sijainti todettiin päivittäistavaroiden verkkokaupassa kriittisiksi tekijöiksi. Lähi- ja luomutuotteet kuuluivat niihin päivittäistuotteisiin, joiden verkko-ostamiseen havaittiin kiinnostusta. Verkkotilaus saattaa toimia lähitulevaisuudessa täydennyksenä lähikaupan tarjoamalle valikoimalle esimerkiksi lähiruoan osalta. (TNS Gallup 2013a ja 2013b.)

Ruoan verkkokaupan kasvuun uskotaan, mistä on osoituksena suurten kaupparyhmien panostus verkkokaupan järjestelmiin. K-ryhmän verkkokauppa (*k-ruokakauppa.fi*) kattoi kesällä 2016 yhteensä 70 eri kauppiasta K-marketeissa, K-supermarketeissa ja K-citymarketeissa. S-ryhmän verkkokauppaa tekevät toimipisteet ovat valikoidut Salet, Alepat ja Prismat *foodie.fi*-palvelussa. Vaikka ruoan verkkokauppa on kasvanut merkittävästi kummassakin kaupparyhmässä, ovat ne kuitenkin ilmoittaneet verkkokaupan toistaiseksi olevan tappiollista. Verkkokauppaa kokeilemaan lähtevät kauppiaat uskovat, että nettishoppailuun tottunut sukupolvi mullistaa ruokakaupan lähivuosina. (Ruoan verkkokauppa odottaa räjähdystä 2015; Ruoan verkkokauppa kasvaa, mutta on yhä tappiollista – ja häviävän pientä 2016.)

Perinteisten päivittäistavarakauppojen lisäksi merkittävimpiä ruoan verkkokauppatoimijoita ovat *Ruoka.net* ja *Kauppahalli24.fi*, jotka toimivat pääkaupunkiseudulla ja Uudellamaalla. *Tuoretori.fi* on ruokapiirityyppinen verkkokauppa, jossa tuotteita toimittavat eri puolilla maata sijaitsevat pienyritykset. *REKO-lähiruokarenkait* ovat eräs lähiruoan verkkokaupan muoto. Siinä paikalliset tuottajat ilmoittavat tarjonnasta suljetussa Facebook-ryhmässä, johon asiakkaat jättävät tilauksensa. Asiakkaat noutavat tilaamansa tuotteet suoraan tietystä paikasta ja tiettyyn aikaan kokoontuvilta tuottajilta. Elokuussa 2016 oli perustettu 142 lähiruokarengasta, (kts. esim. <http://luomulaakso.fi/luomu-ja-ekolin-kit/reko-lahiruokarenkait/>). Kesällä 2016 Maa- ja metsätaloustuottajien keskusliitto lanseerasi *Ruokaasuomesta.fi* -verkkopalvelun, jonka tavoitteena on tulla lähituottajien yhteiseksi kauppapaikaksi ja palvella erityisesti lähiruoan ostajia.

1.3 Lähiruoan tarjonta Etelä-Savossa

Maakuntatasolla lähiruokatilannetta tarkasteltaessa tässä tutkimuksessa kohteena olevaa Etelä-Savoa pidetään lähiruoan maakuntana. Lähiruoan lisäksi Etelä-Savo on profiloitunut luomuun. Maakunnan oma elintarvikkeiden raaka-aineperusta on monipuolinen ja valmistustoimintakin on kattavaa. Erityisesti maidon ja lihan alkutuotanto on vahvaa, mutta maakunta tuottaa runsaasti myös marjoja

ja avomaanvihanneksia. Vuonna 2014 elintarvikkeiden jalostusyriytyksiä oli maakunnassa 127 kpl. Eniten jalostusyriytyksiä löytyy leipomoalalta (45), lihanjalostuksesta (20), vihannesten ja marjojen jalostuksesta (18) ja kalanjalostuksesta (16). Näiden toimialojen yritykset hankkivat keskimäärin 60–95 % raaka-aineistaan omasta maakunnasta ja myyvät keskimäärin 30–60 % tuotannostaan omaan maakuntaan (Viitaharju ym. 2014; Ruoka-Suomi 2014; Ekoneum 2015).

Lähiruoan tarjontakonsepteja tai niiden osuuksia lähiruoan tarjonnasta ei ole Etelä-Savossa systemaattisesti selvitetty. Merkittävä osa lähiruokatarjonnasta suuntautuu kuluttajille vähittäiskaupan, ravintoloiden ja julkisten ruokapalvelujen kautta. Vähittäiskaupan kiinnostus lähiruokaa kohtaan on selvästi kasvanut, mikä näkyy paitsi valikoimissa myös erilaisina lähiruokakampanjoina ja -tuotelistoina. Mikkelin kaupungin ruokapalvelut käytti vuonna 2015 elintarvikeostoihin käytettävistä varoistaan 21 % paikallisten elintarvikkeiden hankintaan. Se hankki lähialueen tuottajilta muun muassa perunoita, kasviksia, leipää, marjoja, kalaa sekä sesonkituotteita saatavuuden mukaan (Hassinen 2016).

Eteläsavolaisten lähiruoan tuottajien kuluttajille suunnatuista ostopaikoista saa kuvan aitojamakuja.fi -sivustolta. Elokuussa 2016 sivustolta löytyi 14 suoramyyntitilaa, 25 jalostajien omaa myymälää, 14 lähi- tai luomuruokamyymälää ja neljä tuottajan tai jalostajan omaa verkkokauppaa. Varsinaisen laajan lähiruokavalikoiman myymälä tai verkkokauppa maakunnasta puuttui. Keväällä 2016 Etelä-Savoon perustettiin viisi Facebookissa toimivaa lähiruokapiiriä.

1.4 Vapaa-ajan asukkaat lähiruoan ostajina

Suomessa oli Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2015 kaikkiaan 501 600 kesämökkiä (Tilastokeskus 2015a). Päivittäistavaroihin käytettiin mökeillä 1 370 milj. euroa, mikä vastaa 31 euroa kesämökillä vietettyä päivää kohti (Mökkibarometri 2016). Päivittäistavaramyynnistä puolestaan noin 80 % koostuu elintarvikkeista (PTY 2016). Tilastotietoja lähiruoan osuudesta vapaa-ajan asukkaiden elintarvikeostoista ei ole saatavana.

Suomen ympäristökeskuksen (Adamiak ym. 2015) tekemässä valtakunnallisessa tutkimuksessa ilmeni, että vapaa-ajan asukkaat pitivät tärkeimpänä paikallisena palveluna ruokakauppaa (tärkeys keskimäärin 3,7 asteikolla 1–5). Varsin paljon arvostettiin myös mahdollisuutta ruuan hankkimiseen suoraan paikallisilta tuottajilta (tärkeys keskimäärin 2,8 asteikolla 1–5). Ravintolapalvelut vapaa-ajan asumisen yhteydessä koettiin vähemmän tärkeiksi (tärkeys 1,9 asteikolla 1–5). Lähes kaikki vapaa-ajan asukkaat käyttävät mökkiapaikkakunnan ruokakauppapalveluja. Mökkibarometrin (2016) mukaan ruokakauppapalveluja käyttävien osuus (92 % käyttänyt 12 kk aikana) on suurempi kuin minkään muun vapaa-ajan asunnolla saatavissa olevan palvelun käyttäjien. Runsaat puolet (56 % / 12 kk) on käyttänyt ravintolapalveluja.

Etelä-Savon maakunta on vapaa-ajan asukkaiden suosikkeja. Maakunnassa tilastoitiin vuonna 2015 lähes 49 000 mökkiä, mikä on samaa suuruusluokkaa kuin kärkisijaa pitävässä Varsinais-Suomessa. Etelä-Savosta löytyy myös Suomen mökkivaltaisimman kunnan Mikkeli, jossa Tilastokeskuksen mukaan sijaitsee 10 349 mökkiä. Koko maassa mökkejä oli vuonna 2015 kaikkiaan 501 600. (Tilastokeskus 2015a.)

Etelä-Savossa on 32,6 vapaa-ajan asuntoa 100 asukasta kohti, mikä on ylivoimaisesti enemmän kuin missään muussa maakunnassa. Vastaava suhdeluku on koko maassa keskimäärin 9,1. Nämä luvut osoittavat, että vapaa-ajan asukkailla on vakinaisesti asuvalta väestöltään melko pienessä maakunnassa tuntuva merkitys. Aluetaloudessa vaikutukset näkyvät vapaa-ajan asukkaiden tuotteiden ja palvelujen ostojen tuomina tuloina ja työpaikkoina. FCG:n (2015) selvityksen mukaan ulkopaikkakuntalaiset vapaa-ajan asukkaat käyttävät rahaa Etelä-Savossa vuosittain 3 900 € / talous (yhteensä 115 milj. €). Tästä päivittäistavaraostoihin kulutetaan enemmän kuin mihinkään muuhun tuoteryhmään tai palveluihin – 1 450 € / talous (yhteensä 44 milj. €). Samassa selvityksessä ilmeni, että 76 % vapaa-ajan

asukkaista halusi käyttää lähiruokapalveluja vapaa-ajan asuntonsa sijaintikunnassa. Lähiruokapalvelut oli kysytyin palvelu kaikissa Etelä-Savon seutukunnissa.

Eteläsavolaisten vapaa-ajan asukkaiden elintarvikkeisiin ja niihin liittyviin palveluihin kohdistuvaa kysyntää on selvitetty aikaisemmin Rantasen ym. (2009) tutkimuksessa ja Mikkelin seudun vapaa-ajan asukasvaltuuskunnan toimeksiannosta (Palvelututkimus 2014). Kummassakin elintarvikkeisiin kohdentuvaa kysyntää käsitellään laajemman palvelututkimuksen osana. Tämän selvityksen tuloksia verrataan soveltuvin osin edellä mainittujen selvitysten vastaaviin tuloksiin (kts.luku 3).

1.5 Kyselytutkimuksen tavoitteet

Vapaa-ajan asukkaat ovat potentiaalinen kuluttajaryhmä Etelä-Savossa, ja lähiruoka on juuri nyt kuluttajien suosiossa. Etelä-Savossa on lukuisa määrä pienyrityksiä, jotka tarjoavat kattavan valikoiman lähiruokatuotteita. Aluetalouden kannalta keskeinen kysymys on, millä tavoin tämän kuluttajaryhmän kysyntä ja tuotteiden tarjonta kohtaavat lähiruokamarkkinoilla? Kyselytutkimuksessa oli tavoitteena selvittää Etelä-Savoon vapaa-ajan asunnolle tulevien ruokaostokäyttäytymistä sekä suhtautumista erityisesti eteläsavolaiseen lähiruokaan ja sen ostamiseen verkkokaupan kautta. Yrityskyselyssä selvitettiin vapaa-ajan asukkaiden merkitystä lähiruokaa tuottavien yritysten näkökulmasta sekä yritysten halukkuutta kehittää tarjontakonseptiaan.

2 MENETELMÄT

Tutkimuksessa haastateltiin Etelä-Savossa vapaa-ajan asunnon omistavia henkilöitä sekä eteläsavolaisia lähiruokaa tuottavia yrittäjiä. Lähiruoalla tarkoitettiin tässä kyselyssä Etelä-Savossa tuotettua ruokaa, jonka alkuperä, tuottaja ja valmistaja tiedetään.

Vapaa-ajan asukkaille suunnattu kyselytutkimus tehtiin kirjekyselynä maaliskuussa–huhtikuussa 2016. Kohderyhmänä olivat sellaiset Etelä-Savon maakunnassa vapaa-ajan asunnon omistavat henkilöt, joiden vakinainen asunto on maakunnan ulkopuolella Kohderyhmään kuuluvien nimi- ja osoitetiedot hankittiin Itä-Suomen maistraatilta, joka toimitti 620 henkilön tiedot satunnaisotantana. Kyselylomake (Liite 1) toimitettiin edellä mainituille henkilöille kotiin postitse. Kyselyyn oli mahdollista vastata joko palauttamalla paperilomake palautuskuorella postitse tai vastaamalla kyselyyn sähköisesti verkkolomakkeella saatteessa ilmoitetun linkin kautta. Kysely koostui 29 strukturoidusta tai avoimesta kysymyksestä. Kysymykset koskivat vastaajien taustatietoja, ruokaostospaikkoja, ruokaostoksia (erityisesti lähiruokaa) ja ruoan verkkokauppaa.

Kirjekyselyn teemoista haastateltiin samana ajankohtana myös henkilökohtaisesti 48:aa mökkimatkalla olevaa vapaa-ajan asukasta Juvalla ja Savonlinnassa sijaitsevilla ruokakaupoilla, joissa oli saatavana lähiruokaa.

Yrityshaastatteluun osallistui keväällä ja kesällä 2016 kaikkiaan 33 eteläsavolaista lähiruokaa tuottavaa yritystä. Tavoitteena oli selvittää erilaisia tuotteita tuottavien ja erilaisia myyntikanavia käyttävien yritysten kiinnostus vapaa-ajan asukkaisiin asiakkaana sekä lähiruoan myyntiä lisääviin kehittämistoimiin. Tuloksia kerättiin haastattelulomakkeelle puhelimitse, sähköpostitse sekä yrityksille järjestetyssä tilaisuudessa.

3 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Seuraavassa esitellään vapaa-ajan asukkaiden kirjekyselyn ja yritys haastattelun tulokset. Tuloksia verrataan soveltuvin osin vapaa-ajan asukkaiden henkilökohtaisissa haastatteluissa ja muiden toimijoiden tekemissä tutkimuksissa saatuihin tuloksiin.

3.1 Vapaa-ajan asukkaiden kyselytutkimus

Vapaa-ajan asukkaille suunnattuun kyselyyn 640:stä kyselylomakkeen saaneesta vastasi 280. Vastaneiden osuudeksi saatiin siten 44 %. Vain 15 vastaajaa käytti hyväkseen mahdollisuutta vastata sähköisesti.

3.1.1 Vastaajien taustatiedot

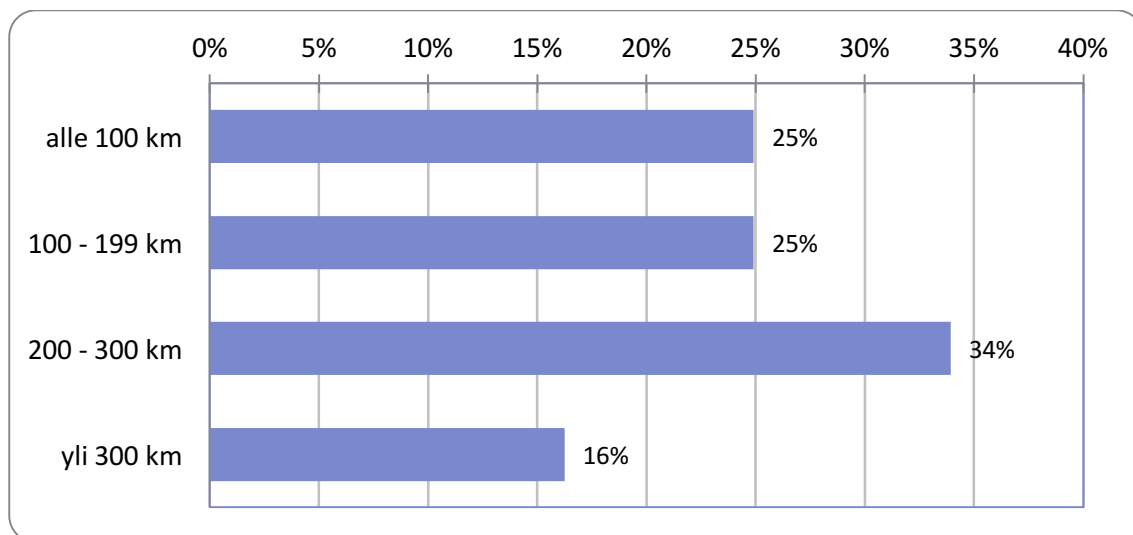
Vastaajien taustatiedot ovat nähtävänä taulukkomuodossa liitteessä 2. Vastaajat jakautuivat melko tasaisesti mies- ja naispuolisiin: 51 % oli miehiä ja 47 % naisia. Lähes 90 % vastaajista oli yli 50-vuotiaita ja 50 % yli 65-vuotiaita. Vastaajien iän selkeä painottuminen vanhempiin ikäluokkiin viittaa valtakunnallisesti kerättyihin tilastotietoihin, joiden mukaan vapaa-ajan asunnon omistajien keski-ikä on 62 vuotta (Tilastokeskus 2015a). Kuten ikätiedoistakin voi päätellä suurin osa (58 %) vastaajista oli eläkeläisiä. Työelämässä olevien ammattiryhmien osalta ylempien toimihenkilöiden osuus nousi muita suuremmaksi.

Kysely kohdennettiin sellaisille vapaa-ajan asunnon omistajille, joiden varsinainen asuinpaikka sijaitsi Etelä-Savon maakunnan ulkopuolella. Lähes kolmanneksen (31 %) varsinainen asuinpaikka sijaitsi Uudellamaalla, mutta runsaasti vastauksia saatiin myös Kymenlaaksosta ja muista Etelä-Savon naapurimaakunnista. Useimmin mainittuja kotikuntia olivat Helsinki ja Kouvola.

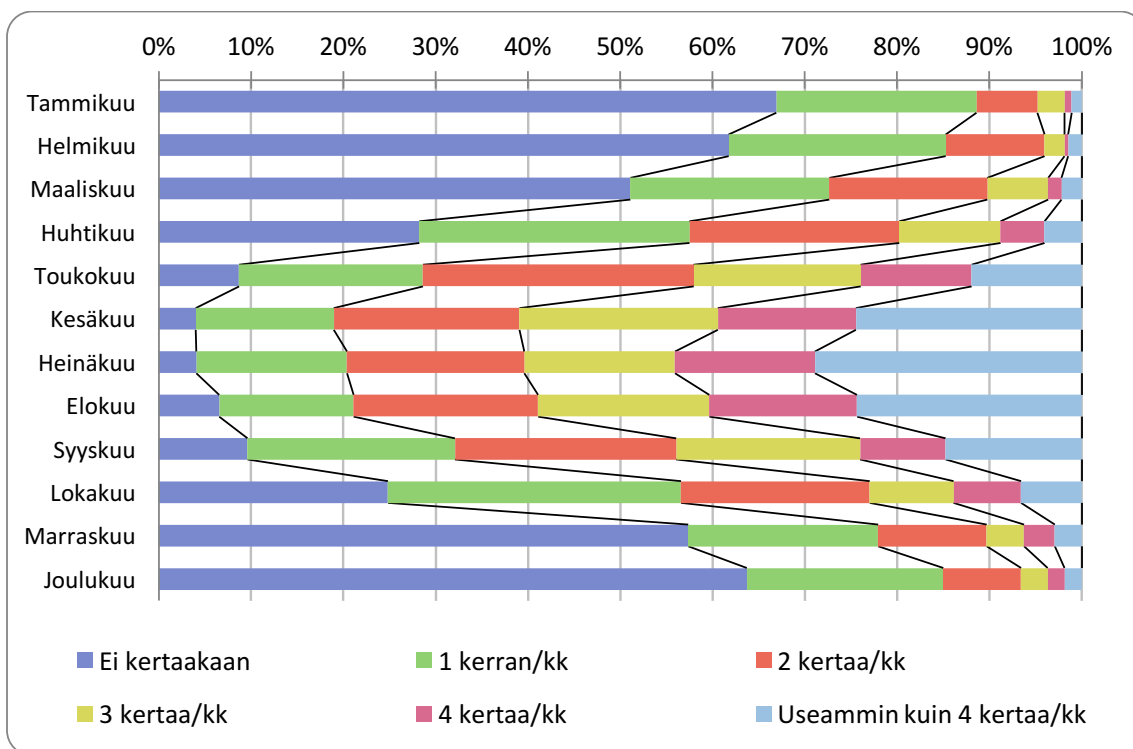
Aktiivisimmat kyselyyn vastaajat löytyivät Kangasniemellä vapaa-ajan asunnon omistavista. Yllättävää oli Mikkelissä vapaa-ajan asunnon omistavien vähäinen osallistuminen kyselyyn; sijaitseehan siellä eniten kesämökkejä kuin missään muussa Suomen kunnassa (Tilastokeskus 2015a). Yhtään vastaajaa ei löytynyt Rantasalmella, Heinävedellä tai Enonkoskella vapaa-ajan asunnon omistavista.

3.1.2 Vapaa-ajan asunnon käyttö

Vapaa-ajan asunnon etäisyys kotipaikkakunnalta oli useimpien kohdalla 200 - 300 km (kuva 2). Vapaa-ajan asunnolla käydään luonnollisesti useimmin kesäkuukausina ja käyntikerrat harvenevat talvea kohti mentäessä (kuva 3).



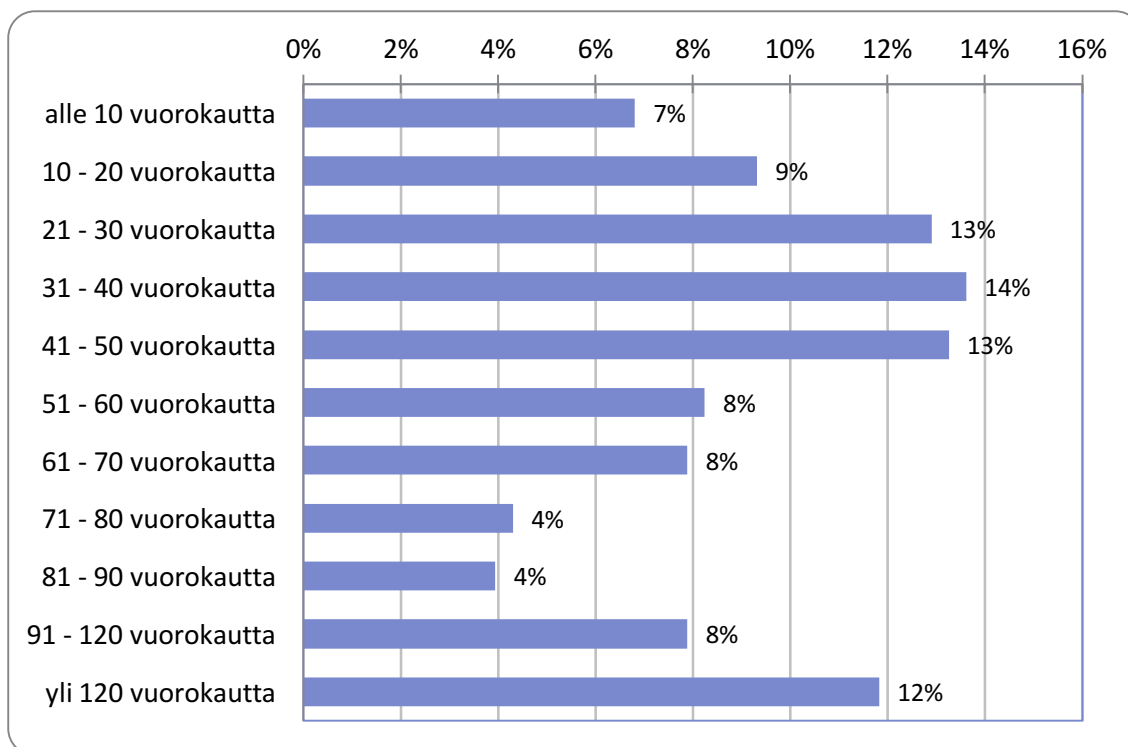
Kuva 2. Vapaa-ajan asunnon etäisyys kotipaikkakunnalta (n=277)



Kuva 3. Matkustuskerrat vapaa-ajan asunnolle (n=277)

40 % vastaajista arvioi käyttäneensä vuonna 2015 vapaa-ajan asuntoaan 20 - 50 vuorokautta (kuva 4). Eläkeläisten osuus painottui alle 10 vuorokautta ja yli 60 vuorokautta vapaa-ajan asuntoa käyttävien ryhmissä.

Tähän kyselyyn vastanneiden vapaa-ajan asunnolla vietettyjen vuorokausien jakauma oli hyvin samankaltainen kuin Mikkelin seudulla tehdyssä kyselyssä (Palvelututkimus 2014), mutta painottui hieman enemmän lyhytaikaiseen käyttöön kuin valtakunnallisessa kyselyssä (Mökkibarometri 2016). Tässä kyselyssä vuotuinen käyttö oli alle 30 vuorokautta 29 prosentilla, 31 - 60 vuorokautta 35 prosentilla ja enemmän kuin 60 vuorokautta 46 prosentilla. Vastaavat prosenttiluvut valtakunnallisessa tutkimuksessa olivat 22, 24 ja 54. Mökkibarometrin (2016) mukaan vapaa-ajan asuntojen vuotuinen käyttöaste koko valtakunnassa oli 79 vuorokautta ja Etelä-Savossa 86 vuorokautta. FCG:n (2015) tutkimuksen mukaan Etelä-Savon vapaa-ajan asunnoissa yövytään keskimäärin 97 kertaa vuodessa (omat perheenjäsenet 84 kertaa). Näistä yöpymisistä 57 % tapahtuu kesä-elokuussa.



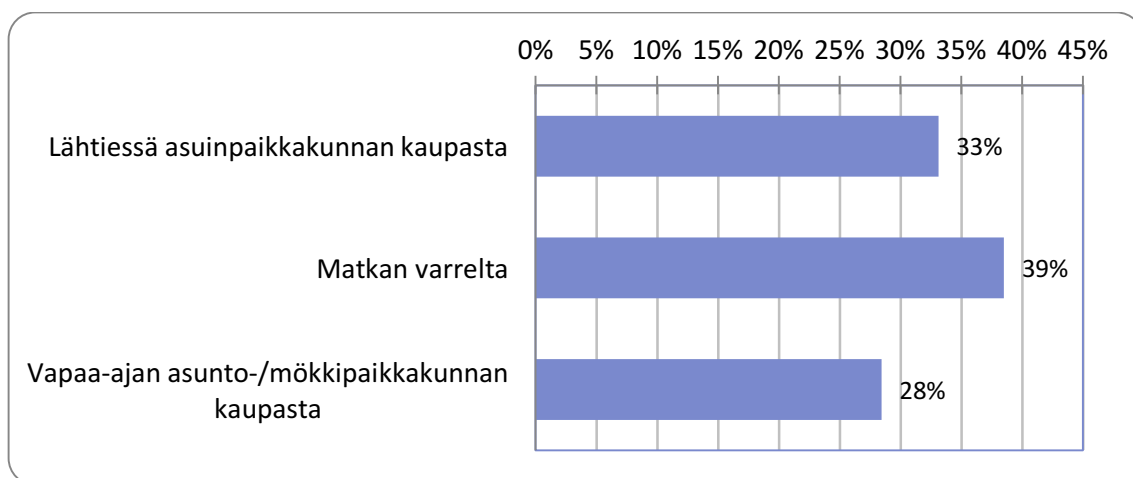
Kuva 4. Vapaa-ajan asunnon käyttö vuonna 2015 (n=279)

Kysyttäessä vapaa-ajan asuntoa käyttävien henkilöiden määrää saatiin tulokseksi (n=277), että 72 %:ssa tapauksista käyttäjiä on yleensä 1 - 2 henkilöä, 21 %:ssa 3 - 4 henkilöä ja 7 %:ssa enemmän kuin 4 henkilöä. Tulos on yhdenmukainen aikaisemmin Mikkelin seudulla tehdyssä selvityksessä saatujen tulosten kanssa (Palvelututkimus 2014). Myös FCG:n (2015) kyselyssä Etelä-Savon vapaa-ajan asunnoissa yöpyi keskimäärin 2 henkilöä.

3.1.3 Ruokaostospaikan valinta

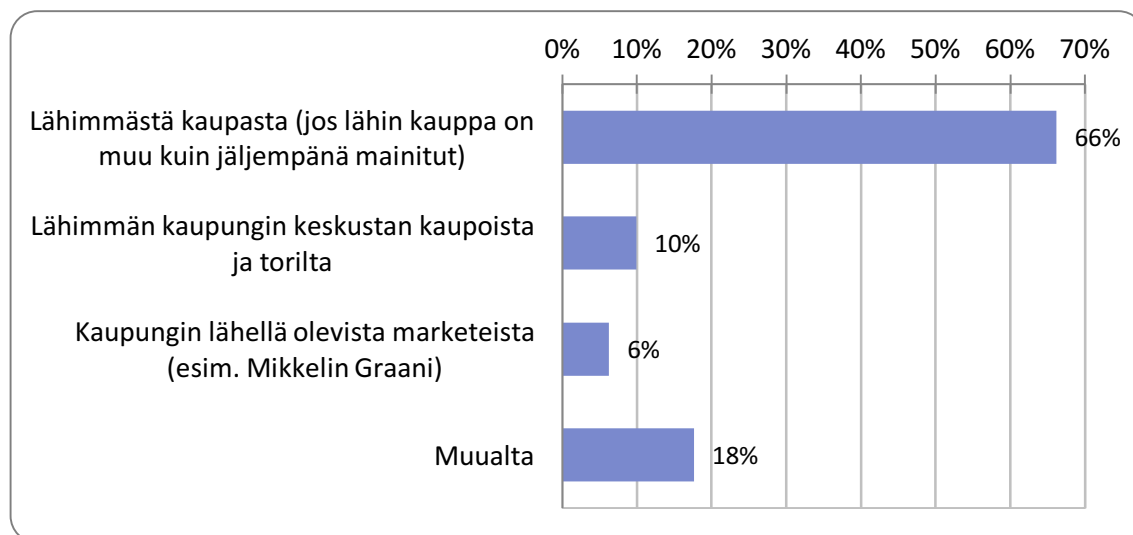
Vapaa-ajan asunnolle mennessä ruokaostokset hankitaan yleensä lähtiessä asuinpaikkakunnalta tai matkan varrelta (kuva 5). Lähtiessään ruokaostoksia tekevät erityisesti ne, joiden mökkimatka on suhteellisen lyhyt (65 % niistä, joiden mökkimatka on lyhempi kuin 100 km). Matkan varrelta ruokaostoksia tekevät useimmin ne, joilla on pitkä matka vapaa-ajan asunnolle (61 % niistä, joiden mökkimatka on enemmän kuin 300 km).

Ruokaostoksensa ensisijaisesti matkan varrelta hankkivista noin puolet teki ostokset yleensä Etelä-Savossa sijaitsevassa ruokakaupassa. Silloin useimmin ostospaikaksi mainittiin Mikkelin Prisma (14 mainintaa), Kuortin ABC (8 mainintaa) tai Savonlinnan Prisma (5 mainintaa).



Kuva 5. Ensisijainen ruokaostospaikka vapaa-ajan asunnolle mennessä (n=278)

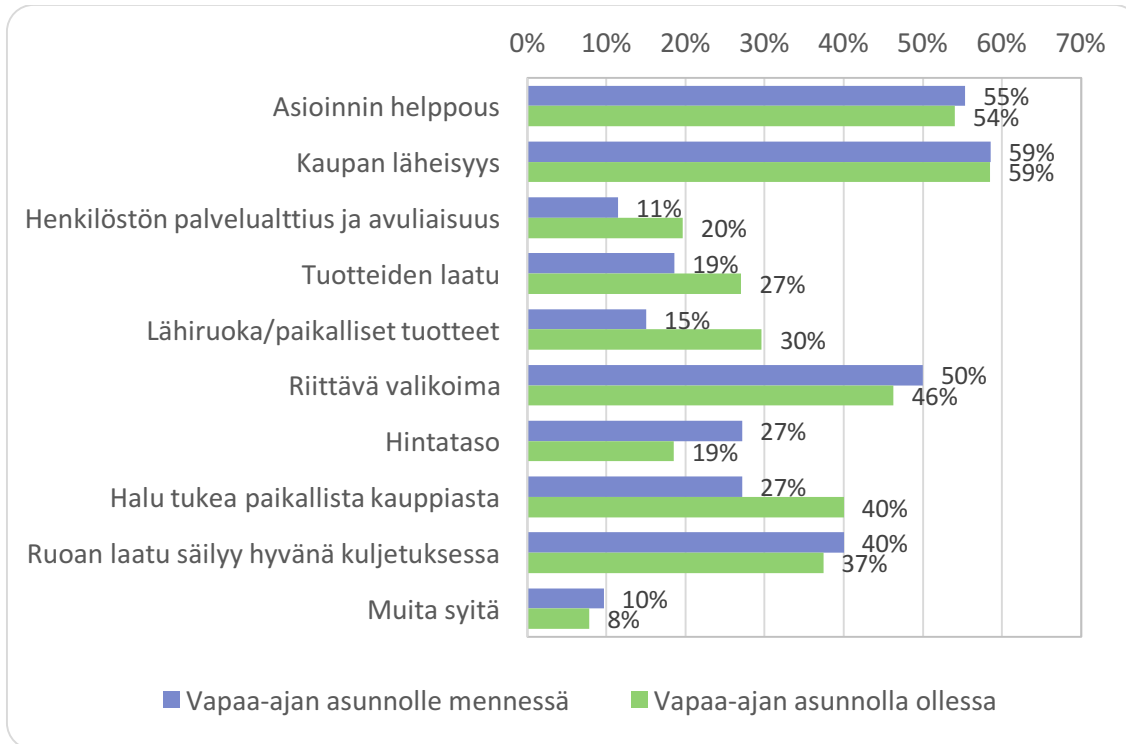
Vapaa-ajan asunnolla ollessa lähin kauppa on tärkein ruokaostospaikka (kuva 6). Muina ostospaikkoina (7 %) mainittiin kirkonkylän tai keskustaajaman ruokakaupat.



Kuva 6. Ensisijainen ruokaostospaikka vapaa-ajan asunnolla ollessa (n=272)

Tärkeimpinä perusteina ruokaostospaikan valinnassa pidettiin kaupan läheisyyttä matkareitillä tai mökkipaikkakunnalla, asioinnin helppoutta ja riittäviä valikoimia (kuva 7). Mökkipaikkakunnalla ruokaostoksia tehdessä ruokaostospaikan valinnassa painottuvat menomatkan ostospaikkaa enemmän lähiruoan saatavuus, halu tukea paikallista kauppiasta, henkilökohtainen palvelu ja tuotteiden laatu. Tuotteiden hintatason merkitys ostospaikan valinnassa ei ollut kovin merkityksellinen. Hintataso kuitenkin vaikutti enemmän valittaessa ostospaikkaa mökille tultaessa matkareitiltä kuin tehtäessä.

sä valintaa mökkipaikkakunnalla. Muina valintakriteereinä tulivat useimmin esille kanta-asiakkuus-
 etujen hyödyntäminen ja muiden kuin ruokaostosten ostomahdollisuus (alkoholi, polttoaine). Vas-
 taajien kommentteissa tuli myös esille, että usein kohtuullisella etäisyydellä vapaa-ajan asunnosta ei ole
 vaihtoehtoisia ruokaostospaikkoja.



Kuva 7. Tärkeimmät syyt ruokaostospaikan valintaan vapaa-ajan asunnolle mennessä ja siellä ollessa (n=280). Vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi kuin yksi vaihtoehto.

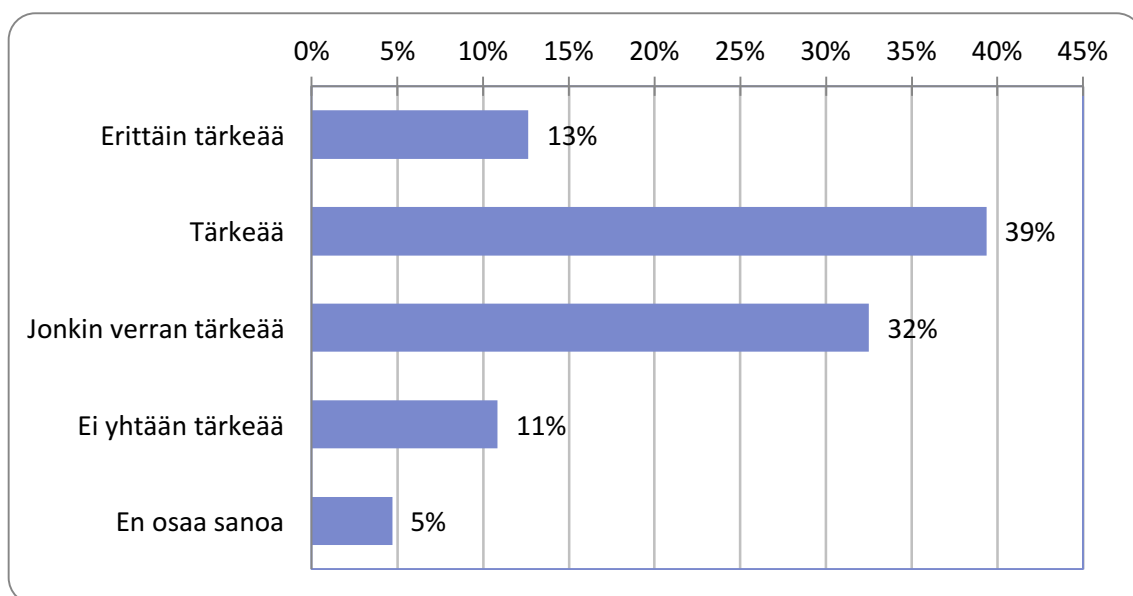
Kauppa sijainti on todettu tärkeimmäksi ruokaostospaikan valintaan vaikuttavaksi tekijöiksi myös muissa kuluttajan ruokaostokäyttäytymistä koskevissa tutkimuksissa (Raijas & Järvelä 2015; TNS Gallup/ Helsingin Sanomat 2015).

Mikkelin seudulla aikaisemmin tehdyissä selvityksissä (Palvelututkimus 2014) vapaa-ajan asukkaiden ruokaostospaikan valintakriteerit olivat hyvin samanlaisia kuin tässä tutkimuksessa. Poikkeuksena oli kuitenkin suhtautuminen lähiruokaan: edellä mainitussa tutkimuksessa lähiruoka-ostopaikan valintakriteerinä mökkipaikkakunnalla mainitsi vain 15 % vastaajista, kun vastaava osuus tässä tutkimuksessa oli 30 %.

Tämän tutkimuksen henkilökohtaisissa haastatteluissa (n=48) saatiin myös edellä mainittuihin verrattuna hieman ristiriitaisia tuloksia. Noin puolet (48 %) vapaa-ajan asukkaista ostaisi lähiruokaa enintään 20 km:n etäisyydeltä, mutta yhtä suuri osuus olisi valmis ulottamaan ostosmatkan 21 - 50 km:n päähän, ja kaksi haastateltavaa jopa yli 50 km:n päähän. Vertailutietona mainittakoon, että Etelä-Savossa matka vapaa-ajan asunnolta ruokakauppaan on keskimäärin 15 km (Mökkibarometri 2016). Haastateltavat tavoitettiin lähiruokaa myyvistä liikkeistä, joten he saattoivat olla erityisesti lähiruokaan kiinnostuneita henkilöitä. Tulos kuitenkin osoittaa, että ainakin osa vapaa-ajan asukkaista on valmis näkemään hieman ylimääräistä vaivaa lähiruoka hankkimiseksi.

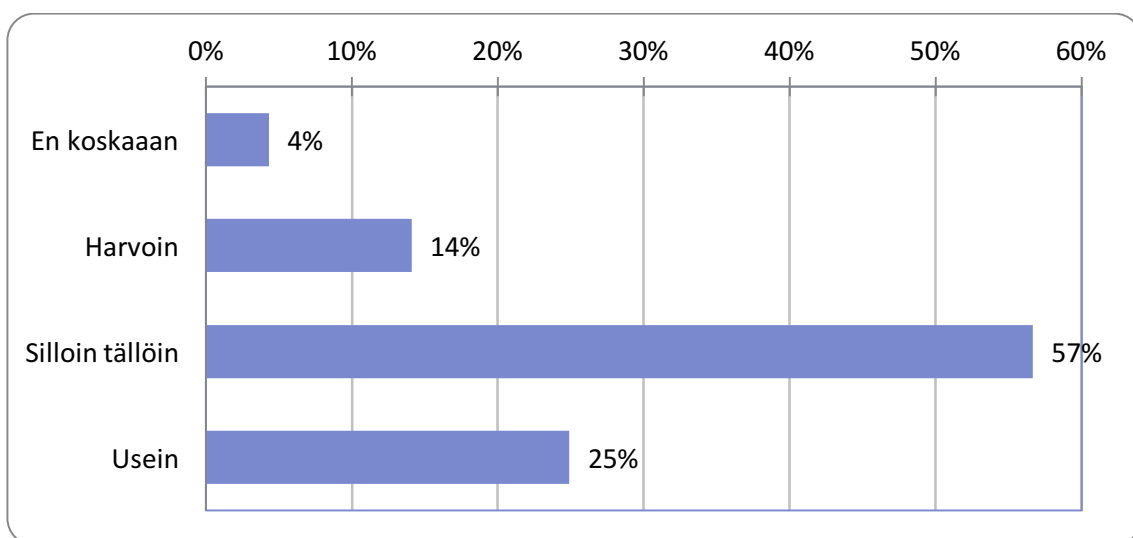
3.1.4 Lähiruoan ostaminen

Hieman yli puolet (52 %) kyselyyn vastanneista piti tärkeänä tai erittäin tärkeänä, että vapaa-ajan asunnolla ollessa on mahdollisuus ostaa lähiruokaa, ja vain 11 % ei pitänyt lähiruoan ostomahdollisuutta lainkaan tärkeänä (kuva 8). Lähiruokatuotteiden myyntipaikoissa haastatelluista vapaa-ajan asukkaista jopa 96 % haastatelluista piti lähiruoan ostomahdollisuuksia vapaa-ajan asunnolla tärkeänä tai erittäin tärkeänä. Myös FCG:n (2015) kyselyssä lähiruokapalvelut osoittautuivat kaikista vapaa-ajan asukkaille tarjolla olevista palveluista selvästi kysytyimmiksi kaikilla Etelä-Savon seutukunnilla.



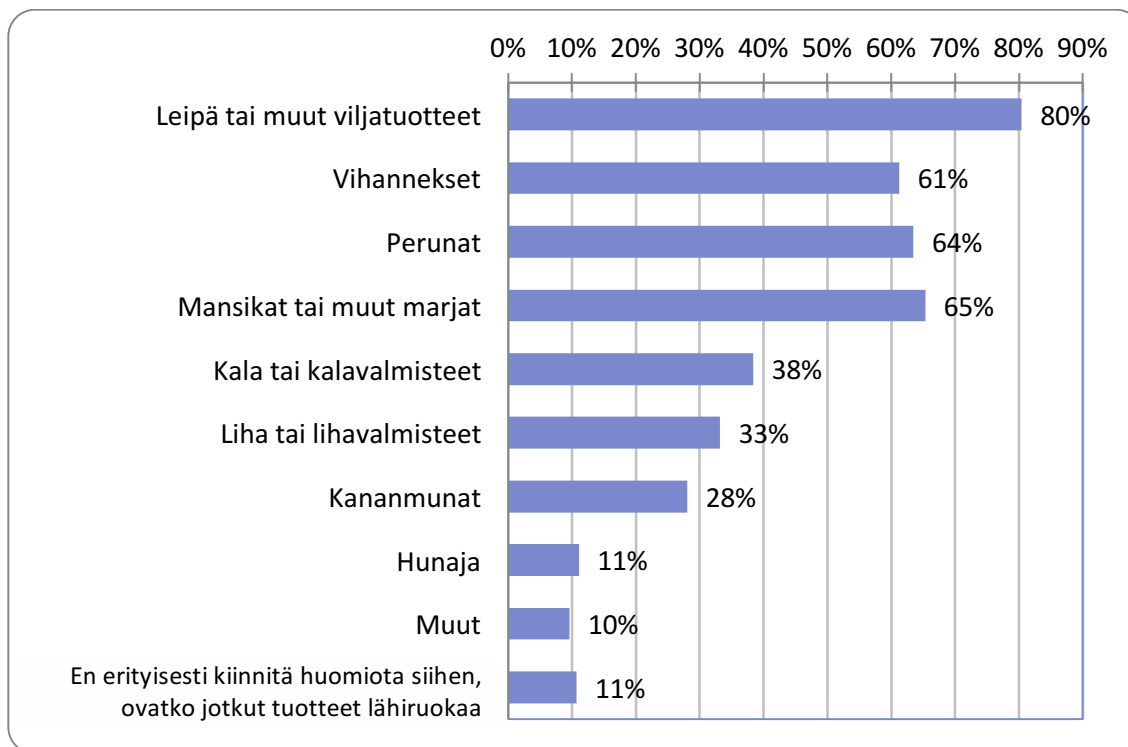
Kuva 8. Lähiruoan ostomahdollisuuden merkitys vapaa-ajan asunnolla (n=277)

Enemmistö (57 %) vastasi ostavansa lähiruokaa silloin tällöin, ja usein ostavia oli neljännes vastaajista (kuva 9).



Kuva 9. Lähiruoan osto-useus vapaa-ajan asunnolla (n=277)

Leipä ja muut viljatuotteet ovat useimmin mökkipaikkakunnalta hankittavia lähiruokatuotteita (kuva 10). Myös vihannekset, perunat, mansikat tai muut marjat ovat usein hankittavaa lähiruokaa. Siihen, kuinka usein eri lähiruokatuotteita ostetaan, vaikuttaa paitsi niiden päivittäinen käyttötarve myös niiden saatavuus. Esimerkiksi paikallista leipää ja leipomotuotteita on hyvin saatavilla; toimiihan Etelä-Savossa eniten (45 kpl) juuri leipomoalan pienyrityksiä.



Kuva 10. Usein vapaa-ajan asunnolla hankittavat lähiruokatuotteet (n=271). Vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi kuin yksi vaihtoehto.

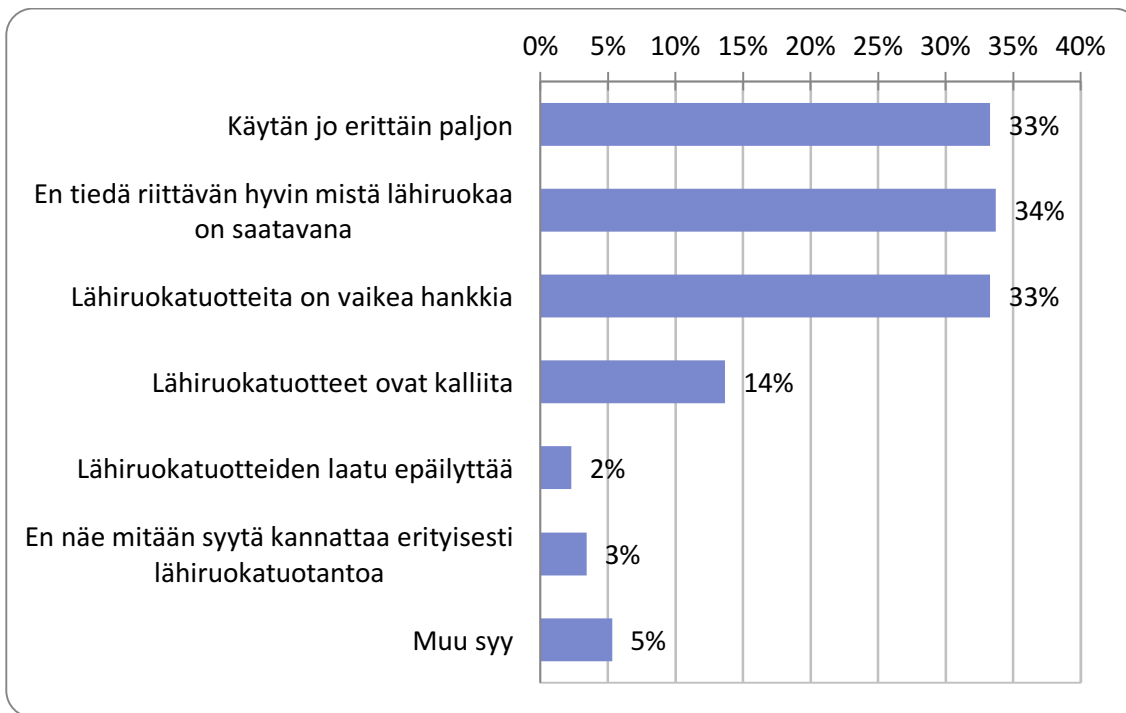
Myös Rantanen ym. (2009) selvittivät Etelä-Savon vapaa-ajan asukkaiden lähiruokatuotteiden ostamista samojen tuoteryhmien osalta kuin tässä tutkimuksessa. Rantasen ym. (2009) tutkimuksessa (n=588) näihin tuoteryhmiin kuuluvia tuotteita ostaneiden osuus vaihteli välillä 2 - 44 %, kun tässä tutkimuksessa osuudet vaihtelivat välillä 11 - 80 % (kuva 10). Verrattuna seitsemän vuotta sitten tehtyyn tutkimukseen selvästi suurempi osuus vastaajista ilmoitti nyt ostaneensa lähiruokaa mökillä ollessaan. Tuoteryhmittäin käyttäjien osuuksien muutokset nähdään taulukosta 1. Lähiruokaa ostavien osuus oli tarkasteltavien tuoteryhmien osalta kasvanut vähintään 1,7-kertaiseksi. Suhteellisesti eniten oli kasvanut hunajan, kananmunien, lihan ja lihavalmisteiden ja perunoita ostavien osuus.

Taulukko 1. Muutokset lähiruokaa ostavien vapaa-ajan asukkaiden osuuksissa tuoteryhmittäin. Vertailu Rantasen ym. (2009) tutkimukseen.

Tuoteryhmä	Ostajien osuuden lisäys %-yksikköä	Ostajien osuuden suhteellinen lisäys
Leipä tai muut viljatuotteet	+ 36	1,8
Vihannekset	+ 33	2,2
Perunat	+ 38	1,7
Mansikat tai muut marjat	+ 15	1,7
Kala tai kalavalmisteet	+ 41	2,7
Liha tai lihavalmisteet	+ 23	3,3
Kananmunat	+ 22	4,6
Hunaja	+ 9	5,5

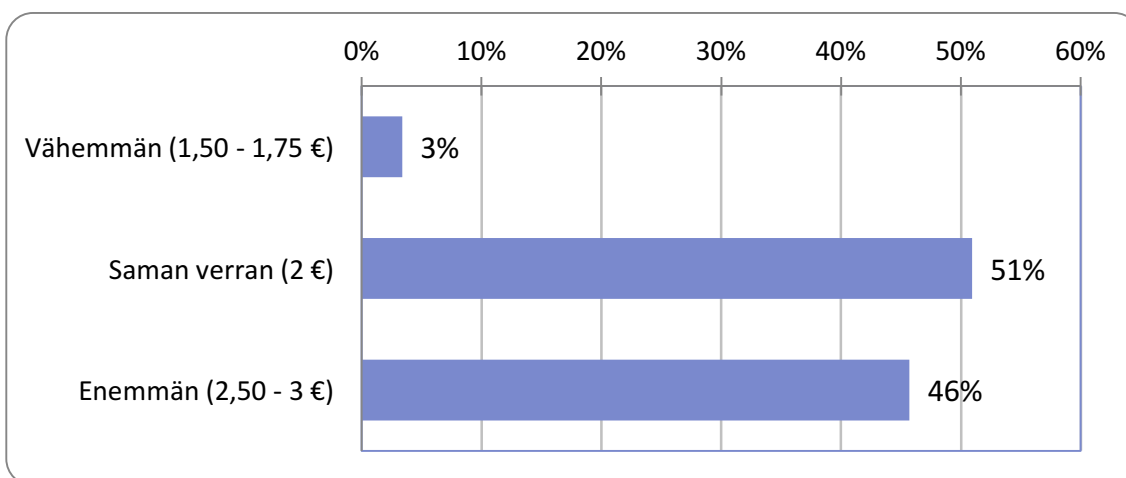
Lähiuoan käytön esteiden selvittämiseksi kohderyhmään kuuluvilta kysyttiin, miksi he eivät käytä lähellä tuotettua ruokaa nykyistä enemmän vapaa-ajan asunnollaan. Sen lisäksi, että monet katsoivat jo käyttävänsä erittäin paljon lähiruokaa, keskeisiksi käytön lisäämisen esteiksi nousivat tiedon puute lähiruoan ostopaikoista ja lähiruokatuotteiden vaikea saatavuus (kuva 11). Epäilyt lähiruokatuotteiden heikommasta laadusta olivat erittäin harvinaisia, eikä hintaakaan nähty kovin usein käytön lisäämisen esteeksi.

Myös Sitran kuluttajatutkimuksessa yli puolet (52 %) vastaajista ilmoitti lähiruoan käytön esteeksi sen huonon saatavuuden. Lähiruokaa oli vaikea tunnistaa kaupassa ja usein vastaajat ilmoittivat myös, etteivät löydä lähiruokaa omasta päivittäistavarakaupastaan. (Mäkipeska & Sihvonen 2010.)



Kuva 11. Lähiruokan käytön lisäämisen esteet vapaa-ajan asunnolla (n=264). Vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi kuin yksi vaihtoehto.

Lähiruokasta koettua lisäarvoa selvitettiin kysymällä maksuhalukkuutta lähiruokatuotteesta verrattuna vastaavaan muualla tuotettuun. Vastaajista 51 % maksaisi 2 € maksavasta lähiruokatuotteesta saman verran kuin muualla tuotetusta, mutta jopa 46 % olisi valmis maksamaan 25 - 50 % korkeamman hinnan (kuva 12). Tulos on samansuuntainen aikaisemmin tehtyjen selvitysten kanssa, joissa 60 % kyselyyn osallistuvista kuluttajista oli halukas maksamaan kolme euroa maksavasta lähiruokatuotteesta 50 senttiä enemmän kuin vastaavasta muualla tuotetusta (Kurunmäki ym. 2012, 11).



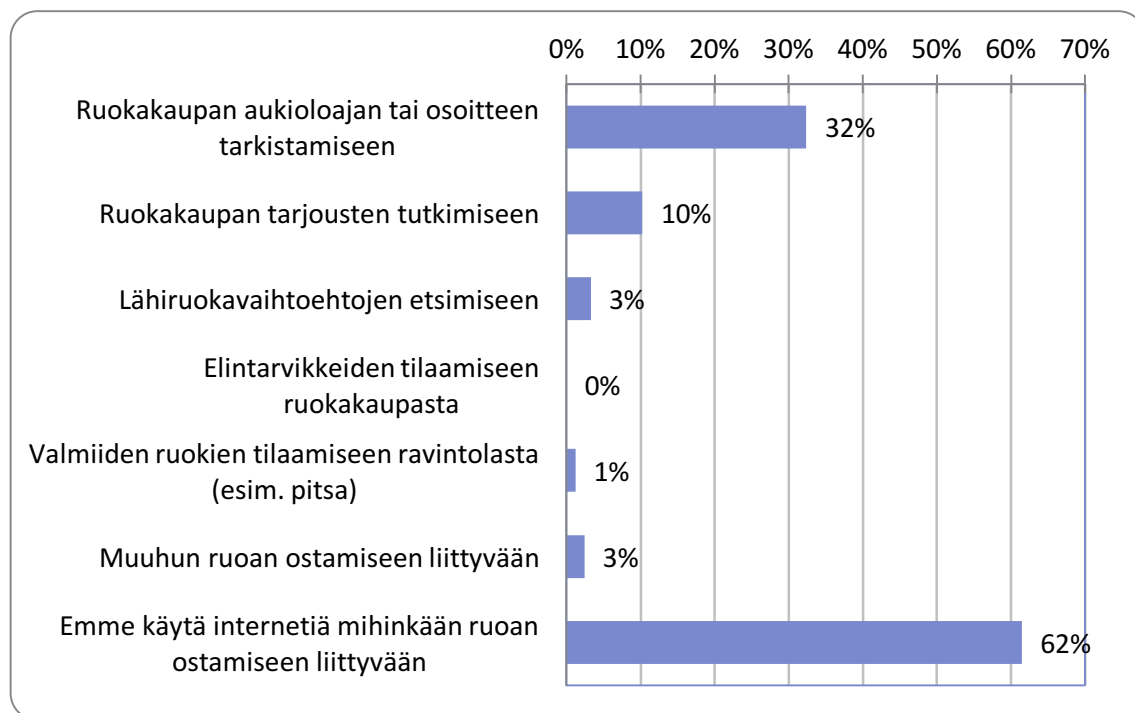
Kuva 12. Halukkuus maksaa lähiruokatuotteesta vapaa-ajan asunnon paikkakunnalla, jos vastaava muualla tuotettu maksaa 2 € (n=267).

Eteläsavolainen lähiruoka inspiroi noin puolet vastaajista sanallisiin kommentteihin. Palaute oli pääsääntöisesti positiivista ja kannustavaa. Noin puolet kommentteista liittyi lähiruoan laatuun. Lähiruoan erittäin positiivista laatumielikuvaa osoittaa, että 72:sta laatua koskevasta kommentista vain kaksi oli lievästi negatiivissävyyisiä. Positiiviset kommentit kohdentuivat eri tuoteryhmiin, erityisesti ruokaleipään ”Leipä on hyvää”, tai lähiruokaan yleisesti ”Hyvää ja suunmukaista”. Erityisen paljon negatiivista palautetta (16 vastaajaa) aiheutti puutteellinen tiedonsaanti lähiruosta. Kommentteja tuli sekä heikosta tiedottamisesta lähiruokien ostopaikkojen löytämiseksi että lähiruokatuotteiden löytämisestä kaupan hyllyssä (opasteet ja pakkausmerkinnät). Myös tuotteiden saatavuus (8 vastaajaa) sekä puutteellinen tarjonta ja suppeat valikoimat (10 vastaajaa) aiheuttivat negatiivisia kommentteja, joskin valikoimia pidettiin myös eräissä kommentteissa hyvinä (7 vastaajaa). Vain kaksi vastaajaa viittasi kommentteissaan korkeisiin hintoihin.

3.1.5 Ruoan verkko-ostaminen

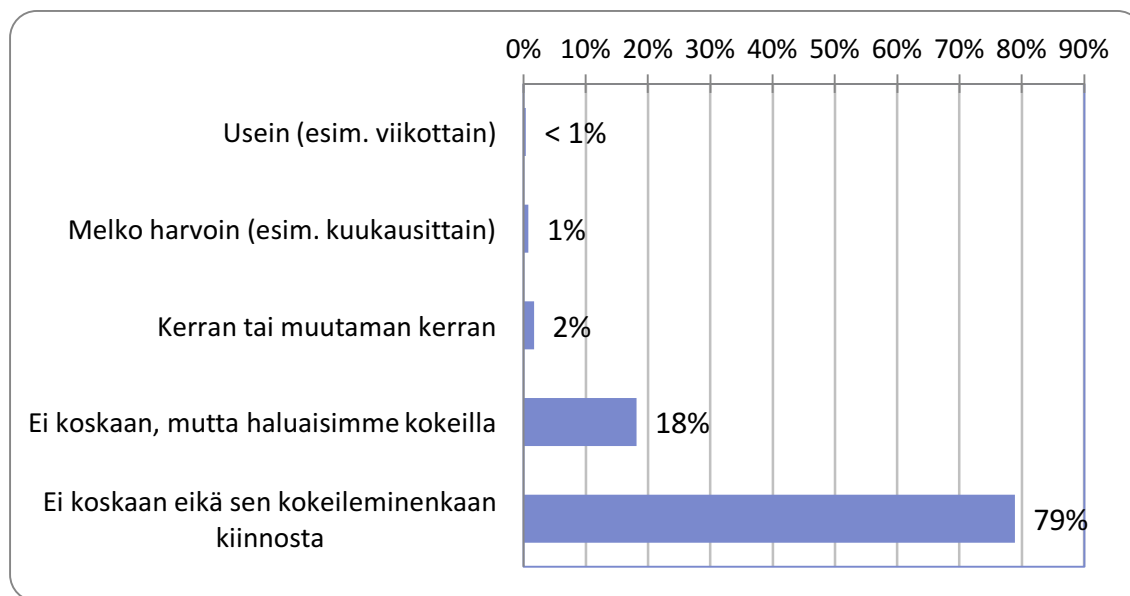
Kyselyyn vastanneista (n=274) 71 %:lla oli kiinteä tai mobiili internetyhteys käytettävissään sekä vakinaisessa että vapaa-ajan asunnossa, 16 %:lla ainoastaan vakinaisessa asunnossa ja 1 %:lla ainoastaan vapaa-ajan asunnossa. 12 %:lla vastaajista ei ollut käytössään minkäänlaista internetyhteyttä. Kokonaan ilman internetyhteyttä olevien ryhmästä 85 % oli yli 65-vuotiaita. Mikkelin seudulla aiemmin tehdyssä tutkimuksessa (Palvelututkimus 2014) 63 % vapaa-ajan asukkaista käytti internetyhteyksiä päivittäin, 17 % 2 - 4 päivänä viikossa ja 15 % ei käyttänyt internetiä lainkaan.

Suurin osa niistä vastaajista, joilla on internetyhteys käytettävissään (62 %) ei käytä sitä mihinkään ruoan ostamiseen liittyvään (kuva 13). Ne, jotka käyttävät, tarkistavat lähinnä ruokakauppojen aukioloaikoja ja osoitteita tai tutkivat tarjouksia. Muuna ruokaan liittyvänä käyttönä mainittiin reseptien tutkiminen. Kukaan vastaajista ei ilmoittanut käyttävänsä internetiä elintarvikkeiden tilaamiseen ruokakaupasta. Ani harva (8 vastaajaa) käytti internetiä lähiruokavaihtoehtojen etsimiseen, vaikka epätietoisuus lähiruoan ostopaikoista on eräs tärkeimmistä esteistä lähiruoan laajemmalle käytölle (vrt. kuva 11).



Kuva 13. Ruokaostuksiin liittyvä internetin käyttö (n=244). Vastaajina vapaa-ajan asukkaat, joilla on käytössään internetyhteys. Vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi kuin yksi vaihtoehto.

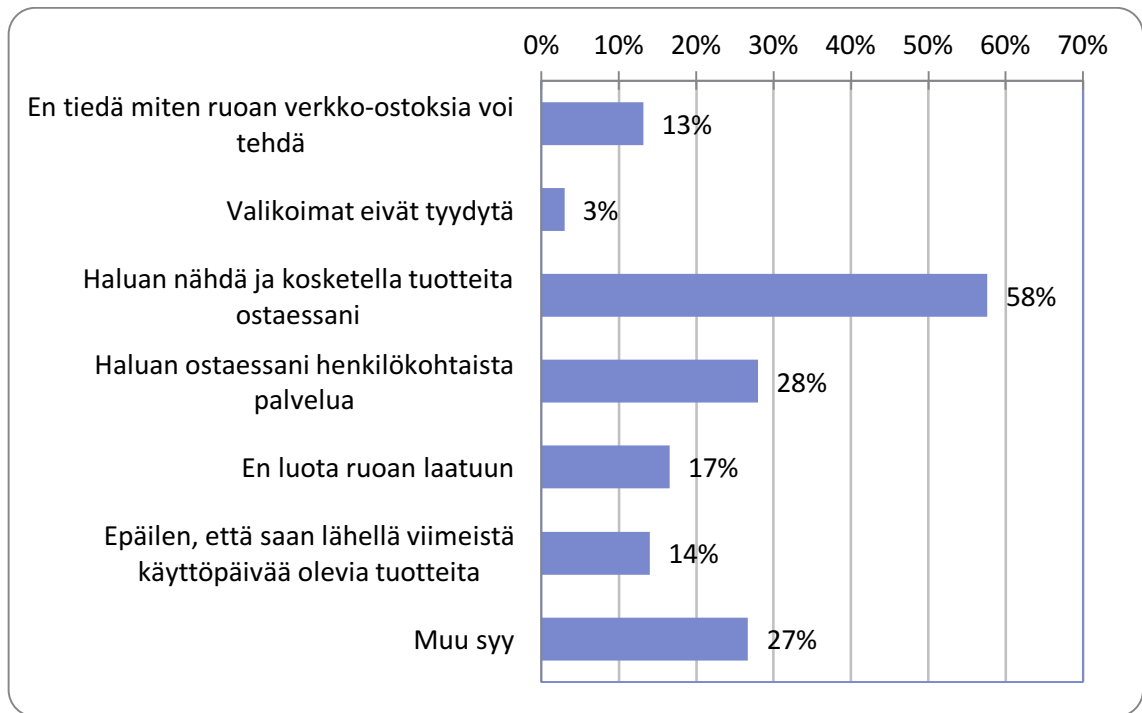
Vain muutamalla vastaajalla oli kokemusta ruokaostosten hankkimisesta verkkokaupasta vakinaiselle tai vapaa-ajan asunnolle. Vastaajista 97 % ei ollut koskaan kokeillut ruoan verkko-ostamista, ja sen kokeileminenkin kiinnosti vain 18 %:a vastaajista (kuva 14). Vapaa-ajan asukkaiden halukkuus ruoan verkko-ostamiseen ei ole yleistynyt siten kuin noin seitsemän vuotta sitten tehdyssä Rantasen ym. (2009) tutkimuksessa arvioitiin. Siinä noin viidennes kyselyyn vastanneista eteläsavolaisista vapaa-ajan asukkaista arvioi 5 - 10 vuoden kuluttua tilaavansa säännöllisesti tai satunnaisesti internetistä elintarvikkeita.



Kuva 14. Elintarvikkeiden hankkiminen verkkokaupasta vakinaiselle tai vapaa-ajan asunnolle (n=242). Vastaajina vapaa-ajan asukkaat, joilla on käytössään internetyhteys.

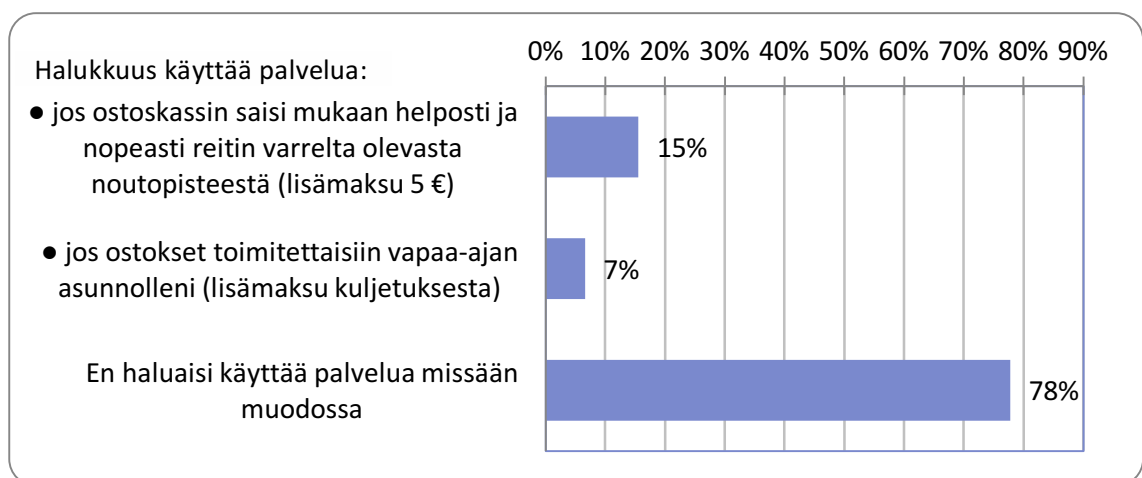
Kysyttäessä, minkälaisia ruokaostoksia verkkokaupan käyttäjät tai sen kokeiluun halukkaat (n=72) voisivat tehdä, kiinnosti eniten lähiruoka (49 %), kaikenlaiset elintarvikkeet (46 %) ja erilaiset valmiit ruoat (22 %). Myös tuoreen kalan hankinta kiinnosti eräitä vastaajia.

Useimmin mainittu syy sille, että ruoan verkkokauppaa ei käytetä (kuva 15), oli halu nähdä ja kosketella tuotteita ostohetkellä (58 %). Tämä liittyyneen tuotteiden laatua ja ikää koskeviin epäluuloihin, jotka tulivat esille erikseen. Myös Pokkisen (2014) tekemässä kyselyssä vastaavat epäilyt nousivat tärkeimpinä syinä olla käyttämättä ruoan verkkokauppaa. Toinen tärkeä syy on vastaajien halu saada ostaessaan henkilökohtaista palvelua (28 % vastanneista mainitsi) sekä useissa sanallisissa kommentissa esille tullut vaihtelun ja vuorovaikutuksen tarve, joiden uskotaan puuttuvan verkkokaupasta: ”Kaupassa ja torilla käynti tuo vaihtelua mökkiarkeen”, ”Mukava käydä silloin tällöin kirkonkylällä”. Vain harvat (13 % vastaajista) toivat esille, että ruokaostoksia ei tehdä verkkokaupassa, koska ei tiedetä miten verkko-ostoksia tehdään. Tämä oli yllättävää, koska suuri enemmistö ei ollut kokeillut ruoan verkkokauppaa.



Kuva 15. Syyt vapaa-ajan asukkaiden ruoan verkko-ostamisen vähäiseen halukkuuteen (n=236). Vastajina vapaa-ajan asukkaat, joilla on käytössään internetyhteys. Vastajilla oli mahdollisuus valita useampi kuin yksi vaihtoehto.

Vapaa-ajan asukkailta kysyttiin halukkuutta käyttää erilaisia verkkokaupan ratkaisuja (kuva 16). Yhdenmukaisesti edellä käsiteltyjen selvitysten kanssa valtaosa (78 %) vastaajista ei haluaisi käyttää ruoan verkko-ostamista missään muodossa. Pieni osa (16 %) vastaajista haluaisi kokeilla tilaa ja noutaa palvelua, jossa asiakas tilaa ruokaostokset verkkokaupasta ja noutaa itse ostoksensa kaupasta valmiiksi pakatussa ruokakassissa. Tällainen palvelu on käytössä eräissä K- ja S-ryhmän kauppoissa. Halukkuus palveluun, jossa internetissä tilatut ostokset toimitetaan vapaa-ajan asunnolle, sai hyvin pienen kannatuksen. Monelle vapaa-ajan asunnolle kustannukset ruoan kuljetuksesta muodostuisivat liian suuriksi.



Kuva 16. Vapaa-ajanasukkaiden halukkuus kokeilla ruoan verkkokaupan erilaisia palveluratkaisuja (n=225). Vastajina vapaa-ajan asukkaat, joilla on käytössään internetyhteys.

Toisin kuin edellä kuvattuja vastauksia antaneet kirjekyselyn vastaajat, suhtautuivat lähiruoan ostopaikoista tavoitetut haastateltavat myönteisesti ruoan verkkokauppaan. Heistä 60 % oli halukkaita käyttämään tilaa ja nouda -palvelua ja vain 35 % ei halunnut käyttää verkkokauppapalveluja missään muodossa. Myönteisempi suhtautuminen saattoi johtua siitä, että henkilökohtaisessa haastattelussa tilaa ja nouda -palvelu etuineen voitiin kuvata paremmin kuin kirjekyselyssä.

Tämän kyselyn toteutuksen aikana oli Mikkelin alueelle suunnitteilla REKO-lähiruokarengas. Kysyttäessä vapaa-ajan asukkaiden halukkuutta liittyä tähän ei vastaanotto ollut kovin innostunutta. Vain 12 % vastaajista olisi kiinnostunut liittymään siihen ja osa heistäkin varauksin. Useat niistä, joita REKO ei lainkaan kiinnostanut, mainitsivat syiksi pitkän matkan ostosten noutopaikalle. Monet eivät myöskään halunneet sitoutua tiettyihin nouta-aikoihin mökillä käynnin epäsäännöllisyyden vuoksi. Eräät eivät halunneet käyttää Facebookia. Lähiruokakaupoissa tehdyissä haastatteluissa REKO kiinnosti vapaa-ajan asukkaita hieman enemmän: 1/3:aa haastatelluista kiinnosti siihen liittyminen, joskin edellä mainituin varauksin.

Verkkokauppaa koskevassa kirjekyselyn osiossa vastaajilla oli mahdollisuus kommentoida aihetta vapaasti. Yleisimmät kommentit olivat tyyppiä ”Ei tarvetta”, ”Ei kiinnostaa”, ”Ei kokemusta”. Kommentteissa toistuivat usein ne edellä käsitellyt syyt, jonka vuoksi verkkokauppaa ei haluta (kuva 15). Osa kommenteista oli jyrkästi verkkokauppaa vastustavia, mutta rakentaviakin ehdotuksia löytyi. Toivottiin mm. verkkokaupan ja myymäläauton yhdistelmää, lähiruoan ennakkotilaukset kesätoreille mahdollistavaa mobiiliapplikaatiota (ei Facebook-sidonnainen) sekä paikkakuntaakohtaisia internetsivustoja lähiruokatuotteista ja niiden saatavuudesta.

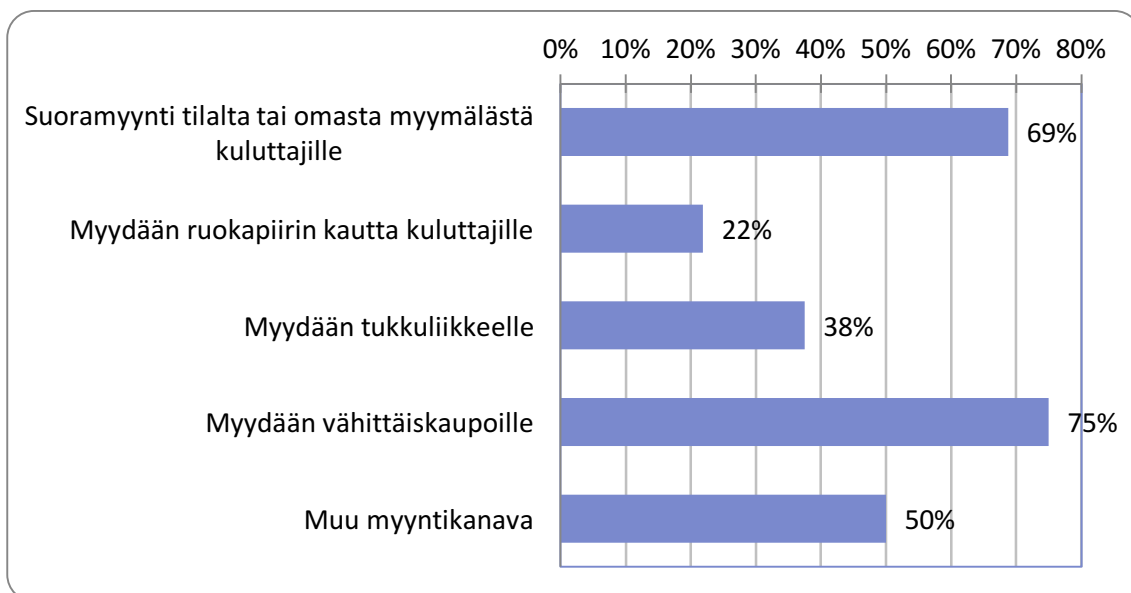
3.2 Yrityshaastattelut

Haastatellut yritykset edustivat melko kattavasti eri tuoteryhmiä ja erilaisia tuotantotapoja (taulukko 2). Noin kolmannes yrityksistä oli maataloja, jotka eivät itse jatkojalostaneet oman tilan tuotteita.

Taulukko 2. Haastateltujen yritysten (n=33) tuotteet ja tuotantotavat (tapausten lukumäärä). Yhdellä yrityksellä saattoi olla useita tuotteita tai tuotantotapoja.

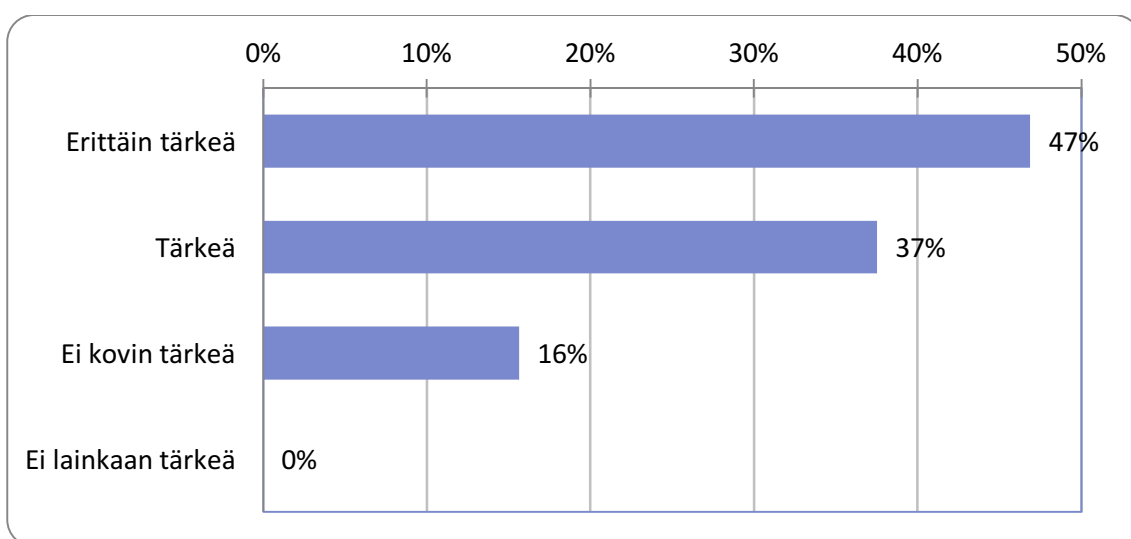
Tuote	Tuotantotapa		
	Viljely tai kasvatusta omalla tilalla	Kauppakunnostus ja pakkaaminen	Jatkojalostus
Leipä/ viljavalmisteet			8
Vihannekset	4	1	1
Perunat	3	3	
Marjat	5	1	4
Kala/ kalavalmisteet			1
Liha/ lihavalmisteet	13		4
Kananmunat	3	2	
Hunaja	2	1	1
Muut			2

Yrityksillä oli käytössään monia erilaisia myyntikanavia (kuva 17). Yleisimmät vaihtoehdot olivat myynti vähittäiskaupoille (75 %) ja suoramyynti tilalta tai omasta myymälästä kuluttajille (69 %). Tyypillistä oli, että myyntikanavia oli useita (90 %:lla useampi kuin yksi myyntikanava). Neljäs haastatelluista yrittäjistä mainitsi käyttävänsä markkinoita ja erilaisia tapahtumia myyntikanavana. Kuusi haastatelluista myi ravintoloille, ja viidellä oli käytettävissään verkkokaupamahdollisuus.



Kuva 17. Lähiruokaa tuottavien yritysten myyntikanavat (n=32). Vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi kuin yksi vaihtoehto.

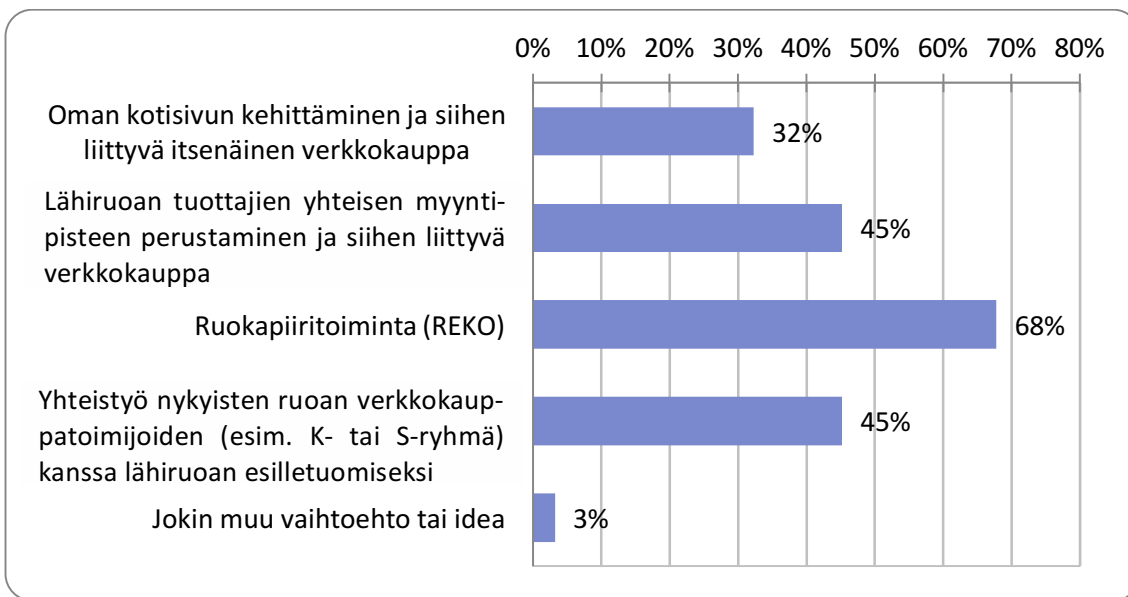
Lähiruokaa tuottaville yrityksille vapaa-ajan asukkaat ovat merkittävä asiakasryhmä. 84 % yrityksistä piti vapaa-ajan asukkaita omalta kannaltaan tärkeänä tai erittäin tärkeänä asiakasryhmänä (kuva 18).



Kuva 18. Vapaa-ajan asukkaiden merkitys asiakkaina lähiruokaa tuottaville yrityksille (n=32)

Kysyttäessä eräiden yrittäjien omaehtoiseen myyntityöhön perustuvien lähiruoan myyntikanavien merkityksestä yrityksille ei selvää suosikkia löytynyt: oman itsenäisen suoramyynnin kehittäminen, tuotteiden myynti ruokapiiritoiminnan kautta tai tuotteiden myynti lähiruokatuotteisiin erikoistuneen myyntipaikan kautta saivat kaikki kannatusta.

Suurin kiinnostus lähiruoan myyntikanavan kehittämiseksi kohdistui ruokapiiritoimintaan, mutta noin 2/3 yrityksistä oli halukas osallistumaan useamman kuin yhden myyntikanavan kehittämiseen (kuva 19). Suuri kiinnostus juuri ruokapiiritoimintaan saattoi johtua siitä, että osa kyselyyn osallistuneista yrityksistä vastasi siihen REKO-ruokapiiritoimintaan liittyvässä tiedotustilaisuudessa. Kiinnostus REKO-ruokapiirien muodostamiseen osoittautui kuitenkin todelliseksi, koska pian tämän selvityksen jälkeen Etelä-Savoon perustettiin viisi REKO-lähiruokarengasta.



Kuva 19. Kiinnostus lähtee mukaan erilaisiin lähiruoan myyntiä lisäviini kehittämistoimiin

Yhteisiä toimia verkkokaupan kehittämisessä joko yrittäjien kesken tai jo toimivan verkkokauppatoimijan kanssa pidettiin hieman useammin kiinnostavana vaihtoehtona kuin oman verkkokaupan kehittämistä. Noin kolmannes (10 yritystä) näki kuitenkin oman itsenäisen verkkokaupan mahdollisena kehittämiskohteena. Yhtenä muuna vaihtoehtona nähtiin yhteismarkkinointi pääkaupunkiseudulla.

3.3 Johtopäätökset

Lähiruoan suosio on kasvanut, ja ruokatrendinä se on vakiinnuttanut asemansa. Pohjimmiltaan ilmiössä on kyse kuluttajien arvomaailman muutoksista. Lähiruoassa viehättävät tuoreus, kotimaisuus, paikallisten yrittäjien tukeminen, ruoan alkuperä ja korkea laatu. Lähiruokaa tarjotaan kuluttajille usean erilaisen tarjontaketjun kautta, mutta kuluttajat haluavat ostaa lähiruokaa mieluummin vähittäiskaupasta kuin suoraan tuottajalta ja jalostajalta. Haasteena on saada kuluttajille viesti perille lähiruokatuotteista ja niiden ostopaikoista. Ruoan verkkokauppa on kasvanut voimakkaasti erityisesti viiden viimeisen vuoden aikana, mutta sen osuus kaikesta elintarvikemyynnistä on vielä häviävän

pieni ja kannattavuus heikkoa. Uutena lähiruoan tarjontakonseptina ovat suosiota saaneet sosiaalista mediaa hyödyntävät REKO-lähiruokarenkaat.

Etelä-Savoa pidetään lähiruokamaakuntana. Lähiruokatarjontaa on laajasti. Maakunnan suhteellisen pienen oman väestön lisäksi potentiaalisen lähiruoan ostajaryhmän muodostavat vapaa-ajan asukkaat. Ostopotentiaali on merkittävä, koska maakunnassa on lähes 49 000 mökkiä ja kaikista tarjolla olevista palveluista vapaa-ajan asukkaat haluavat käyttää eniten juuri lähiruokapalveluja. Tässä tutkimuksessa selvitettiin Etelä-Savon vapaa-ajan asukkaiden ostokäyttäytymistä ja erityisesti heidän suhtautumistaan lähiruokaan. Myös lähiruokayrittäjien tarjontakonsepteja ja vapaa-ajan asukkaiden merkitystä heidän asiakkainaan selvitettiin.

Vapaa-ajan asukkaiden ostotapoja tarkasteltaessa on olennaista huomata, että tähän kyselyyn vastanneet edustivat suurelta osalta vanhempia ikäluokkia (lähes 90 % yli 50-vuotiaita ja 50 % yli 65-vuotiaita). Ikänsä osalta vastaajat edustivat vapaa-ajan asunnon omistajia yleisemminkin. Valtakunnallisissakin tilastoissa heidän keski-ikänsä on suhteellisen korkea, 62 vuotta.

Kuten kuluttajat yleensäkin, vapaa-ajan asukkaat pitivät ruokaostospaikkaa valittaessa tärkeimpinä tekijöinä kaupan läheisyyttä ja asioinnin helppoutta riippumatta siitä, tehdäänkö ostokset mökkimatalla vai mökillä ollessa. Lähiruoan saatavuus ei kuulunut tärkeimpien ruokaostopaikan valintakriteereihin mökkipaikkakunnalla, ei varsinkaan silloin, kun ostoksia tehdään vapaa-ajan asunnolle mentäessä. Edellä mainittujen lisäksi myös riittävää valikoima ja halu tukea paikallista kauppiasta olivat useampien mielestä tärkeämpiä kuin lähiruoka.

Mökille mennessä 2/3 hankkii ruokaostokset matkan varrelta (todennäköisesti läheltä mökkipaikkakuntaa vrt. säilyvyys) tai mökkipaikkakunnalta. Kätevästi matkareitin varrella sijaitsevat ruokakaupat (esim. valtavyylät Uudeltamaalta ja Kymenlaaksosta) hyötynevät näistä ostajista, koska noin 40 prosenttia kyselyyn vastanneista tekee neljä tai useampia mökkimatkoja kuukaudessa kesä-, heinä- ja lokuussa.

Mökillä ollessa ruokaostokset tehtiin ensisijaisesti lähimmästä tai lähimmän taajaman ruokakaupasta. Esimerkiksi suoramyymintapaikkoja ensisijaisina ostopaikkoina eivät vastaajat tässä yhteydessä tuoneet esille, koska ostokset ilmeisesti halutaan tehdä kerralla samasta paikasta (asioinnin helppous ja laajat valikoimat ovat tärkeitä ostopaikan valintaperusteita).

Vaikka vapaa-ajan asukkaat eivät valitsekaan ostopaikkaa lähiruoan perusteella, vapaa-ajan asunnolla ollessa pidettiin kuitenkin tärkeänä, että lähiruokaa voidaan ostaa. Usein lähiruokaa hankkivien osuus on kasvanut kaikissa tuoteryhmissä seitsemän vuotta sitten saatuihin tutkimustuloksiin verrattuna (Rantanen ym. 2009). Leipä ja muut viljatuotteet, vihannekset, perunat ja marjat ovat useimpien hankkimaa lähiruokaa, mikä heijastanee näiden tuotteiden saatavuutta Etelä-Savossa. Eläinperäisten tuotteiden (esim. liha ja kala) ostajien määrä on lisääntynyt suhteellisesti eniten.

Eteläsavolaisella lähiruoalla on erittäin hyvä maine. Sitä halutaan ostaa, ja sen laatua pidetään erittäin hyvänä. Lähiruoan ostamista rajoittavat eniten tiedon puute ostopaikoista ja tuotteiden vaikea saatavuus. Hintaa ei kovin usein pidetä lähiruoan ostamista rajoittavana tekijänä, kuten on todettu muissakin lähiruokaa koskevissa tutkimuksissa. Noin puolet vapaa-ajan asukkaista on valmis maksamaan lähiruokatuotteesta saman verran kuin muualla tuotetusta ja lähes yhtä moni 25–50 prosenttia enemmän.

Tämän tutkimuksen vastaajista suurimmalla osalla oli internetyhteys käytettävissään sekä vakinaisessa että vapaa-ajan asunnossa. Näistä 62 prosenttia ei kuitenkaan käytä internetiä mihinkään ruoan ostamiseen liittyvään. Niilläkin, jotka ovat joskus käyttäneet, on käyttö rajoittunut lähinnä kaupan aukioloajan ja osoitteen tai tarjousten etsimiseen. Vain noin 3 prosenttia haastatelluista on ostanut ruokaa verkkokaupasta. Valtaosaa (79 %) ei ruoan verkko-ostamisen kokeileminenkaan kiinnosta missään muodossa. Tilaa ja nouda -palvelu sai muutamalta vastaajalta kannatusta. Tärkeimmäksi syyksi

verkko-ostamisen vähäiseen halukkuuteen osoittautui verkko-ostamisessa rajoitettu mahdollisuus nähdä ja kosketella valittavia tuotteita. Vapaa-ajan asukkaiden sanallisissa kommentteissa tuli hyvin esille, että syyt verkko-ostamisen vähäiseen halukkuuteen ovat enemmän periaatteellista kuin teknisiä. Verkko-ostamiselle ei todettu selkeää tarvetta, ja kaupassa käynti nähtiin sosiaalisen vuorovaikutuksen muotona, jota moni piti tärkeänä osana vapaa-ajan asumista.

Vastaajilla ei ehkä ollut kovin hyvää käsitystä siitä, millä tavoin verkkokauppa toimii ja minkälaisia hyötyjä sen eräät toimintamuodot toisivat. Kirjekyselyä täydentävissä henkilökohtaisissa haastatteluilissa jopa 60 prosenttia haastatelluista halusi käyttää tilaa ja nouda -palvelua. Parempi tulos saattoi johtua siitä, että haastattelutilanteessa verkkokaupan palveluratkaisuja voitiin kuvata paremmin.

Yrityshaastatteluilissa suurin osa lähiruokaa tuottavista yrityksistä piti vapaa-ajan asukkaita tärkeänä tai erittäin tärkeänä asiakasryhmänä. Lähiruokaa tuottavat yritykset tarjosivat tuotteitaan tyypillisesti monen erilaisen myyntikanavan kautta. Useimmin tuotteet myytiin vähittäiskaupalle tai suoraan kuluttajalle omalta tilalta tai myymälästä. Internetin kautta tapahtuvaa myyntiä haluttiin kehittää erityisesti REKO-lähiruokarenkkaan puitteissa. Verkkokauppaa haluttiin kehittää hieman useammin tukeutumalla olemassa oleviin verkkokauppatoimijoihin tai tuottajien yhdessä perustamaan uuteen toimijaan kuin yrityksen yksin ylläpitämään verkkokauppaan. Tämä näyttääkin oikean suuntaiselta kehittämistoimelta, kun asiakasryhmänä ovat eteläsavolaiset vapaa-ajan asukkaat.

Ruokamatkailu on noussut yhdeksi merkittäväksi matkailun kehittämiskohteeksi. Lähiruokaa tuottajien yhteistyö alueellisten matkailuorganisaatioiden kanssa ruokamatkailutuotteiden kehittämiseksi voisi olla eräs keino lähiruokaa markkinoimiseksi paitsi alueelle tuleville matkailijoille myös alueen vapaa-ajan asukkaille. Matkailuyritykset voisivat tarjota lähiruokayrittäjille myös uuden sähköisen markkinointikanavan.

Vapaa-ajan asukkaiden lähiruokaa käyttäen voidaan parhaiten edistää ottamalla huomioon seuraavia seikkoja:

- Lähiruokaa halutaan ostaa mielellään ja sen laatumielikuva on erittäin hyvä: tuotteiden ja tuotannon laatutasosta ei pidä tinkiä ja tuotteen alkuperä ja lähiruokatuotannon vastuullisuus tulee tuoda selvästi esille.
- Lähiruokaa halutaan ostaa helposti ja sujuvasti: lähiruokaa saatavuutta ja näkyvyyttä tulee lisätä nykyisissä ruokakaupoissa tai perustaa helposti saavutettava laajan valikoiman lähiruokamyymälä (esimerkkinä Heinolassa toimiva Heila).
- Lähiruokaa ostopaikkoja ei tunneta: viestintä ostopaikoista ja saatavuudesta on avainasemassa menekin lisäämiseksi. Viestintä tulee olla monikanavaista. Printtimedialla on vielä merkitystä kohderyhmän ikäluokan edustajille, mutta on huomattava, että tällä hetkellä 88 %:lla kohderyhmästä on käytössään internetyhteys. Tarvitaan aktiivisesti ylläpidettävä ja markkinoitava lähiruokasivusto, johon on koottu maakunnan lähiruokaa ostopaikat (esim. aitojamakuja.fi -sivuston kehittäminen), ja ostopaikkojen löytämistä helpottavia mobiilisovelluksia.
- Verkkokauppaa ei haluta käyttää: verkkokauppa ei ole tällä hetkellä ratkaisu lähiruokaa menekin lisäämiseksi merkittävästi vapaa-ajan asukkaille. Vapaa-ajan asukkaiden sukupolvenvaihdos tuonee kuitenkin mukanaan lisää halukkuutta ruokaa verkko-ostamiseen. Tilaa ja nouda -tyyppinen verkkopalvelu, jossa lähiruokaa noutopiste olisi mökille matkustavien välttämättömänä, saattaisi olla toimiva ratkaisu jo lähitulevaisuudessa.

LÄHTEET

Adamiak C., Vepsäläinen M., Strandell A., Hiltunen M., Pitkänen K., Hall C., Rinne J., Hannonen O., Paloniemi R. & Åkerlund U. 2015. Vapaa-ajan asuminen Suomessa. Asukas- ja kuntakäytön tuloksia vapaa-ajan asumisen nykytilasta ja kehittämistarpeista. Suomen ympäristökeskuksen raportteja 22. WWW-dokumentti. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/155089/SYKE-ra_22_2015.pdf?sequence=1. Luettu 3.8.2016.

Ekoneum 2015. Kohti kestävä ja menestyvä ruokaketju. Etelä-Savon ruoka-alan kehittämissuuntia 2014-2020. Ekoneum ry. WWW-dokumentti. http://ekoneum.com/wp-content/uploads/2015/10/Kohti_kestavaa_ja_menestyvaa_ruokaketjua_verkko.pdf. Luettu 23.8.2016

FCG 2015. Etelä-Savon matkailun ja vapaa-ajan tulo- ja työllisyys selvitys. Tulosten julkistamisseminaari 5.2.2015. Savonlinna ja Mikkeli. FCG Finnish Consulting Group Oy. WWW-dokumentti. http://esavo.fi/resources/public//Maakuntaliitto/Loppuraportti_E_Savon%20matkailun%20ja%20vapaa_ajan_asumisen%20tulo%20ja%20ty%C3%B6llisyys_selvitys.pdf. Luettu 3.8. 2016.

Hassinen M. 2016. Vastuulliset hankinnat Mikkeliissä. Esitelmä Vastuullisuusviesti –tapahtumassa 7.9.2016 Helsingin yliopiston Ruralia-instituutissa Mikkeliissä.

Heikkilä L. 2014 (toim.). Ruoka lähellä, kuluttaja kaukana. Näkökulmia lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamiseen. Johdanto. MTT Raportti 154. WWW-dokumentti. <http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti154.pdf>. Luettu 23.8.2016.

Heikkilä L., Kotro J., Reinikainen A. & Eerikäinen H. 2014. Tarjolla suomalaista lähiruokaa. Tarkastelussa lähiruoan ja sen tarjonnan ominaispiirteet ja sen viestinnän muodot. Raportissa Heikkilä L. (toim.). Ruoka lähellä, kuluttaja kaukana. Näkökulmia lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamiseen. MTT Raportti 154. WWW-dokumentti. <http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti154.pdf>. Luettu 23.8.2016.

Kurunmäki S., Ikäheimo I., Syväniemi A.-M. & Rönni P. 2012. Lähiruokaselvitys. Ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012-2015. Maa- ja metsätalousministeriö. WWW-dokumentti. http://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiruokaselvitys_valmis.pdf/ee29abaf-2a81-41da-834f-634dd022630a. Luettu 3.8.2016.

MMM 2013. Lähiruokaa –totta kai! Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin

kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Maa- ja metsätalousministeriö. WWW-dokumentti. <http://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiruokaohjelmaFI.pdf/a30211ac-ff80-4722-984f-3fc26e5c1467>. Luettu 23.8.2016.

Mäkipeska T. & Sihvonen M. 2010. Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Sitran selvityksiä 29. WWW-dokumentti. <http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksi%C3%A4%2029.pdf>. Luettu 23.8.2016.

Mökkibarometri 2016. Saaristoasiain neuvottelukunta ja Maa- ja metsätalousministeriö. WWW-dokumentti. <http://mmm.fi/documents/1410837/1880296/Mokkibarometri+2016/7b69ab48-5859-4b55-8dc2-5514cdfa6000>. Luettu 3.8.2016.

Palvelututkimus 2014. Mikkelin seudun vapaa-ajanasukasvaltuuskunnan palvelututkimus 2014. Raportti 31.10.2014. Mikkelin seudun vapaa-ajanasukasvaltuuskunta. WWW-dokumentti. http://www.mikkeli.fi/sites/mikkeli.fi/files/atoms/files/mikkeli-haukivuori_2014.pdf. Luettu 3.8.2016.

Pokkinen M. 2014. Päivittäistavarakaupan verkko-ostamisen esteet. Opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. WWW-dokumentti. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/87911/op_mika_pokkinen.pdf?sequence=1. Luettu 23.8.2016.

PTY 2016. Päivittäistavarakauppa 2016. Päivittäistavarayhdistys ry:n vuosijulkaisu. WWW-dokumentti. http://www.pty.fi/fileadmin/user_upload/tiedostot/Julkaisut/Vuosijulkaisu/FI_2016_vuosijulkaisu.pdf. Luettu 23.8.2016.

Raijas A. & Järvelä K. 2015. Päivittäistavaroiden ostaminen ja kuluttajien näkemykset kaupan kanta-asiakasjärjestelmistä. Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 1/2005. WWW-dokumentti. <http://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/selvitykset/2015/kkv-selvityksia-1-2015-kanta-asiakasjarjestelmat.pdf>. Luettu 23.8.2016.

Rantanen M., Rouhiainen V., Särkkä-Tirkkonen M. & Väisänen H-M. 2009. Eteläsavolaisten vapaa-ajan asukkaiden muuttuvat palvelutarpeet. Raportteja 40. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. WWW-dokumentti. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/24746>. Luettu 8.8.2016.

Ruoan verkkokauppa kasvaa, mutta on yhä tappiollista – ja häviävän pientä. 2016. Helsingin Sanomat. WWW-dokumentti. Päivitetty 14.8.2016. <http://www.hs.fi/talous/a1471140272843>. Luettu 29.8.2016.

Ruoan verkkokauppa odottaa räjähdystä. 2015. Yle Uutiset. WWW-dokumentti. http://yle.fi/uutiset/ruoan_verkkokauppa_odottaa_rajahdysta/7805022. Päivitetty 16.2.2016. Luettu 29.8.2016.

Ruoka-Suomi 2014. Yritystilastot. http://www.aitojamakuja.fi/tilastot/taulukko_elintarvikeyritykset_toimialoittain_2014.pdf. Luettu 23.8.2016.

Tilastokeskus 2015a. Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakennukset ja kesämökit. Kesämökit 2015. WWW-dokumentti. http://www.stat.fi/til/rakke/2015/rakke_2015_2016-05-26_kat_001_fi.html. Luettu 1.8.2016.

Tilastokeskus 2015b. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. WWW-dokumentti. http://www.stat.fi/til/sutivi/2015/sutivi_2015_2015-11-26_tie_001_fi.html. Luettu 29.8.2016.

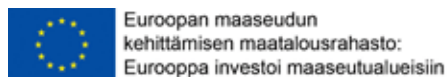
TNS Gallup 2013a. Ruoan verkkokauppa kiinnostaa suomalaisia yhä enemmän. WWW-dokumentti. <https://www.tns-gallup.fi/uutiset/ruoan-verkkokauppa-kiinnostaa-suomalaisia-yha-enemman>. Luettu 23.8.2016.

TNS Gallup 2013b. Ruoan verkkokaupassa vetoaa perusostoskoria täydentävä tuotevalikoima. WWW-dokumentti. <https://www.tns-gallup.fi/uutiskirje/2012/ruoan-verkkokaupassa-vetoaa-perusostoskoria-taydentava-tuotevalikoima>. Luettu 23.8.2016.

TNS Gallup/ Helsingin Sanomat 2015. Kaupan sijainti merkitsee suomalaisille ruoan hintaa enemmän. WWW-dokumentti. <http://www.hs.fi/talous/a1439690312361>. Päivitetty 16.8.2015. Luettu 29.8.2016.

Viitaharju L., Määttä S., Hakala O. & Törmä H. 2014. Työtä ja hyvinvointia! Lähiruoan käytön aluetaloudelliset vaikutukset Suomen maakunnissa. Raportteja 118. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja118.pdf>. Luettu 23.8.2016.

Kyselylomake



Vapaa-ajan asukkaiden ruokaostokysely

TAUSTATIEDOT

1. Vapaa-ajan asuntonne/mökkinne sijaintikunta?

- Enonkoski
- Heinävesi
- Hirvensalmi
- Juva
- Joroinen
- Kangasniemi
- Mikkeli
- Mikkeli/Otava ja läntinen alue
- Mikkeli/Anttola
- Mikkeli/Haukivuori
- Mikkeli/Ristiina
- Mikkeli/Suomenniemi
- Mäntyharju
- Pertunmaa
- Pieksämäki
- Puumala
- Rantasalmi
- Savonlinna
- Savonlinna/Kerimäki
- Savonlinna/Punkaharju
- Savonlinna/Savonranta
- Sulkava
- Ei mikään mainituista

2. Missä kunnassa vakituinen asuntonne sijaitsee?

3. Vapaa-ajan asunnon/mökin etäisyys kotipaikkakunnalta?

- alle 100 km
- 100 - 199 km
- 200 - 300 km
- yli 300 km

4. Arvioikaa monestiko kuukaudessa matkustitte vuonna 2015 kotipaikkakunnaltanne vapaa-ajan asunnollenne.

Merkitkää taulukkoon jokaisen kuukauden kohdalle sopivin vaihtoehto.

	Ei kertaa- kaan	1 ker- ran/kk	2 ker- taa/kk	3 ker- taa/kk	4 ker- taa/kk	Useammin kuin 4 kertaa/kk
Tammikuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helmi- kuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maalis- kuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huhtikuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Touko- kuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kesäkuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Heinä- kuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elokuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Syyskuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lokakuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marras- kuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Joulukuu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Kuinka monta vuorokautta olitte vapaa-ajan asunnollanne/mökkillänne vuoden 2015 aikana?

- alle 10 vuorokautta
- 10 - 20 vuorokautta
- 21 - 30 vuorokautta
- 31 - 40 vuorokautta
- 41 - 50 vuorokautta
- 51 - 60 vuorokautta
- 61 - 70 vuorokautta
- 71 - 80 vuorokautta
- 81 - 90 vuorokautta
- 91 - 120 vuorokautta
- yli 120 vuorokautta

6. Mikä on sukupuolenne?

- Nainen
- Mies

7. Kuinka monta henkilöä taloudestanne yleensä käy (viipyy yön yli) vapaa-ajan asunnolla/mökkillä?

- 1 - 2 henkilöä
- 3 - 4 henkilöä
- yli 4 henkilöä

8. Mihin ikäryhmään kuulutte?

- alle 40 vuotta
- 40 - 50 vuotta
- 51 - 65 vuotta
- 66 - 75 vuotta
- yli 75 vuotta

9. Mihin ammattiryhmään kuulutte?

- Työntekijä
- Alempi toimihenkilö
- Ylempi toimihenkilö
- Johtavassa asemassa oleva
- Yrittäjä / liikkeenharjoittaja
- Eläkeläinen
- Opiskelija
- Työtön
- Kotiäiti /-isä
- Muu

RUOKAOSTOSPAIKAT

10. Mistä ostatte ensisijaisesti ruokaostokset vapaa-ajan asunnolle/mökille mennessänne?

- Lähtiessä asuinpaikkakunnan kaupasta
- Matkan varrelta. Mistä (paikkakunta ja kaupan nimi)?

- Vapaa-ajan asunto-/mökkipaikkakunnan kaupasta. Mistä (paikkakunta ja kaupan nimi)?

11. Tärkeimmät syyt ruokaostospaikan valintaan vapaa-ajan asunnolle/mökille mennessänne?

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Asioinnin helppous
 - Kaupan läheisyys matkareitillä
 - Henkilöstön palveluالتتius ja avuliaisuus
 - Tuotteiden laatu
 - Lähiruoka/paikalliset tuotteet
 - Riittävä valikoima
 - Hintataso
 - Halu tukea paikallista kauppiasta
 - Ruokatavaroiden laatu säilyy hyvänä mökille kuljetettaessa
- Muita syitä. Mitä?
-
-

12. Mistä ostatte ensisijaisesti ruokaostokset vapaa-ajan asunnolla/mökillä ollessanne?

- Lähimmästä kaupasta (jos lähin kauppa on muu kuin jäljempänä mainitut)
 - Lähimmän kaupungin keskustan kaupoista ja torilta
 - Kaupungin lähellä olevista marketeista (esim. Mikkelin Graani)
 - Muualta. Mistä?
-

13. Tärkeimmät syyt ruokaostopaikan valintaan vapaa-ajan asunnolla/mökillä ollessanne?

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Asiainnin helppous (esim. hyvät parkkitilat, nopea asiointi kassalla, tuotteet löytää helposti)
- Kaupan läheisyys
- Henkilöstön palveluالتتius ja avuliaisuus
- Tuotteiden laatu
- Lähiiruoka/ paikalliset tuotteet
- Riittävä valikoima
- Hintataso
- Halu tukea paikallista kauppiasta
- Ruokatavaroiden laatu säilyy hyvänä mökille kuljettaessa
- Muita syitä. Mitä?

RUOKAOSTOKSET

14. Vapaa-ajan asunnolle/ mökille mennessänne

- Ostamme kaikki tarvittavat ruokatavarat kerralla matkan varrelta muualta kuin mökkipaikkakunnan kaupasta
- Ostamme vain välttämättömät ruokatavarat matkan varrelta ja täydennämme ostoksia myöhemmin mökkipaikkakunnan kaupasta
- Ostamme kaikki tarvittavat ruokatavarat mökkipaikkakunnan kaupasta

15. Kuinka tärkeää teille on, että vapaa-ajan asunnolla/mökillä ollessanne teillä on mahdollisuus ostaa lähiruokaa?

- Erittäin tärkeää
- Tärkeää
- Jonkin verran tärkeää
- Ei yhtään tärkeää
- En osaa sanoa

16. Ostatteko yleensä lähiruokaa vapaa-ajan asunnolla/mökillä käydessänne?

- En koskaan
- Harvoin
- Silloin tällöin
- Usein

17. Mitä lähiruokatuotteita ostatte usein vapaa-ajan asunnolla/mökillä käydessänne?

Voitte valita useita vaihtoehtoja

- Leipää tai muita viljatuotteita
- Vihanneksia
- Perunoita
- Mansikoita tai muita marjoja
- Kalaa tai kalavalmisteita
- Lihaa tai lihavalmisteita
- Kananmunia
- Hunajaa
- Muita. Mitä?

En erityisesti kiinnitä huomiota siihen, ovatko jotkut tuotteet lähiruokaa.

18. Miksi ette käytä nykyistä enemmän lähellä tuotettua ruokaa vapaa-ajan asunnolla/mökillä ollessanne?

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- Käytän jo erittäin paljon
- En tiedä riittävän hyvin mistä lähiruokaa on saatavana
- Lähiruokatuotteita on vaikea hankkia (esim. pitkä ostosmatka, ei saatavana lähikaupasta)
- Lähiruokatuotteet ovat kalliita
- Lähiruokatuotteiden laatu epäilyttää
- En näe mitään syytä kannattaa erityisesti lähiruokatuotantoa
- Muu syy. Mikä?

19. Jos jokin tietty elintarvike vapaa-ajan asuntonne paikkakunnalla maksaa 2 €, paljonko olette valmiita maksamaan vastaavasta elintarvikkeesta, joka on lähiruokaa?

- Vähemmän (1,50 - 1,75 €)
- Saman verran (2 €)
- Enemmän (2,50 - 3 €)

TIEDONSAANTI, PALVELUT

20. Onko käytössänne internet-yhteys (kiinteä tai mobiili)?

- Kyllä, sekä vakinaisessa asunnossa että vapaa-ajan asunnossa/mökillä ollessa
- Kyllä, ainoastaan vakinaisessa asunnossa ollessa
- Kyllä, ainoastaan vapaa-ajan asunnossa/mökillä ollessa
- Käytössä ei ole lainkaan internet-yhteyttä (jos valitsitte tämän vaihtoehdon, siirtykää kysymykseen **27**)

21. Käytämme internetiä

Voitte valita useamman kuin yhden vaihtoehdon

- Ruokakaupan aukioloajan tai osoitteen tarkistamiseen
- Ruokakaupan tarjousten tutkimiseen
- Lähiruokavaihtoehtojen etsimiseen
- Elintarvikkeiden tilaamiseen ruokakaupasta
- Valmiiden ruokien tilaamiseen ravintolasta (esim. pizza)
- Muuhun ruoan ostamiseen liittyvään. Mihin?

- Emme käytä internetiä mihinkään ruoan ostamiseen liittyvään

22. Kuinka usein olette hankkinut elintarvikkeita verkkokaupasta vakinaiselle tai vapaa-ajan asunnollenne?

- Usein (esim. viikottain)
- Melko harvoin (esim. kuukausittain)
- Kerran tai muutaman kerran
- Ei koskaan, mutta haluaisimme kokeilla
- Ei koskaan eikä sen kokeileminenkaan kiinnosta (jos valitsitte tämän vaihtoehdon, siirtykää kysymykseen **24**)

23. Jos olette hankkinut ruokaostoksia verkkokaupasta tai haluaisitte kokeilla sitä, minkä tyyppiset tuotteet kiinnostavat?

Voitte valita useamman kuin yhden vaihtoehdon

Kaikenlaiset elintarvikkeet

Lähiruoka

Valmiit ruoat (esim. pitsa)

Jokin muu. Mikä?

25. Olisin halukas käyttämään vapaa-ajan asukkaille suunniteltua palvelua, jossa ruokaostokset voisi tilata ennalta verkkokaupasta...

jos ostoskassin saisi mukaan helposti ja nopeasti reitin varrelta olevasta noutopisteestä (lisämaksu 5 €)

jos ostokset toimitettaisiin vapaa-ajan asunnolleni (lisämaksu kuljetuksesta)

en haluaisi käyttää palvelua missään muodossa. Perustelu:

26. Kiinnostaisiko liittyminen Mikkelin alueelle mahdollisesti perustettavaan Reko-ruokapiiriin?

REKO-ruokapiirissä paikalliset tuottajat ilmoittavat tarjonnastaan suljetussa Facebook-ryhmässä, johon asiakkaat jättävät tilauksensa. Asiakkaat noutavat tilaamansa tuotteet suoraan tietyssä paikassa ja tiettyyn aikaan kokoontuvilta tuottajilta.

Kyllä, liittyminen kiinnostaisi. Kommentteja

En ole tällä hetkellä kiinnostunut liittymisestä. Kommentteja

27. Kommentteja ruoan verkkokaupasta

28. Kommentteja eteläsavolaisesta lähiruoasta

29. Kommentteja ja ehdotuksia tutkijoille

30. Lisätkää yhteystietonne tähän, mikäli haluatte osallistua arvontaan

Etunimi _____

Sukunimi _____

Puhelin _____

Osoite _____

Postinumero _____

Postitoimipaikka _____

Vapaa-ajan asukkaiden ruokaostokysely: vastaajien taustatiedot

Taulukko 1. Vastaajien perustiedot

	N	%
Vastaajan sukupuoli		
Nainen	133	47
Mies	142	51
Ei tietoa	5	2
Yhteensä	280	100
Vastaajan ikä		
Alle 40 vuotta	5	2
40 – 50 vuotta	23	8
51 – 65 vuotta	108	39
66 – 75 vuotta	111	40
Yli 75 vuotta	30	10
Ei tietoa	3	1
Yhteensä	280	100
Vastaajan ammattiryhmä		
Työntekijä	20	7
Alempi toimihenkilö	19	7
Ylempi toimihenkilö	35	13
Johtavassa asemassa oleva	18	6
Yrittäjä/ liikkeenharjoittaja	18	6
Eläkeläinen	162	58
Opiskelija	1	0
Työtön	2	1
Kotiäiti/ -isä	2	1
Muu	3	1
Yhteensä	280	100

Taulukko 2. Vastaajien asuinmaakunta

Maakunta	N	%
Uusimaa	86	31
Kymenlaakso	48	17
Keski-Suomi	26	9
Etelä-Karjala	23	8
Varsinais-Suomi	19	7
Päijät-Häme	18	6
Kanta-Häme	11	4
Pohjois-Savo	10	4
Pohjois-Karjala	8	3
Pirkanmaa	5	2
Etelä-Savo	3	1
Etelä-Pohjanmaa	3	1
Satakunta	2	1
Keski-Pohjanmaa	2	1
Pohjois-Pohjanmaa	2	1
Lappi	2	1
Ei tietoa	12	4
Yhteensä	280	100

Taulukko 3. Vapaa-ajan asunnon sijaintikunta

Kunta	N	%
Kangasniemi	68	24
Mäntyharju	46	16
Sulkava	42	15
Puumala	36	13
Hirvensalmi	24	9
Savonlinna	24	9
Mikkeli	13	5
Joroinen	10	4
Pertunmaa	8	3
Pieksämäki	6	2
Juva	2	1
Ei tietoa	1	0
Yhteensä	280	100

MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU
MIKKELI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES. MIKKELI. FINLAND

PL 181, SF-50101 Mikkeli, Finland. Puh.vaihde (tel.vx.) 0153 5561

Julkaisujen myynti: Tähtijulkaisut verkkokirjakauppa, www.tahtijulkaisut.net.

Julkaisutoiminta: Kirjastopalvelut, Kampuskirjasto, Patteristonkatu 2, 50100 Mikkeli, puh. 040 868 6450
tai email: [julkaisut\(a\)xamk.fi](mailto:julkaisut(a)xamk.fi)

MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULUN JULKAISUSARJA

A: Tutkimuksia ja raportteja ISSN 1795-9438

Mikkeli University of Applied Sciences, Publication series

A: TUTKIMUKSIA JA RAPORTTEJA – RESEARCH REPORTS

A: Tutkimuksia ja raportteja – Research reports

- A:1 Kyllikki Klemm: Maalla on somaa. Sosiaalinen hyvinvointi maaseudulla. 2005. 41 s.
- A:2 Anneli Jaroma – Tuija Vääntinen – Inkeri Nousiainen (toim.) Ammattikorkeakoulujen hyvinvointiala alueellisen kehittämisen lähtökohtia Etelä-Savossa. 2005. 17 s. + liitt. 12 s.
- A:3 Pirjo Käyhkö: Oppimisen kokemuksia hoitotyön kädentaitojen harjoittelusta sairaanhoitaja- ja terveydenhoitajaopiskelijoiden kuvaamina. 2005. 103 s. + liitt. 6 s.
- A:4 Jaana Lähteenmaa: "AVARTTI" as Experienced by Youth. A Qualitative Case Study. 2006. 34 s.
- A:5 Heikki Malinen (toim.) Ammattikorkeakoulujen valtakunnalliset tutkimus- ja kehitystoiminnan päivät Mikkeliissä 8. – 9.2.2006. 2006. 72 s.
- A:6 Hanne Orava – Pirjo Kivijärvi – Riitta Lahtinen – Anne Matilainen – Anne Tillanen – Hannu Kuopanportti: Hajoavan katteen kehittäminen riviviljelykasveille. 2006. 52 s. + liitt. 2 s.
- A:7 Sari Järn – Susanna Kokkinen – Osmo Palonen (toim.): ElkaD – Puheenvuoroja sähköiseen arkistointiin. 2006. 77 s.
- A:8 Katja Komonen (toim.): Työpajatoimintaa kehittämässä - Työpajojen kehittäminen Etelä-Savossa -hankkeen kokemukset. 2006. 183 s. (nid.) 180 s. (pdf)
- A:9 Reetaleena Rissanen – Mikko Selenius – Hannu Kuopanportti – Reijo Lappalainen: Puutislepinoitusmenetelmän kehittäminen. 2006. 57 s. + liitt. 2 s.

- A:10 Paula Kärmeniemi – Kristiina Lehtola – Pirjo Vuoskoski: Arvioinnin kehittäminen PBL-opetus suunnitelmassa – kaksi tapausesimerkkiä fysioterapeuttikoulutuksesta. 2006. 146 s.
- A:11 Eero Jäppinen – Jussi Heinimö – Hanne Orava – Leena Mäkelä: Metsäpolttoaineen saatavuus, tuotanto ja laivakuljetusmahdollisuudet Saimaan alueella. 2006. 128 s. + liitt. 8 s.
- A:12 Pasi Pakkala – Jukka Mäntylä: "Kiva tulla aamulla..." - johtaminen ja työhyvinvointi metsänhoitoyhdistyksissä. 2006. 40 s. + liitt. 7 s.
- A:13 Marja Lehtonen – Pia Ahoranta – Sirkka Erämaa – Elise Kosonen – Jaakko Pitkänen (toim.): Hyvinvointia ja kuntoa kulttuurista. HAKKU-projektin loppuraportti. 2006. 101 s. + liitt. 5 s.
- A:14 Mervi Naacka – Pia Ahoranta: Palveluketjusta turvaverkoksi -projekti: Osaaminen ja joustavuus edellytyksenä toimivalle vanhus-palveluverkostolle. 2007. 34 s. + liitt. 6 s.
- A:15 Paula Anttila – Tuomo Linnanto – Iiro Kiukas – Hannu Kuopanportti: Lujitemuovijätteen poltto, esikäsittely ja uusiotuotteiden valmistaminen. 2007. 87 s.
- A:16 Mervi Louhivaara (toim.): Elintarvikeyrityksen opas Venäjän markkinoille. 2007. 23 s. + liitt. 7 s.
- A:17 Päivi Tikkanen: Fysioterapian kehittämishanke Mikkelin seudulla. 2007. 18 s. + liitt. 70 s.
- A:18 Aila Puttonen: International activities in Mikkelin University of Applied Sciences. Developing by benchmarking. 2007. 95 s. + liitt. 42 s.
- A:19 Iiro Kiukas – Hanne Soininen – Leena Mäkelä – Martti Pouri: Puun lämpökäsittelyssä muodostuvien hajukaasujen puhdistaminen biosuotimella. 2007. 80 s. + liitt. 3 s.
- A:20 Johanna Heikkilä, Susanna Hytönen – Tero Janatuinen – Ulla Keto – Outi Kinttula – Jari Lahti – Heikki Malinen – Hanna Mylly – Marjo Eerikäinen: Itsearviointityökalun kehittäminen korkeakouluille. 2007. 48 s. + liitt. (94 s. CD-ROM)
- A:21 Katja Komonen: Puhuttu paikka. Nuorten työpajatoiminnan rakentuminen työpajakerronnassa. 2007. 207 s. + liitt. 3 s. (nid.) 207 s. + liitt. 3 s. (pdf)
- A:22 Teija Taskinen: Ammattikeittiöiden ruokatuotantoprosessit. 2007. 54 s.
- A:23 Teija Taskinen: Ammattikeittiöt Suomessa 2015 – vaihtoehtoisia tulevaisuudennäkymiä. 2007. 77 s. + liitt. 5 s. (nid.) 77 s. + liitt. 5 s. (pdf.)
- A:24 Hanne Soininen, Iiro Kiukas, Leena Mäkelä: Biokaasusta bioenergiaa eteläsavolaisille maaseutuyrityksille. 2007. 78 s. + liitt. 2 s. (nid.)
- A:25 Marjaana Julkunen – Panu Väänänen (toim.): RAJALLA – aikuiskasvatus suuntaa verkkoon. 2007. 198 s.
- A:26 Samuli Heikkonen – Katri Luostarinen – Kimmo Piispa: Kiln drying of Siberian Larch (*Larix sibirica*) timber. 2007. 78 p. + app. 4 p.
- A:27 Rauni Väättä – Arja Tiippana – Sonja Pyykkönen – Riitta Pylvänäinen – Voitto Helander: Hyvän elämän keskus. "Ikä-keskus", hyvinvointia, terveyttä ja toimintakykyä ikääntyville –hankkeen loppuraportti. 2007. 162 s.
- A:28 Hanne Soininen – Leena Mäkelä – Saana Oksa: Etelä-Savon maaseutuyritysten ympäristö- ja elintarviketurvallisuuden kehittäminen. 2007. 224 s. + liitt. 55 s.

- A:29 Katja Komonen (toim.): UUDISTUVAT OPPIMISYMPÄRISTÖT – puheenvuoroja ja esimerkkejä. 2007. 231 s. (nid.) 221 s. (pdf)
- A:30 Johanna Logrén: Venäjän elintarviketurvallisuus, elintarvikelainsäädäntö ja -valvonta. 2007. 163 s.
- A:31 Hanne Soininen – Iiro Kiukas – Leena Mäkelä – Timo Nordman – Hannu Kuopanportti: Jätepolttoaineiden lentotuhkat. 2007. 102 s.
- A:32 Hannele Luostarinen – Erja Ruotsalainen: Opiskelijoiden oppimisen ja osaamisen arviointikriteerit Mikkelin ammattikorkeakoulun opiskelija-arviointiin. 2007. 29 s. + liitt. 25 s.
- A:33 Leena Mäkelä – Hanne Soininen – Saana Oksa: Ympäristöriskien hallinta. 2008. 142 s.
- A:34 Rauni Väättä – Merja Tolvanen – Pekka Valkola: Laadun arviointi. Mikkelin ammattikorkeakoulun ja Savonia-ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön benchmarking. 2008. 46 s. + liitt. 22 s. (nid.) 46 s. + liitt. 22 s. (pdf)
- A:35 Jari Kortelainen – Yrjö Tolonen: Vuosiluston kierresyisyys sahatavaran pinnoilla. 2008. 23 s. (pdf)
- A:36 Anneli Jaroma (toim.): Virtaa verkostosta. Tutkimus- ja kehitystyö osana ammattikorkeakoulujen tehtävää, AMKtutka, kehittämisverkosto yhteisellä asialla. 2008. 180 s. (nid.) 189 s. (pdf)
- A:37 Johanna Logrén: Food safety legislation and control in the Russian federation. Practical experiences. 2008. 52 p. (pdf)
- A:38 Teija Taskinen: Sähköisten järjestelmien hyödyntäminen ammattikeittiöiden omavalvonnassa. 2008. 28 s. + liitt. 2 s. (nid.) 38 s. + liitt. 2 s. (pdf)
- A:39 Kimmo Kainulainen – Pia Puntanen – Heli Metsäpelto: Etelä-Savon luovien alojen tutkimus- ja kehittämissuunnitelma. 2008. 68 s. + liitt. 17 s. (nid.) 76 s. + liitt. 17 s. (pdf)
- A:40 Nicolai van der Woert – Salla Seppänen – Paul van Keeken (eds.): Neuroblend - Competence based blended learning framework for life-long vocational learning of neuroscience nurses. 2008. 166 p. + app. 5 p. (nid.)
- A:41 Nina Rinkinen – Virpi Leskinen – Päivikki Liukkonen: Selvitys matkailuyritysten kehittämistarpeista 2007–2013 Savonlinnan ja Mikkelin seuduilla sekä Heinävedellä. 2008. 41 s. (pdf)
- A:42 Virpi Leskinen – Nina Rinkinen: Katsaus matkailutoimialaan Etelä-Savossa. 2008. 28 s. (pdf)
- A:43 Kati Kontinen: Maaperän vahvistusratkaisut huonosti kantavien maiden puunkorjuussa. 2009. 34 s. + liitt. 2 s.
- A:44 Ulla Keto – Marjo Nykänen – Rauni Väättä: Laadun vuoksi. Mikkelin ammattikorkeakoulun laadunvarmistuksen kehittäjänä. 2009. 76 s. + liitt. 11 s.
- A:45 Laura Hokkanen (toim.): Vaikuttavaa! Nuoret kansalaisvaikuttamisen kentillä. 2009. 159 s. (nid.) 152 s. (pdf)
- A:46 Eliisa Kotro (ed.): Future challenges in professional kitchens II. 2009. 65 s. (pdf)
- A:47 Anneli Jaroma (toim.): Virtaa verkostosta II. AMKtutka, kehitysimpulsseja ammattikorkeakoulujen T&K&I – toimintaan. 2009. 207 s. (nid.) 204 s. (pdf)
- A:48 Tuula Okkonen (toim.): Oppimisvaikeuksien ja erilaisten opiskelijoiden tukeminen MAMKissa 2008–2009. 2009. 30 s. + liitt. 26 s. (nid.) 30 s. + liitt. 26 s. (pdf)

- A:49 Soile Laitinen (toim.): Uudistuva aikuiskoulutus. Eurooppalaisia kokemuksia ja suomalaisia mahdollisuuksia. 2010. 154 s. (nid.) 145 s. (pdf)
- A:50 Kati Kontinen: Kumimatot maaperän vahvistusratkaisuna puunkorjuussa. 2010. 37 s. + liitt. 2 s. (nid.)
- A:51 Laura Hokkanen – Veli Liikanen: Vaikutusvaltaa! Kohti kansalaisvaikuttamisen uusia areenoja. 2010. 159 s. + liitt. 17 s. (nid.) 159 s. + liitt. 17 s. (pdf)
- A:52 Salla Seppänen – Niina Kaukonen – Sirpa Luukkainen: Potilashotelli Etelä-Savoon. Selvityshankkeen 1.4.–31.8.2009 loppuraportti. 2010. 16 s. + liitt. 65 s. (pdf)
- A:53 Minna-Mari Mentula: Huomisen opetusravintola. Ravintola Tallin kehittäminen. 2010. 103 s. (nid.) 103 s. (pdf)
- A:54 Kirsi Pohjola. Nuorisotyö koulussa. Nuorisotyö osana monialaista oppilashuoltoa. 2010. 40 s (pdf).
- A:55 Sinikka Pöllänen – Leena Uosukainen. Oppimisverkosto voimaannuttajana ja hyvinvoinnin edistäjänä. Savonlinnan osaverkoston toiminnan esittely Tykes -hankkeessa vuosina 2006–2009. 2010. 60 s. + liitt. 2 s. (nid.) 61 s. liitt. 2 s. (pdf)
- A: 56 Anna Kapanen (toim.). Uusia avauksia tekemällä oppimiseen. Työpajojen ja ammattiopistojen välisen yhteistyön kehittyminen Etelä- ja Pohjois-Savossa. 2010. 144 s. (nid.) 136 s. (pdf)
- A:57 Hanne Soininen – Leena Mäkelä – Veikko Äikäs – Anni Laitinen. Ympäristöasiat osana hevostallien kannattavuutta. 2010. 108 s. + liitt. 11 s. (nid.) 105 s. + liitt. 11 s. (pdf)
- A:58 Anu Haapala – Kalevi Niemi (toim.) Tulevaisuustietoinen kehittäminen. Hyvinvoinnin ja kulttuurin ammattikorkeakoulutuksen suuntaviivoja etsimässä. 2010. 155 s + liitt. 26 s. (nid.) 143 s. + liitt. 26 s. (pdf)
- A:59 Hanne Soininen – Leena Mäkelä – Anni Kyyhkynen – Elina Muukkonen. Biopolttoaineita käyttävien energiantuotantolaitosten tuhkien hyötykäyttö- ja logistiikkavirrat Itä-Suomessa. 2010. 111 s. (nid.) 111 s. (pdf)
- A:60 Soile Eronen. Yhdessä paremmin. Aivohalvauskuntoutuksen tehostaminen moniammatillisuudella. 2011. 111 s + liitt. 10 s. (nid.)
- A:61 Pirjo Hartikainen (toim.). Hyviä käytänteitä sosiaali- ja terveysalan hyvinvointipalveluissa. Tuloksia HYVOPA-hankkeesta. 2011. 64 s. (pdf)
- A:62 Sirpa Luukkainen – Simo Ojala – Antti Kaipainen. Mobiilihoiva turvallisen kotihoidon tukena -hanke 1.5.2008–30.6.2010. EAKR toimintalinja 4, kokeiluosio. Loppuraportti. 2011. 78 s. + liitt. 19 s. (pdf)
- A:63 Sari Toijonen-Kunnari (toim.). Toiminnallinen kehittäjäkumppanuus. MAMKin liiketalouden koulutus Etelä-Savon innovaatioympäristössä. 2011. 164 s. (nid.) 150 s. (pdf)
- A:64 Tuula Siljanen – Ulla Keto. Mikkeli muutoksessa. Muutosohjelman arviointi. 2011. 42 s. (pdf)
- A:65 Päivi Lifflander – Pirjo Hartikainen. Savonlinnan seudun palveluseteliselvitys. 2011. 59 s. + liitt. 6 s. (pdf)
- A:66 Mari Pennanen – Eva-Maria Hakola. Selvitys matkailun luontoaktiiviteettien, Kulttuurin ja luovien alojen Yhteistyön kehittämismahdollisuuksista ja-tarpeista Etelä-Savossa. Hankeraportti. 2011. 29 s. + liitt. 18 s. (pdf)
- A:67 Osmo Palonen (toim.). Muistilla on kolme ulottuvuutta. Kulttuuriperinnön digitaalinen tuottaminen ja tallentaminen. 2011. 136 s. (nid.) 128 s. (pdf)

- A:68 Tuija Vääntinen – Marjo Nykänen (toim.). Osaamisen palapeli. Mikkelin ammattikorkeakoulun opetussuunnitelmien kehittäminen. 2011. 137 s.+ liitt. 8 s. (nid.) 131 s. + liitt. 8 s. (pdf)
- A:69 Petri Pajunen – Pasi Pakkala. Prosessiorganisaatio metsänhoitoyhdistyksen organisaatiomallina. 2012. 48 s. + liitt. 6 s. (nid.)
- A:70 Tero Karttunen – Kari Dufva – Antti Ylhäinen – Martti Kemppinen. Väsyttävästi kuormitettujen liimaliitosten testimenetelmän kehitys. 2012. 45 s. (nid.)
- A:71 Minna Malankin. Venäläiset matkailun asiakkaina. 2012. 114 s. + liitt. 7 s. (nid.) 114 s. + liitt. 7 s. (pdf)
- A:72 María del Mar Márquez – Jukka Mäntylä. Metsätalouden laitoksen opetussuunnitelman uudistamisprosessi. 2012. 107 s. + liitt. 17 s. (nid.)
- A:73 Marjaana Kivelä (toim.). Yksin hyvä – yhdessä parempi. 2012. 115 s. (nid.) 111 s. (pdf)
- A:74 Pekka Hartikainen – Kati Kontinen – Timo Antero Leinonen. Metsätiensuunnitteluopas – metsä- ja piennartiet. 2012. 44 s. + liitt. 20 s. (nid.) 44 s. + liitt. 20 s. (pdf)
- A:75 Sami Luste – Hanne Soininen – Tuija Ranta-Korhonen – Sari Seppäläinen – Anni Laitinen – Mari Tervo. Biokaasulaitos osana energiaomavaraista maatilaa. 2012. 68 s. (nid.) 68 s. (pdf)
- A:76 Marja-Liisa Kakkonen (toim.). Näkökulmia yrittäjyyteen ja yritys yhteistyötoimintaan. 2012. 113 s. (nid.) 106 s. (pdf)
- A:77 Matti Meriläinen – Anu Haapala – Tuija Vääntinen. Opiskelijoiden hyvinvointi ja siihen yhteydessä olevia tekijöitä. Lähtökohtia ja tutkittua tietoa ohjauksen ja pedagogiikan kehittämiseen. 2013. 92 s. (nid.) 92 s. (pdf)
- A:78 Jussi Ronkainen – Marika Punamäki (toim.). Nuoret ja syrjäytyminen Itä-Suomessa. 2013. 151 s. (nid.) 151 s. (pdf)
- A:79 Anna Kähkönen (toim.). Ulkomaalaiset opiskelijat Etelä-Savon voimavaraksi. Kokemuksia ja esimerkkejä. 2013. 127 s. (nid.) 127 s. (pdf)
- A:80 Risto Laukas – Pasi Pakkala. Suomen suurimpien kaupunkien metsätaloustoimintojen kehittäminen. 2013. 55 s. + liitt. 8 s. (nid.)
- A:81 Pekka Penttinen – Jussi Ronkainen (toim.). Itä-Suomen nuorisopuntari. Katsaus nuorten hyvinvointiin Itä-Suomen maakunnissa 2010–2012. 2013. 147 s. + liitt. 15 s. (nid.) 147 s. + liitt. 15 s. (nid.)
- A:82 Marja-Liisa Kakkonen (ed.). Bridging entrepreneurship education between Russia and Finland. Conference proceedings 2013. 2013. 91 s (nid.) 91 s. (pdf)
- A:83 Tero Karttunen - Kari Dufva. The determination of the mode II fatigue threshold with a cast iron ENF specimen. 2013. 24 s. (nid.)
- A:84 Outi Pyöriä (toim.). Vesi liikuttaa ja kuntouttaa - hyviä käytänteitä vesiliikuntapalveluissa. Tuloksia VESKU-hankkeesta. 2013. 63 s. (nid.) 63 s. (pdf)
- A:85 Laura Hokkanen - Johanna Pirinen - Hanna Kuitunen. Vapaaehtoistyö, kansalaisjärjestöt ja hyvinvointipalvelujen kehittäminen Etelä-Savossa –esiselvitys. 2014. 114 s. (nid.) 114 s. (pdf)
- A:86 Johanna Hirvonen. Luontolähtöisen toiminnan hyvinvointivaikutukset ja niiden arviointi. Asiakasvaikutusten arviointi Luontohoiva-hankkeessa. 2014. 70 s. (nid.) 70 s. (pdf)

- A:87 Pasi Pakkala. Liiketoimintaa ja edunvalvontaa – Näkökulmia työhyvinvointiin metsähoitoyhdistyksissä. 2014. 52 s. (nid.)
- A:88 Johanna Arola - Piia Aarniosalo - Hannu Poutiainen - Esa Hannus – Heikki Isotalus. Open-tietojärjestelmä. Etämonitoroinnin kehittäminen osana ympäristötekniikan koulutusta ja innovaatioimintaa. 2014. 71 s. (nid.) 71 s. (pdf)
- A:89 Tapio Lepistö. Luonnonkuitukomposiitit. 2014. 67 s. (nid.) 67 s. (pdf)
- A:90 Kirsti Iilomäki - Kari Dufva - Petri Jetsu. Luonnonkuitulujitettujen muovikomposiittien tutkimus ja opetuksen kehittäminen. 2014. 49 s. (nid.) 49 s. (pdf)
- A:91 Jaana Dillström - Erja Ruotsalainen. Huomaan, että osaan. Opiskelijoiden kokemuksia simulaatiosta. 2014. 46 s. (nid.) 46 s. (pdf)
- A:92 Kati Kontinen. Huonosti kantavien maiden ja teiden vahvistamisratkaisut. 2014. 39 s. (nid.) 39 s. (pdf)
- A:93 Mika Liukkonen - Elina Havia - Henri Montonen - Yrjö Hiltunen. Life-cycle covering traceability and information management for electronic product using RFID. 2014. 55 s. (pdf)
- A:94 Liisa Uosukainen (ed.). Open source archive. Towards open and sustainable digital archives. 2014. 90 s. (nid.) 100 s. (pdf)
- A:95 Anu Haapala (toim.). Opinnollistaminen tki-projekteissa. Lähtökohtia ja kokemuksia käytännöstä. 2014. 95 s. (nid.) 88 s. (pdf)
- A:96 Päivi Niiranen-Linkama – Tiina Kuru. Kokemuksellinen hyvinvointi. Mitä 65–74-vuotiaat kertovat hyvinvoinnistaan. 2014. 55 s. (nid.) 55 s. (pdf)
- A:97 Marketta Koskinen. Mikkelin seudun Digipuntari 2014. Pilottitutkimuksen raportti. 2014. 67 s. (pdf)
- A:98 Sari Laanterä – Terttu Liimatainen – Marja-Liisa Laitinen. Ehkäisevän ja matalan kynnyksen hyvinvointipalvelumallin kehittäminen Mikkelin seudulle. 2014. 130 s. (nid.) 162 s. (pdf)
- A:99 Maarit Karhula. Omaisen ja läheisen näkemykset roolistaan palveluverkostossa. 2015. 76 s. (nid.) 76 s. (pdf)
- A:100 Sonja Miettinen – Sanna-Mari Pöyry. Vainulla Etelä-Savossa. Vaikeimmin työllistyvät nuoret palvelujärjestelmässä -selvitys. 2015. 90 s. (nid.) 102 s. (pdf)
- A:101 Tuija Vanttinen (ed.). Enhancing learning outcomes evaluation. Benchmarking learning outcomes evaluation in Finland, Scotland and Kansas. 2015. 116 s. (nid.) 126 s. (pdf)
- A:102 Marjo Nykänen (toim.). Itsearviointi korkeakoulun laatutyökaluna. 2015. 141 s. (nid.) 143 s. (pdf)
- A:103 Riitta Tuikkanen – Paula Mäkeläinen. Työmiesten työaikaiset ruokapalvelut ja syöminen työaikana. 2015. 55 s. (nid.) 66 s. (pdf)
- A:104 Tuomas Pesonen – Jari Käyhkö – Janne Keränen – Henna Sundqvist – Panu Lahtinen. Esiselvitys: Pienoistehdas painetun älyn alustan valmistamiseen hiilidioksidi-kalsiumhydroksidi-mikrokuitukomposiittina. Raportti. 2015. 57 s. (pdf)
- A:105 Jari Käyhkö – Heikki Mutikainen – Juhani Turunen – Tapio Tirri – Yrjö Hiltunen – Tuomas Eerola – Lasse Lensu – Heikki Kälviäinen – Jarkko Mutanen – Markku Hauta-Kasari – Kyösti Karttunen – Kaarina Prittinen – Elmar Bernhardt. Loppuraportti: Massan ja paperinvalmistuksen märkäosan kuvantava mittaus sekä konenäkösovellukset (PULPVISION). 2015. 73 s. (pdf)

A:106 Pekka Turkki. Lähiruokaa mökille. Etelä-Savon vapaa-ajan asukkaiden ruokaostuskäyt-täytyminen ja lähiruoan saatavuus. 2016. 50 s. (pdf)



MAMK

University of Applied Sciences