



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
LUONNONVARA- JA YMPÄRISTÖALA

YLÄMAANKARJAN LIHAN KYSYNTÄ LAPISSA

TEKIJÄ: Annika Leinonen

Koulutusala Luonnonvara- ja ympäristöala			
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Agrologin tutkinto-ohjelma			
Työn tekijä Annika Leinonen			
Työn nimi Ylämaankarjan lihan kysyntä Lapissa.			
Päiväys	14.4.2019	Sivumäärä/Liitteet	41/9
Ohjaaja(t) Arja Korhonen, Heli Wahlroos			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Johannes Vallivaara, ProAgria Lappi			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyössä kartoitettiin ylämaankarjan lihan kysyntää Lapissa tekemällä kuluttajakysely lappilaisille ja haastatteleamalla Arctic Meat Oy:n toimitusjohtajaa. Webropol-kyselyssä kartoitettiin muun muassa kuluttajien aiempia ostokokemuksia ja heidän toiveitaan tuotteista ja ostopaikoista. Ylämaankarja sopii ominaisuuksiltaan erittäin hyvin kasvatettavaksi Lapissa, joten lihan kasvatuksen ja myynnin lisääminen olisi ajankohtaista. Tehdyn tutkimustyön pohjalta ylämaankarjan piirissä toimivat toimijat ja rodun kasvattajat voivat kehittää omaa toimintaansa ja tuotteiden tarjontaa paremmin kysynnän mukaiseksi. Opinnäytetyössä pyrittiin kehittämään tuotteita ja niiden markkinointia.</p> <p>Tehdyn tutkimuksen perusteella ylämaankarjan lihalle olisi kysyntää Lapissa. Suurin osa lappilaisista ei ole aiemmin ostanut ylämaankarjan lihaa eivätkä kaikki ole tietoisia sen ostopaikoista. Ylämaankarjan liha tarvitsee siis runsaasti lisää markkinointia ja brändäystä. Selkeästi halutuimmiksi ylämaankarjan lihatuotteiksi osoittautuivat jauheliha, paisti ja filee. Tätä tulosta tuki myös Arctic Meat Oy:n toimitusjohtajan haastattelu, josta kävi ilmi, että tähän mennessä myydyimmät tuotteet ovat olleet paistit ja fileet. Myös muille lihatuotteille, jalosteille ja sivutuotteille oli kysyntää. Ylämaankarjan lihan saatavuus Lapissa vaihtelee suuresti ja tulevaisuudessa tulisi panostaa siihen, että tuotteita olisi saatavilla ympäri Lappia. Saatavuuden hankaluus rajoittaa suuresti kiinnostusta ja mahdollisuutta ylämaankarjan lihan ostamiseen. Ostopaikkojen mieluisuus vaihteli hieman asuinalueen mukaan, mutta halutuimmat ostopaikat olivat kauppa ja liikkuva liha-auto.</p> <p>Ylämaankarjan kasvatuksessa ja myynnissä pullonkauloja olivat vähäinen markkinointi, huono tuottajahinta, vähäiset teurastamismahdollisuudet ja lihan huono saatavuus. Näihin kaikkiin vaikuttaa nyt liha-alan yritys Arctic Meat, joka on ottanut asiakseen parantaa ylämaankarjan kasvatusta ja myyntiä Lapissa. Ylämaankarjaa myydään Revontulinauta®-tavaramerkillä, jolla pyritään tekemään Lapissa kasvatetusta ylämaankarjasta erikoisuus niin Suomessa kuin muualla maailmassa. Lapissa tulisi panostaa kotimaiseen lähituotantoon ja sen markkinointiin, jotta Lappi voisi olla ruoantuotannossa aiempaa omavaraisempi ja riippumattomampi muusta maailmasta.</p> <p>Ylämaankarjan kasvatuksen vaikutusta ilmastonmuutokseen tulisi tutkia tarkemmin esimerkiksi jossakin hankkeessa, jotta voitaisiin varmistua rodun neutraalista hiilijalanjäljestä ja hyödyntää tätä tietoa kasvatuksessa ja tuotteiden markkinoinnissa. Myös lihan soveltuvuudesta keliakikoille tarvittaisiin luotettava tutkimus. Jos tämä voitaisiin todistaa, olisi kyseessä jälleen uusi myyntivaltti ylämaankarjan lihan markkinoinnille. Ylämaankarjan kasvatuksessa piilee monenlaisia mahdollisuuksia, joten rodun kasvatukseen ja lihan markkinointiin tulisi kiinnittää erityistä huomiota. Vaikka ylämaankarja onkin tuontirotu eikä varsinaisesti kuulu luonnolliseen lappilaiseen maisemaan, siitä voi silti kehittyä poron kaltainen tunnusmerkki.</p>			
Avainsanat ylämaankarja, lihantuotanto, kysyntä, kyselytutkimus, Lappi			

Field of Study Natural Resources and the Environment			
Degree Programme Degree Program in Agriculture and Rural Development			
Author Annika Leinonen			
Title of Thesis Demand for Highland Cattle Meat in Lapland			
Date	14.4.2019	Pages/Appendices	41/9
Supervisor(s) Arja Korhonen, Heli Wahlroos			
Client Organisation /Partners Johannes Vallivaara, ProAgria Lappi			
<p>Abstract</p> <p>In this thesis, the demand for Highland cattle meat in Lapland was surveyed by conducting a consumer survey for people in Lapland and interviewing the CEO of Arctic Meat Oy. In this Webropol survey the consumers' past shopping experiences and their wishes for products and places were explored. As the Highland cattle characteristics are very suitable for breeding in Lapland, increasing the production and sale of meat would be topical. On the basis of the research, the actors and breeders working with Highland cattle can better develop their own activities and supply of products to meet the demand. The thesis aimed to develop Highland cattle products and their marketing.</p> <p>On the basis of the study conducted, there would be a demand for Highland cattle meat in Lapland. Most of the people in Lapland have not previously bought Highland cattle meat and not everyone is aware of where it can be purchased. This means that much more marketing and branding is needed. The most wanted products were clearly minced meat, roast and fillet. This result was also supported by an interview with the CEO of Arctic Meat Oy, which revealed that the best-selling products so far have been roast and fillets. There was also demand for other meat products, processed products and by-products. The availability of Highland cattle meat in Lapland varies greatly, and in the future, efforts should be made to make the products available all around Lapland. The difficulty of finding these products greatly restricts the interest and the opportunity to buy highland cattle meat. Shopping place preferences varied slightly according to the residential area, but most people preferred shops and moving meat trucks.</p> <p>Bottlenecks in Highland cattle breeding were poor marketing, poor producer prices, not enough slaughter facilities and poor availability of meat. All of these problems are now being addressed by the meat company Arctic Meat, which has taken the lead in improving Highland cattle breeding and sales in Lapland. They sell Highland cattle meat under the trademark Revontulinauta®, which aims to make the meat a specialty both in Finland and elsewhere in the world. In Lapland we should invest in domestic production and marketing so that Lapland can become more self-sufficient and more independent of the rest of the world in terms of food production.</p> <p>The impact of Highland cattle breeding on climate change should be studied in more detail, for example, in a project to ensure that the breed has a neutral carbon footprint and to then utilize this information in breeding and marketing. Reliable research would also be needed on the suitability of meat for celiacs. If this could be proved, it would be a new selling point for the marketing of Highland cattle meat. There is a wide range of opportunities for Highland cattle breeding, so special attention should be paid to breeding and marketing the meat. Although Highland cattle is an import breed and does not belong to the natural landscape in Lapland, it can still develop as a symbol for Lapland like the reindeer already are.</p>			
Keywords Highland cattle, animal husbandry, demand, questionnaire survey, Lapland			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	YLÄMAANKARJA LAPISSA	7
2.1	Ylämaankarja.....	7
2.1.1	Lihantuotanto	8
2.1.2	Soveltuvuus Lappiin	9
2.1.3	Lihan ominaisuudet	10
2.2	Ylämaankarjan tuotantoketju Lapissa	11
2.2.1	Tuottajat	12
2.2.2	Teurastus ja jatkojalostus	12
2.2.3	Myynti	12
2.3	Porotaloudesta mallia ylämaankarjan markkinointiin Lapissa	13
3	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	15
3.1	Tutkimusongelma	15
3.2	Kyselytutkimus	15
3.2.1	Tutkimuksen aineiston kerääminen	16
3.2.2	Tutkimuksen kysymykset.....	17
3.3	Liha-alan yrityksen haastattelu.....	20
4	KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET.....	22
4.1	Kyselytutkimuksen tulosten analysointi	22
4.2	Kyselytutkimuksen tuloksien vertailua vastaajien maataloustaustan mukaan	26
4.3	Kyselytutkimuksen tuloksien vertailua vastaajien asumispaikkakunnan mukaan	27
4.4	Asumisalueen vaikutus kyselyn tuloksiin	29
5	HAASTATTELUN VASTAUKSET	32
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	35
7	PÄÄTÄNTÖ.....	38
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	40
	LIITE 1: KYSELYN SAATEKIRJE.....	42
	LIITE 2: KYSELYLOMAKE.....	43
	LIITE 3: KYSYMYKSET ARCTIC MEAT -YRITYKSELLE	47
	LIITE 4: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 2	48

LIITE 5: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 3	49
LIITE 6: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 5	52
LIITE 7: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 6	54
LIITE 8: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 9	55
LIITE 9: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 11	58

1 JOHDANTO

Lapissa lihantuotanto keskittyy hyvin pitkälti poronlihan tuotantoon, mutta koska poronlihan kysyntä on suurempaa kuin tarjonta, sen rinnalla olisi oltava tarjolla myös muita lihatuotteita. Lapissa on 130 tilaa, jotka harjoittavat lihakarjan tuotantoa (Kuha, Hallikainen ja Hannukkala 2018). Näistä tiloista vain murto-osa on ylämaankarjatiloja. Ylämaankarja soveltuu kuitenkin ominaisuuksiltaan erittäin hyvin Lappiin eli rodun kasvatusta voitaisiin lisätä, jos kysyntää on tarpeeksi. Rodun tyypillisiin piirteisiin kuuluvat muun muassa kaksinkertainen nahka ja karvapeite, jotka suojaavat epäsuotuisilta sääolosuhteilta. Eläimet kasvatetaan ympärivuotisesti ulkona, joten suuria investointeja eläinten pitotakennuksiin ei tarvita. Lihantuotannon lisäksi ylämaankarja soveltuu myös maisemanhoitoon, ja eläimet pystyvät hyödyntämään ravinnossaan kaikenlaiset kasvit, joten ne pärjäävät myös Lapin niukoissa kasvuolosuhteissa. (Palonen ja Aarnio 1999, 3–9.)

Opinnäytetyön aiheena on ylämaankarjan lihan kysyntä Lapissa. Toimeksiantaja on ProAgria Lappi, joka on kiinnostunut kehittämään lihantuotantoa Lapissa. Jotta opinnäytetyö auttaisi kehittämään ylämaankarjan kasvatusta Lapissa, tehdään Webropol-kysely Lapin asukkaille ja haastattelu liha-alan yrityksen, Arctic Meat Oy:n toimitusjohtajalle. Verkossa jaettavalla kyselyllä kartoitetaan muun muassa kuluttajien aiempia ostokokemuksia ylämaankarjan lihasta ja heidän toiveitaan tuotteista ja myyntipaikoista. Liha-alan yrityksen haastatteleminen koetaan tärkeäksi opinnäytetyön kannalta, sillä kyseinen yritys keskittyy nimenomaan ylämaankarjan lihan markkinointiin ja myyntiin. Kyseessä oleva vuoden 2018 alussa perustettu Arctic Meat -yritys tekee arvokasta työtä ylämaankarjan lihan markkinoinnissa ja kysynnän lisäämisessä. Opinnäytetyön tavoitteena ei ole vain selvittää lihan kysyntää vaan tehdä samalla ylämaankarjaa tunnetuksi lappilaisten keskuudessa. Arctic Meat -yrityksen haastatteleminen ja esille tuominen opinnäytetyössä on tärkeää, jotta ylämaankarjan markkinointitilannetta saadaan selville luotettavasta lähteestä ja voidaan pohtia yrityksen merkitystä lappilaiselle ylämaankarjalle.

Oma kiinnostukseni ylämaankarjan rotua kohtaan alkoi varsinaisesti vasta agrologiopintojen aikana, kun tutustuin rotuun tarkemmin ulkomaisilla ja kotimaisilla tilavierailuilla. Ajan kanssa lihantuotanto on alkanut kiinnostaa yhä enemmän ja varsinkin ylämaankarja rotuna. Opinnäytetyön aiheen keksin itse, sillä kiinnostukseni ylämaankarjaa kohtaan on jo sen verran vahvaa, että haluaisin alkaa kasvat-
taa rotua itse Lapissa tai työllistyä rotuun liittyvään hankkeeseen tai markkinointiin.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millainen kysyntä ylämaankarjan lihalla ja jalosteilla on lähiruokana Lapissa. Tämän pohjalta voitaisiin kehittää ylämaankarjan kasvatuksen kannattavuutta Lapissa, minkä lisäksi opinnäytetyö voisi toimia ProAgria Lapin työvälineenä autettaessa ylämaankarjan kasvattajia kehittämään toimintaansa tai uusia yrittäjiä jopa aloittamaan toimintansa. Opinnäytetyön tarkoituksena on tunnistaa ylämaankarjan lihan kysyntä, konkretisoida se ja auttaa siten yrittäjiä vastaamaan kysyntään ja kehittämään toimintaansa. Lisäksi opinnäytetyö toimii markkinointivälineenä ylämaankarjalle ja sen kasvatukselle Lapissa.

2 YLÄMAANKARJA LAPISSA

Lapin maatilojen keskikoko on peltopinta-alaltaan noin 30 hehtaaria. Kaikkien tilojen määrä yhteensä on 1 514 kappaletta, joista 130 tilalla on lihakarjan tuotantoa. Lihakarjatilojen keskipinta-ala on noin 66 hehtaaria, ja maatalousyrittäjien keski-ikä noin 49 vuotta. Naudanlihaa tuotetaan Lapissa 3,1 miljoonaa kiloa. (Kuha, Hallikainen ja Hannukkala 2018.)

Ylämaankarjatilojen määrästä Lapissa ei ole kirjallista tietoa, mutta kasvattajien keskuudessa puhutaan noin kymmenestä ylämaankarjan kasvattajasta ja samasta määrästä pienempiä harrastelijoita. Harrastelijoilla ylämaankarjan käyttötarkoituksena voi olla esimerkiksi maisemanhoito, lemmikki tai eräänlainen maisemakoriste.

2.1 Ylämaankarja

Highland Cattle eli ylämaankarja on vanha skotlantilainen naudan alkuperäisrotu, jolle on Skotlannin länsirannikon saarien ja ylämaiden ankarissa luonnonoloissa kehittynyt erinomainen ravinteidenotto-kyky. Rodun majesteettillisen ulkonäön (kuva 1) lisäksi eläimet ovat vaatimattomia pitopaikkansa suhteen eli eivät tarvitse kalliita koneistettuja karjasuojia. Ylämaankarja soveltuu lihantuotannon lisäksi maisemanhoitoon, sillä rodun ravintoon kuuluvat lähes kaikki kasvit varpukasvillisuudesta havuihin. Väkipuhuruokintaa ei ylämaankarjalla käytetä. (Palonen ja Aarnio 1999, 3–5.)



KUVA 1. Ylämaankarjalla on kaksi kertaa paksumpi nahka ja karvapeite kuin muilla nautaroduilla (Virtanen 2015-9-24).

Ylämaankarja on pienikokoinen muihin nautarotuihin verrattuna: sen korkeus vaihtelee 120:n ja 160 senttimetrin välillä. Aikuinen lehmä painaa noin 400–600 kiloa ja täysikasvuinen sonni 700–1 000 kiloa. Emot ovat pitkäikäisiä ja tuottavat keskimäärin 15 vuoden ajan vasikoita jopa vuosittain. Vasikat syntyvät pienikokoisina eli noin 23–30 kilon painoisina, mikä helpottaa poikimista. Pienikokoisuus auttaa vasikkaa myös nousemaan nopeammin ylös syntymän jälkeen, jolloin sen menettämisen vaara on alhaisempi kylmissä olosuhteissa. Ylämaankarja on hidaskasvuinen, mutta perusterve rotu ja ominaisuuksiltaan sillä on hyvä eläinainees. Ylämaankarja soveltuu hyvin luonnonmukaisen ja laadukkaan lihan tuottamiseen. (Palonen ja Aarnio 1999, 5–8.)

2.1.1 Lihantuotanto

Ylämaankarja on pihvirotuominaisuuksiltaan, tuotantotavoiltaan ja arvoiltaan erilainen muihin rotuihin verrattuna. Tuotanto on hyvin luonnonmukaista, sillä ruokintaan ei sisälly ollenkaan väkirehuja ja vasikat saavat kasvaa luonnollista vauhtia. Ylämaankarja ei myöskään asustele navetassa, vaan sen kasvatus tapahtuu ympärivuotisesti ulkona. Eläimillä tulee kuitenkin olla epäsuotuisia olosuhteita vastaan riittävä suoja, kuten kuivitettu katos tai laaja metsäalue. (Highland Cattle Club ry. s.a. b.)

Ylämaankarjan teuraspaino vaihtelee 300–500 kilogramman välillä. Ylämaankarjan yksilö voidaan teurastaa aikaisintaan 2,5 vuoden iässä, jolloin sen teuraspaino on noin 330 kiloa. Joskus eläimet ovat teurasiässä kuitenkin vielä liian pieniä, jolloin niiden annetaan kasvaa ensin hyvän kokoiseksi ja teurastetaan vasta myöhemmin. Teurasikä vaihtelee monesti karjasta riippuen, ja jotkut kasvattajat antavat eläinten kasvaa jopa nelivuotiaiksi ennen teurastusta. Kolmen vuoden ikäisellä naudalla teuraspaino on noin 400 kiloa ja vanhalla siitossonnilla teuraspaino voi olla jopa 500 kiloa. Sonnien kasvunopeus on noin kilon päivässä, kun taas hiehoilla se on 0,8–1 kiloa päivässä. (Nisu 2011, 31.)

Ylämaankarjan luonnollinen tuotantotapa antaa lihalle hyvät markkinointimahdollisuudet, mutta Suomessa valmiita markkinaväyliä on niukasti. Tällä hetkellä suoramyynä on yleisin ylämaankarjan lihan myyntikanava. (Highland Cattle Club ry. s.a. d.) Luonnonmukainen kasvatus on hyvä markkinointiväylä, mikä helpottaa tuottajan myyntiprosessia. Ilman erilaista tuotantotapaa ylämaankarja ei pärjäisi muita nautarotuja vastaan, sillä eläimiä ei voi teurastaa missä tahansa niiden suurten sarviensa vuoksi.

Ylämaankarjan kasvatus soveltuu parhaiten tiloille, joissa ei voida investoida suuriin karjarakennuksiin tai kasvattaa tuotannon määrää. Pienille maatiloille ylämaankarjan kasvatus on oivallinen sivulinkeino, jos päätyöltä jää riittävästi aikaa eläintenhoitoon. Rodun kasvattamiseen ei tarvita suuria investointeja, mutta karjanhoito-osaamisen ja ylämaankarjan rotuominaisuuksien hyödyntämisen hallinta ovat avainsanoja menestymiseen. (Highland Cattle Club ry. s.a. d.)

Ylämaankarjan lihantuotannon kannattavuus koostuu pienistä kiinteistä investoinneista, alhaisista toiminnallisista riskeistä, korkeatasoisista tuotteista ja onnistuneesta suoramyynnistä. Tuotanto on parhaimmillaan silloin, kun rodun ominaisuuksista hyödynnetään kaikki vahvuudet eli lihantuotannon lisäksi otetaan mukaan maisemanhoito, luomutuotanto ja luonnollisissa olosuhteissa kasvavien eläin-

ten hyvinvointi. Edellä listatut asiat lisäävät tuotannon eettistä arvoa ja tuotteiden haluttavuutta sekä hyödyntävät tukijärjestelmää. (Highland Cattle Club ry. s.a. d.)

2.1.2 Soveltuvuus Lappiin

Lapin sääolosuhteet ovat vaihtelevat, sillä kesäisin napapiirin pohjoispuolella aurinko ei laske horisontin alapuolelle (kuva 2), kun taas talvella vallitsee kaamos (Ilmatieteen laitos s.a. b). Kesäisin voi olla useammankin vuorokauden ajan yli 30 astetta (Ilmatieteen laitos s.a. a), kun taas seitsemän kuukautta kestävä talven aikana täytyy pärjätä myös yli 40 asteen pakkasissa (Ilmatieteen laitos s.a. c).



KUVA 2. Yötön yö Jerisjärvellä kello 23.00 (Leinonen 2018-7-23).

Ylämaankarjalla on kaksi kertaa paksumpi nahka ja karvapeite kuin muilla nautaroduilla, minkä vuoksi se soveltuu hyvin Lapin epäsuotuisiin sääoloihin ja ympärivuotiseen ulkokasvatukseen. Karvapeite koostuu kahdesta kerroksesta: uloimmaisesta pitkästä ja karkeasta karvasta sekä alemmasta villavasta karvasta. Päällimmäinen karvapeite suojaa alemmaa kerrosta kosteudelta. Karvapeite ei toimi vain eristävänä kerroksena talvipakkasia vastaan vaan myös eristeenä kesähelteillä. Ylämaankarja pärjäisi Lapissa siis jokaisena vuodenaikana. Kovat talvipakkasetkaan eivät rotua haittaa, sillä tuulisuus edesauttaa karkean ja pitkän turkin muodostumisessa, ja kylmyys vain kehittää alemmaa karvapeitettä pehmeämmäksi ja lämpimämmäksi. Turkin lämmöneristyskyky on huomattava, sillä edes lumi ei sula eläimen alta sen ollessa makuulla. (Palonen ja Aarnio 1999, 7–9.) Huomioitavaa on kuitenkin se, että karjanhoitajan on oltava valmis menemään ulos karjan luo huonollakin säällä ja kovilla pakkasilla (kuva 3) hoitamaan ja tarvittaessa lääkitsemään karjaa. Rodun ulkokasvatus siis asettaa karjanhoitajille omat haasteensa.



KUVA 3. Pallas-Yllästunturin kansallispuisto -35 asteen pakkasessa (Leinonen 2017-12-28).

Ylämaankarjarodulle on kehittynyt erinomainen ravinteidenottokyky, koska se on sopeutunut elämään Ylämaiden karuissa ja koleissa olosuhteissa. Rotu on luonnostaan jalostunut selviytymään vähäisillä maaperän antimilla ja kykenee karkearehun puutteesta huolimatta tuottamaan riittävästi maitoa vasikalle. (Suomen Highland Cattle Club ry. s.a. a.) Lapissa viljellään lähinnä vain pieniä määriä kauraa, ohraa, perunaa, säilörehua ja heinää (SYKE, Aalto-yliopisto, YTK, Ilmatieteen laitos 2014), joten ylämaankarja on oivallinen rotuvalinta Lapin karuun ympäristöön.

2.1.3 Lihan ominaisuudet

Ylämaankarjan liha on erinomaista pihvilihaa, koska se sisältää vähemmän rasvaa ja kolesterolia ja enemmän rautaa ja proteiinia kuin keskiverto naudansiirra (taulukko 1). Koko tuotantoketjun ajan tuottajat keskittyvät lihan parhaan mahdollisen laadun ja maun aikaansaamiseen. Ylämaankarja saa liikkua vapaasti ja sen luontainen aktiivisuus koko elämänkaaren ajan muokkaa sen rasvakudosta pehmeäksi, parantaen lihan makua ja mureutta. (Suomen Highland Cattle Club ry. s.a. c.)

Ylämaankarjan ruokinta perustuu laiduntamiseen ja korsirehuun, joten väkirehuja ei käytetä kasvun nopeuttamiseksi ollenkaan. Pitkän kasvatusajan, kylmän kasvuympäristön ja luonnollisen ruokinnan ansiosta ylämaankarjan lihaan muodostuu vahva riistamainen maku. Liha on siis tasaisesti marmoroitunutta, maukasta, lyhytsyistä ja väriltään tummanpunaista. (Palonen ja Aarnio 1999, 8.)

TAULUKKO 1. Ylämaankarjan lihan ominaisuudet (Suomen Highland Cattle Club ry. s.a. c.)

Pala 100 g	Ylämaankarja paisti	Keskivertonaudan paisti
Rasva	4,2	13,5
Kolesteroli	45,8	63,0
Proteiini	22,4	18,9
Rauta	2,0	2,3
	Ylämaankarja lapa	Muu lapa
Rasva	4,7	10,6
Kolesteroli	42,2	63,0
Proteiini	21,6	20,2
Rauta	2,3	1,9
	Ylämaankarja filee	Muu filee
Rasva	7,1	22,8
Kolesteroli	37,0	67,0
Proteiini	21,8	16,6
Rauta	2,3	1,6
	Ylämaankarja keskiverto	Muu keskiverto
Rasva	4,5	15,6
Kolesteroli	40,9	64,3
Proteiini	20,7	18,6
Rauta	2,1	2,0

Ylämaankarjan liha voi soveltua myös esimerkiksi keliaakikoille, sillä viljat eivät ole osa nautojen ravintoa, mutta luotettavaa tutkimusta aiheesta ei kuitenkaan ole vielä tehty. Rotu pystyy myös hyödyntämään ravinnokseen ihmisille kelpaamatonta kasvillisuutta tuottaen samalla lihaa ihmisten ruoaksi, joten ylämaankarjaa ei voida edes kritisoida ihmisen ravinnon tuhlauksesta. Lisäksi monet suolistobakteerit, kuten E. coli, eivät viihdy pelkällä karkearehuruokinnalla olevan naudan elimistössä. (Palonen ja Aarnio 1999, 8.)

2.2 Ylämaankarjan tuotantoketju Lapissa

Tuotantoketjulla tarkoitetaan sitä polkua, jota pitkin nauta kulkee tuottajalta kuluttajalle. Ylämaankarja on täysikasvuinen 2–3 vuoden iässä, minkä jälkeen se voidaan pistää teuraaksi. Emolehvät periyttävät jälkeläisilleen rakenteellisia ominaisuuksia, joten samalla ruokinnalla olleilla eläimillä voi olla jopa 50 kilon ero teuraspainossa. Siksi kannattaa suosia hyviä emolehmiä, jotka ovat kestäviä ja periyttävät lihaksikkaita jälkeläisiä. (Palonen ja Aarnio 1999, 5.)

Ylämaankarjan teurastus- ja jalostuspaikkoja on Lapissa vähän, sillä rodun kasvattajienkin määrä on vähäinen. Jotta rodun kasvattajien määrää ja lihan menekkiä voitaisiin lisätä, ylämaankarjan lihan markkinoitiin täytyy panostaa yleisesti koko Lapissa eikä vain tilakohtaisesti. Markkinoita luotaessa voitaisiin samalla tehdä yhteistyötä teurastamis- ja jalostusmahdollisuuksien lisäämiseksi. Mallia voi-

daan ottaa esimerkiksi porotaloudesta, jossa on tehty hyvää ja pitkäaikaista yhteistyötä poronlihan markkinoiden luomiseksi.

2.2.1 Tuottajat

Suomen Highland Cattle Club ry. on Suomessa toimiva yhdistys, jonka tarkoituksena on tuoda ylämaankarjotua tunnetuksi sekä edistää ja tukea sen kasvatustoimintaa. Vuonna 1997 perustettuun yhdistykseen on kuulunut vuoden 2018 alussa 262 jäsentilaa eli yhteensä noin 15 000 ylämaankarjan nautaa. (Suomen Highland Cattle Club ry. s.a. e.) Näistä suoramyyntitiloihin kuuluu 34 tilaa, mutta yksikään niistä ei ole Lapista. Yhdistyksellä on myös oma Laitumelta Lautaselle -tavaramerkki. (Suomen Highland Cattle Club ry. s.a. f.)

Vaikka Lapin ylämaankarjan tuottajat eivät olekaan osa SHHC ry:n suoramyyntitiloja, on osa Lapin tuottajista perustanut oman tavaramerkkinsä "Lapin Laitumilta". Lapin Laitumilta osakeyhtiöön kuuluu viisi tuottajaa eri puolilta Lappia: Rovaniemeltä, Simosta, Ranualta ja kaksi Sodankylästä. (Lapin Laitumilta Oy s.a.) Tarkempaa tietoa Lapin ylämaankarjan tuottajista ei löydy virallisista rekistereistä.

2.2.2 Teurastus ja jatkojalostus

Luonnonvarakeskus on yhdessä Sodankylän kunnan kanssa aloittanut Liikkuva teurastamo -hankkeen, jonka tavoitteena on selvittää liikkuvan teurastamotoiminnan kannattavuuden edellytyksiä Lapin ja Koillismaan alueella. Hanke aloitettiin 1.8.2017, ja se jatkui vuoden 2018 loppuun asti. (Luke s.a.) Liikkuvan teurastamon onnistuminen Lapissa olisi merkittävää ylämaankarjan kannalta, sillä tällä hetkellä Lapissa on vain yksi teurastamo, joka ottaa ylämaankarjaa vastaan. Liikkuvan teurastamon etuna olisi muun muassa se, ettei eläimiä tarvitsisi kuljettaa pitkiä matkoja, ja ne säästisivät stressiltä myös elämänkaarensa lopulla. Liikkuva teurastamo on kuitenkin ensin saatava kannattavaksi toiminnaksi.

Leivejoen Liha oy on pienteurastamo Rovaniemen Leipeen kylällä ja ainoa teurastamo Lapissa, joka vastaanottaa myös ylämaankarjaa. Leivejoen Liha perustettiin vuonna 2016, ja teurastamo valmistui keväällä 2017. Lihantuottajille yritys tarjoaa rahtiteurastusta, eli liha tulee takaisin tilalle eikä jää teurastamoon, sekä lihanleikkauspalvelua. Lisäksi teurastamo ostaa teurasnautoja ja -lampaita sekä harjoittaa lihan suoramyyntiä. Pienteurastamo perustettiin, jotta rahtiteurastuksen kysynnän kasvamiseen Lapissa voitaisiin vastata. Lähiruoan tarjonta lisääntyy ja eläinten hyvinvointi paranee lyhyempien kuljetusmatkojen myötä. (Leivejoen Liha s.a.)

2.2.3 Myynti

Lapissa on 178 524 asukasta (Tilastokeskus 2018), mutta ympäri vuoden maakunnassa käy myös paljon turisteja. Matkailu on Lapissa suurta ollen samalla myös kasvava vientiala. Vuonna 2017 Lapin matkailun kokonaiskysyntä oli miljardi euroa ja vuotta aiemmin rekisteröityneitä yöpymisiä oli 2,66 miljoonaa. Lapin matkailu on myös merkittävä työllistäjä, sillä vuosina 2013–2014 matkailutyöllisyys

oli 4 400 henkilöä. (Lapland Above Ordinary 2017.) Matkailu siis antaisi hyvän perustan ylämaankarjan lihan myynnille.

Suoramyyntikanavia Suomessa ovat muun muassa REKO-rinki, liikkuva liha-auto, netti ja suoraan tilalta ostaminen. Lapin REKO-ringit toimivat Enontekiöllä, Ranualla, Rovaniemellä ja Meri-Lapissa, mutta on kehitteillä myös Kittilään. REKO-lähiruokarengas toimii vapaaehtoisvoimin ja käsittää ryhmän kuluttajia ja lähiruokatuottajia, jotka käyvät keskenään kauppa Rejäl consumption -mallin mukaan eli toteuttavat reilua kuluttamista. Kuluttajat tilaavat ruokaa suoraan lähiruokatuottajilta Facebookin suljettujen ryhmien kautta, joissa tilaukset ja toimitukset sovitaan. (Ruokasektorin koordinaatiohanke s.a.) Lapissa on myös aloitettu ylämaankarjan lihan markkinointi tavaramerkillä Revontulinauta® (Arctic meat s.a.).

2.3 Porotaloudesta mallia ylämaankarjan markkinointiin Lapissa

Porotaloudessa on 2000-luvun alkupuolella tehty useampia hankkeita poronliha-alan kehittämiseksi. Hankkeissa selvitettiin muun muassa ravintoloiden kiinnostusta poronlihaan eli kysyttiin mitä poronlihatuotteita he ostaisivat ja missä määrin. Hankkeisiin sisältyi esimerkiksi poronomistajien kouluttamista lihanleikkuuseen ja muuhun jalostukseen, tuotekehittelyyn ja laatutietoisuuden parantamiseen. Lihan laadulla on suuri merkitys ja mitä tarkemmin toimijat tarkkailevat lihan laatua myynnissä, sitä parempaa tulosta saadaan ja luotettavuutta kuluttajia kohtaan. Porotaloudessa pyritään tuottamaan paikallisesti parasta lihaa, jolloin kuluttajat maistavat ettei tuotteita ole prosessoitu liikaa, ja lihan maukkuus ja puhtaus säilyvät. (Särkelä 2018-10-31.)

Porotalouden tulevaisuus näyttää valoisalta, sillä monimuotoiselle erikoiselintarvikkeelle on kysyntää. Porotaloudessa matkailua on pystytty hyödyntämään (kuva 4), ja 20 vuodessa poronlihan markkinointi on edistynyt huomasti. Vuosina 2000–2010 tehtiin paljon markkinointityötä hankkeiden kautta. Poronlihan menekinedistämishankkeissa laadittiin muun muassa kuluttajaesitteitä ja sähköisiä reseptejä keittiömestareiden avustuksella sekä pidettiin porokokkilpailuja ja huolehdittiin messunäkyvyydestä. Kymmenen vuoden markkinoinnin jälkeen porotaloudessa nautitaan nyt korotonta hyötyä, sillä poronlihan kysyntä on suurempi kuin tarjonta. Markkinointiin ei tarvitse juuri nyt panostaa samalla tavalla, ja poronlihan hinta nousee kysynnän kasvaessa edelleen. Lapin Poron lihalle, Lapin Poron kuivalihalle ja Lapin Poron kylmäsavulihalle on myönnetty EU:n nimisuoja, joka tuo perinteisille tuotteille lisäarvoa ja ehkäisee nimen väärinkäyttöä. (Särkelä 2018-10-31.)



KUVA 4. Poro on osa Lapin imagoa ja tärkeä nähtävyys turisteille (Katzenberger 2017-10-21).

Puolet poronlihasta jalostetaan ulkopuolisten tahojen omistamissa isoissa firmoissa ja toinen puoli menee markkinoille poromiesten omien käsien kautta. Myös poronomistajien omistamien hyväksytyjen pienjalostuslaitosten kautta poronlihaa pystytään myymään mihin tahansa EU-maahan, mutta pääasiassa se kulutetaan kotimaan markkinoilla. Poronlihaa tuotetaan kaksi miljoonaa kiloa vuodessa eli noin 400 grammaa per Suomen asukas, joten sen saaminen markkinoille ei ole yhtä haastavaa kuin naudanlihan. Naudanlihaa tuotetaan ympäri maailmaa ja sitä myydään jokaisessa elintarvikekaupassa. Ylämaankarjan markkinoinnissa tulisi erityisesti korostaa sen erilaisuutta, jotta sen myyntiä saataisiin kasvatettua. Erikoislihalle löytyy paremmat markkinat ja hinnan pystyy asettamaan enemmän itse. (Särkelä 2018-10-31.)

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Kyseessä on tutkimustyö, jossa tehdään Webropol-kysely Lapin kuluttajille sekä haastattelu Arctic Meat -yritykselle. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälainen kysyntä ylämaankarjan lihalla ja jalosteilla lähiruokana on Lapissa. Tulosten pohjalta voitaisiin kehittää ylämaankarjan kasvatuksen kannattavuutta Lapissa muuttamalla tarjontaa kysynnän mukaiseksi.

Kyselyssä kartoitetaan muun muassa sitä, minkälaisina tuotteina kuluttajat haluaisivat ylämaankarjan lihaa ostaa ja mistä he sitä olisivat valmiita ostamaan. Lisäksi tehdään haastattelu Arctic Meat Oy:n toimitusjohtajalle. Yrityksen toiminta perustuu Revontulinaudan® eli Lapissa kasvatetun ylämaankarjan lihan jalostamiseen ja myyntiin. Kyselyn tarkoituksena on ylämaankarjan lihan kysynnän tunnistaminen ja konkretisoiminen, jonka avulla autetaan yrittäjiä vastaamaan kysyntään.

3.1 Tutkimusongelma

Tutkimuksessa selvitetään, millaiset mahdollisuudet ylämaankarjan kasvattamisella on Lapissa: ovatko kuluttajat valmiita ostamaan ylämaankarjan raakalihaa tai jalosteita? Tarkoituksena on kartoittaa mahdollinen ylämaankarjan lihan menekki, jotta sen markkinointia voidaan ryhtyä kehittämään. Koko tuotantoketjun toimivuus on otettava huomioon ja tarkasteltava, löytyykö ketjusta pulonkaloja. On selvitettävä, millaiset tuotteet menevät parhaiten kaupaksi ja missä. Millainen lähiruoan merkitys on Lapissa? Tutkitaan vaikuttaako tuloksiin asuinpaikkakunta, ikä tai sukupuoli ja onko aiemmillä ostokokemuksilla tai maaseututaustalla vaikutusta kiinnostukseen. Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet aiemman ostokokemuksen puutteeseen?

Tutkimustyö jakautuu Webropol-kyselyyn ja haastattelun toteuttamiseen. Kyselylomake tehdään kuluttajille ja sen linkkiä jaetaan sähköisesti sosiaalisessa mediassa. Arctic Meat -yrityksen toimitusjohtajaa haastatellaan ja selvitetään yrityksen toimintaa ja sitä, miten asiakkaat ja tuottajat ovat ottaneet yrityksen vastaan.

3.2 Kyselytutkimus

Ennen tiedonkeruulomakkeen laatimista tehtiin tutkimussuunnitelma, jossa pohdittiin ja käytiin läpi tutkimuksen tavoitteita, tutkimustehtäviä ja -menetelmiä, luotettavuutta ja eettisyyttä, tutkimuksen aikataulua ja kustannuksia. Suunnitelman teon yhteydessä mietittiin lomakekyselyyn tulevia kysymyksiä ja tehtiin kyselypohja valmiiksi. Kyselytutkimuksen kysymykset pyrittiin asettelemaan niin, että jokainen vastaaja pystyisi vastaamaan niihin totuudenmukaisesti ilman väärinkäsityksiä. Kyselyn tekeminen vaati aikaa ja sitä hiottiin monta kertaa paremmaksi, kunnes kyselyn koettiin olevan selkeä ja toimiva.

Webropol-kyselyssä käytetään kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kyseisellä menetelmällä selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä (Heikkilä 2014, 15). Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, minkälainen kysyntä ylämaankarjan lihatuotteille ja jalosteille olisi

lähiruokana Lapissa. Kyselyn avulla saadaan kartoitettua lappilaisten aiempia ostokokemuksia ylämaankarjan lihasta ja heidän kiinnostustaan tuotteita kohtaan.

Aineistonkeruumenetelmänä käytetään tiedonkeruulomaketta, jonka tutkimustyyppinä on standardoitu survey-tutkimus. Survey-tutkimuksella tarkoitetaan suunnitelmallista kyselytutkimusta, joka perustuu tutkimusaineiston keräämiseen valmiiksi jäsennellyllä lomakkeella (Holopainen ja Pulkkinen 2014, 21). Standardoitu tarkoittaa, että kyselyn kysymykset ovat kaikille vastaajille samat (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 188). Lähes kaikissa lomakkeen kysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot, mutta myös muutama avoin kysymys.

Tutkimusaineisto on jaettu tausta- ja tutkimusmuuttujiin. Taustamuuttujina ovat ikä, sukupuoli, asumispaikkakunta, aiemmat ostokokemukset ja mahdollinen maataloustausta. Aineistoa analysoitaessa tarkastellaan, onko taustamuuttujilla merkitystä tutkimusmuuttujiin, kuten ostopaikan mieluisuuteen. Tarkoituksena on selvittää, onko asumispaikkakunnalla ja -alueella sekä mahdollisella maataloustaustalla merkitystä aiempaan ostokokemukseen ja ostopaikkaan sekä siihen, ovatko kuluttajat edes tietoisia siitä, mistä ylämaankarjan lihaa voi ostaa. Vastaajilta kysytään myös heille mieluisinta ostopaikkaa.

Kyselytutkimuksen analysoinnissa on tärkeää verrata ylämaankarjasta kiinnostuneiden ihmisten määrää niihin, jotka eivät ole tuotteiden ostamisesta innostuneet. Jo itse vastausten saaminen on erityisen tärkeää, mutta myös vastausten jakaumaa tulee tarkastella. Saaduilla tuloksilla on tärkeä rooli siinä, onko ylämaankarjan kasvatuksella valoisaa tulevaisuutta Lapissa ja kannattaako sitä lähteä tavoittelemaan.

3.2.1 Tutkimuksen aineiston kerääminen

Tutkimusaineisto kerättiin Webropol-ohjelmalla tehdyllä kyselylomakkeella (liite 2), jota jaettiin pääasiassa sosiaalisen median kautta kuluttajille. Kohderyhmänä olivat kaikki Lapin asukkaat. Tarkoituksena oli saada kysely jaettua mahdollisimman laajalle alueelle, jotta kaikista Lapin kunnista saataisiin vastauksia. Kyselytutkimus oli auki 15.1.–4.2.2019.

Kyselylomakkeen linkkiä jaettiin lähinnä Facebookin eri ryhmissä, kuten kuntien puskaradioissa. Tällaisia Facebook-puskaradioita olivat Puskaradio Kittilä, Puskaradio Pello, Puskaradio Meri-Lappi, Sallan puskaradio, Puskaradio – Ylitornio, Puskaradio Kolari + lähikunnat, PUSKARADIO KEMIJÄRVI, Puskaradio – Rovaniemi ja Puskaradio Kemi-Tornio-Ylitornio-Pello. Lisäksi linkkiä jaettiin Facebookin Rauhalan kylä- sekä Maajussit-ryhmässä. Arktinen biotalous, ProAgria Lappi, Konijängän kotieläinpiha sekä Arctic Meat jakoivat kyselyä myös omilla Facebook-sivuillaan. Muutamat yksityishenkilöt jakoivat näiden ryhmien kautta julkaisua myös omilla sivuillaan. Lisäksi linkki laitettiin opinnäytetyön tekijän omalle Instagram-sivulle jakoon ja omille kontakteille. Kyselyn ollessa avoinna tavoitteena oli etsiä jatkuvasti uusia foorumeita, missä kyselyä voisi jakaa. Jokaiseen kuntaan ei saatu kontaktia, sillä kaikkiin Facebookin puskaradio-ryhmiin ei liitetty kuin vasta kyselyn ollessa jo suljettu.

3.2.2 Tutkimuksen kysymykset

Saatekirjeen rakenne ja sisältö mietittiin tarkasti niin, että se olisi mahdollisimman houkutteleva ja vetoaisi ihmisten tunteisiin. Saatekirjeellä on suuri vaikutus vastaajamääriin eli mitä paremmin saatekirjeessä pystytään vakuuttamaan lukijat vastaamisen tärkeydestä, sitä enemmän vastauksia saadaan tutkimukseen. Ylimmäisenä ja isoimmalla fontilla lukee kyselyn otsikko, jotta kyselyn aihe saavuttaisi lukijan katseen ensimmäisenä. Sen jälkeen puhutellaan lukijaa ja aletaan vedota hänen tunteisiinsa samalla antaen lisää infoa aiheesta. Lukijalta siis kysytään, onko hän tietoinen ylämaankarjan olemassaolosta ja onko hän halukas tukemaan lappilaista erikoislihantuotantoa. Myös lapsiin ja heidän ruokavalioonsa vedotaan, minkä lisäksi ehdotetaan poronlihalle uutta luonnonmukaisesti tuotettua lihavaihtoehtoa. Tarkoituksena oli saada lukijat miettimään aihetta käytännönläheisestä näkökulmasta, jotta kiinnostus vastaamiseen kasvaisi.

Lisäksi kerrottiin, ettei kyselyn tuloksia jätetä huomioimatta, vaan että niiden avulla päästäisiin kehittämään ylämaankarjan lähiruokatuotantoa ja lihan saatavuutta Lapissa. Tämän lisäksi voitaisiin aloittaa tarvittava kehitystyö ja vastata kysyntään halutulla tavalla. Lukijoille haluttiin siis antaa tunne vaikutusmahdollisuudesta ja vakuuttaa heidät vastaamisen tärkeydestä. Kyselyn kerrottiin olevan osa opinnäytetyötä ja toimeksiantajana toimivan ProAgria Lappi. Saatekirjeeseen lopuksi mainittiin viimeinen vastaamispäivämäärä ja kiitokset sekä yhteystiedot. Saatekirjeeseen lisättiin myös ylämaankarjan kuva tuomaan visuaalisuutta ja mielenkiintoa. Visuaalisuus auttaa houkuttelemaan vastaajia.

Kyselylomakkeen alkuun laitettiin kuva ylämaankarjasta laiduntamassa (kuva 5), mutta ei vain visuaalisuuden takia. Kuvatekstin avulla oli helppo antaa vastaajille lyhyt tietoisuus rodun tärkeimmistä piirteistä. Kuvan yhteydessä vastaajille kerrottiin ylämaankarjan olevan alun perin skotlantilainen nautarotu, mutta soveltuvan hyvin Lappiin ominaisuuksiensa ansiosta. Oletettiin, että kaikki vastaajat eivät ole välttämättä ikinä edes kuulleet rodusta, joten oli tärkeää pohjustaa kyselyn aihetta hie-man ja sitoa se kohdealueeseen Lappiin.



Ylämaankarja eli Highland Cattle on vanha skotlantilainen nautarotu, joka soveltuu sekä lihan tuotantoon että maisemanhoitoon. Rodulla on kaksi kertaa paksumpi nahka ja karvapeite, minkä vuoksi se soveltuu hyvin Lapin epäsuotuisiin sääoloihin ja ympäri vuotiseen ulkokasvatukseen. Ylämaankarjasta saadaan hyvin luonnonmukaista ja laadukasta lihaa. (Kuva: Outi Virtanen 2015-9-24.)

KUVA 5. Kuva ja kuvateksti kyselylomakkeen alussa (Leinonen 2019-01-20).

Tiedonkeruulomake koostui 16 eri kysymyksestä, joista suurin osa oli valintakysymyksiä. Kahdessa monivalintakysymyksessä oli lopussa vaihtoehto ”Joku muu, mikä”, jotta vastaajat voisivat kertoa myös niistä tekijöistä, joita ei ollut valmiiksi listattu. Yhdessä kysymyksessä omaa vastausvaihtoehtoa sai tarkentaa myös sanoin. Näiden lisäksi oli myös kolme avointa kysymystä. Yksi monivalintakysymys laitettiin lomakkeeseen, mutta niitä pyrittiin välttämään, jotta tuloksia voitaisiin analysoida tehokkaasti ja vertailu tausta- ja tutkimusmuuttujien välillä olisi mahdollisimman mutkaton.

Kysymykset eivät olleet samat kaikille vastaajille, sillä muutamia kysymyksiä kohdennettiin vastaajille heidän vastaustensa perusteella. Heti ensimmäisessä kysymyksessä ”Oletko aiemmin ostanut ylämaankarjan lihaa?” kartoitettiin, keillä vastaajista jo on aiempia ostokokemuksia kyseisen rodun lihasta. Jos kysymykseen vastasi kyllä, tuli seuraaviksi kysymyksiksi ”Mistä olet ostanut ylämaankarjan lihaa?” ja ”Millainen ostokokemuksesi ja ostamasi tuote oli?”. Jos ensimmäiseen kysymykseen vastasi kieltävästi, siirtyi kysely automaattisesti toisen ja kolmannen kysymyksen yli kysymykseen neljä, joka oli ”Tiedätkö mistä ylämaankarjan lihaa voi ostaa”. Ne jotka vastasivat tähän kysymykseen myöntävästi, tuli esiin vielä yksi kysymys: ”Miksi et ole ostanut ylämaankarjan lihaa”.

Alkukartoituksen jälkeen selvitettiin, millaisia ylämaankarjan lihatuotteita vastaajat olisivat kiinnostuneet ostamaan. Kysymykseen oli eritelty kymmenen eri tuotetta: jauheliha, säilyke, makkara, kylkiribs, paisti, filee, kieli, sisäelimet, liemiluut sekä verimakkara. Lisäksi oli vaihtoehto ”Jokin muu, mikä”, johon vastaajat saivat täydentää haluamiansa tuotteita. Jokaisen vaihtoehdon kohdalla oma kiinnostus voitiin määritellä asteikolla 1–5 (1 = en ole kiinnostunut ja 5 = olen todella kiinnostunut). Tätä valintaa ei saanut ”Jokin muu, mikä” -kohdasta pois, mutta analysoinnissa sitä ei ole otettu ollenkaan huomioon olettaen, että kaikki siihen vastanneet ovat kiinnostuneet listaamista tuotteista. Seitsemännessä kysymyksessä kysyttiin vielä, haluaisivatko vastaajat ostaa ylämaankarjan lihan ja losteet gluteenittomina vai eivät. Kysymys esitettiin yksinkertaisella kyllä-ei-vastausvaihtoehdolla.

”Miten/mistä ostaisit tuotteita mieluummin” oli tiedonkeruulomakkeen kahdeksas kysymys. Siinä vastaajat saivat järjestää vastausvaihtoehdot haluamaansa paremmuusjärjestykseen. Vaihtoehtoja oli yhteensä kuusi: REKO, verkkokauppa, suoraan tilalta, kauppa, liikkuva liha-auto ja kotiintoimitus. Yhdeksännessä kysymyksessä kartoitettiin vastaajien kiinnostusta ylämaankarjan kokonaisen ruhon ja nautaboxin ostamiseen, muiden lähellä tuotettujen lihakarjarotujen tuotteiden ostamiseen ja olisivatko he valmiita maksamaan enemmän kotimaisesta lähiruoasta. Kysymyksen vastausvaihtoehdot olivat ”Kyllä” tai ”Ei”, mutta omaa vastausta oli mahdollista tarkentaa osion alla olevaan avoimen vastauksen laatikkoon.

Kymmenennessä kysymyksessä kysyttiin, ostaisivatko vastaajat mieluiten luomua vai tavanomaista lihaa, vai onko vaihtoehtoilta väliä. Seuraavassa kysymyksessä kartoitettiin, minkä kokoisissa pakkauksissa ja millä volyymilla vastaajat haluaisivat tuotteita ostaa. Kysymys oli avoin, joten vastaajat saivat kertoa vastauksensa haluamallaan tarkkuudella.

Kyselyn loppuun sijoitettiin henkilökohtaiset kysymykset eli kysyttiin maataloustaustaa, asumispaikkakuntaa, asumisaluetta, ikää ja sukupuolta. Maataloustausta-kysymyksessä oli neljä vastausvaihtoehtoa; ”minulla on maatila”, ”työskentelen maatalouden parissa” / ”työskentelen maatalousalalla”, ”opiskelen maataloutta” sekä ”minulla ei ole yhteyttä maatalouteen”. Asumispaikkakuntiin listattiin kaikki Lapin kunnat ja loppuun vaihtoehto ”joku muu”, jotta voitaisiin erotella Lapissa asumattomien vastaukset pois analysoinnista. Lisäksi kysymys pistettiin pakolliseksi, jotta tämä erottelu voitaisiin luotettavasti tehdä. Neljännessätoista kysymyksessä kartoitettiin, asuvatko vastaajat kaupungissa, taajamassa, kylässä vai syrjäseudulla. Vastausten avulla voidaan analysoida se, vaikuttavatko asuinalue ja paikkakunta ylämaankarjan ostokokemuksien puutteeseen.

Toiseksi viimeisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien ikää. Kysymys rakennettiin valintakysymykseksi, jossa vastausvaihtoehdot olivat alle 20 vuotta, 21–30, 31–40, 41–50, 51–60, 61–70 ja yli 70-vuotiaat. Ikää kysymällä haluttiin tietää, minkä ikäisiä ihmisiä kysely tavoitti ja onko iällä merkitystä ylämaankarjan lihan kiinnostukseen. Vastaajien sukupuolta kysyttiin kyselyn viimeisessä kysymyksessä. Vastausvaihtoehtoina olivat mies, nainen ja en halua kertoa. Viimeinen vaihtoehto on aina hyvä lisätä tällaiseen kysymykseen sukupuolivähemmistöjen huomioon ottamiseksi.



Tuhannet kiitokset vastauksestanne!
- Annika & Aslakki -

Edellinen

Lähetä

KUVA 6. Kyselylomakkeen loppuksi ilmaistiin kiitokset aiheeseen liittyvällä kuvalla ja tekstillä (Leinonen 2019-01-22).

Tiedonkeruulomakkeen loppuksi laitettiin vielä kuva tekijästä ja ylämaankarjasonni Aslakista (kuva 6), jotta vastaajat saivat vielä hyvän mielen vastaamisestaan ja näkisivät konkreettisesti sen, kuka kyselyn on tehnyt. Visuaalisuuteen haluttiin panostaa niin saatekirjeessä kuin kyselyn alussa ja lopussa. Kuvien avulla kysely haluttiin tehdä helposti lähestyttäväksi ja mieleenpainuvaksi. Kaikki kuvat olivat hyvälaatuisia ja loivat aiheelle hyvät raamit.

3.3 Liha-alan yrityksen haastattelu

Arctic Meat on liha-alan yritys, joka perustettiin vuoden 2018 alussa Muurolaan Lappiin. Sen erikoina on Revontulinauta® eli revontulten alla kasvanut lappilainen ylämaankarja. Yritys valittiin haastattelun kohteeksi, sillä se on ainoa ylämaankarjan lihan markkinointiin ja myyntiin keskittynyt yritys ja sen tavoitteet kohtaavat opinnäytetyön kanssa. Tavoitteena on niin eettisen ja puhtaan lappilaisen lihan saaminen yksityisille kuluttajille kuin myös vahvistaa lappilaisten tilallisten tuottavuutta ylämaankarjan kasvatuksessa. Yritys toimii tuottajien myyntiväylänä ja pyrkii siihen, että tuottajille voidaan maksaa heidän ansaitsemansa tuottajahinta arvokkaasta kasvatustyöstä. (Arctic Meat 2018.)

Arctic Meat oli sopiva yritys haastatteluun, sillä se tekee arvokasta työtä lappilaisen ylämaankarjan puolesta ja opinnäytetyön kautta yritystä voidaan tuoda enemmän esille. Opinnäytetyö on omalta osaltaan ylämaankarjan markkinointia ja siitä voi olla hyötyä myös Arctic Meat Oy:lle. Lisäksi yhteydenpito kyseisen yrityksen kautta auttaa opinnäytetyön tekijää verkostoitumaan alan ammattilaisten kanssa.

Haastattelussa käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Aineisto kerättiin haastattelulla, joka tehtiin sähköpostitse valmiin kyselyrunгон avulla. Alun perin oltiin yhteydessä Arctic Meat -yritykseen kyselyn jakamiseen liittyen. Kuitenkin sen jälkeen, kun yrittäjä ilmaisi innostuksensa aihetta kohtaan ja kertoi hieman enemmän yrityksestä, vaihdettiin haastattelun kohdetta kyseiseen yritykseen. Alkuperäisen suunnitelman mukaan oli tarkoitus haastatella eri ravintoloita Lapissa ja kysellä heidän kiinnostustaan ylämaankarjan lihaan, mutta keskustelusta Arctic Meat Oy:n toimitusjohtajan kanssa kävi ilmi, että heillä on jo ravintoloita asiakkainaan ja neuvottelut menossa myös suurempien ravintolaketjujen kanssa. Siksi päätettiin, että olisi järkevämpää tehdä haastattelu Arctic Meat -yrityksestä. Yrittäjän kanssa sovittiin, että haastattelu tehtäisiin sähköpostitse, sillä yrittäjä on erittäin kiireinen ja haluaisi omalla ajallaan rauhassa katsoa kysymykset läpi ja vastata niihin.

Haastattelun kysymykset listattiin neljän eri teeman alle (liite 3): yrityksen perustaminen, yrityksen toiminta, Revontulinaudan® tuottajat ja Arctic Meat -tuotteet. Yrityksen perustaminen -osiossa halutaan selvittää, mistä yrityksen perustaminen sai alkunsa, miten ideaa lähdettiin toteuttamaan sekä mitkä ovat yrityksen/yrittäjän tavoitteet ja miten ne aiotaan saavuttaa. Tarkoituksena on siis pohjustaa tulevia kysymyksiä kartoittamalla ensin yrityksen ideaa.

Seuraavassa teemassa eli yrityksen toiminnassa selvitetään ylämaankarjan reitti tuottajalta kuluttajalle, markkinoinnin ja myynnin toimenpiteet, yhteistyökumppanit ja asiakaskunta. Lisäksi kysytään tarkemmin ravintoloiden kiinnostuksesta tuotteisiin. Tarkoituksena on päästä kiinni yrityksen konkreettiseen toimintaan ja toimenpiteisiin tavoitteiden saavuttamiseksi. On tärkeää kartoittaa, voivatko esimerkiksi kuluttajat tai tuottajat vaikuttaa teoillaan Revontulinaudan® suosion kasvattamiseen.

Myös tuottajien näkökulma on huomioitu kysymällä tuottajahintaa, ja säästävätkö he rahaa myydessään teuraseläimet suoraan Arctic Meat -yritykselle, koska tuottajien ei itse tarvitse markkinoida

tuotteitaan. Tarkoituksena on siis selvittää, miten paljon rahallista hyötyä Arctic Meat -yrityksestä on itse tuottajille. Kysymyksien avulla kartoitetaan lisäksi tuottajien lukumäärää ja heidän suhtautumistaan yrityksen toimintaan sekä miten yritystä hyödyntävien tuottajien määrää aiotaan lisätä. Lopuksi yrittäjältä kysyttiin, miten asiakkaat ovat ottaneet Revontulinaudan® vastaan, millaista palautetta he ovat saaneet, millaisia tuotteita myydään ja minkä hintaisia ne ovat sekä mitkä ovat osoittautuneet suosituimmiksi tuotteiksi. Saatujen vastauksien perusteella voidaan sitten vertailla tuotteiden suosiota kyselystä saatuihin vastauksiin.

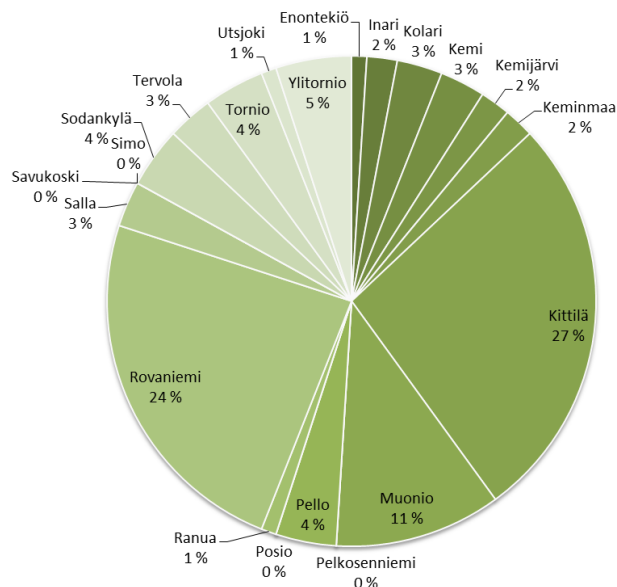
4 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkimuksen tuloksia tarkastellaan laajasta kokonaisuudesta pienempiin kokonaisuuksiin. Ensimmäisenä kyselyn tuloksia tarkastellaan yleisellä tasolla - kuinka monta ihmistä kyselyyn on vastannut ja mitkä heidän taustansa ovat. Sitten katsotaan, miten vastaajat ovat vastanneet kysymyksiin, kuten millaisia ylämaankarjan lihan tuotteita he haluaisivat ostaa ja onko lihan luomutaustalla merkitystä.

Yleisen tarkastelun jälkeen vertaillaan taustamuuttujia tutkimusmuuttujiin: maataloustaustan, asuinpaikkakunnan ja asumisalueen vaikutusta tarkastellaan siihen, ovatko vastaajat aiemmin ostaneet ylämaankarjan lihaa ja mistä he ovat sitä ostaneet. Vastaajista ne, joilla ei ollut ostokokemusta ollenkaan, vertaillaan tietoa ostopaikoista kyseisiin taustamuuttujiin. Lisäksi analysoidaan asumisalueen vaikutusta ostopaikkojen mieluisuuteen.

4.1 Kyselytutkimuksen tulosten analysointi

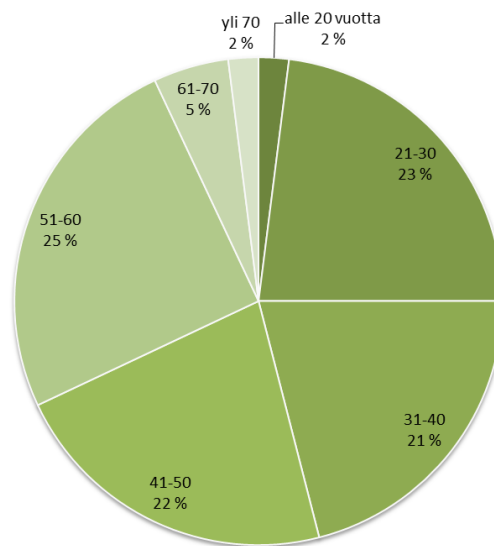
Kyselyyn vastasi 333 henkilöä. Kyselyn alueeksi rajattiin kuitenkin pelkkä Lapin alue, joten tälle alueelle kuulumattomat vastaukset jouduttiin jättämään pois analysoinnista. Analysoinnissa katsottavien vastausten määrä on siis viime kädessä 326 kappaletta.



KUVIO 1. Kyselyyn vastanneiden paikkakuntajakauma ($n = 326$).

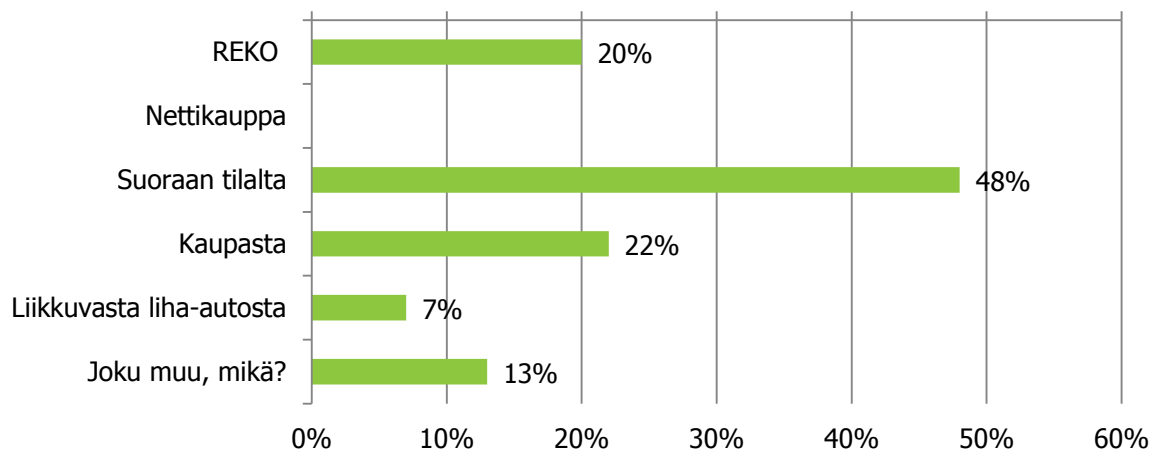
Eniten vastauksia saatiin Kittilästä, Rovaniemeltä ja Muoniosta, joiden alueella kyselyä myös aktiivimmin jaettiin. Posiolta, Pelkosenniemeltä ja Simosta ei saatu yhtään vastausta, koska näille paikkakunnille kyselyä ei saatu jaettua suoraan. Savukoskelta saatiin yksi vastaus, mutta pienen prosenttiosuuden vuoksi kuvio 1 näyttää prosenttiosuudeksi nollan. Muiden kuntien vastausprosentti vaihtelee 1–5 prosentin välillä. Sukupuolijakauma oli hyvin naispainotteinen (70 %), mutta koska naisten ja miesten vastaukset olivat hyvin samanlaisia jakaumaltaan, tuloksia voidaan pitää luotettavina. Suurimmalla osalla (84 %) vastaajista ei ole yhteyttä maatalouteen, joten kysely on aidosti tavoittanut kuluttajia. Asumisalueen jakauma oli hyvin tasainen, sillä vaihteluväli oli vain 17 prosentis-

ta 33 prosenttiin. Eniten vastauksia saatiin kylissä asuvilta ja vähiten syrjäseudun asukkailta. Ikäkauman otos oli myös onnistunut (kuvio 2): 21–60 vuotiailta saatiin tasaisesti vastauksia. Ainoastaan alle 20-vuotiaita ja yli 70-vuotiaita oli kaksi prosenttia sekä 61–70-vuotiaita viisi prosenttia.



KUVIO 2. Vastaajien ikäjakauma ($n = 325$).

Suurimmalla osalla vastaajista eli noin 75 prosentilla ei ollut aiempia ostokokemuksia ylämaankarjan lihan ostamisesta. Niiltä, joilla oli aiempia ostokokemuksia (25 %), kysyttiin lisäksi, mistä he lihaa olivat ostaneet (kuvio 3) ja millaiset heidän ostokokemuksensa olivat olleet (liite 5). Suosituimmat ostopaikat olivat suoraan tilalta (48 %), kaupasta (22 %) ja REKOsta (20 %). Seitsemällä prosentilla vastaajista oli kokemusta myös liha-autossa asioimisesta ostettaessa ylämaankarjan lihaa. Vastaajilla ei löytynyt ollenkaan kokemusta ylämaankarjan lihan ostamisesta nettikaupasta. Vastausvaihtoehdoissa oli myös avoin vaihtoehto ”Joku muu, mikä”, johon 13 prosenttia vastaajista kertoi ostaneensa lihaa esimerkiksi messuilta, ravintolasta ja Arctic Meat Oy:ltä (liite 4).



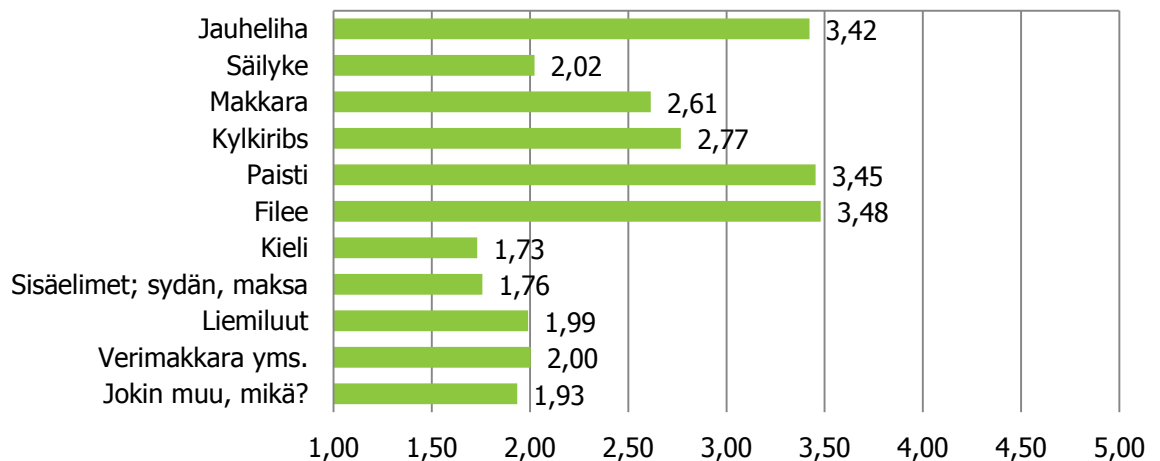
KUVIO 3. Mistä vastaajat ovat ostaneet aiemmin ylämaankarjan lihaa ($n = 82$).

Suurimmalla osalla aikaisemmin ylämaankarjan lihaa ostaneista oli todella myönteisiä kokemuksia sekä ostokokemuksesta että tuotteesta (liite 5). Ylämaankarjan lihaa kuvailtiin muun muassa laa-

dukkaksi, maukkaaksi ja jopa paremmaksi kuin poronliha. Ostokokemuksia kuvailtiin pääasiassa helpoiksi ja mukaviksi. Vajaalla 13 prosentilla oli kuitenkin myös negatiivista palautetta. Kahdella vastaajista ei ollut kuin huonoa sanottavaa – toisella vakuumpakkaus oli jo valmiiksi auennut ja liha ei ollut hyvännäköistä, ja toinen ei pitänyt lihan rasvaisuudesta. Muilla vastaajilla ei ollut lihasta mitään negatiivista sanottavaa, mutta sen saatavuudesta kylläkin. REKO-jakelua pidettiin turhan hankalana, koska jakelupaikkoja on vain tietyillä paikkakunnilla ja tuotteiden varaaminen Facebookissa ja niiden hakeminen tietyistä paikasta tietynä ajankohtana vaatii ostajalta panostusta.

Niistä vastaajista, joilla ei ollut aiempaa ostokokemusta, 81 prosenttia ei tiennyt, missä ylämaankarjan lihaa on tarjolla ostettavaksi. Kyseisestä määrästä 19 prosenttia ei ollut ikinä ostanut kyseistä lihaa, vaikka he tiesivät, mistä ylämaankarjan lihaa pystyy ostamaan. Heistä reilu 93 prosenttia vastasi, miksi he eivät olleet ostaneet kyseistä lihaa aiemmin. Suurimmiksi syiksi osoittautuivat lihan hinta ja saatavuus (liite 6). Hinta on monelle liian korkea, jolloin voi pakostakin joutua ostamaan marketeista halvempia tuotteita. Toisekseen ylämaankarjan lihan saatavuus on Lapissa hankalaa ja välimatkat suuria, jolloin myyntipaikoista kauempana asuvat ihmiset joutuvat näkemään erityistä vaivaa ylämaankarjan lihaa saadakseen. Lisäksi moni lappilainen harrastaa metsästystä ja saa näin metsästä tarvittavat lihat, jolloin tarve ylämaankarjan lihalle on pienempi. Yksi vastaajista oli jopa sitä mieltä, että aatteellisista syistä ei kannata suosia ylämaankarjaa, sillä se on tuontirotu ja sen sijaan olisi parempi tukea kotimaisia alkuperäisrotuja. Noin yhdeksällä prosentilla kysymykseen vastanneista oli myös omaa tai lähipiirin naudanlihaa saatavilla.

Yksi kyselyn tärkeimmistä tehtävistä oli kartoittaa, millaisia lihatuotteita lappilaiset olisivat kiinnostuneita ostamaan (kuvio 4). Kysymys osoittautui myös vastaajille tärkeäksi, sillä jokainen vastaaja oli vastannut kyseiseen kysymykseen. Kaikki vastanneet eivät kertoneet jokaiseen tuotteeseen mielipidettään, mutta tuloksista saadaan kuitenkin selkeä käsitys tuotteiden tarpeellisuudesta. Kolmeksi selkeästi suosituimmaksi tuotteeksi osoittautuivat jauheliha, paisti ja filee (1 = en ole kiinnostunut ja 5 = olen todella kiinnostunut). Neljänneksi ja viidenneksi halutuimmat tuotteet olivat makkara ja kylkiribs. Säilyke, liemiluut ja verimakkara -tuotteiden kiinnostus oli alhaisempaa ja vähiten vastaajat innostuivat sisäelimestä ja kielestä. Jopa 33 prosenttia vastaajista haluaisi jalosteet gluteenittomina.



KUVIO 4. Vastaajien kiinnostus ylämaankarjan lihatuotteisiin ($n = 326$).

Monet vastaajista olivat kiinnostuneita ostamaan erilaisia jalosteita (liite 7), mitä ei kysymyksen lisäyksessä ollut eritelty. Esimerkkeinä mainittiin lihapullat, savustetuotteet, kebab ja syltty. Myös suikalelihaa, entrecotea, briskettiä ja pitkän kypsytyn lihoja, kuten osso bucco, toivottiin. Vastauksen perusteella myös ylämaankarjan lihan sivutuotteille löytyisi käyttöä, esimerkiksi sorkille, kallolle, vuodalle ja taljalle. Lisäksi kaivattiin tähdepaloja koirien ruoaksi. Lihan eri osien sekoitus ja koko ruho oli mainittu, mutta niistä olikin kyselyssä erillinen kysymys, joten niitä käydään vielä tarkemmin läpi jäljempänä.

Oli tärkeää kartoittaa kyselyyn vastanneilta, mistä ja miten he haluaisivat ostaa ylämaankarjan tuotteita. Eniten kuluttajat toivoisivat saavansa ylämaankarjan lihaa muun kauppareissun yhteydessä marketeista. Jo aiempien vastauksien perusteella monilla kuluttajilla on vaikeus edes saada ylämaankarjan lihaa sen vähäisyyden ja välimatkojen takia. Toiseksi suosituin vaihtoehto olisi liikkuva liha-auto, mikä helpottaisi välimatkojen haastetta. Suoraan tilalta ostaminen oli keskiarvon mukaan kolmanneksi suosituin vaihtoehto, vaikka suurempi määrä vastaajista olikin valinnut sen ykkösvaihtoehtoksi liikkuvan liha-auton sijaan. Moni vastaajista varmaan haluaa nähdä suoraan, mistä heidän ostamansa liha on peräisin ja miten se on kasvatettu. Lisäksi suoraan tilalta ostamisesta hyötyy suuresti itse tilallinen, sillä silloin hän saa lihasta täyden hinnan ilman välikäsiä. REKOlle löytyy kannattajansa, mutta moni kokee ostamiselle myös parempia ja helpompia vaihtoehtoja. REKOa ei siis suuremmissa määrin valittu parhaimmaksi tai huonoimmaksi vaihtoehtoksi vaan sen suosio oli hyvin tasainen. Heikoimmat kannatukset saivat verkkokauppa ja kotiin toimitus. Verkkokauppa herätti vähiten kiinnostusta, ja syynä tähän voisi olla se, että ostajat haluavat käytännönläheisen ostokokemuksen ja varmistua jo ostotilanteessa lihan laadusta.

Suurin osa vastaajista (72 %) ei olisi kiinnostunut ostamaan kokonaista ylämaankarjaruhoa yksin tai yhdessä porukalla esimerkiksi kaksi kertaa vuodessa. Syitä ruhon ostamisen haluttomuuteen olivat muun muassa säilytystilan puute, liian pieni kotitalous ja ruhon paloitteluun tarvittavan tilan puute (liite 8). Kokonaisen ruhon ostaminen kaksi kertaa vuodessa oli monille vastaajille liikaa, mutta yhden tai puolikkaan ruhon ostaminen vuodessa tuntui todennäköisemmältä, kunhan hinta olisi sopiva. Kokonaisen ruhon ostaminen herätti siis myös kiinnostusta, joten sen myyntimahdollisuutta ei välttämättä kannata jättää kokonaan pois. Vastaajista 68 prosenttia olisi kiinnostunut ostamaan nautaboxin, mutta sisältötoiveista löytyi eroja. Jotkut toivoivat monipuolista sisältöä ja lihoja useamman viikon tarpeisiin, kun taas toiset halusivat vain muutamia itselleen mieluisia tuotteita eivätkä liian isoja paketteja (liite 8).

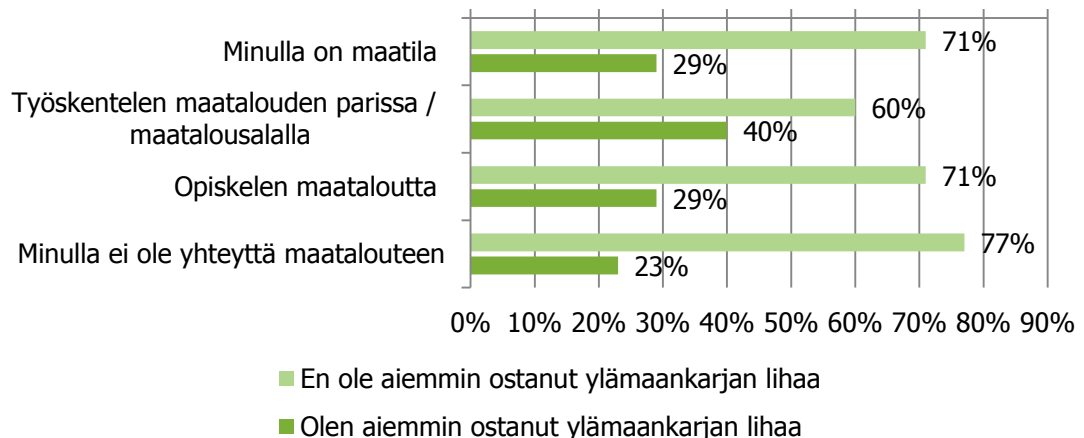
Kyselyyn vastanneista suurin osa olisi valmis ostamaan myös muiden lähellä tuotettujen lihakarjatuotteiden tuotteita (86 %) sekä maksamaan enemmän kotimaisesta lähiruoasta (88 %). Vaikka kuluttajat olisivat halukkaita maksamaan enemmän kotimaisesta lähiruoasta ja varsinkin paikallisista tuotteista, tulee osalla budjetti vastaan (liite 8). Monet kuitenkin ajattelevat, että nykypäivänä on tärkeää suosia kotimaista ruoantuotantoa ja tukea maataloutta. Yksi vastaajista mainitsi myös, että mieluiten hän maksaisi hinnan suoraan tuottajalle ilman turhia välikäsiä.

Kyselyyn vastaajilta kysyttiin, kumpaa lihaa he ostaisivat mieluummin – luomua, tavanomaista vai onko sillä mitään väliä. Puolet vastaajista haluaisi lihatuotteiden olevan luomua, kun taas tavanomaisen lihan puolelle kallistui vain 16 prosenttia vastaajista. Vastaajista 34 prosentille ei ollut väliä, ovatko tuotteet luomussa vai ei.

Vastaajista 80 prosenttia kertoi, minkä kokoisissa pakkauksissa ja millä volyyymilla he tuotteita haluaisivat ostaa. Mainituin pakkauskooko oli 400–500 grammaa, mutta vaihteluväli oli 100 grammasta useampiin kiloihin (liite 9). Ostosvolyymin vaihteluväli oli muutamasta kilosta useampiin kymmeneen kiloihin. Toivottuihin pakkauskoikiin ja ostovolyymeihin vaikuttavat suuresti halutut tuotteet ja ruokakunnan koko. Esimerkiksi jauhelihapakkauksissa toivottiin usein puolen kilon kokoa, kun taas esimerkiksi paistissa halutut koot olivat kilosta ylöspäin. Myös lihojen säilytyskapasiteetti rajoittaa paljon ostovolyyymia.

4.2 Kyselytutkimuksen tuloksien vertailua vastaajien maataloustaustan mukaan

Vastaajien taustoista riippumatta suurin osa ei ole ostanut ylämaankarjan lihaa (kuvio 5). Eniten lihaa olivat ostaneet maatalouden parissa työskentelevät ihmiset (40 %) ja vähiten ne, joilla ei ollut maataloustaustaa (23 %). Maatilallisista 71 prosenttia ei ole ostanut ikinä ylämaankarjan lihaa. Maataloutta opiskelevilla oli samat prosenttiluvut kuin maatilallisilla eli 71 prosentilla ei ollut ostokokemusta ylämaankarjan lihasta ja 29 prosenttia oli aiemmin ostanut kyseistä lihaa.

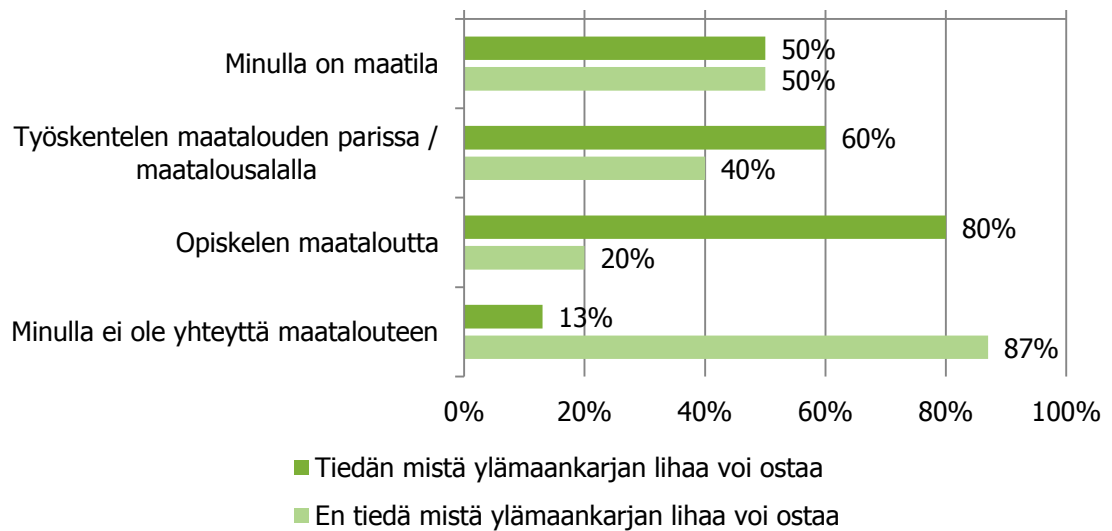


KUVIO 5. Mahdollisen maataloustaustan vaikutus aiempaan ostokokemukseen tai sen puutteeseen.

Maatilallisista 29 prosentilla oli aiempaa ostokokemusta ylämaankarjan lihasta ja heistä suurin osa (60 %) oli ostanut tuotteita suoraan tilalta. Muita ostopaikkoja olivat olleet kauppa (20 %) ja jokin muu (20 %). Maatalouden parissa työskentelevistä 40 prosenttia oli aiemmin ostanut kyseisen rodun lihaa ja heistä jopa 80 prosenttia oli asioinut suoraan tilan kanssa. REKOsta ostokokemusta oli 10 prosentilla ja listassa mainitsemattomista paikoista toisilla 10 prosentilla. Maataloutta opiskelevista 29 prosenttia oli aiemmin ostanut ylämaankarjan lihaa ja heillä ostopaikkojen jako meni puoliksi tilan ja joku muu -vaihtoehdon kanssa. Useimmista paikoista olivat ostaneet he, joilla ei ollut mitään yhteyttä maatalouteen. Heistä 23 prosenttia oli ostanut kyseisen rodun lihaa aiemmin ja ostopaikkoina

toimivat niin REKO (23 %), maatala (41 %), kauppa (28 %), liikkuva liha-auto (10 %) kuin jokin muukin (11 %). Nettikaupasta ostamisesta ei kellekään ollut kokemusta.

Maatilallisista 71 prosenttia ei ollut ikinä ostanut ylämaankarjan lihaa (kuvio 5) ja heistä puolet ei edes tiennyt, mistä kyseistä lihaa saa ostettua (kuvio 6). Vaikka maataloutta opiskelevilla oli sama prosenttiosuus (71 %) ostokokemuksen puutteessa kuin maatilallisilla, heistä vain 20 prosenttia ei ollut tietoinen mahdollisista ostopaikoista. Maatalouden parissa työskentelevistä 60 prosenttia ei ollut aiemmin ostanut kyseisen rodun lihaa ja heistä 40 prosenttia ei tiennyt, mistä ylämaankarjaa ylipäätään voisi ostaa. Aikaisempia ostokokemuksia ei ollut 77 prosentilla niistä kuluttajista, joilla ei ole maataloustaustaa. Heillä oli myös suurin prosenttimäärä (87 %) ostopaikkojen tietämättömydestä.



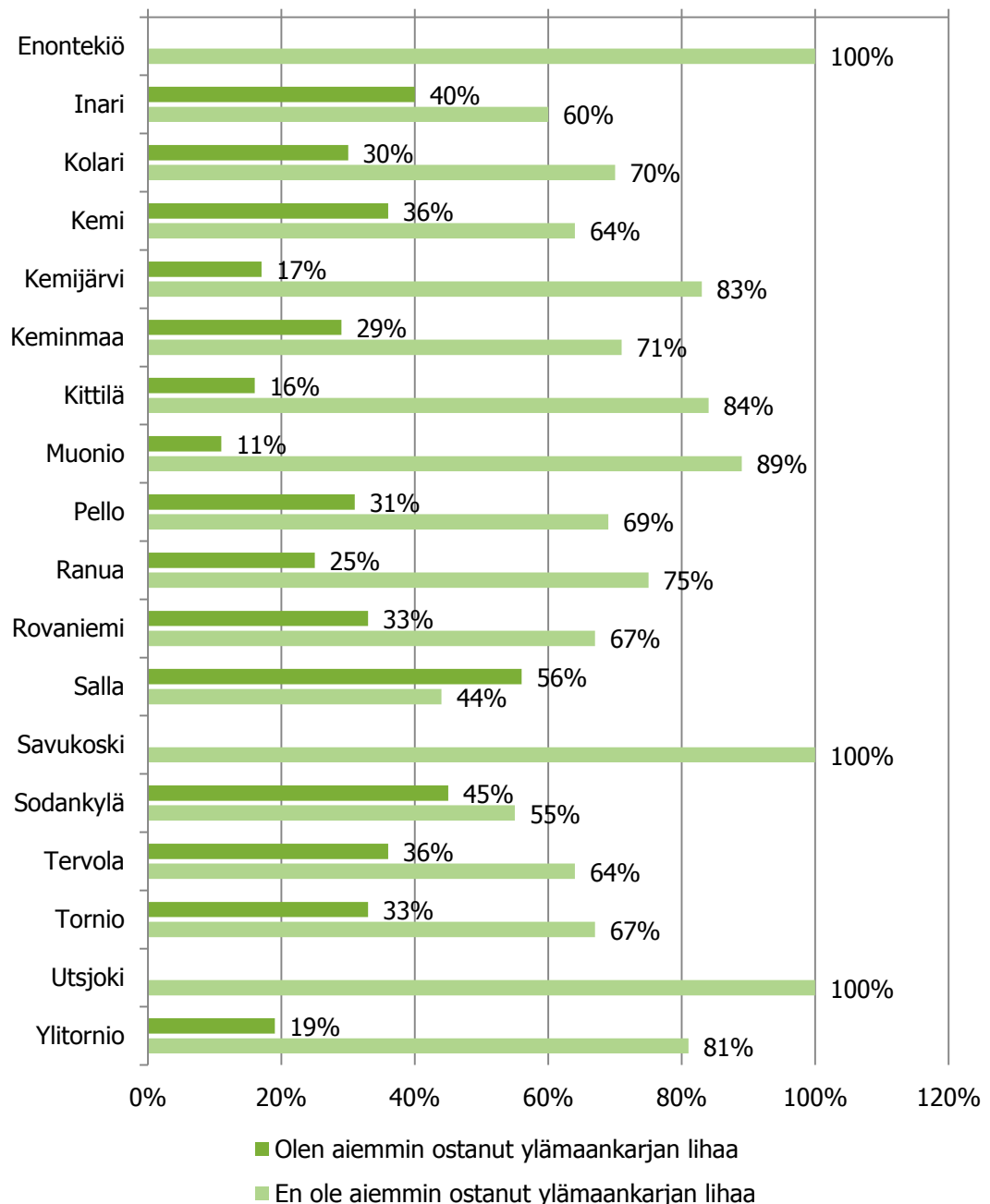
KUVIO 6. Maataloustaustan vaikutus ylämaankarjan lihan ostopaikkojen tietoon heillä, jotka eivät aiemmin olleet ostaneet ylämaankarjan lihaa.

Syynä maatalouden parissa työskentelevien suureen ostokokemusmäärään ja ostopaikkojen tietoon voi olla se, että heillä on monesti enemmän kontakteja maatalouden parissa ja siten ovat paremmin tietoisia mahdollisista ostopaikoista. Niille kuluttajille, joilla ei ole minkäänlaista yhteyttä maatalouteen, voi olla haastavaa ostaa muita kuin kaupassa tarjolla olevia tuotteita tai se ei tule edes mieleenkään. Tuotteiden markkinoinnin laajuus ja onnistuminen määrittelee sen, kuinka monet kuluttajat se tavoittaa. Maatilallisisten vähäisen ostokokemuksen voidaan olettaa johtuvan siitä, että he saavat lihaa jo tarpeeksi omasta takaa tai tutuilta. Opiskelijoiden keskuudessa suurin osa oli tietoinen ostopaikoista, mutta ei kuitenkaan ollut ostanut ylämaankarjan lihaa. Syynä voi olla se, että opiskelijoilla on monesti rajallinen budjetti eivätkä rahat riitä hinnaikkaampiin tuotteisiin.

4.3 Kyselytutkimuksen tulosten vertailua vastaajien asuinpaikkakunnan mukaan

Ainoa kunta, jossa vastaajilla oli enemmän kokemusta ylämaankarjan lihan ostamisesta (56 %) kuin että sitä ei olisi ollut ollenkaan (44 %) oli Sallassa (kuvio 7). Enontekiöllä, Savukoskella ja Utsjoella kukaan vastaajista ei ollut ostanut aiemmin ylämaankarjan lihaa. Kyseisissä kunnissa vastaajamäärät olivat kuitenkin hyvin alhaiset, joten ei voida luotettavasti sanoa, ettei kellekään kunnan asukkaista oli-

si kokemusta ylämaankarjan lihan ostosta. Ehkä kysely ei vain ole kulkeutunut ostokokemuksen omaaville ihmisille. Muutoin ostokokemusten löytyminen vaihtelee suuresti. Esimerkiksi Muoniossa on kunnista pienin ostokokemusprosentti (11 %), jos Enontekiötä, Savukoskea ja Utsjokea ei laske- ta. Muoniossa oli kolmanneksi suurin vastaajaprocentti (11 %), joten tulosta voidaan pitää hyvin suuntaa antavana. Kittilässä oli suurin vastaajaprocentti ja myös sieltä ostokokemusta löytyi vain 16 prosentilta. Rovaniemellä oli toiseksi suurin vastaajaprocentti ja siellä ostokokemusprosentti oli jopa 33 prosenttia. Muissa kunnissa vastaajaprocentti oli viisi prosenttia tai alle, joten niiden tuloksia voi- daan pitää suuntaa antavina, mutta ei täysin luotettavina. Ostokokemusten määrä riippuu paljon sii- tä, onko ylämaankarjaa saatavilla lähialueilta. Muun muassa Sodankylässä on suuri ostokokemus- prosentti (45 %), mikä voi johtua siitä, että paikkakunnalta löytyy ylämaankarjatila, jolloin lihan os- taminen on helpompaa. Selvää kuitenkin on, että suurin osa vastaajista – asumispaikkakunnasta riippumatta – ei ole aiemmin ostanut ylämaankarjan lihaa (kuvio 7).



KUVIO 7. Asumispaikkakunnan vaikutus aiempaan ostokokemukseen tai sen puutteeseen.

Eniten vastaajilla oli kokemusta suoraan tilalta ostamisesta (48 %), ja Keminmaassa sekä Ranualla ostokokemusta oli pelkästään siitä. Kolarissa tilalla oli asioinut 67 prosenttia ostokokemusta omaavista henkilöistä, ja muita kuntia olivat Kittilä (64 %), Muonio (50 %), Pello (25 %), Rovaniemi (46 %), Salla (20 %), Sodankylä (80 %), Tervola (75 %), Tornio (25 %) ja Ylitornio (33 %). Ainoastaan Inarissa, Kolarissa ja Kemissä ei kukaan ollut ostanut ylämaankarjan lihaa suoraan tilalta. Toiseksi eniten ostokokemuksia löytyi kaupasta ostamisesta ja kolmanneksi eniten REKOsta. Inarissa ja Kemijärvellä kaikki aiemmin ylämaankarjaa ostaneet olivat hankkineet lihat kaupasta. Kemissä (25 %), Kittilässä (7 %), Muoniossa (50 %), Rovaniemellä (23 %), Sodankylässä (40 %) sekä Tornioilla (75 %) ylämaankarjan lihaa oli ostettu myös kaupasta.

Kuudella paikkakunnalla ostokokemuksia löytyi myös REKOsta. Selkeästi suosituin REKO oli Kemissä, jossa 100 prosenttia oli asioinut sen kautta. Inarissa puolet aiemmin ylämaankarjan lihaa ostaneista oli ostanut lihaa myös REKOsta. Tätä kautta oli ostettu kyseistä lihaa myös Pellossa (25 %), Sallassa (20 %) ja Ylitorniolla (33 %). Rovaniemellä REKOn ostoprosentti oli vain 31 %, mikä on yllättävää, koska Rovaniemeltä löytyy oma REKO-rengas. Liha-autosta ylämaankarjan lihaa olivat ostaneet kittiläläiset (14 %), muoniolaiset (25 %), pellolaiset (25 %), rovaniemeläiset (4 %) sekä sallalaiset (20 %), mutta yhteensä kaikista aiemmin ylämaankarjaa ostaneista vain seitsemällä prosentilla oli kokemusta liha-autosta ostamisesta. Verkkokaupasta ei kenelläkään ollut kokemusta, mutta sen jälkeen vähiten kokemusta löytyi selkeästi liikkuvasta liha-autosta, asuinpaikkakunnasta riippumatta. Ainoastaan Kittilässä oli liha-autossa asioitu enemmän kuin tässä tapauksessa kaupassa. Pellossa liha-auto ylsi taas samalla prosenttiosuudelle (25 %) REKOn ja tilalta ostamisen kanssa. Vastausvaihtoehdoissa oli myös ”joku muu, mikä”, jossa yhteensä 13 prosenttia kertoi ostaneensa lihaa myös muun muassa messuilta, ravintolasta ja Arctic Meat Oy:ltä. Kolarissa 33 prosenttia oli ostanut lihaa myös muualta, Kittilässä 14 %, Pellossa 25 %, Rovaniemellä 12 %, Sallassa 40 % ja Ylitorniolla 33 prosenttia.

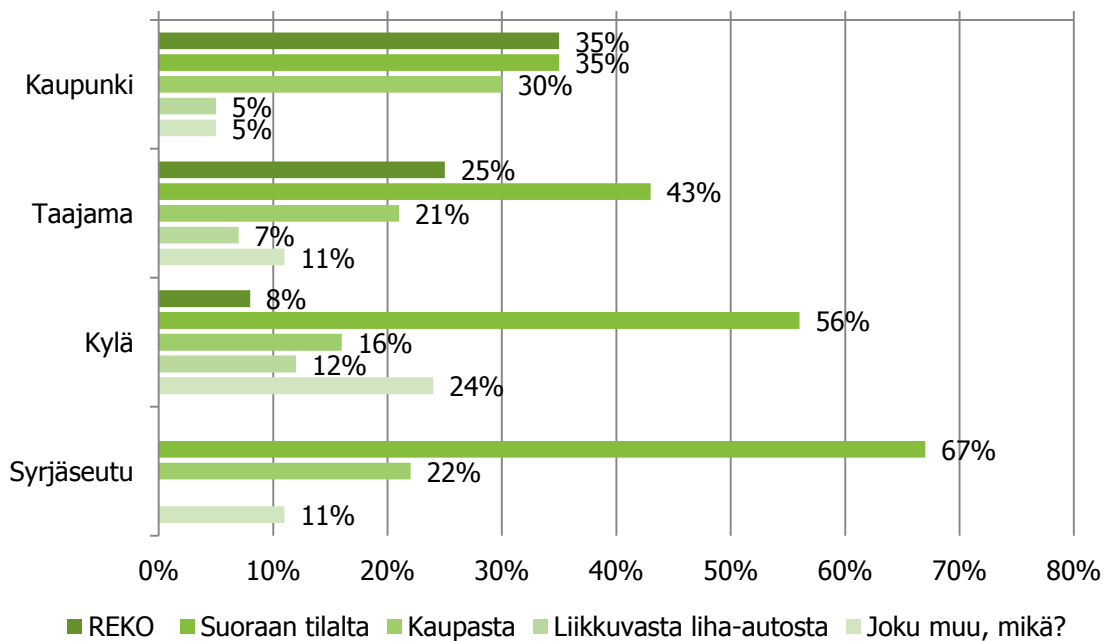
Enontekiöllä, Savukoskella ja Utsjoella kukaan vastanneista ei ollut ostanut aiemmin ylämaankarjan lihaa, mutta vain Savukoskella kukaan ei myöskään tiennyt, mistä lihaa voisi ostaa. Enontekiöllä puolet oli tietoisia ylämaankarjan lihan ostopaikasta ja Utsjoella prosenttimäärä oli jopa 67 prosenttia. Inarissa 60 prosentilla, Keminmaassa 71 prosentilla ja Muoniossa 89 prosentilla ei ollut aiempaa ostokokemusta ja heistä kukaan ei ollut myöskään tietoinen mahdollisista ostopaikoista. Yli 80 prosentilla Kolarissa, Kemissä, Kemijärvellä, Kittilässä, Pellossa ja Sodankylässä ei ollut tietoa, mistä kyseistä lihaa saa ostettua. Ylitorniolla prosenttimäärä oli jopa 92 prosenttia, Sallassa ja Tornioilla 75 prosenttia, Rovaniemellä 67 prosenttia ja Tervolassa 57 prosenttia. Ranua oli ainoa kunta, jossa enemmistö (67 %) tiesi, mistä ylämaankarjan lihaa pystyy ostamaan, vaikka he eivät sitä aiemmin olleetkaan ostaneet.

4.4 Asumisalueen vaikutus kyselyn tuloksiin

Yli 70 prosenttia niin kaupunkilaisista, taajamalaisista, kyläläisistä kuin syrjäseutulaisistakin ei ole aiemmin ostanut ylämaankarjan lihaa. Näin ollen asumisalueella ei ole varsinaista vaikutusta tuloksiin.

Kaupunkilaisilla oli kuitenkin eniten (30 %) ostokokemusta ylämaankarjan lihasta ja 29 prosentilla taajamalaisista oli myös kokemusta. Kyläläisillä ja syrjäseudulla asuvilla kokemusta oli hieman vähemmän eli kylässä asuvilla 23 prosenttia ja syrjäseutulaisilla 17 prosenttia. Mitä suurempi asumisalue, sitä enemmän löytyy myös ostokokemusta.

Kaupungeissa eniten ostokokemusta löytyi REKOsta (35 %) ja suoraan tilalta ostamisesta (35 %). Hieman vähemmän ostokokemuksia oli kauposta, kuitenkin vain viiden prosentin erolla edeltäviin ostopaikkoihin (kuvio 8). Vähiten kaupunkilaiset olivat ostaneet liikkuvasta liha-autosta (5 %). Taajamassa asuvat olivat ostaneet ylämaankarjan lihaa eniten suoraan tilalta (43 %) ja 25 prosenttia oli ostanut lisäksi REKO-renkaasta. 21 prosentilla taajamalaisista oli ostokokemusta kaupasta ja seitsemällä prosentilla liikkuvasta liha-autosta. Kylässä ja syrjäseuduilla asuvilla oli myös suosituimpana ostopaikkana ylämaankarjatilat, joissa 56 prosenttia kyläläisistä ja jopa 67 prosenttia syrjäseudulla asuvista oli asioinut. Toiseksi suosituin ostopaikka kylässä asuvilla oli liikkuva liha-auto ja kolmanneksi kaupasta ostaminen. Vähiten kokemusta heillä oli REKOsta, josta vain kahdeksan prosenttia oli ostanut ylämaankarjan lihaa. Syrjäseuduilla suoraan tilalta ostamisen lisäksi oli kokemusta vain kaupasta ostamisesta (22 %). Lisäksi jokaisella asumisalueella oli kokemusta myös listassa mainitsemattomista paikoista (kuvio 8), jotka on esitetty liitteessä 4.



KUVIO 8. Asuinalueen vaikutus aiempiin ostopaikkoihin.

Kaupungissa asuvista 70 prosentilla ei ollut aiempia ostokokemuksia ylämaankarjan lihasta ja heistä 30 prosenttia oli kuitenkin tietoisia siitä, mistä lihaa saa ostettua. Taajamalaisista 71 prosenttia ei ollut aiemmin ostanut kyseisen rodun lihaa, mutta vain 17 prosenttia oli tietoinen mahdollisista ostopaikoista. Kylissä asuvista 77 prosenttia ei ollut ostanut ylämaankarjan lihaa ja heistä 12 prosenttia tiesi ostopaikoista. Syrjäseuduilla asuvista jopa 83 prosenttia ei ollut kertaakaan ostanut kyseistä lihaa, mutta silti 23 prosenttia heistä tiesi mahdollisia ostopaikkoja.

Ostopaikkojen mielisuudessa oli selviä yhtäläisyyksiä, mutta myös eroja. Kaupungeissa, taajamissa ja kylissä asuvilla selkeästi mieluisin vaihtoehto oli kaupasta ostaminen. Ainoastaan syrjäseudulla asuvat ostaisivat ylämaankarjatuotteet mieluummin suoraan tilalta. Syrjäseutulisilla ja kyläläisillä seuraavaksi suosituin vaihtoehto oli liikkuva liha-auto, kun taas taajamalaisilla se oli REKO ja kaupunkilaisilla suoraan tilalta ostaminen. Suoraan tilalta ostaminen tuli taajamalaisilla ja kyläläisillä vasta kolmanneksi vaihtoehdoksi. Syrjäseutulisilla taas kauppa oli vasta kolmanneksi mieluisin vaihtoehto ja kaupunkilaisilla REKO. Syrjäseuduilla ja kylissä asuville REKO oli vasta neljännellä sijalla, kun taas kaupunkilaisille ja taajamassa asuville se oli liikkuva liha-auto. Viidenneksi ja kuudenneksi vaihtoehdoksi tulivat kaikilla samat eli toiseksi huonoin vaihtoehto oli ylämaankarjan liha kotiin toimitettuna ja huonoin vaihtoehto nettikaupasta ostaminen.

5 HAASTATTELUN VASTAUKSET

Arctic Meat -yritys sai alkunsa yrittäjän kiinnostuksesta liha-alaan. Yrittäjä oli tehnyt jo joitakin vuosia töitä porojen parissa, mutta koska poronlihantuottajia ja poronlihan kysyntää oli jo niin paljon, ei hän halunnut ryhtyä siihen kilpailemaan yrittäjän asetelmasta. Yrittäjä haki teurastajalihanleikkaajan työpaikkaa Leivejoen Liha Oy:ltä, ja sen myötä syntyi idea yrittäjyydestä ylämaankarja-alalla. Yrittäjä lähti toteuttamaan liikesuunnitelmaa ja pian alkoi muodostua visio koko toiminnan laajuudesta ja sen mahdollisuuksista. (Morottaja 2019-04-01.)

Yrityksen tavoitteena on saada lappilaisen ylämaankarjan liha ansaitsemaansa arvoon tuotteistamalla se oikein ja tekemällä lihan saatavuuden kuluttajille helpoksi. Tarkoituksena on parantaa kasvattajien tuottavuutta tuottajahinnan ja volyymin kasvaessa sekä mahdollistaa eettinen kasvatusmalli, mikä onnistuu paremmin vahvistamalla kasvattajien taloudellisia resursseja. Sitä varten tuote täytyy myydä markkinoille tarinalla, joka saa kuluttajat tekemään eettisen ostopäätöksen ja hyväksymään ylämaankarjan lihan korkeamman hinnan. Tulevaisuuden visiona on, että yrityksen myynnin kasvun lisääntyessä kasvattajat pystyisivät lisäämään karjan määrää ja olemaan samalla varmoja siitä, että eläimet eivät jäisi seisomaan laitumille pelkkinä kuluverinä. Tuottajat saavat Arctic Meat -yrityksen avulla riittävän hinnan arvokkaasta kasvatustyöstä. Lappilaisesta ylämaankarjasta tehdään maailmanlaajuisesti niin tunnettu ja arvokas uniikki tuote, että se rinnastetaan erityisyydeltään ja saatavuudeltaan poronlihaan. Tosin lappilainen ylämaankarja on jo tällä hetkellä arvokkaampaa kuin poronliha, eikä hinnasta tai laadusta tingitä. (Morottaja 2019-04-01.)

Ylämaankarjaa kasvaa eri puolilla Lappia tiloilla, joissa kasvattajat huolehtivat niiden hyvinvoinnista ja lajityypillisistä elinolosuhteista. Kun eläin on rauhassa kasvanut riittävän ikäiseksi ja kokoiseksi, se noudetaan yrityksen omalla teurasautolla suoraan tilalta. Autoon mahtuu kerrallaan noin kahdeksan eläintä. Sekä lastaus että kuljetus teurastamolle tapahtuvat hyvin rauhallisesti ja eläintä turhaan stressaamatta. Kun eläimet tuodaan teurastamolle, ne siirretään yöksi navettaan, jossa ne saavat syödä ja juoda. Teurastus tapahtuu vasta sitten, kun tarkastuseläinlääkäri on tarkastanut eläimet. Teurastamisen jälkeen ruhot siirretään jäädyttämöön, jossa tarkastuseläinlääkäri tarkastaa ne uudelleen. Kun ruhot ovat jäähtyneet alle seitsemän asteen, ne leikataan ja pakataan vakuumeihin valmiiksi kuluttajapakkauksiksi. Paistit ja fileet raakakypsytetään aina vähintään neljä viikkoa lähelle nollan asteen lämpötilassa. Kun tuotteet ovat valmiita ja pakkauksiin on kiinnitetty pakkausmerkinnät sekä tuotetarrat, ne lähetetään pakasterahtina myymälöihin ja ravintoloihin ympäri Suomea. (Morottaja 2019-04-01.)

Leivejoen Liha Oy on Arctic Meat -yrityksen lähin yhteistyökumppani. Samassa rakennuksessa Arctic Meat Oy:n kanssa toimiva Leivejoen Liha hoitaa teuraskuljetukset ja teurastuksen, ja Arctic Meat siitä eteenpäin. Kyseessä on kaksi erillistä yritystä, mutta käytännössä ne tekevät saumatonta yhteistyötä ja osallistuvat kaikkiin vaiheisiin yhdessä. Muita yhteistyökumppaneita ovat lappilaiset ylämaankarjan tuottajat ja lihajalostamot. Tulevaisuudessa yhteistyökumppaneita tulee olemaan enemmän. (Morottaja 2019-04-01.)

Revontulinautaa on saatavilla lisääntyvässä määrin vähittäiskaupoissa kautta maan – Helsingistä Iva- loon. Markkinointi kuluttajille tehdään sosiaalisen median kautta ja suoraan esimerkiksi messuilla ja konsulenttipäivillä maistattamalla käristystä ja kertomalla tarinaa Revontulinaudasta. Samoin ravin- tolat ovat vahvistamassa brändiä kertomalla tarinaa tuotteesta. (Morottaja 2019-04-01.)

Revontulinauta® on 100-prosenttisesti puhdasta ja eettistä lihaa Lapista. Ylämaankarja elää isoilla metsäisillä laitumilla lajityypillisissä olosuhteissa ja syö maailman puhtainta ravintoa Lapin luonnosta. Liha tuotetaan eettisesti eikä valmiissa tuotteessa ole koskaan mitään siihen kuulumatonta. Tarinalla ja brändillä luodaan ihmisille mielikuvaa pohjoisen karussa ja puhtaassa luonnossa elävästä Revon- tulikarjasta, joka on poroakin harvinaisempi. Ylämaankarjan lihan laatu on jotain aivan erityistä ja se tunnetaan maailmanlaajuisesti. Myös turistit alkavat pitää Revontulinautaa osana pohjoisen kulttuu- ria ja eksotiikkaa, jolloin he osaavat pyytää sitä ravintoloissa ja esimerkiksi tuliaisten muodossa sekä ovat halukkaita vierailemaan tiloilla nähdäkseen revontulikarjaa. Kotimaassa kohderyhmänä ovat laatutietoiset kuluttajat, joille ruoan puhtaus, alkuperä ja elinkaari ovat tärkeitä. Ulkomailla kohde- maiksi valitaan ne maat, joissa liha on muutoinkin hyvin arvostettua. Siellä tuotteen kilpailuvaltina on erityisyys ja rajallinen saatavuus. (Morottaja 2019-04-01.)

Arctic Meat -yrityksen nykyinen asiakaskunta koostuu jälleenmyyjistä, kuten S-ryhmän ja K-ketjun vähittäiskaupoista sekä korkean tason ravintoloista. Varsinaiset asiakkaat koostuvat yhä enemmän laatutietoisista kuluttajista, joita ruoan alkuperä ja elinkaari kiinnostaa ja jotka toimivat samalla tuot- teen markkinoijina kertoessaan toisille kuluttajille mahdollisuudesta vaikuttaa omilla kuluttajavalin- noillaan lihan alkuperään ja kannustavat tilallisia jatkamaan arvokasta ja eettistä kasvatustyötä. Ky- seistä imagoa halutaan vahvistaa. (Morottaja 2019-04-01.)

Ravintolat ovat kiinnostuneet ottamaan Revontulinautaa käyttöönsä. Työtä on tosin jouduttu teke- mään keittiömestareiden vakuuttamiseksi lihan mureudesta ja laadusta, sillä se on osalle vielä tun- tematon tuote ja heille on aiemmin tarjottu keskeneräistä lihaa. Toisin sanoen on erityisen tärkeää, että lihaa maltetaan raakakypsyttää huolellisesti asianmukaisissa tiloissa, jotta se ehtii mureutua ei- kä jää sitkeäksi. Liha kiinnostaa laadun lisäksi erityisesti myös brändinsä takia. (Morottaja 2019-04- 01.)

Yrityksen toiminnassa on mukana jo useita lappilaisia ylämaankarjan kasvattajia ja heistä jokainen on käyttänyt myös tarjolla olevaa rahtipalvelua. Tilojen määrästä ei ole tarkkaa tietoa, mutta yrittäjä on parhaillaan aloittelemassa hanketta, jossa tarjotaan mahdollisuutta hyötyä yrityksestä ja tiivistää yhteistyötä. Hankkeen turvin yrittäjä aikoo vierailla kaikilla lappilaisilla tiloilla ja haluaa lisätä yhteis- työkumppaneiden määrää. (Morottaja 2019-04-01.)

Arctic Meat -yritystä markkinoidaan tuottajille siten, että kun yritys pystyy laittamaan kaikki resurs- sinsa tuotteistamiseen, myyntiin ja markkinointiin, voidaan ylämaankarjan lihan menekki saada niin suureksi, että kasvattaminen tulee kannattavaksi toiminnaksi myös tuottajille. Tuottajille on markki- noitu yritystä samalla tavoin kuin asiakkaillekin eli kerrottu yrityksen tavoitteet, brändi ja tarina. Li- säksi toiminnasta pyritään tekemään läpinäkyvää kasvattajien silmissä eli heidän ei tarvitse luottaa

vain yrityksen sanaan lupauksista tuottajakilohinnan nostamisesta vaan voidaan osoittaa jotain konkreettista. (Morottaja 2019-04-01.)

Yritys pyrkii saamaan nykyiset kasvattajat pysymään mukana toiminnassa ja kasvattamaan karjan määrää, minkä lisäksi uusia kasvattajia yritetään houkutella alalle. Tärkeässä roolissa on yrityksen toiminnan läpinäkyvyys ja rehellinen kommunikointi lihan menekistä ja siitä, minkä verran kasvattaminen tulee tuottamaan. Lisäksi aiemmin mainitun hankkeen yhtenä osana on tarjota yhteistyötilaisille koulutusta ja asiantuntijan tekemiä kannattavuuslaskelmia ja neuvoja kannattavuuden parantamiseksi. (Morottaja 2019-04-01.)

Tuottajien saamat hinnat vaihtelevat tällä hetkellä hyvin paljon: 2,50 eurosta 4,00 euroon per ruohokilo. Hinta määräytyy pitkälti sen mukaan onko kyseessä sonni, lehmä vai hieho sekä minkä ikäisestä eläimestä on kyse ja mikä sen teuraspaino on. Tuottajat saavat suoramyynnin kautta lihasta huomattavasti enemmän käteen kuin myymällä sen lihatehtaille. Suoramyynnillä ei saa kuitenkaan kuin ehkä yhden eläimen myytyä vuodessa. Idea yhteistyöstä perustuu siihen, että myymällä yritykselle tuottajat saavat myydystä kilosta paremman hinnan kuin muualta ja tuloutettua kasvatukseen käytetyt rahat korkoineen takaisin. Tämä onnistuu vain siten, että Arctic Meat saa tuotteistettua ja markkinoitua lihan niin korkealle, että kasvattajille pystytään maksamaan huomattavasti parempaa hintaa. (Morottaja 2019-04-01.)

Revontulinauta on otettu hyvin vastaan kuluttajien ja ravintoloiden keskuudessa. Alkuun tuotemerkki aiheutti hämmennystä ja kiinnostunutta ihmettelyä, koska nimi oli täysin uusi, mutta hiljalleen yrityksen tullessa tutuksi vastaanotto on ollut huikea. Varsinkin luomun ystävät ja ilmastokuormituksista huolissaan olevat kuluttajat ovat ottaneet tuotteemme avosylin vastaan. (Morottaja 2019-04-01.)

Revontulinaudan tuotteet ovat lähes kaikki raakapakasteita, joista yrityksen itse valmistamia jalosteita ovat jauheliha ja kääristys. Muut jatkojalosteet, kuten kylmä- ja lämminsavutuotteet, meetvurstit ja kebabit, teetetään yhteistyökumppaneilla. Jauheliha ja kääristys ovat 100-prosenttisesti pelkkää ylämaankarjan lihaa. Jalosteiden lisäksi muita tuotteita ovat muun muassa sisäfilee, ulkofilee, sisäpaisti, paahtopaisti, potkakiekot, keittolihat ja liemiluut. Arvotavara eli paistit ja fileet ovat luonnollisesti aina kysytyjä, eikä niitä tarvitse juurikaan markkinoida niiden mennessä heti kaupaksi. Lisäksi kärkituotteisiin kuuluvat selkeästi Revontulinaudan kääristys ja kylmäsavusiivu. Tuotekehittelyä tehdään jatkuvasti. (Morottaja 2019-04-01.)

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tehdyn kyselytutkimuksen perusteella Lapista löytyisi kysyntää ylämaankarjan lihalle. Suurin osa vastaajista ei ollut koskaan aiemmin ostanut ylämaankarjan lihaa, vaikka osa tiesikin mahdollisia ostopaikkoja. Aiemmin ylämaankarjan lihaa ostaneet henkilöt olivat asioineet enimmäkseen suoraan tilan kanssa, mutta myös kaupasta ja REKO-renkaasta oli ostettu lihaa. Liikkuvasta liha-autosta ei ollut kovin monella kokemusta, mutta silti se oli toiseksi suosituin ostopaikka. Liikkuvan liha-auton etuna on se, että ostajat näkevät tuotteet omin silmin eikä niitä tarvitse etukäteen varata niin kuin REKOssa. Huonona puolena on kuitenkin ostokertojen määrän vähäisyys ja se, että tuotteita voi ostaa vain tietyistä paikasta tietyinä ajankohtana. Mieluiten vastaajat ostaisivat ylämaankarjan lihatuotteita kaupasta. Kauppojen voidaan olettaa olevan helpoin ja vaivattomin tapa hankkia ylämaankarjan lihaa, jos sitä on vain niissä saatavilla. On kuitenkin muistettava, että helppoudesta huolimatta kaupasta ostamisesta on myös harmia, sillä tuottajat saavat tällöin heikomman hinnan lihasta tai vaihtoehtoisesti kuluttaja maksaa tuotteista korkeamman hinnan.

Suoraan tilalta ostaminen oli vastaajien keskuudessa kolmanneksi suosituin ostopaikka. Tilalta ostaminen on työlästä, vaikka tuottajan kannalta se on paras vaihtoehto, koska kasvattaja saa kaiken tuoton itselleen eikä tapahdu välistävetoa. REKO-renkaiden suosio oli vähäisempää, sillä niitä on suhteellisen vähän Lapissa ja välimatkat kasvavat helposti liian suuriksi. Tuotteiden etukäteen varaaminen sekä niiden toimitusajankohtien ajoitus ja vähäisyys saattaa myös tuottaa hankaluuksia. Kauempana asuvien ihmisten voi olla hankalaa järjestää aikaa ja resursseja tuotteiden ostamiseen REKOsta. Kotiin toimitettujen ja nettikaupasta ostettujen tuotteiden laadusta on vaikea varmistua ja se on varmasti suurin tekijä, miksi niiden suosio oli vähäistä.

Asuinalueesta riippuen ostopaikkojen mieluisuuden tulokset olivat hieman erilaisia. Syrjäseuduilla lihaa ostettaisiin mieluiten suoraan tilalta, kun taas kaupungissa, taajamissa ja kylissä asuvien ykkös-vaihtoehtona oli kauppa. Syrjäseuduilla ja kylissä suosittiin myös enemmän liikkuvaa liha-autoa. REKOn suosio oli selkeästi vähäisempää kuin kaupunki- ja taajama-alueilla. Luultavasti suoraan tilalta ostaminen olisi kaikista mieluisin vaihtoehto syrjäseuduilla asuville siksi, että myös tilat ovat usein kauempana suurista asuinalueista, joten tilat saattavat olla hyvinkin lähellä syrjäseutujen kuluttajia. Myös liikkuvan liha-auton suosio perustuu varmaankin siihen, että se kulkee myös syrjäisemmillä seuduilla ja säästää kuluttajien matkantekoa.

REKO on hankala vaihtoehto kaikille, jotka eivät asu sen välittömässä läheisyydessä. REKO-renkaita on vasta suuremmissa kaupungeissa eikä se ole rantautunut vielä pienemmille seuduille, jolloin monien kuluttajien täytyisi siellä asioidakseen nähdä ylimääräistä vaivaa välimatkojen ja aikataulujen suhteen. Lisäksi tuottajia on sitä vähemmän, mitä pohjoisemmaksi Lappia siirrytään – välimatkat tuottavat siis vaikeuksia myös tuottajille. Pienemmille paikkakunnille on hankalampi perustaa REKO-rengasta, joten parempiakin vaihtoehtoja löytyy. REKO-rengas on kuitenkin hyvä vaihtoehto niille, jotka pystyvät vaivattomasti sen kautta asioimaan ja ostamaan tuotteita.

Puolet vastaajista haluaisi ylämaankarjan tuotteet luomuna, vaikka ylämaankarjan lihan tuotanto on jo valmiiksi hyvin luonnonmukaista. Luomu on ylämaankarjan kasvatuksessa oikeastaan vain nimike, joka todistaa myös kuluttajille tuotannon olevan eettistä ja mahdollisimman luonnonmukaista. Puolelle vastaajista lihan ei kuitenkaan välttämättä tarvinnut olla luomua, joten ylämaankarjan kasvatuksessa ei tarvitse painostaa siihen, että mahdollisimman moni tila siirtyisi luomuun vaan tilat saavat itse miettiä, mikä on paras vaihtoehto juuri heille.

Kyselyn vastaajien keskuudessa selkeästi halutuimmiksi ylämaankarjan tuotteiksi osoittautuivat jauheliha, paisti ja filee. Tätä tulosta tukee myös Arctic Meat Oy:n haastattelu, josta kävi ilmi, että tähän mennessä myydyimmät tuotteet ovat olleet paistit ja fileet. Myös makkaroilte ja kylkiribseille oli kyselyn mukaan kysyntää. Vähemmän haluttuja tuotteita olivat säilykkeet, liemiluut ja verimakkara-tuotteet sekä sisäelimet ja kieli. Kaikille tuotteille löytyi kuitenkin halukkaita ostajia, joten vähäisempi suosio ei kuitenkaan estä niiden myyntiä. Ylämaankarjan lihan myynnissä tulisi panostaa siihen, että kaikki ruhosta saadut osat saataisiin käytettyä, joten myös tuoteskaalan tulisi olla laaja. Jalosteiden kiinnostus oli vastaajilla suurta ja he toivoivat myyntiin esimerkiksi valmiita lihapullia, savustetuotteita, kebabia ja sylttyä. Myös suikaleliha, entrecote, brisketti ja osso bucco mainittiin vastaajien keskuudessa. Kiinnostusta erilaisiin tuotteisiin on siis olemassa. Suosituimmaksi pakkauskooksi osoittautuivat 400–500 gramman pakkaukset, mutta esimerkiksi paisteissa se oli kilosta ylöspäin. Pakkauskoot ja ostovolyymi vaihtelevat suuresti tuotteiden, ruokakunnan koon ja säilytyskapasiteetin mukaan. Vajaa kolmasosa vastaajista oli myös valmis ostamaan kokonaisen ruhon yksin tai porukalla. Yli puolet vastaajista oli kiinnostuneita nautaboxista, jossa olisi erilaisia ylämaankarjatuotteita samassa paketissa. Kiinnostus riippui kuitenkin suuresti boxin tuotteista, joten paras vaihtoehto olisi tarjota kuluttajille erikokoisia ja erisisältöisiä boxeja. Myös gluteenittomille tuotteille olisi kysyntää.

Myös lihantuotannon sivutuotteet kiinnostivat, esimerkiksi sorkat, kallot, vuodat ja taljat. Sivutuotteita kannattaisi tuotteistaa Lapissa. Esimerkiksi sarvista ja kallosta voitaisiin tehdä uljaan näköisiä trofeita, jotka sopisivat esimerkiksi takan päälle koristeeksi. Sarvi on myös oivallista materiaalia – poronsarvien tapaan – nappeihin ja muihin käsitöihin. Ylämaankarjan taljasta on mahdollista tehdä monenlaisia koriste- ja käyttöesineitä. Ylämaankarjan nahasta ja karvasta voitaisiin kehittää esimerkiksi kenkiä, laukkuja, koruja ja muita asusteita. Vain mielikuvitus on rajana tuotteiden jalostamisessa ja hyvällä markkinoinnilla tuotteet saa myös kaupaksi. Jos ylämaankarjasta saadaan Lappiin samanlainen tunnusmerkki kuin porosta, on mahdollista saada myytyä tuotteita niin paikallisille kuin turisteillekin. Myös erilaisilla postikorteilla ja muilla ylämaankarjaa esittävillä tuotteilla saataisiin näkyvyyttä ja rodun tunnettavuutta paremmaksi. Ylämaankarjasta olisi hyvä tehdä myös lastenkirjoja, jolloin jo lapsesta lähtien rotu tulisi tutuksi ja saisi oikeanlaisen imagon lappilaisten piirissä. Tuotteiden tunnettavuuden ei kuitenkaan tarvitse rajoittua vain Lappiin. Esimerkiksi Arctic Meat markkinoi ylämaankarjaa Revontulinautana®, ja sillä nimellä ylämaankarjaa saataisiin markkinoitua erikoisuutena myös Etelä-Suomeen ja muualle maailmaan.

Ylämaankarjan kasvatuksessa ja myynnissä pullonkauloja ovat vähäinen markkinointi, huono tuottajahinta, vähäiset teurastamismahdollisuudet ja lihan huono saatavuus. Näihin kaikkiin vaikuttaa nyt liha-alan yritys Arctic Meat, joka on ottanut asiakseen parantaa ylämaankarjan kasvatusta ja myyntiä

Lapissa. Ylämaankarjaa myydään Revontulinauta®-tavaramerkillä, jolla pyritään tekemään Lapissa kasvatetusta ylämaankarjasta erikoisuus niin Suomessa kuin muualla maailmassakin. Yrityksen tavoitteena on lisätä rodun kasvatusta ja myyntiä niin, että lihan tuottajat saisivat paremman hinnan työstään. Tällä hetkellä Lapissa on yksi ylämaankarjaa teurastava teurastamo. Jos rodun kasvatus lisääntyy tulevaisuudessa, toisen teurastamon perustaminen pohjoisemmaksi voisi tulla ajankohtaiseksi, jotta ylempänä kasvatetuilla ylämaankarjalla ei olisi niin pitkät teurastusmatkat.

Ylämaankarjan lihan saatavuus Lapissa vaihtelee suuresti. Asuinpaikkakunnilla, joissa oli mahdollisuus ostaa ylämaankarjan lihaa, oli sitä myös ostettu enemmän. Lihan saanti siis vaikuttaa suuresti myyntiin, joten ylämaankarjan lihan saatavuuteen tulisi panostaa ympäri Lappia. Myös ostokokemuksen onnistuminen ja laadukkaat tuotteet vaikuttavat siihen, ostetaanko tuotteita. Jos näistä voidaan varmistua, on todennäköisempää, että ihmiset kertovat ylämaankarjasta tuttavilleen, ja näin lihalle saataisiin enemmän tunnettavuutta. Kuluttajat, joilla ei ollut minkäänlaista maataloustaustaa, olivat ostaneet vähiten ylämaankarjan lihaa ja heillä oli vähiten tietoa siitä, mistä lihaa on mahdollista ostaa. Markkinointiin tulisi siis panostaa, jotta rodun tunnettavuus leviäisi myös muiden kuin maatalouden osaajien joukkoon. Monille ihmisille rotu voi olla täysin tuntematon, mikä kertoo siitä, ettei ylämaankarjaa ole markkinoitu tarpeeksi.

Lapissa tulisi panostaa kotimaiseen lähituotantoon ja sen markkinointiin, ei siis pelkästään poroon ja ylämaankarjaan vaan myös muihin Lapissa kasvatettaviin eläimiin, esimerkiksi lampaisiin. Kyselyn perusteella melkein kaikki olisivat valmiita ostamaan kotimaisia lähellä tuotettujen lihakarjarotujen tuotteita, vaikka ne maksaisivatkin enemmän. Lapissa tulisi pyrkiä siihen, että kuluttajat suosivat pikemminkin Lapissa tuotettuja tuotteita kuin muualta tulleita. Olisi myös parempi, että kaikki Lapissa kasvatetut eläimet myös teurastettaisiin ja jatkojalostettaisiin täällä kuin että ne kuljetettaisiin Etelä-Suomeen ja myytäisiin suurille lihataloille. Tämän mahdollistamiseksi tarvitaan kuitenkin valtavasti työtä ja panostusta kaikilta: niin tuottajilta, kuluttajilta kuin muiltakin liha-alan yrityksiltä. Tuottajille tulee mahdollistaa parempi tuottajahinta, jotta maatalous saataisiin nykyistä kannattavammaksi.

7 PÄÄTÄNTÖ

Opinnäytetyön aihe on mielestäni tärkeä ja ajankohtainen, sillä nykytrendinä on kotimaisen lähiruuan ostaminen ja tuottajien tukeminen. Kuluttajat tulevat koko ajan tietoisemmiksi ruoan alkutuotannosta ja ovat kiinnostuneet eettisistä tuotantotavoista. Ylämaankarjalle tyypillinen eettinen tuotanto ja ulkokasvatus on hyvä tuoda kuluttajien tietoisuuteen, jotta lihaa kasvattamalla voidaan palvella niin kuluttajia, kasvattajia kuin ympäristöäkin.

Ylämaankarjan hiilijalanjälki on neutraali, sillä se laiduntaa ympärivuotisesti luonnonlaitumilla eikä tarvitse teollisesti tuotettuja rehuja. Laiduntaminen edistää luonnonlaitumien uusiutumista ja metsälaidunten kasvillisuuden säilymistä sekä nurmen uusiutumista, joka sitoo hiilidioksidia enemmän kuin aiheuttaa ilmastopäästöjä. Ylämaankarjan kasvatus voi siis olla jopa hyödyksi ilmastomuutokselle, sillä ainoa kuormitus rodusta ilmastolle aiheutuu eläinten ruoansulatuksen metaanipäästöistä, jotka ovat kuitenkin pienemmät kuin nurmen uusiutumisen myötä sitoutuva hiilidioksidi. Aihetta tulisi tutkia tarkemmin esimerkiksi hankkeen avulla, jotta ylämaankarjan kasvatuksen myönteisyys saataisiin luotettavasti esille ja kuluttajien tietoisuuteen.

Ylämaankarjan lihasta tarvittaisiin myös tutkimus sen soveltuvuudesta keliakikoille, koska naudan ruokinnassa ei käytetä väkirehuja. Jos tämä voitaisiin todistaa, olisi kyseessä jälleen uusi myyntivaltti ylämaankarjan lihan markkinoinnille. Ylämaankarjan kasvatuksessa piilee monenlaisia mahdollisuuksia, joten rodun kasvatukseen ja lihan markkinointiin tulisi kiinnittää erityistä huomiota. Vaikka ylämaankarja onkin tuontirotu eikä varsinaisesti kuulu luonnolliseen lappilaiseen maisemaan, siitä voi silti kehittyä poron kaltainen tunnusmerkki.

Ylämaankarjan lihan markkinointi Revontulinauta®-tavaramerkin alla on juuri sellainen mahdollisuus, jota rotu on tarvinnut. Siksi sitä tulisi edistää ja kannustaa laajentumaan ympäri Lappia. Tällä hetkellä yksi teurastamo ylämaankarjalle voi riittää, mutta tulevaisuudessa niitä tullaan luultavasti tarvitsemaan lisää ja tärkeää olisi saada yksi teurastamo vielä Rovaniemeäkin pohjoisemmaksi. Opinnäytetyöni toimii omalta osaltaan ylämaankarjan markkinointina Lapissa, mutta haluan ja tulen panostamaan ylämaankarjan tutuksi tuomiseen tulevaisuudessa myös muilla tavoin. Jos en työn puolesta, niin sitten omalla vapaa ajalla omasta tahdosta. Ylämaankarjasta on tullut itselleni läheinen ja haluan tehdä kaikkeni sen kasvattamisen kehittämiseksi Lapissa.

Opinnäytetyön tekeminen on ollut todella työlästä, mutta myös hyvin opettavaista. Olen oppinut tekemään Webropol-kyselyn ja kehittynyt tulosten analysoinnissa. Olen päässyt perehtymään syvemmin ylämaankarjan kasvatukseen ja sen tilanteeseen Lapissa. Opinnäytetyötä tehdessäni olen myös päässyt verkostoitumaan uusien ihmisten kanssa. Tämä kaikki on vahvistanut käsitystäni siitä, että haluan työllistyä ylämaankarjan kasvatukseen tai rotuun liittyvän toimintaan. Toivottavasti tulevaisuudessa tällainen olisi mahdollista ja pääsisin hyödyntämään oppimaani myös käytännössä.

Työn loppuksi haluan kiittää kaikkia ihmisiä, jotka käyttivät aikaansa kyselyyn vastaamiseen ja antoivat minulle arvokasta tietoa ylämaankarjan lihan kysynnästä. Vastauksia saatiin hyvin monipuolisesti

ja jokainen vastaus on arvokas. Erityisesti haluan kiittää kyselyä jakaneita ja omaa tukiverkostoani, sillä ilman kaikkien apua ei olisi ollut mahdollista saada yli 300 vastausta kyselyyn. Lisäksi Arctic Meat -yritykselle kuuluu iso kiitos siitä, että he halusivat kertoa minulle toiminnastaan ja vastata haastattelukysymyksiini. Myös toimeksiantajalleni Johannes Vallivaaralle ProAgria Lapilta sekä ohjaajalleni lehtori Arja Korhoselle, koordinoivalle ohjaajalle Heli Wahlroosille ja opponentilleni Heidi Haajalle kiitokset tuesta ja hyvistä neuvoista. Viimeiseksi kiitokset kaikille opiskelukavereille, jotka ovat tunteneet opinnäytetyön teon tuskan ja jaksaneet kannustaa aina eteenpäin.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

- ARCTIC MEAT 2018. Eettistä ja puhdasta lihaa Lapista [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2019-04-05.] Saatavissa: <https://arcticmeat.fi/arctic-meat/>
- ARCTIC MEAT s.a. Revontulinauta® [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-27.] Saatavissa: <https://arcticmeat.fi/>
- HEIKKILÄ, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- HIRSJÄRVI, Sirkka ja HURME, Helena 2001. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- ILMATIETEEN LAITOS s.a. a. Helletilastot [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-26.] Saatavissa: <https://ilmatieteenlaitos.fi/helletilastot>
- ILMATIETEEN LAITOS s.a. b. Kesätilastot [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-26.] Saatavissa: <https://ilmatieteenlaitos.fi/kesatilastot>
- ILMATIETEEN LAITOS s.a. c. Kovat pakkaset ja kylmimmät talvet [verkkosivu]. [Viitattu 2018-11-26.] Saatavissa: <https://ilmatieteenlaitos.fi/kovat-pakkaset-ja-kylmimmat-talvet>
- KATZENBERGER, Robert 2017-10-21. Poro on osa Lapin imagoa ja tärkeä nähtävyys turisteille [digikuva]. Sijainti: Kittilä: Katzenbergerin sähköiset kokoelmat.
- LAPIN LAITUMILTA OY s.a. Tuottajat [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-29.] Saatavissa: <http://www.lapinlaitumilta.fi/>
- LAPLAND ABOVE ORDINARY 2017. Infograafi: 10 faktaa Lapin matkailusta 2017 [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-20.] Saatavissa: <https://www.lapland.fi/fi/business/infograafi-10-faktaa-lapin-matkailusta-2017/>
- LEINONEN, Annika 2019-01-20. Kuvakaappaus Ylämaankarjan lihan kysyntä Lapissa -kyselystä [kuvakaappaus]. Sijainti: Iisalmi: Annika Leinosen sähköiset kokoelmat.
- LEINONEN, Annika 2019-01-22. Kuvakaappaus Ylämaankarjan lihan kysyntä Lapissa -kyselystä [kuvakaappaus]. Sijainti: Iisalmi: Annika Leinosen sähköiset kokoelmat.
- LEINONEN, Liisa 2017-12-28. Pallas-Yllästunturin kansallispuisto – 35 asteen pakkasessa [digikuva]. Sijainti: Kittilä: Liisa Leinosen sähköiset kokoelmat.
- LEINONEN, Liisa 2018-7-23. Yötön yö Jerisjärvellä kello 23.00 [digikuva]. Sijainti: Kittilä: Liisa Leinosen sähköiset kokoelmat.
- LEIVEJOEN LIHA s.a. Leivejoen liha [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-09-12.] Saatavissa: <http://www.leivejoen.fi/#contact>
- LUKE s.a. Liikkuva teurastamo [nettijulkaisu]. [Viitattu 2018-10-11.] Saatavissa: <https://www.luke.fi/projektit/liikkuva-teurastamo/>
- MOROTTAJA, Elina 2019-04-01. Ylämaankarjan lihan kysyntä Lapissa [sähköpostihaastattelu]. Vastaa: Annika Leinonen. [Tulostettu 2019-04-01.]
- NISU, Maria 2011. Ylämaankarjan käyttöominaisuudet. Hämeen ammattikorkeakoulu. Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 2019-04-09.] Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/26685/Ylamaankarjan+kayttoominaisuudet-+Nisu_Maria.pdf?sequence=1
- PALONEN, Riikka ja AARNIO, Virva 1999. Highland Cattle. Vainio-Ketola Highland Cattle -projekti, Pyhäjärviselän kehittämissyhdystys 1999. Kustannuspaikka tuntematon.
- RUOKASEKTORIN KOORDINAATIOHANKE s.a. Mikä REKO on? [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-05-11.] Saatavissa: <http://www.aitojamakuja.fi/reko.php>
- SUOMEN HIGHLAND CATTLE CLUB RY s.a. a. Historiaa [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-25.] Saatavissa: <https://www.highlandcattle.fi/historiaa>

SUOMEN HIGHLAND CATTLE CLUB RY s.a. b. Kasvatus [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-25.] Saatavissa: <https://www.highlandcattle.fi/kasvatus>

SUOMEN HIGHLAND CATTLE CLUB RY. s.a. c. Lihan ominaisuudet [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-20.] Saatavissa: <https://www.highlandcattle.fi/lihan-suoramynti/lihan-ominaisuudet>

SUOMEN HIGHLAND CATTLE CLUB RY. s.a. d. Ylämaankarja pihvirotona [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-11-20.] Saatavissa: <https://www.highlandcattle.fi/ominaisuuksia?showall=&start=1>

SUOMEN HIGHLAND CATTLE CLUB RY. s.a. e. Highland Cattle Club Finland [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-09-05.] Saatavissa: <https://www.highlandcattle.fi/>

SUOMEN HIGHLAND CATTLE CLUB RY. s.a. f. Suoramyntitilat [verkkajulkaisu]. [Viitattu 2018-09-06.] Saatavissa: <https://www.highlandcattle.fi/lihan-suoramynti/suoramyntitilat2>

SYKE, AALTO-YLIOPISTO, YTK ja ILMATIETEEN LAITOS 2014. Maanviljelyn satomahdollisuudet kasvanevat Suomessa ilmaston muuttuessa [verkkajulkaisu]. SYKE, Aalto-yliopisto, YTK ja Ilmatieteen laitos: Ilmasto-opas.fi. [Viitattu 2018-11-27.] Saatavissa: <https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/vaikutukset/-/artikkeli/328b539b-a12c-4e64-9755-1ae822ec98e1/maanviljelyn-satomahdollisuudet-kasvanevat-suomessa-ilmaston-muuttuessa.html>

SÄRKELÄ, Matti 2018-10-31. Paliskuntain yhdistyksen toimistopäällikkö. [Puhelinhaastattelu.]

TILASTOKESKUS 2018. Ennakkoväkiluku muuttujina Vuosi ja kuukausi, Alue, Tiedot ja Sukupuoli. [Viitattu 2018-11-28.] Saatavissa:

http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__vamu/statfin_vamu_pxt_001.px/table/tableViewLayout2/?rxid=cb0cec81-0754-4806-be35-facd458cc3ce

VIRTANEN, Outi 2015-09-24. Ylämaankarjalla on kaksi kertaa paksumpi nahka ja karvapeite kuin muilla nautaroduilla [digikuva]. Sijainti: Iisalmi: Virtasen sähköiset kokoelmat.

LIITE 1: KYSELYN SAATEKIRJE



Ylämaankarjan lihan kysyntä Lapissa

Hei Sinä lappilainen!

Oletko koskaan kuullut ylämaankarjasta?

Haluatko tukea lappilaista erikoislihantuotantoa, tietää ruoan alkuperän ja auttaa kehittämään Lapin omaa ruoantuotantoa?

Haluatko, että lapsesi saa koulussa syötäväkseen lähellä tuotettua luonnonmukaista lihaa?

Haluatko poronlihan kaveriksi myös muita luonnonmukaisesti tuotettuja lihavaihtoehtoja?

Vastaamalla tähän kyselyyn autat meitä kehittämään ylämaankarjan lähiruokatuotantoa ja lihan saatavuutta Lapissa. Vastauksienne avulla voimme aloittaa kehitystyön ja vastata kysyntään halutulla tavalla.

Kysely on osa ylämaankarjan lihan kysyntä Lapissa -opinnäytetyötä, jonka toimeksiantajana toimii ProAgraria Lappi.

Toivomme, että vastaisit kyselyyn viimeistään 31.1.2019.

Kiitokset vastauksestanne!

Ystävällisin terveisin

Savonia-ammattikorkeakoulun agrologiopiskelija

Annika Leinonen

Annika.Leinonen@edu.savonia.fi



Seuraava

LIITE 2: KYSELYLOMAKE



Ylämaankarjan lihan kysyntä Lapissa



Ylämaankarja eli Highland Cattle on vanha skotlantilainen nautarotu, joka soveltuu sekä lihantuotantoon että maisemanhoitoon. Rodulla on kaksi kertaa paksumpi nahka ja karvapeite, minkä vuoksi se soveltuu hyvin Lapin epäsuotuisiin sääoloihin ja ympärivuotiseen ulkokasvatukseen. Ylämaankarjasta saadaan hyvin luonnonmukaista ja laadukasta lihaa. (Kuva: Outi Virtanen 2015-9-24.)

1. Oletko aiemmin ostanut ylämaankarjan lihaa?

- Kyllä
 En

2. Mistä olet ostanut ylämaankarjan lihaa?

- REKO = lähiruuan tuottajat ja ostajat tapaavat sovittuna ajankohtana, jolloin kuluttaja saa ostaa ruokansa suoraan tuottajalta ilman välikäsiä.
 Nettikauppa
 Suoraan tilalta
 Kaupasta
 Liikkuvasta liha-autosta
 Joku muu, mikä?

3. Millainen ostokokemuksesi ja ostamasi tuote oli?

4. Tiedätkö mistä ylämaankarjan lihaa voi ostaa?

- Kyllä
 En

5. Miksi et ole ostanut ylämaankarjan lihaa?

6. Millaisia ylämaankarjan lihatuotteita olisit kiinnostunut ostamaan?

	1 = en ole kiinnostunut	2 = olen hieman kiinnostunut	3 = olen kiinnostunut	4 = olen hyvin kiinnostunut	5 = olen todella kiinnostunut
Jauheliha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Säilyke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Makkara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kylkiribs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paisti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Filee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kieli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisäelimet; sydän, maksa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liemiluut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verimakkara yms.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jokin muu, mikä? <input style="width: 100px;" type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Haluaisitko ylämaankarjan lihan jalosteet (esim. makkaran) gluteenittomina?

- Kyllä
 Ei

8. Mistä/miten ostaisit tuotteita mieluummin? Laita paremmuusjärjestykseen (1=mieluisin ostopaikka).

REKO = lähiruoan tuottajat ja ostajat tapaavat sovittuna ajankohtana, jolloin kuluttaja saa ostaa ruokansa suoraan tuottajalta ilman välikäsiä.

Liikkuva liha-auto = kylmäauto, joka käy esimerkiksi muutaman viikon välein myymässä lihaa ja sen jalosteita eri paikkakunnilla.

1	<input type="text" value="Valitse"/>	<input type="button" value="v"/>
2	<input type="text" value="Valitse"/>	<input type="button" value="v"/>
3	<input type="text" value="Valitse"/>	<input type="button" value="v"/>
4	<input type="text" value="Valitse"/>	<input type="button" value="v"/>
5	<input type="text" value="Valitse"/>	<input type="button" value="v"/>
6	<input type="text" value="Valitse"/>	<input type="button" value="v"/>

9. Olisitko kiinnostunut...**Voit myös tarkentaa mielipidettäsi kysymysten alla oleviin laatikoihin.**

	Kyllä	En
Ostamaan porukalla tai yksin kokonaisen ylämaankarjaruhon esim. 2 kertaa vuodessa? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostamaan nautaboxin, missä on useampia ylämaankarjan lihatuotteita samassa paketissa? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostamaan myös muiden lihakarjarotujen tuotteita, jos ne ovat lähellä tuotettuja? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maksamaan enemmän kotimaisesta lähiruoasta? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Kumpaa lihaa ostaisit mieluummin?

- Luomu
- Tavanomainen
- Ei väliä

11. Minkä kokoisissa pakkauksissa (g/kg) haluaisit ylämaankarjan lihatuotteita ostaa? Mikä voisi olla kertaostoksesi volyyymi, esim. liha-autosta ostettaessa?

12. Onko sinulla maataloustaustaa?

- Minulla on maatila.
- Työskentelen maatalouden parissa./Työskentelen maatalousalalla.
- Opiskelen maataloutta.
- Minulla ei ole yhteyttä maatalouteen.

13. Asumispaikkakuntasi on? *

14. Asutko...

- Kaupungissa
- Taajamassa
- Kylässä
- Syrjäseudulla

15. Minkä ikäinen olet?

- alle 20 vuotta
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70
- yli 70

16. Sukupuolesi

- Nainen
- Mies
- En halua kertoa



Tuhannet kiitokset vastauksestanne!
- Annika & Aslakki -

Edellinen

Lähetä

LIITE 3: KYSYMYKSET ARCTIC MEAT -YRITYKSELLE

Yrityksen perustaminen

- Mistä idea yrityksen perustamiseen sai alkunsa?
- Miten ideaa lähetettiin toteuttamaan?
- Mitkä ovat yrityksen/yrittäjän tavoitteet? Miten ne aiotaan saavuttaa?

Yrityksen toiminta

- Miten naudanliha kulkee tuottajalta kuluttajalle?
- Onko Arctic Meatilla yhteistyökumppaneita? Miten he vaikuttavat toimintaan?
- Missä ja miten Revontulinautaa myydään?
- Miten Revontulinautaa markkinoidaan ja brändätään? Ketkä ovat mainonnan kohderyhmänä? Miten markkinointia aiotaan kehittää?
- Ketkä kuuluvat nykyiseen asiakaskuntaan? Vastaako se haluttua määrää ja kohderyhmää? Miten asiakaskuntaa halutaan laajentaa?
- Ovatko ravintolat kiinnostuneet ottamaan Revontulinautaa käyttöönsä?

Revontulinaudan tuottajat

- Kuinka paljon tuottajia on mukana toiminnassa? Kuinka moni käyttää rahtityötä?
- Miten Arctic Meat -yritystä markkinoidaan tuottajille? Miten tuottajat ovat suhtautuneet yritykseen?
- Miten tuottajien lisäämiseen aiotaan panostaa? Yritetäänkö jo olemassa olevia ylämaankarjan tuottajia saada mukaan vai panostetaanko mieluummin uusien aloittavien tuottajien löytymiseen?
- Minkä hinnan tuottajat saavat myydessään teuraseläimet Arctic Meatille? Onko tietoa siitä, miten paljon rahaa tuottajat säästävät, jos heidän ei itse tarvitse markkinoida tuotteitaan?
- Minkä hintainen rahtikuljetus on?

Arctic Meat -tuotteet

- Miten kuluttajat ja ravintolat ovat ottaneet Revontulinaudan vastaan? Millaista palautetta on tullut?
- Mitä tuotteita Revontulinauta sisältää? Minkä hintaisia tuotteet ovat?
- Mitkä ovat suosituimmat tuotteet?

LIITE 4: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 2

Mistä olet ostanut ylämaankarjan lihaa?	
Joku muu, mikä?	
	Illanviettopaikassa tilallisen työntekijät tekivät ja möivät valmiita ruoka-annoksia meille juhlijoille.
	Messuilta
	Saatu maistiaiseksi
	Veljeltäni
	Tilalta suoramyynti , messut
	Itellä on ylämaankarjaa. Eli omaa lihaa.
	Paikallinen ravintola
	Arctic Meat Oy
	Arctic meat oy
	Lihanleikkaajana pätkin noita palasiksi harvasen päivä

LIITE 5: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 3

Millainen ostokokemuksesi ja ostamasi tuote oli?
Hyvä.
Miellyttävä kokemus. Nuoret myyjät kertoivat grillatessaan ylämaankarjasta ja monista mahdollisuuksista käyttää lihaa ruuanlaitossa. Liha oli suikaleina grillattu yhdessä perunoiden kanssa.
Helppo, vaikkakin valikoimaa ei löydy aina ja kaikista kaupoista. Joskus on Tornion Prismasta löytynyt mutta ei aina. Merkinnät on myös joskus epäselviä eikä nopealla kauppareissulla äkkiä lihaa valitessa saa tietoa mistä ja missä tuotetussa lihasta on kyse.
Kokemus oli hyvä, sain kierroksen tilalla ja liha oli hyvää.
Hyvä
On hyvää
Äärimmäisen hyvä! Sekä ostaminen että tuotteet.
parasta mitä rahalla saa
+++
Normaalisti kaupassa käydessä ostin makkaraa
Saatu jauhelihaa maistiaiseksi. Liha oli hyvää ja muistutti maultaan hirveä.
Hyvää oli.
Itse en syö lihaa mutta muu perhe syö. Heidän mukaansa makkarat lihaisia ja hyviä. Käristys perheen ja vieraiden mielestä todella hyvää. Ostamme lihan Kieringin kyläkaupasta, liha tulee kieringistä. Kaupalla myös kahvila jossa mahdollisuus saada hampurilaisia joissa pihvit ylämaankarjasta, myös niitä mies ja lapset kehuneet meheviksi ja hyviksi.
Reko ollut miellyttävä kokemus, josta oli luovuttava muutettaessa. Kannatan luo- mu- ja lähituotantoa, sekä tuottajan tukemista
Ostokokemus suoraan tuottajalta oli mukava ja tuotteet olivat todella laadukkaita ja hyviä.
Hyvää kaikinpuolin.
Hyvä
Hyvää oli
Hyvä
Todella mureaa ja hyvää lihaa.
helppo,paisti ja keittolihaa
Kokemus oli se, että ainakin itse käyttämäni liha oli hyvin rasvaista ja pidän sitä epäterveellisenä sen sisältämien kovien rasvojen vuoksi. En ostaisi enää.
Paisti
osotkokemus hyvä ja tuote laadukas.

Hyvä, mutta arvokas
hyvä
Erinomainen tuote. Toki mielelläni haluaisin sen tuoreena aina ostaessani, enkä useimmiten pakasteena.
Ostokokemus oli hyvä kun saa ostaa suoraan tuottajalta. Tuote oli erittäin hyvää ja maukasta.
Hyvä kokemus ja hyvä liha
Aivan loistava. Todella hyvänmakuista ja etenkin lapset pitivät. Plussana vähärasvainen. Ostan jatkossakin!
Loistava. Olen vakioasiakas.
Molemmat hyvät.
Helppoa ostamista, tuote tuore ja hyvä
Erinomainen kokemus ja tuote vielä parempi
Laatu ei vastannut odotuksia, vakuumpakkaus oli auennut ja liha sen näköinen kuin olisi sulatettu ja pakastettu uudestaan. Rekosta ostettaessa laadun tulee ehdottomasti olla priimaa.
hyvä :)
Ostaminen oli helppoa ja liha erittäin hyvää
Ostaminen oli helpohkoa, joskin REKO jakelupaikka on Rovaniemellä turhan kaukana. Hinta oli kohtuullinen ja liha käsittämättömän hyvää!
Herkullista. Vähärasvaista. Terveellistä.
Hyvä. Ostettiin perhepakkaus kokoisia jauhelihapötköjä. Pätkästä oli hyvä leikata siivu, joka oli pienellä siloittelulla ja pintamausteilla valmis pihvi.
Hyvä kokemus ja tuote oli erinomaista.
Tuote on ollut aina hyvää, kun muutamalta eri tuottajalta olen ostanut. Ostokokemus on aina hieman mutkikas ja saatavuus epävarmaa. Reko on hyvä kanava, mutta usein tuottajat ilmoittavat melko myöhään, ovatko mukana sillä kertaa. Kaupasta saanti helpottaisi asiaa, mutta mieluiten maksan suoraan tuottajalle.
Ostamani tuote oli säilykepurkkeja. Loistavaa tavaraa.
Purkkilihaa
Hyvät
Ostokokemus helppo ja tuote maistuva.
Tilan vieressä olevasta kaupasta sai pakasteena ostaa - helppoa, kun näki tuotteen ja hinnan suoraan. Chorizo-makkaraa ja nakkia - nakki oli hyvää, chorizossa ehkä vähän "riistaisempi" maku, kuin mihin olen tottunut.
erinomaista
Eritäin hyvä liha
Ostin paikallisesta Supermarketista lihaesittelyn yhteydessä.
Mainio liha ja hyvin valmistettu
Hyvä

Jauhelihaa. Ostokokemus oli asiantuntevaa ja ystävällistä. Sain tietoa tuotannosta, alkuperästä ja muutaman ruoka vihjeenkin.
Laadukasta lihaa. Turhan vaikeasti saatavilla.
Erittäin hyvä saa juuri sitä mitä haluaa.
Kokemus oli hyvä ja liha todella maukasta
Erittäin maistuva vaikka oli pakaste
Ostokokemus oli hyvä. Tuote oli jauhelihaa, todella hyvää.
Jauheliha
Hyvä kokemus ja liha hyvää
Tuote oli oikein hyvälaatuinen ja kohtuuhintainen, mutta ostokokemuksena REKO-jakelu on hankala kun pitää autoilla tietyinä aikoina tietyyn paikkaan.
Paikanpäältä haettuna koko ruho. Kuuteen osaan paloitetuna.
Mukava käynti kieringissä maalaismarkkinoilla. Ylämaankarjan käristys hyvää ja liha mureaa.
Hyvä ja ostin ulkofileetä
Jauheliha hyvää. Kokolihasa kovasti puuhaa ennenkuin on padassa.
Hyvä
Spesiaalihakinta burgereihin
Miellyttävä. Tuote oli todella hyvälaatuista lihaa.
Oikein hlvä.
Mieheni osti läheiseltä tilalta kokonaisen ruhon, jonka paloitteli itse. Pakastin täynnä lihaa joka vetää vertoja hirvelle, ollen jopa parempi rasvaisuuden ansiosta. Osteetaan myös toiste!
Huippuhyvä liha, vahva riistan maku joka erittaa maun norminaudan lihasta.
Huippu hyvää lihaa.
Liha oli sopivassa pakkauskoossa ja äärimmäisen hyvää. Käristys oli jopa parempaa kuin porosta.
Laadukasta pihvilihaa. Nautinnolla syötiin.
Hyvä, käristys ja jauheliha
Normaali nauran verrattuna liha on hieman tummempaa ja pehmeämpää. Vähän rasvaa ja hyvin erottuvat lihakset.
Hyvin pakattu tuote ja hyvää lihaa oli
Ostokokemus oli hyvä. Lihan saaminen oli helppoa ja hinta kohtuullinen. Tuote oli huippulaatuista. Vähärasvaista ja makuisaa.

LIITE 6: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 5

Miksi et ole ostanut ylämaankarjan lihaa?
Syömme vain oman naudan lihaa.
Ei oo ehtiny
Ostopaikka liian kaukana
Helppous ja nopea hankinta ruoan suhteen voittanut. Suoramyyntipaikkoja tiedän.
Poro , kauris, hirvi , kalat , linnut
Ei ole ollut joko rahaa tai ei vain ole ollut vielä mielenkiintoa ostaa
Lähipiiriin kuuluu Hefeford- karjan kasvattaja. Ostan ja syön sitä
Ei ole saanu aikaseksi
Se on kalliinpaa ja sitä ei lähimarketista
Tiedän joiltain tiloilta saatavan sitä suoraan, mutta koen sen olevan jokseenkin hankalaa. Tilat, joiden tiedän myyvän sijaitsevat kaukana, eikä oikeestaan koskaan ole kulkumatkan varrella.
Ei ole vielä kiinnostus kohonnut niin ylös että näkisin vaivaa. Oma hommansa näillä etäisyyksillä.
Kallis
Hinta Yritän syödä mahdollisimman paljon kasvisruokaa ja karsia ruokavaliostani punaista lihaa.
Kallista opiskelijalle
En syö yleensä naudan lihaa
Koska en osta lihaa. Metsästän sitä.
Käytän aatteellisista syistä vain poron ja hirvenlihaa sekä itse tuotettua lammasta ja nautaa. Ylämaankarjan lihan suurimpana ongelmana koen sen, että koska meillä on Suomessa lappilaisiin olosuhteisiin sopeutuneita kotimaisia alkuperäisrotuja (nautoja ja lampaita), tulisi lappilaisessa lihantuotannossa hyödyntää näitä uhanalaisia paikallisia rotuja tuontirotujien sijaan. Siitäkin huolimatta että suomenkarja on lypsyrotu.
Vasta kiinnostunut rekosta, enkä vielä ole "herännyt"
Ei vain ole tullut ajatelleeksi. Turvaudun aika usein perus suomalaiseen naudanjauhelihaan.
Ei sovi opiskelijan ruokabudjettiin.
Opiskelijalle se on hieman kallista ja en syö usein lihaa
On omaa hirveä.
En ole edes ajatellut kun itsellä niin paljon hirven lihaa ja nautaaikin jonkin verran.
No ei vaan ole tullut vielä hankittua kun on tuota muuta lihaa vielä pakkasessa
"Ei ole ollut tarvetta, tyttäreillä on luomukarjatila, josta saamme tarvittavat lihat"
ei ole sattunut kohdalleen.. ostan lihan marketista, jossa sitä harvemmin on esillä..

Ei ole ollut tarjolla normaalilla kauppa reissulla vaan olisi pitänyt käydä erikseen hakemassa syrjä kylältä
Nyt lähikaupassa en ole nähnyt.
Oli kallista.
Kaukana ja itsellä porotila
Jakelukanavat ei tiedossa
Pitkän matkan päässä
Meillä on niin paljon pakkasessa riistaa, jotta kaba on ainoa mitä silloin tällöin ostetaan.
En oikeastaan edes tiedä, miksi en ole ostanu. Meillä itsellä on poroja sekä myös hirvenliha pyydetään itse, että oisko siinä se syy. Ei yleensä osteta lihaa kaupasta vaan kaikki on "omasta takkaa".
Syön yleisesti aika vähän lihaa. Toiseksi olen ollut liian laiska tekemään ylimääräisiä reissuja yksittäisten tuotteiden vuoksi. Jos saisi kaupan hyllyltä, ostaisin varmasti.
Liityin vasta rovaniemen REKO:n fb sivuille, mutta en ole vielä käynyt ostoksilla.
Harvoin sattuu tulemaan vastaan
Koska saamme nautanlihaa kylliksi omasta pihatosta ja lisäksi syömme hirvenlihaa ja kotijärven kalaa.
Tiedän lihaa myytävän vain yhdessä liikkeessä, joka sijaitsee kaukana kotoani
Rahan vuoksi, toedän kyllä että, olisi ekologisempaa jne ja raha menisi mahdollisesti kokonaisuudessa tuottajalle, mutta rahaa on vähemmän joten usein se tarjousliha täytyy ostaa :(yritän kuitenkin välillä ostaa pienten tai lähellä tuotettuja lihoja suurten mm. hk.n jne sijasta. Suosin suomalaista!
Kallis ja pakkanen on hirviä täynnä
Ei ole vielä raaskinu, maun vuoksi aion joskus kokeilla.
Syön vähän punaista lihaa

LIITE 7: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 6

Millaisia ylämaankarjan lihatuotteita olisit kiinnostunut ostamaan?

Jokin muu, mikä?

Sorkat

Hyvä makkaratuotteet

Suikaleliha, keittoliha ym.

Vuota

Maidoton mnaton makkara grilliin

Käristykseen sopiva liha olisi mielenkiintoista kokeilla.

Kallo

Entrecote!

Kylmäsavu liha

Savulihat

Koiran ruoka

Sekoitus eri osista olisi myös kiinnostava

Pitkän kypsytyn lihat, osso bucco jne.

Keittolihapakkaus luineen (4henkilölle)

Kebab lastut

osia koiralle

Talja on komee, jatkokäyttö?

Jalosteet: savustettu / valmiit lihapullat

Sisäfile

Kyljykset pihvit

Syltty

tähdepaloja koiranruoaksi

koko ruho

Pihviliha/brisketti

Kuivattu penis olis hyä

LIITE 8: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 9

Olitko kiinnostunut...?	
Ostamaan porukalla tai yksin kokonaisen ylämaankarjaruhon esim. 2 kertaa vuodessa?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 krt vuodessa max ➤ Syömme melko vähän nautaa. ➤ Omasta takaa hirven ja naudanlihaa pakastin täynnä niin ostan lihaa hyvin vähän kaupasta, lähinnä makkaraa ostan ➤ Palasteltuna vois kiinnostaa. ➤ liian pieni kotitalous ➤ Tarvetta ei olisi kovin isolle määrälle ➤ Isolla porukalla ➤ En ➤ Ei olisi tilaa säilöä tai leikkoa lihaa ➤ Ei mahdu pakkaseen. ➤ Mikäli hinta on sopiva ➤ Liikaa säätämistä ja kyselemistä. ➤ Pakastin on liian pieni ➤ liian isoa minulle ➤ jos hinta on kohdallaan ja löytyisi paloitteluun tila jossa ruho käsitellä ➤ Taitaisi kerran vuodessa riittää ➤ Ei mahdollista säilyttää niin paljoa kerralla ➤ Ei kaksi kertaa, kun muitakin lihoja, niin paljon ei tule syötyä. 1x ehkä ➤ Porukalla ➤ En ehkä niin useasti. ➤ Tuontirotuja ei tulisi kannattaa, vaikka ne olisivatkin lähellä kasvatettuja. ➤ Ehkä 1 kerta vuodessa ➤ Puolikas kerran vuodessa ➤ On paljon muitakin lihaa kuten hirveä ja poroa. ➤ Ehkä ➤ Kuten aiemmin sanoin, yhden naudan paloittelusta ei mene kuin tunti. Mutta jos ammattitaitoa et tuohon hommaan ole en sitä suosittelen. ➤ Porukalla/ hinta?
Maksamaan enemmän kotimaisesta lähiruoasta?	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jonkin verran enemmän ➤ Maksaisin mielusti tuottajalle suoraan hinnan, jotta välikädet jäisivät myyntiketjusta pois

- Aina kun on varaa, niin ostan kotimaisia tuotteita.
- Tällä hetkellä meidän talous käyttää vain hirven ja poronlihaa (vasa jota ei ole ruokittu rehulla) maksaa enemmän mutta laadusta en tingi. Taloudessa yksi todella yliherkkä lapsi joka oireilee jopa eläimen syömälle rehulle. Eli tiedellä tärkeää tietää mitä eläin on syönyt ja mitkä elinolosuhteet ovat.
- Ruoka on nykyisin halpaa suhteessa esim. asumiseen. Laadusta ja lähialueen hyvinvoinnista kannattaa maksaa. Maatalous työllistää välillisesti paljon ihmisiä ja pitää pienet paikkakunnat asuttuna. Alkutuotannon kannattavuutta pitäisi saada parannettua ja ruoantuotanto säilymään koko maassa ruokaturvan takia.
- Hieman joo, mutta nykyinen rahatilanne ei anna myöten kovin kalliiseen.
- Jos esim jauheliha ei maksa 15€
- Ei kauhean paljon enemmän
- Kohtuudella, perusajatus se ei saisi olla
- Tällä hetkellä opiskelijabudjetti. Mutta haluaisin tukea kotimaista ruoantuotantoa.
- Tällä hetkellä tuottajat joutuvat pitämään liian korkeita hintoja.
- Kyllä, mutta maatalouspolitiikkaa pitää pystyä kääntämään siihen suuntaan, että paikallista tuotantoa tuetaan koko maassa. On järkyttävä tilanne, että tehotuotettu ja kaukaa tuotu ja mitä lie liian pitkiä reittejä pitkin teurastamoon ajelutettu eläin päätyy halvemmalla myytäväksi kauppaan. Rumaa.
- Tottakai kotimaisesta työstä ja laadusta pitää olla valmis maksamaan
- varsinkin paikallisesta ruuasta
- Ei mitään hirmusia summia, mutta jonkin verran
- Valitettavasti ruoka on kallista, palkat pieniä. Onnekseni osaan käsitellä lihaa, niin voin ostaa lihan ja jatkokäsitellä itse
- Muutaman euron enemmän maksaisin kuin tavis esim tavis jauhis
- Lihasta en ole maksanut mitään moneen vuoteen koska se kuuluu ns"työsuhde" etuihin, muissa tuotteissa tuen kotimaisia

<p>Ostamaan myös muiden lihakarjarotujen tuotteita, jos ne ovat lähellä tuotettuja?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Olen kiinnostunut myymään omani. ➤ Kyllä ja niitä olen ostanutkin. Ylämäänkarjaa ei ole saatu minulle markkinoitua parempana vaihtoehtona ja se voi olla jopa haastavaakin. ➤ Jonkin verran. Tuohon mieluiseseen ostopaikkaan haluaisin sanoa, että muuten kauppa mutta hinta nousee aina kun ottavat välistä. Ja reko ois muuten hyvä ostopaikka mutta paikkakunnalla ei ole sitä. ➤ Tärkeintä ostopäätöksessäni on, että eläin on saanut elää hyvän elämän ja teurasmatka ei ole pitkä. Mielikuvani on, että ylämaankarja on tervettä ja saa olla ulkona, ja täällä lapissa on nykyisin teurastamo - joten se on valintani muiden lihakarjarotujen ollessa mahdollisesti jotain muuta.
<p>Ostamaan nautaboxin, missä on useampia ylämaankarjan lihatuotteita samassa paketissa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ liian pieni kotitalous ➤ Riippuisi boxin koosta, esim. yksinelävälle isot boksit eivät ole kovin järkeviä. Toisaalta perheille olisivat käteviä! ➤ Ehkä ➤ Mielummin jotain tiettyä ➤ Jos tuotteet sattuisivat olemaan mieluisia ja alentaisi hintaa, yleensä en osta boxeja ➤ Oikein hyvä vaihtoehto. Monipuolinen sisältö ja hieman pitemmäksi aikaa lihat hankittuna helpottaa suunnittelua. ➤ Mielenkiintoinen vaihtoehto, jos ei ole liian iso ➤ esim 2-3 viikon lihat kerralla ➤ vain niiltä osin jotka minua kiinnostavat (file + jauheliha) ➤ Tuontirotuja ei tulisi kannattaa, vaikka ne olisivatkin lähellä kasvatettuja.

LIITE 9: VASTAUKSET KYSELYN KYSYMYKSEEN 11

Minkä kokoisissa pakkauksissa (g/kg) haluaisit ylämaankarjan lihatuotteita ostaa? Mikä voisi olla kertaostoksesi volyymi, esim. liha-autosta ostettaessa?
400g-1kg
400g olisi hyvä koko ehkä myös 700g
500g
Pari kiloa
300-500g
5-10kg
10kg
10 kg
5-7kg
2-5 kg
400 g
n:10kg boksi
500 g, ainakin jauheliha. Kerralla esim. liha-autosta voisimme ostaa 4-6 kg.
400g -600g. Taloudessani on vain yksi henkilö. En määrällisesti osaa sanoa kertaostokseni määrää, sen yleensä on rajannut rahankäyttö mahdollisuus, tilalta ostaessani olen kerta ostona käyttänyt n.60-100e. Ostokertoja vuodessa ei näin ollen useita.
500-1000g
1-3 kg
10kg
0,5 kg
10 kg
3-5 kiloa
400-500g
500g-1kg pakkaus, kerralla 1-4 pakkausta kerralla pakkauskoosta riippuen.
Jauhelihaa n.500g vakuumeissa. Max 10 kg kerta
400 g, parilapsisen perheen valmistusannos. Jos joudun näkemään ostamisessa vaivaa, ostan mielellänimpakkaseen.
500g- 1kg
N.700g
500g ja kertaostona alle 10kg
300/500 g jauheliha Paisti 1000 g noin .
Ehkä n. puolen kilon pakkaukset olisivat hyviä.
Kg
J.liha 500g ->100g pakkaukset Täys liha kiloina
N.400-500g pakkauksissa.

300g-2kg
2-4 kg
10:kg
2-5 kg
Riippuen lihasta niin 500g-1,5kg pakkauskoot olisi meille sopivia.
10-20kg
2kg
20-30 kg
500g, 2kg
1kg pakkauksia, 5-10kg kerta
400g
5 kg
500g/10kg
Makkaraa ja säilykkeitä useamman kilon
1kg pakkaus. Muutama kilo.
500g - 1500g pakkaukset 3-5kg
500-2000g
1-2kg pakkauksessa
Tarpeen mukaan 500g-1kg.
10x 500g
400g / 800g. Sopisivat myös 2hlö talouteen ja isommasta pakkauksesta olisi helppo laittaa puolet pakasteeseen.
800g, 1kg, 1,5kg, 2kg
1-2kg
10 kg
Puolesta kilosta kiloon olisi sopivan kokoinen pkt. Jauheliha n 500g pakkauksissa.
1 kg
5 kg
400g-1000g
3kg koska surkean pieni pakasteeni on täynnä marjoja
400g/1kg.
10kg
Alle kilon, rahatilanne ei anna myöten ostaa isoja määriä, joka nostaisi automaattisesti hintaa. Myöskään tarve kerralla ei ole kovin isoille määrille 2n hengen taloudessa.
300-500g
Kilogramma
1-10kg
5-10 kg
Kilo, ehkä?
2-4 kg

jos hinta kohdallaan n 20-30Kg/kerta
1kg pkt. 150-200€
2kg
Kilosta viiteen kiloon.
1-2 kg 10 kg
Makkara 400g Jauheliha 500g , 1000g Kylkiribs 200-300g Kielet 2-3kpl paketti Potkakiekkaja 1000g Volyyimi noin 30-50€ liha-autosta ostaessa.
10 - 15 kg
500 g, 15 kg
400g
1-5kg
Kymmenen kiloa
Ehkäpä noin 400g tai ne n. 900g ja niitä sitten pakkaseen säilöön
400-500g
Lihaa voisi ostaa useamman kilon eri muodoissa...
5 -10 kg
150 g
Riippuu tuotteesta, jauhelihana esimerkiksi voisi olla 1kg tai 500g paketti.
Mahdollisimman pienissä, sillä asun yksin.
En osaa sanoa
0,5-3kg
Pienperheen pakkauksissa paloina , valmis pala
1-2 kg
400-500 g
keskuskeittiö 30 kg
noin 400 g - 2 kg
Lihalajitelma so. nautaboxi. n. 10 kg jos sisältää pelkästään ykkösleikkaa ja n. 20 kg jos mukana keitto yms. kakkosleikkaa. On varmaan myös hintakysymyksen.
5 - 10 kg
0,5-1,5 kg / ruhonosa. Sekoituslaatikko voisi olla vaikka 5 kg Tämä ei liity mitenkään tähän kysymykseen, mutta johonkin halusin tuoda esille asian, joka oli myös kyselyn esittelyyn nostettu esille, Haluanko lapseni syövän esim. koulussa lähilihaa. Täällä Lapissa pitäisi ehdottomasti ymmärtää se että tuotanto on niin pientä ettei siitä riitä kaikille ainakaan toistaiseksi. Joten keskityttäisiin reilusti, ainakin aluksi, saamaan yksittäiset ihmisen innostumaan ja ostamaan tuotteita, jolloin niille on mahdollista saada myös vähän parempi hintakin. Julkiset ostajat ostavat kylläkin suuria määriä, mutta verovarjoilla, joiden pitää riittää monenmoiseen yhteiseen hyvään. Samoin julkiset keittiöt ovat, ainakin suuremmilla paikkakunnilla, joihin ne volymitkin menisivät pitkälle kehitettyjä ja niiden ruoanvalmistusprosessit vaativat elintarvikkeilta enemmän kuin yksittäisen ihmisen kotikeittiössä ruokaa valmistaessa. Aina ja joka paikassa tulee esille se, että kyllä kuntien keittiöt pelastavat kaikki elintarvikeyrittäjät. Todellisuus kuitenkin on, että sieltä voi saada ns. juustoa ja leikkelettä leivän päälle, mutta se itse perusta yritystoiminnalle pitää löytää vapailta markkinoilta.

5-10 kg
500g pakkaus. 3-5kg
Esim 500g jauhelihapaketti, mutta voisi olla myös isompia jos niitä voisi paloittaa ja laittaa pakka- seen osa. Voisin ostaa noin kilon tai kaksi lihaa kerralla.
500g pakkauksia
500g/ paketti. Yleensä ostan 3-5 kg kerralla.
1-3 kg
Riippuu mitä ostaa. Jauheliha n. 500g paketti, kerralla 3-5kg. Muu liha vaihtelee. N. 500-700g pake- tissa. Kertaostos riippuu siitä, paljonko pakasteessa tilaa ja kuinka usein voi tilata.
Jauheliha 500 g.
1 kg
Olen yksin elävä, joten pienemmät pakkaukset kiinnostaa. Esim. Jauheliha 400g
300-500g
Hei, vastaan tähän laatikkoon koska lopussa ei ole vapaa sana laatikkoa. Lähilihan tulee olla myös kasvupaikalla tai ihan lähellä nopeasti ja ehdottoman kivuttomasti teurastettua. Jos haluan niin voin mennä vaikka katsomaan täyttääkö lopetus minun asettamat kriteerit. Minusta on hyvin vastenmie- listä ajatella että eläviä eläimiä kuljetetaan epäeettisesti rekoissa pitkiäkin matkoja kuten esim po- roja. Siksi en osta poron lihaa.
500 g per paketti, 2 kg kerrallaan
Kerrostalon pakastinkapasiteetti rajoittaa ostosten kokoa. Etenkin syksyllä pienempiä muutaman kilon eriä, keväällä tilaa jo paremmin.
N.10kg
N.1-3kg
500 g, muutaman kilon kertaostos
Määrät riippuvat siitä, mitä lihaa olisin ostamassa. Voisin ostaa kerralla enemmän, esim. 3-4 eri tuo- tetta. Pakkauskoot 400-800 g. ovat sopivia.
500g-1 kg pakkauksissa. Kertaostos ehkä n.3kg.
Jauheliha 500g, paistit 1-1,5 kg paloina, fileet paloina, ei kokonaisia ja tai valmiiksi leikattuina pih- veinä.
Perhepakkaus eli jauheliha noin kilon kanteissa. Tietty pienemmistäki voi koota mutta nostaako hintaa...
Kilon pakkaukset ok, kerralla ostaisin n.10 kg.
500g/200€
2 kg
500 g - 2 kg
500g-2kg
Sopiva pakkauskoko voisi olla 500 . . 700 grammaa.
Jauhelihaa Ostaisin mielelläni 1kg paketeissa tuoreena. Jos pakastettua, niin joku 500g ois sopiva. Keittolihaa luineen ostaisin mielusti ""irtotavarana"", eli ostaisin pyydetyn kilomäärä. Samoiten pelkät luut luuliemen keittoon..

pakkaukset 300-500 g, kerralla 3-5 kg
500 - 1 kg paketit
En osaa sanoa
Jauheliha 500g pakkauksissa. Paistit ynnä muut lihat noin 1kg pakkauksissa. Kerralla voisi ostaa kuukauden tarpeen esim. jauhelihaa 5kg ja kokolihaa 2kg.
20 kf
Kahden hengen taloudessa lihankulutus voi olla enintään 1 kg viikossa. Syömme muuta lihaa myös (lähityttäjien karitsaa). Lisäksi ostaisimme koiralle osia, joten ostaisimme enintään 1 kg viikossa tahdilla. Pakkausten on hyvä olla 500 kg (jauhelihat, makkarat yms. nopeat ruuat) - 1,5 kg (paistit ym. pitkään kypsennettävät). Kiitos, kun tutkit asiaa. Tämä aihe ansaitsee kaiken positiivisen huomion ja nosteen.
Kertavolyymi 5 kg. 00-500 grammaan esim. jauhelihat
2-5 kg
15 kg
Jauhelihaa 400 g pakkauksissa, muuta lihaa 2-4 hengelle sop. pakkauksissa. Liha-autosta ehkä muutamasta kilosta viiteen kg.
0,5 kg pakkaukset, max 5 kg kerralla
5 kg
2-10 kg olen itse tehnyt kyseistä kylmäautokauppaa pitkin maaseutuja ovelta ovelle periaatteella ja tiedän että tarpeiden määrä vaihtelee. mutta aina ostaisin kuitenkin jotain
500 g / pakkaus, 2 kg kertavolyymi
200g 400g 800g 1kg 1,5kg 2kg
1,5-2kg eli lähellä viikkokulutusta tai kertakulutusta niin että tietäisin menekin etukäteen 1-2vkoa eteenpäin jona aikana tuotteet söisin tuoreeltaan. Paremmat osta tietysti heti ja jauhelihan seuraavan/kuluvan viikon aikana.
400 - 900 g
Reko-myyntistä olen ostanut 2-3 kg kerralla, luultavasti samaa tasoa
3kg
Esim. 5x 500 g jauheliha, 1 kg paisti
1-2 kg
1kg-400g
Max. Muutama kilo
500g -1,5 kg
1 kg
10-15 kg
Riippuu tuotteesta, saatavuudesta, säilytystavasta, omista tarpeista ja säilytystilasta, mutta veikkaisin että vähintään pari kiloa ja enintään 20kg.
10 kg
1-5kg
500g, 1kg

1,5Kg
Muutaman kilon paketteja.
1kg
1-2kg
5 kg pakkaus
1-5kg
5-15 kg
1-2 kg, jos hyväksi todettu luotettava tuottaja.
Max. 5kg
0,500g
1-2kg
2-5kg
500g
600 g, 800 g ja 1 kg. Pakkauskokoja.
1-2kg
1-2 kg
1/2-1kg pakkauksissa ja 5kg kerralla.
2-3kg
2 kg
500g pakkauksissa. N 10 kg.
500
2-3kg
500 g- 2kg
Max 5kg/krt tosin riippuen ostokertojen määrästä
5-10 kg
500g
Sopivia pakastimesta pannulle ja uuniin
300g-1kg
Puolikiloa paketissa
1kg
1/2kg-1kg
Noin 1 kg kerrallaan.
500f
10-20 kg
5 kg
600-800g
3kg
1-10
500g
5-10kg

Oisko joku 3 pkt 1kg pakkauksissa.
1 kg
3kg
500g pakkaukset, niitä muutamia, ehkä eri ruhonosia ja jauhelihaa, suoraan tuottajalta mieluiten (ei rahaa välikäsilä, hinta ei ole ratkaiseva tekijä, vaan suomalainen, hyvälaatuinen liha)
500g jauheliha 1kg paistit valmiina pakattuna. Kerta ostoksena tieteen hinta määrää 20 - 30 kg
10 kg
1-3kg
Muutama kilo.
400g. 2kg.
Yksittäinen pakkaus 500g-1kg, kerrallaan ostaisin noin 5-10kg
Jos pakastettu tuote, niin ehdottomasti pienissä kertapakkauksissa (max. 500 g), koska olen yksinelävä. Kerralla voin ostaa esim. 20 kiloakin noita pieniä pakkauksia, koska pakastintilaa on reilusti.
Jauhelihaa olisi mukava saada pienissä askeissa, esim 100-300g per pakkaus. Tai jos olisi punnauspaikka niin sen verran ko tarttee sillä hetkellä. Liha-autosta voisi useammanki kilon ostaa jauhelihaa, paisteja yms. Kunhan on yksittäispakattu. Kerralla esim kieliä ei voi sulattaa koska eihän kukaan nyt kerta heitolla montaa kieltä mussuta. Itsekin yksin asuva, niin ei vain jaksa.
Tällä hetkellä vielä aika pieniä määriä kun asun yksin. Kun muutan isompaan asuntoon ja ostan arkupakastimen, voisin ostaa isompiakin määriä kerralla. Esim. 10 kiloa.
0,5-1kg paketeissa. Tuoreita max 1,5kg, pakasteita enemmän
0.5-1 kg
400g-700g tai 1-2kg. Lihaboxeja vois olla jopa 4-5kg asti ko sis pitkään säilyviä ja pakastetuotteita.
1kg
1 kg
500g pakkaus
Muutama kilo
Noin 500g
300-400g per paketti. Noin 10 kg kerralla
Riippuu käytöstä, 2h talouteen about 500g/ruoanlaittokerta, 1kg jos tekee hampurilaisia isommalle porukalle tms
600 g/kilo. Volyymi voisi olla kaksi tämänkokoista pakettia kerrallaan
Riippuen kuinka usein ostaisi, mutta max 3 kg.
5-10kg
500
Max 5-10kg
Kilon pakkauksi ja kaksi kiloa
400g jauheliha paketit noin pari kiloa ehkäpä
Useampi 500g pakkaus. Esim kerralla 4x500g
1-5 kg

Isommat erät. Hinta noin 50-75€
Eri tuotteita yhteensä n. 5 kg
500g kerta-annos
Noin 10.kg
5 kg
Puoli ruhoa paloitetuna ja jauhelihoina kerran vuodessa
3kg
5
500g-1kg
10- 15 kg
Yhden hengentalouteen pienissä pakkauksissa, esim. 200g
500g-1kg
Ehkä 700-1000g
1-5 kg, riippuen tarjolla olevista tuotteista
N. 0,5-1,0kg
5-40kg
1kg
Tuohan riippuu henkilöstä, osa asuu yksin joten esim 250g j-lihaa riittää hyvin mutta perheellisille ei meinaa 1kg riittää. On hyvä että on vaihtoehtoja
5kg
400 grammaa
25 kg
5 kg
Noin puolen kilon pakkauksia ja erä voisi olla 10kpl boxi
400g-1000g
20 kg
Noin 1 kg , paistit tietty isompia. Muutama kilo
Puolen kilon pakkauksissa. Se on hyvä koko 4 henkiselle perheelle. Ostan/ostaisin lihaa kerralla 10-15kg.
1kg pakkauksissa ja 1-2kg kerrallaan
2kg-5kg
20 kg