

Heini Rautiola & Tuula Törmä

LÄHIRUOKA MAHDOLLISUUTENA

Kyselytutkimus Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoille ja henkilökunnalle

LÄHIRUOKA MAHDOLLISUUTENA

Kyselytutkimus Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoille ja henkilökunnalle

Heini Rautiola
Tuula Törmä
Opinnäytetyö
Kevät 2011
Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma, ympäristöhoidon suuntautumisvaihtoehto

Tekijät: Heini Rautiola ja Tuula Törmä
Opinnäytetyön nimi: Lähiruoka mahdollisuutena - Kyselytutkimus Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoille ja henkilökunnalle
Työn ohjaajat: Kaija Karhunen ja Päivi Lamminen
Työn valmistumislukukausi ja –vuosi: Kevät 2011 Sivumäärä: 49 + 9 liitettä

TIIVISTELMÄ

Lähiruoka on kasvattanut suosiotaan viime vuosina Suomessa. Aiheen ajankohtaisuus ja kiinnostavuus olivat hyvä lähtökohta tälle selvitykselle. Työn toimeksiantajana toimi Oulun seudun ammattikorkeakoulun Luonnonvara-alan yksikkö. Työn tavoitteena oli selvittää Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoiden ja henkilökunnan kiinnostusta lähiruokaa kohtaan. Lisäksi kartoitettiin ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnan järjestämismahdollisuutta yksiköissä.

Selvitys tehtiin Webropol-pohjaisena kyselytutkimuksena. Lähiruoka –kysely lähetettiin 1542:lle Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijalle ja henkilökuntaan kuuluvulle. Ennen kyselyn lähettämistä, Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön ruokaloihin jaettiin esitteitä, joihin oli koottu tiivis tietopaketti lähiruoasta ja ruokapiiritoiminnasta.

Lähiruoka-kyselyn vastausprosentiksi saatiin 15,9 %. Suurin osa vastanneista oli naisia. Tuloksista kävi ilmi, että tärkein ostopäätöksiin vaikuttava tekijä on tuotteen tuoreus. Muina tärkeinä tekijöinä pidettiin laatua ja ostotottumuksia. Suurin osa vastaajista tiesi, että lähiruoka ei aina ole luomua. Lähiruoan ostoedellytyksiksi koettiin esimerkiksi varma ja helppo saatavuus sekä tuotteiden laatu. Lisäksi etenkin opiskelijat kokivat, että tuotteen hinnalla on merkitystä lähiruoan ostoedellytyksiin, sillä tiukan budjetin takia tuotteiden tulisi olla edullisia. Kyselyn perusteella suosituimmat tuotteet, joita vastaajat haluaisivat ruokapiirin kautta ostaa, olivat kurkku, tomaatti ja kananmunat.

Tulosten perusteella Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköstä löytyy ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnasta kuluttajina kiinnostuneita henkilöitä, mutta tuottajien saaminen mukaan toimintaan voi olla haasteellista. Tulevaisuudessa olisi hyvä myös miettiä, missä ruokapiiri ja tuottajatori kannattaisi järjestää ja voisiko Oamkin Luonnonvara-alan yksikkö toimia näiden toimintojen virittäjänä. Ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminta vaativat näiltä osin lisäselvitystä ennen toiminnan aloittamista.

Asiasanat: lähiruoka, ruokapiiri, tuottajatori, luomu, suoramyynä

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Agricultural and Rural industries, Environmental Management

Authors: Heini Rautiola and Tuula Törmä

Title of thesis: Local food as an opportunity- A survey for students and staff of Oulu University of Applied Sciences, the School of Business and Information Management and the School of Renewable Natural Resources

Supervisors: Kaija Karhunen and Päivi Lamminen

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2011 Number of pages: 49+ 9 appendices

ABSTRACT

Popularity of local food has increased in Finland in recent years. Topicality of subject and interest were a good starting point for this survey. Work was assigned by Oulu University of Applied Sciences, School of Renewable Natural Resources. The aim of the thesis was to determine interest of staff and students of School of Business and Information Management and School of Renewable Natural Resources in local food. In addition, we scanned the possibility of organizing a food circle and a farmers market in the mentioned units.

The study was conducted by a Webropol-based survey. Local food -survey was sent to 1542 students and staff members of School of Business and Information Management and School of Renewable Natural Resources. Before sending the survey to Business and Natural Resources units canteens distributed leaflets, which were compiled from a concise information package of local food and the food circuit activities.

The response rate was 15.9%. Most of the respondents were women. The results showed that the most important factor influencing buying decisions is the freshness of the product. The other important factors considered quality and buying habits. The majority of the respondents know that local food is not always organic. Purchase precondition of local food were for instance guaranteed and easy availability and quality. In addition, particularly the students felt that the cost of the product is relevant to the purchase of local food conditions. Because of the tight budget the products should be inexpensive. Based on the survey the most popular products what respondents would like to buy through food circuit were cucumber, tomato and eggs.

Based on the results there are consumers at School of Business and Information Management and School of Renewable Natural Resources who are interested in food circle and farmers market activity. Finding the producers can be a challenge. In the future it would be good to think that where the food circle and the farmers market should be organized and if Oamks Natural Resources unit can set up these actions. Food circle and farmers market activity require clarifications before starting the activities.

Keywords: Local food, food circle, farmers market, organic, direct sale

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ.....	3
ABSTRACT	4
SISÄLLYS.....	5
1 JOHDANTO	7
2 LÄHIRUOKA	9
2.1 Määritelmiä.....	9
2.2 Kuluttajan näkökulma	9
2.3 Tuottajan näkökulma	10
2.4 Lähiruokamarkkinat Suomessa.....	11
2.5 Lähiruokamarkkinat maailmalla	14
2.6 Lähiruokan kustannukset	16
3 LUOMURUOKA	18
4 LÄHIRUOKAN MARKKINOINTI	20
4.1 Ruokapiiritoiminta	20
4.2 Tuottajatori ja suoramyynä	22
4.3 Elintarvikelainsäädäntö.....	22
5 AINEISTO JA MENETELMÄT	24
6 LÄHIRUOKA-KYSELYN TULOKSET	26
6.1 Vastaajien taustatiedot ja ruokaostospäätöksiin vaikuttavat tekijät.....	26
6.2 Vastaajien käsitykset lähiruokasta.....	27
6.3 Vastaajien käsitykset ruokapiiristä.....	29
6.4 Vastaajien kiinnostus suoramyynäin ja tuottajatoritapahtumaan.....	33
6.5 Palautetta kyselystä.....	35
7 JOHTOPÄÄTÖKSET	37
7.1 Taustatiedot	37
7.2 Lähiruoka.....	37
7.3 Ruokapiiri	38
7.4 Tuottajatori	39
7.5 Palaute	40
8 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA	41

9 POHDINTA.....	44
LÄHTEET.....	45
LIITTEET	VIRHE. KIRJANMERKKIÄ EI OLE MÄÄRITETTY.

1 JOHDANTO

Kiinnostus lähiruokaa kohtaan on lisääntynyt viime vuosina. Nykyään lähiruokaa voidaan pitää trendinä ja se kiinnostaa entistä enemmän erityisesti valistuneita kuluttajia, jotka kiinnittävät huomiota ruoan alkuperään, ekologisuuteen ja tuotantotapoihin. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 4.) Lähiruoan tärkeimpinä ominaisuuksina pidetään kotimaisuutta, turvallisuutta, tuoreutta, paikallisten yrittäjien tukemista sekä ruoan korkeaa laatua ja alkuperää (Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010, 10). Ruoka-alan ammattilaisten mukaan suomalainen lähiruoka saa hyvät arvosanat. Etenkin juurekset ovat Euroopan parhaita ja muidenkin raaka-aineiden osalta ollaan korkealla tasolla (Suomessa lähiruoka jo maailman huippua 2011, hakupäivä 28.2.2010).

Kuitenkaan lähiruokaa ei ole vielä saatavilla kovinkaan kattavasti kaupoissa vaan sitä täytyy etsimällä etsiä. Erityisesti pienillä paikkakunnilla lähiruokaa on vaikea löytää kaupoista. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 4.) Lähiruoan saaminen kauppojen hyllyille onkin ollut ongelmallista. Yksi rajoittavista tekijöistä lähiruoan saamiselle kauppoihin on, että lähiruoan kulurakenne on suhteellisen raskas. Tällä tarkoitetaan sitä, että pienten erien kuljettaminen ja laskutus ovat kalliita sekä kaupalle että tuottajalle. (Lähiruokaa hyllyille 2011, 2.) Toisena ongelmana on jakelu- ja logistiikkajärjestelmän puute. Ostajia tuotteille löytyy, mutta ei tiedetä miten tuotteet saadaan toimitettua perille. Vaikka ongelmia on, niin lähiruokamarkkinoiden koon arvellaan kasvavan tulevaisuudessa, sillä vuonna 2008 se oli Suomessa 74 miljoonaa euroa ja vuonna 2015 sen arvellaan kasvavan 100- 200 miljoonaan euroon. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 5.)

Sisäasiainministeriön maaseutupolitiikan lähiruokatyöryhmän loppuraportissa pidetään epärealistisena, että koko elintarviketalous muuttuisi lähiruokatoiminnaksi, vaikka kiinnostus lähiruokaa kohtaan on suuri. Ryhmän näkemys on, että parhaat kasvumahdollisuudet lähiruoalla on alueiden joukkoruokailussa, joissa lähiruoan tuotannolle ja tarjonnalle on hyvät liiketoimintamahdollisuudet. (Lähiruoan mahdollisuudet 2000, 5.)

Ruoan hävikin pieneneminen on myös hyvä syy suosia lähiruokaa, sillä silloin saa tuoretta ruokaa, jonka säilyvyys on parempi ja jokainen voi ostaa sen verran kuin ruokaa tarvitsee. Tämä on mahdollista etenkin lähdeittäessä mukaan ruokapiiritoimintaan. Nykyisellään ruoan hävikin

arvioidaan olevan koko elintarvikeketjun osalta 25- 50 %:n välillä. Vastaavasti kuluttajaa kohti ruoan vuosihävikin arvioidaan vaihtelevan noin 20 kilosta yli 80 kiloon. Hävikistä syntyvät ympäristövaikutukset ovat sitä suuremmat, mitä myöhäisemmässä vaiheessa tuotantoketjua ne syntyvät. Ruoan mennessä hukkaan, ovat kaikki tuotantoketjun aikaisemmassa vaiheessa syntyneet ympäristövaikutukset olleet turhia. (Ruokatieto Yhdistys ry 2011, hakupäivä 4.4.2011.) Tarkemman ruokahävikin määrän selvittämiseksi on käynnissä MTT:n tutkimushanke FOODSPILL – Ruokahävikin määrä ja vähentämiskeinot elintarvikeketjussa. Hankkeen päämääränä on merkittävä ruokahävikin ehkäiseminen. (FOODSPILL – Ruokahävikin määrä ja vähentämiskeinot elintarvikeketjussa 2009, hakupäivä 6.4.2011.)

Yhtenä hyvänä jakelukanavana lähiruoalle toimivat ruokapiirit. Ruokapiiritoiminnalla tarkoitetaan ryhmää, joka hankkii ruokansa yhdessä suoraan tuottajilta. Tällaisia Oulun seudulla toimivia ruokapiirejä ovat mm. Maa Gaian, Rantsilan lähiruokapiiri, Oulun yliopiston luomuruokapiiri sekä Kuusiluodon ruokapiiri.

Opinnäytetyössä pyrimme kartoittamaan Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköiden henkilökunnan ja opiskelijoiden kiinnostusta lähiruokaan. Samalla kartoitimme kiinnostusta myös ruokapiiritoimintaa ja tuottajatoria kohtaan. Kyselyn avulla selvitettiin myös lähiruoan tunnettua. Lisäksi pyrimme selvittämään olisiko ruokapiiri- ja tuottajatoritoimintoihin tarpeeksi kiinnostuneita henkilöitä, jotta niitä voitaisiin järjestää Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköissä yhteisesti tai erikseen.

2 LÄHIRUOKA

2.1 Määritelmiä

Lähiruoalle ei ole olemassa virallista määritelmää, joten käsite ei ole yksiselitteinen. Yksi käytetyimmistä määritelmistä on se, että lähiruoksi katsotaan ruoantuotanto ja -kulutus, joka käyttää raaka-aineita ja tuotantopanoksia omalta talousalueelta. Lähiruoan tuotannossa ja kulutuksessa pyritään mahdollisimman pieneen ekologiseen jalanjälkeen edistämällä näin kestäväällä tavalla oman alueen taloutta ja työllisyyttä. (Pulliainen 2006, 12.) Vastaavasti MTK määritteli kaiken kotimaisen ruoan olevan lähiruokaa. Kuluttajaliiton mukaan lähiruoalle ei pitäisi tehdä liian tiukkoja kriteerejä, sillä lähiruoan tulisi olla helppo valinta. Ruuan alkuperän kertomisen tulisi olla positiivinen asia ja sitä edellytetään, mikäli kiinnostusta lähiruokaan halutaan vahvistaa. (Pentikäinen 2010, 6.)

Kainuulaisessa hankkeessa lähiruoka on määritelty myös omalla tavallaan. Lähiruoka tarkoittaa elintarviketta, jotka tuotetaan ja kulutetaan Kainuussa. Lisäksi sillä tarkoitetaan kaikkia suomalaisia elintarvikkeita, jotka jalostetaan ja käytetään Kainuussa. (Sihvonen 2010, 23.)

Lähiruoka menee käsitteellisesti usein sekaisin luomun eli luonnonmukaisesti tuotetun ruoan kanssa. Lähiruoka ei tarkoita Suomessa samaa asiaa kuin luomu. (Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010, 9.)

2.2 Kuluttajan näkökulma

Lähiruokaa voidaan pitää myös teollisen ruoan vastakohtana, jolloin puhutaan niin sanotusta identiteettiruosta. Identiteettiruoan määritelmässä lähiruokaan liitetään paljon tunteita ja arvoja. Lähellä tuotetun ruoan lisäksi tärkeäksi painopisteeksi lähiruokaan liitetään kuluttajan mahdollisuus läheiseen yhteyteen tuottajaan, jakelijan sekä jalostajaan. Identiteettiruoka on tuotettu eettisesti, ympäristöä ja eläimiä kunnioittaen. (Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010, 10.)

Lähirooka antaa päätösvallan ruoantuotannosta kasvottomilta markkinavoimilta takaisin ruoan kuluttajille ja sen tuottajille. Nykymaailmassa maanviljely on ajautunut kohti suurtilojen monokulttuureja, joilla ensisijaisena tarkoituksena on tuottaa ruokaa ulkopuolisia markkinoita varten. Tuontiruoka on tukien avulla nykyisin halpaa, jolloin ympäristön lisäksi häviäjän rooliin joutuvat pienviljelijät. Globaalissa kauppa- ja maatalouspolitiikassa ei usein oteta huomioon ruoantuottajien lähtötilanteiden eroja ja maatalouden elintärkeyttä riittäväällä tavalla. Paikallisen maatalouden kannattaminen auttaa ylläpitämään maaseudun toimeentulomahdollisuuksia. Lähirooan kannattaminen vähentää tuottajan ja asiakkaan välillä olevia välikäsiä, jolloin tuotteiden hinnasta jää isompi osa viljelijälle ja maaseutuyhteisölle. Suomalaisen elinvoimaisen maaseudun elinehdoksi voidaan siis todeta elinkeinojen tietoinen tukeminen. (Somersalo, Mattila, Tuomisto & Haimi 2006, 8.)

Sesonkituotteiden suosimisella on myös iso merkitys lähirooka-ajattelussa, sillä kesällä on järkevää nauttia niistä herkuista, jotka ovat tuolloin tuoreimmillaan ja säilöä niitä talveksi. Lähirookaa ostaessakin kannattaa miettiä tarkkaan, kuinka ekologista se on, koska talvella on parempi syödä ulkomaisia vihanneksia kotimaisten sijaan. Tämä siksi, että kasvihuoneiden lämmittäminen ja valaiseminen kuluttaa enemmän energiaa kuin vihannesten tuominen muualta Euroopasta. (Vihreä polku 2011, hakupäivä 23.2.2011.) Sitran kuluttajatutkimuksesta Lähirooka, nyt! ilmenee, että lähirooan tärkeimmät ominaisuudet ovat tuoreus, kotimaisuus, paikallisten yrittäjien tukeminen, ruoan alkuperä sekä korkea laatu. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 44.)

Lähirooka-termin tarkan määritelmän puute on aiheuttanut sen, ettei lähirooasta ole juurikaan tilastoja, ja että lähirooan markkinointi kaupoissa, elintarviketeollisuudessa sekä ravitsemustoiminnassa on puutteellista. Tämän seurauksena kuluttajien on vaikea tunnistaa ja löytää lähirookaa. Lisäksi se on johtanut siihen, että lähirooan näkyvyys kuluttajalle on heikko. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 7.)

2.3 Tuottajan näkökulma

Lähirookaa voidaan tarkastella ekologisen, sosiaalisen, taloudellisen ja kulttuurisen kestävyuden kannalta. Lähirooasta tekee ekologisesti kestävästä lyhyemmät kuljetusmatkat, pienemmät pakkausmateriaalimäärät sekä luonnonvarojen parempi paikallinen kierrätys. Lähirooan ekologisuuden puolesta puhuvat myös pienemmät lisäainemäärät, tuotteiden tuoreus, kotimaisen

tuotannon säilyminen ja kriisiaikojen omavaraisuuden turvaaminen. Lähiruoan sosiaalisella kestävyydellä tarkoitetaan maaseudun elinvoimaisuuden sekä maaseudun ja kaupungin vuorovaikutuksen vahvistumista. Taloudellisesti kestävä lähiruosta tekee paikallisten elinkeinojen tukeminen ja työllistäminen. Alueellisen ruokaperinteen säilyminen sekä kuluttajan ja tuottajan välisen yhteyden vahvistuminen ovat puolestaan lähiruoan kulttuurista kestävyyttä. (Kuluttajavirasto 2010, hakupäivä 14.3.2011.)

Lähiruoan toimittamisessa on vielä monia ongelmia, varsinkin eri lihojen kuten esimerkiksi lampaanlihan toimittamisessa. Isoin ongelma on lähiteurastamojen puute. Tämä on ongelmana varsinkin Koillismaahan, Oulunkaaren ja Kainuun lammastiloilla. Koska jos lähellä ei ole teurastamoa ja eläin pitää teurastaa kauempana, tällöin ei lähiruoan määritelmä täyty. (Karttimo 2011b, 14.)

2.4 Lähiruokamarkkinat Suomessa

Ruoka sosiaalisen kanssakäymisen muotona ja ruoan arvostaminen hyvinvoinnin lähteenä on Suomessa tällä hetkellä osoittautunut kiihtyväksi trendiksi (Suomessa lähiruoka jo maailman huippua 2011, hakupäivä 28.2.2010). Lähiruoan tunnettuutta on pyritty parantamaan erilaisten hankkeiden avulla. Yksi tällainen kolmivuotinen hanke käynnistettiin toukokuussa 2010 Kainuussa. Kyseisen hankkeen tavoitteena on lisätä lähiruoan saatavuutta, käyttöä ja tunnettuutta. Lisäksi sen tavoitteena on alkutuotannon säilyttäminen, toimijoiden välisen yhteistyön lisääminen ja uusien yritysten luominen Kainuussa. (Sihvonen 2010, 23.) Myös Loimaan seudulla on käynnissä hanke nimeltään Seuturuokaa saatavaksi. Kyseisen hankkeen avulla on saatu jo parannettua tuottajien ja kaupan välistä yhteistyötä sekä ratkaistua monia lähiruoan tarjoamiseen liittyviä ongelmia. (Lähiruokaa hyllyille 2011, 2.) Lisäksi Turun toimiessa kulttuuripääkaupunkina vuoden 2011 ajan, halutaan sen hankkeissa kiinnittää huomiota myös lähiruokaan. Tähän hankkeeseen on sitoutunut joukko turkulaisia ravintoloita, jotka pyrkivät lisäämään lähellä tuotettujen raaka-aineiden määrää ruoissa. Lisäksi ravintolat ottavat huomioon sesonkituotteet sekä luomu- ja Reilun kaupan tuotteet ruokalistoja suunniteltaessa. Lähiruoka-annokset merkitään ravintoloissa niitä varten suunnitellulla logolla. (Turku 2011- säätiö 2011, hakupäivä 11.2.2011.)

Kestävää liiketoimintaa lähiruusta – valmisteluhanke tähtää Uudenmaan ja Hämeen alueella toteutettavaan kolmivuotiseen koordinaatiohankkeeseen, jonka tavoitteena on kehittää Hämeen ja Uudenmaan alueiden omaa lähiruokatarjontaa ja –brändiä. Valmisteluhankkeen tarkoituksena on lähiruokahankkeiden ja paikallisten lähiruokatoimijoiden yhteistyöverkoston rakentaminen. Valmisteluhankkeen avulla saadaan tietoa lähiruokaan liittyvien tutkimusten ja hankkeiden tuloksista sekä lähiruokaliiketoimintamalleista niin Suomessa kuin ulkomailla. (Kestävää liiketoimintaa lähiruusta 2010, hakupäivä 3.4.2011.)

Kestävää liiketoimintaa lähiruusta – valmisteluhanke toteutti yhdessä Laurea - ammattikorkeakoulun opiskelijoiden kanssa kuluttajatutkimuksen lähiruokaan liittyvistä arvokäsityksistä ja päätöskriteereistä Uudenmaan alueella asuvien keskuudessa. Kuluttajatutkimuksessa kysyttiin muun muassa lähiruoan tunnistamisesta, kuluttajan valintakriteereistä sekä lähiruokaan liittyvistä mielikuvista. Kuluttajatutkimuksen mukaan lähiruokatuotteet miellettiin tuoreiksi ja maukkaisiksi. Lisäksi mielikuvana lähiruokatuotteista oli, että niiden alkuperä on tiedossa ja tuotteet ovat kotimaisia, lähellä tuotettuja. (Kestävää liiketoimintaa lähiruusta 2011, hakupäivä 3.4.2011.)

Kaupun suunnaltakin on kiinnostuttu Lähiruoka-konseptista, koska siitä katsotaan olevan hyötyä niin kaupalle kuin tuottajille. Erityisesti K-ryhmä on kiinnostunut tuomaan lähiruoan paremmin esille K-kaupoissa. (K-kauppiat satsaavat lähiruokaan 2010, 1.) Vähittäiskaupassa lähiruoka nähdään enemmän täydentävinä erikoistuotteina, jolloin myyntiäkin suurempi merkitys on niiden imagolla. Tällöin ostopaikasta tulee kuluttajalle myönteinen kokonaismielikuva. Etenkin suurilla kaupoilla on paremmat mahdollisuudet ottaa paikallisten tuottajien tuotteita myyntiin. (Forsman & Paananen 2004, 3.) Myös kunnat voivat omilla strategisilla linjauksilla parantaa lähiruoan asemaa. Esimerkiksi Kiuruveden kaupunki on päättänyt, että kaupungin keittiöissä suositaan lähellä tuotettua ruokaa. Muita tällaisia paikkakuntia ovat Juankoski, Vieremä ja Helsinki. (Moni kunta sitoutunut lähiruoan käyttäjäksi 2010, 7.) Linjauksen myötä Kiuruvedellä ja Juankoskella paikallisen ruoan osuus elintarvikeostoista on ollut kasvussa. Vuonna 2009 se oli Kiuruvedellä lähes 58 % ja Juankoskella 23 %. (Lähiruoka ei sovi suuriin hankintayksiköihin 2010, 10.)

Lähiruoalla alkaa olla tätä nykyään Suomessa entistä useampia jakelukanavia ja koko ajan keksitään uusia lähiruoka-konsepteja. Kiinnostus lähiruokaan näkyy paljolti siinä, että se on paljon esillä eri lehdistä ja ruokapiirejä ollaan perustamassa koko ajan lisää. Oman asuinkunnan

lähellä tuotettua ruokaa saa yleensä parhaiten kauppahalleista tai tuottajien ylläpitämistä putiikeista. Vaihtoehtoisesti voi harkita ruokapiirin perustamista ja hankkia tällöin ruokaa suoraan lähiseudun tuottajilta yhdessä tuttavien kanssa. (Somersalo, Mattila, Tuomisto & Haimi 2006, 10.) Erilaisia keinoja, joilla lähiruokaa tuodaan esille, ovat esimerkiksi Lähiruokamessut Elimäellä. Nämä messut on järjestetty paikkakunnalla kaksi kertaa. Messuilla on lähiruokatori, mistä voi ostaa paikallisten tuottajien tuotteita. Messuilla on myös näytöskeittiö, jossa kokki valmistaa lähiruosta ruoka-annoksia. Lisäksi eläimiä on esillä messualueella. (Lähiruokamessut 2011, hakupäivä 1.3.2011.)

Lähiruokaa on saatavilla myös erilaisten Internet-sivujen kautta. Yksi tällainen sivusto on Tuoretori.fi. Kyseinen sivusto on lähiruoan suoramyyntiä edistävä yhteisöllinen verkkopalvelu. Palvelun tarkoituksena on saattaa yhteen paikallisen ruoan tuottajat, kuluttajat, jakelijat ja palvelukehittäjät. Tavoitteena tuoretorilla on parantaa lähi- ja luomutuotteiden saatavuutta ja myyntiä. Lisäksi se pyrkii tarjoamaan lähiruoan ystäville uudenlaisen viestintäkanavan. Valistaminen ja lähiruoan kysynnän herättäminen on sivuston tärkeimpiä tavoitteita. (Suomen Tuoretori Oy 2011, hakupäivä 1.3.2011.) Luomu- ja lähiruokaa löytyy myös Ruokapiiri.fi sivuston kautta. Ruokapiiri sivustolla kohtaavat tavarantoimittajat, tuottajat sekä ostajat säännöllisen ruokapiiritoiminnan merkeissä. (Ruokapiiri 2011, hakupäivä 2.3.2011.)

Pohjois-Karjalaan Polvijärvelle on vuonna 2010 perustettu Suomen ensimmäinen lähiruokalähetämö. Lähetämöä pyörittää Polvijärven Herkku Oy. Lähetämötoiminnan lisäksi yrityksessä kuivataan lihaa, marjoja ja kasviksia sekä harjoitetaan elintarvikkeiden jatkojalostamista. (Lähiruokalähetämö vie lähiruokaa maailmalle Pohjois-Karjalasta 2011, hakupäivä 2.3.2011.)

Tällä hetkellä Suomessa pelkästään lähiruokaa tarjoavia toimijoita ovat esimerkiksi Eat & Joy-maatilatori, Juuren Puoti, Blenderi.fi –konseptitukku, Online Tori sekä Ahlmanin Tilapuoti. (Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010, 14-15). Lisäksi Heinolassa toimii lähiruokatori Heila. Torilla on tarjolla monipuolisesti valikoituja pientuottajien tuotteita. Tuotteet ovat korkealaatuisia ja puhtaasti tuotettuja. Heila ei ole ainoastaan lähiruokatori vaan talossa toimii myös lähiruokaravintola Cafe Heila. Heilan tuotteet ovat lähellä tuotettua, kasvatettua tai jalostettua, lähellä leivottua, kirnuttua tai paistettua. Suurin osa tuottajista on viljellyt tai kasvattanut tuotteet

itse. Heilassa on myynnissä mm. lihaa, myllytuotteita, vihanneksia, pastaa ja hunajaa. (Heila 2011, hakupäivä 15.3.2011.)

Lähirooka näkyy nykyään televisiossakin, sillä Liv-kanava näyttää tällä hetkellä ohjelmaa nimeltä Heikin lähirookaa. Lähirookaa voi löytää myös muualta kuin kaupan hyllyiltä, sillä omalta pihaltaan voi löytää monia kasviksia, jotka sopivat ruoanlaittoon. Lisäksi nämä kasvit eivät tarvitse hoitoa, vaan niille riittää, että niiden annetaan kasvaa rauhassa. Kyseessä on villivihannekset, joita ovat esimerkiksi voikukka, nokkonen ja maitohorsman versot. (Partsilta pöytään 2011b, hakupäivä 25.3.2011.)

2.5 Lähirookamarkkinat maailmalla

Muualla maailmassa ollaan myös kiinnostuneita lähellä tuotetuista tuotteista, ruoan ekologisuudesta, tuotteiden puhtaudesta ja alkuperästä. EU on hyvin myönteinen lähirookaa kohtaan. Luomuruoan kehitys on Euroopassa ja Yhdysvalloissa ollut vauhdikasta, tulevaisuudessa myös lähirooan kehityksessä voidaan ennustaa samansuuntaista kehitystä. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 5.)

Amerikassa on olemassa eri järjestöjä, jotka ovat kiinnostuneet tuomaan esiin lähirooka ja slow food käytänteitä. Lähirookana Amerikassa mainostetaan tuotteita, jotka ovat lähellä tuotettuja, oikeaa ruokaa ja oikeiden maanviljelijöiden tuottamaa. Tällaisia yrityksiä löytyy eri Internet-sivuilta. Yksi esimerkki on Local Harvest- sivusto, jossa voi etsiä osavaltioittain lähimmät lähirookatuottajat. Sivustolla pitää vain laittaa hakukenttään paikkakunnan nimi ja se etsii lähimmät tuottajat, joilta voit ostaa tuotteet. Näillä sivuilla kerrotaan, että noin 80 % amerikkalaisista maatiloista on pieniä maatiloja, jotka ovat perheiden omistuksessa. Nykyään maanviljelijät myyvät entistä enemmän tuotteitaan suoraan ilman välikäsiä kuluttajille. Sivustolla kehoitetaan suosimaan pieniä tiloja, sillä tuotteet ovat puhtaampia, ekologisempia, lisäävät työllisyyttä ja parantavat pienten tilojen taloutta. (Local Harvest 2011, hakupäivä 23.2.2011.)

Eräällä toisella sivulla kerrotaan, kuinka Britanniassa oleva Local Food rahasto auttaa paikallisia yhteisöjä parantamaan ja nauttimaan heidän paikallisesta ympäristöstään. Lisäksi Local Food rahasto rahoittaa erilaisia toimia paikallisten elintarvikkeiden ja viljelijöiden markkinoiden hyväksi. (Local Food 2011, hakupäivä 28.2.2011.) Näin parannetaan lähirooan saatavuutta.

Community supported agriculture (CSA) on maataloutta tukeva yhteisö, johon ihmiset voivat liittyä ostaakseen suoraan maanviljelijöiltä. CSA on suhteellisen uusi sosio-ekonomisen malli ruoan tuotannosta, myymisestä ja jakelusta. Sen on ajateltu alun perin alkaneen samanaikaisesti Saksassa, Sveitsissä ja Japanissa 1960-luvulla. CSA rohkaisee elintarviketuotantoon, joka sisältää korkealaatuisen ruoan tuotannon käyttäen ekologisia, luonnonmukaisia tai biodynaamisia viljelyn menetelmiä. (Organic food directory 2011, hakupäivä 4.4.2011.)

Eat Local Challenge- sivusto ohjaa ihmisiä syömään lähiruokaa. Sivustoa ylläpitävät henkilöt, jotka ovat kiinnostuneita lähiruoan eduista. Yhdysvalloissa viritetty ryhmä haastaa syömään pääasiassa lähiruokaa sesonkien mukaan. Eat Local Challenge- sivustolta löytyy neuvoja lähiruoan syömisestä kiinnostuneille ja sivulta löytyy myös perusteluja sille, miksi lähiruoka olisi hyvä vaihtoehto. (Eat Local Challenge 2011, hakupäivä 3.4.2011.)

Slow food- järjestön avulla on tuettu Afrikassa Ugandassa ja Norsunluurannikolla sijaitsevia vihannestarhoja. Tuen avulla vihannestarhojen hoito tapahtuu kestävin menetelmin, mikä tarkoittaa sitä, että siellä kompostoidaan, tuholaiset torjutaan luonnonmukaisin menetelmin ja vedenkäyttö on hallittua. Tarhoissa kasvatetaan lajikkeita, jotka ovat paikallisia ja ne on saatu paikallisilta viljelijöiltä. Sato näiltä tarhoilta mm. lahjoitetaan kouluruoaksi, myydään lähiseudulla sekä annetaan vihannestarhan hoitajille. Slow food- järjestön avulla on myös tuettu Afrikan kouluruokailua, sillä sen ja NECOFAn (Network of Eco-Farming in Africa) kanssa hoidetaan yhteistyössä Keniassa sijaitsevaa 12 koulupuutarhaa. Koulupuutarhan vihanneksista valmistetaan kouluruokaa ja ylijäämä menee perheiden käyttöön. Puutarhanhoito kuuluu opinto-ohjelmaan eli opiskelijat kasvattavat itse itsellensä kouluruoan. (Milano 2011, 114.)

Afrikassa kiinnostus kaupunkimaatalouteen on koko ajan lisääntynyt. Sillä etenkin köyhien perheiden on pitänyt miettiä, miten ruokaa saadaan mahdollisimman halvalla. Tällä tavalla saadaan ravintoa omiin tarpeisiin ja se voi tuoda myös hieman tuloja, jos satoa saa niin paljon, että sitä voi myydä. Kaupunkimaataloudella on monia positiivisia vaikutuksia, sillä se parantaa ravitsemusta, naisten asemaa, ruokavarmuutta ja lisää kaupunkilaisten tuloja. Kaupunkimaataloutta voidaan harjoittaa esimerkiksi mullalla täytetyissä säkeissä, oljilla täytetyissä autonrenkaissa tai vanhan varastorakennuksen katolla. (Karanja & Njenga 2011, 150-151.) Tämä on hyvä esimerkki siitä, kuinka lähiruokaa voidaan tuottaa myös kaupungeissa.

Maailmassa onkin yli 800 miljoonaa kaupunkimaatalouden harjoittajaa. Kaupunkiviljelyä on myös Suomessa, missä se esiintyy lähinnä palstaviljelyn muodossa. Suomessa ei ole laajemman termin muodossa olevaa kaupunkimaataloutta, jossa kasvatetaan myös eläimiä kaupungissa. (Partsilta pöytäään 2011a, hakupäivä 25.3.2011.)

Myös Euroopassa on vahvoja perinteitä lähiruoalla. Tällaisia maita ovat mm. Saksa, Sveitsi ja Ranska, joissa elintarviketeollisuuden rinnalla on lähes jokaisessa kylässä oma teurastaja, pienjuustola, makkarantekijä, leipomo ja panimo sekä viinitila. Näiden tuotteet on valmistettu perinteisellä tavalla alueensa raaka-aineista. Tuotantoketjut ovat lyhyitä ja tuotteiden jalostaminen tapahtuu lähellä alkutuotantoa. Kilpailuetuna näillä pienillä valmistajilla on mm. tuotteiden tuoreus, alkuperän ja valmistajan henkilökohtainen tunteminen sekä palvelun laatu. (Lähiruoan mahdollisuudet: Lähiruokatyöryhmän loppuraportti 2000, 4.)

2.6 Lähiruoan kustannukset

Yksikkökustannuksiltaan lähiruoan tuottaminen on usein kalliimpaa kuin massatuotanto. Kuluttajien ostovoima tämän myötä vähenee. Positiivisena asiana lähiruoan tuottamisessa voidaan pitää sitä, että pienimuotoinen yrittäjyys on yleisesti liikevaihtoonsa nähden suurteollisuutta työllistävämpää ja käyttää enemmän paikallisia resursseja. Vaikka lähiruoan tuottaminen on kalliimpaa kuin massatuotanto, siitä aiheutuvat yksikkökustannukset tasoittuvat paikallisten sosiaalisten ja taloudellisten hyötyjen avulla. (Vihma 2006, 3.)

Julkisen sektorin ammattikeittiöihin lähiruoan käytön lisääminen tietäisi lisäkustannuksia. Keväällä 2010 Kuopion Ateria selvitti valtuustoaloitteen johdosta, millaisia kustannusvaikutuksia seuraisi viikoittaisesta lähiruoka- ja kasvisruokapäivästä. Laskelmien mukaan viikoittaisen kasvis- ja lähiruokapäivän lisääminen toisi reilun 80 000 euron vuotuisen lisäkulun raaka-aineiden osalta sekä edellyttäisi yrittäjien voimavarojen yhdistämistä. Lisäksi lisäkustannuksia syntyisi hankintojen hajauttamisesta useammalle toimittajalle mm. henkilöstökuluihin laskujen käsittelystä, tuotteiden vastaanotosta sekä laadun seuraamisesta. (Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010, 10.)

Kuopion Aterian tekemän selvityksen mukaan lähiruoan lisäkustannukset olisivat seitsemän senttiä opiskelijaa kohden ja kasvisruoan kahdeksan senttiä opiskelijaa kohden. Lähiruoan summaan ei ole pystytty laskemaan lähikalan käytön vaikutusta. Vastaavasti Turun kaupungin

Ruokapalvelu Katerinki toteutti keväällä 2010 yhteistyössä Turun yliopiston Koulutus- ja kehittämiskeskuksen Brahean koordinoiman Lounafood – Aitoja Makuja Varsinais-Suomesta – hankkeen kanssa lähiruokakokeilun Hirvensalossa Turussa. Kokeilu kesti kuukauden ajan. Tavoitteena hankkeella oli laskea lähiruokan käytön todellisia vaikutuksia sekä tuoda vaihtelua kouluruokailuun. Lähiruoka koostetut annokset olivat keskimäärin 17 % kalliimmat kuin vastaavat ”perinteiset” annokset. Kuitenkaan tulokset eivät ole suoraan vertailukelpoisia, koska osasyynä hinnan nousuun oli se, että esimerkiksi pakastekasvikset korvattiin paikallisilla tuorekasviksilla. (Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010, 10- 11.)

3 LUOMURUOKA

Luomussa eli luonnonmukaisessa tuotannossa otetaan huomioon ympäristö ja luonnonvarat. Luomutuotannon muotoja ovat kasvi- ja eläintuotanto sekä luonnosta saatavat keruutuotteet. Luomutuotannolla tarkoitetaan viranomaisten valvomaan tuotantomuotoa, jota säädellään EU:n luomusasetuksessa. Luomutuotantoketjua valvotaan koko EU:n alueella ja Suomessa luomusäädösten valvonta on keskitetty Elintarviketurvallisuusvirastolle eli Eviralle. Luonnonmukaisesti tuotetuissa elintarvikkeissa käytetään mahdollisimman vähän lisäaineita. Luonnonmukaisessa eläintuotannossa noudatetaan tiukempia hyvinvointivaatimuksia kuin tavanomaisessa tuotannossa. Luonnonmukaisessa eläintuotannossa tärkeässä osassa ovat eläinten hyvinvointi ja terveys. Eläimille mahdollistetaan vapaa liikkuminen ja lajintyyppinen käyttäytyminen. Lisäaineiden ja antibioottien käyttö on tarkkaan säännöstelltyä ja kemiallisten torjunta-aineiden ja keinolannoitteiden käyttö on kiellettyä. (Luomuliitto ry 2011a, hakupäivä 7.2.2011.)

Luomu-tuotteita käyttävät kotitaloudet voidaan jaotella kolmeen eri ryhmään: aktiivikäyttäjiin, säännöllisiin käyttäjiin ja kokeilijoihin. Aktiivikäyttäjillä tarkoitetaan luomua useammin kuin kerran viikossa ostavia henkilöitä, jotka käyttävät luomuun keskimäärin 274 euroa vuodessa. Luomun säännölliset käyttäjät ostavat luomua useammin kuin kerran kuukaudessa ja käyttävät vuodessa luomuun 46 euroa. Kokeilijat ostavat luomua noin viisi kertaa vuodessa. (Ruokatieto Yhdistys ry 2011, hakupäivä 30.3.2011.) Suomessa luomua ostavien talouksien osuus on lisääntynyt parin viimeisen vuoden aikana. Luomua ostavien aktiivitalouksien määrä on noussut viidestä prosentista seitsemään prosenttiin. Säännöllisiä luomutuotteiden käyttäjiä on tällä hetkellä 22 prosenttia kaikista kotitalouksista. Suurin osa luomutuotteista ostetaan Market-kauppojen kautta. (Luomuliitto ry/Nielsen Homescan 2010, hakupäivä 30.3.2011.) Taulukosta 1 nähdään, kuinka suuri tuoteryhmien osuus luomuostoista on. Taulukosta ilmenee, että eniten ostetaan luomuna tuore- ja maitotaloustuotteita.

TAULUKKO 1. Eri tuoteryhmien osuudet luomuostoksista (Luomuliitto/ Nielsen Homescan 2010)

Tuoteryhmä	Osuus kaikista ostoista %	Osuus luomuostoista %
Tuoretuotteet	42,6	50,9
Maitotaloustuotteet	21,2	25,3
Pakatut elintarvikkeet	17	18,6
Juomat	14,3	4,8
Pakasteet	4,9	0,5

4 LÄHIRUOAN MARKKINOINTI

Markkinointikanavia lähiruoalla on useita: tila- ja suoramyyni, vähittäiskaupat, suurkeittiöt ja tukkuliikkeet sekä ruokapiirit. Perinteisesti lähiruokaa myydään torilla, myyjäisissä, tilamyymälöissä, suoramyyntihalleissa, messuilla ja markkinoilla. Kuluttajista suurin osa haluaa tehdä ruokaostoksensa lähimmästä kaupasta. (Lähiruoan mahdollisuudet 2000, 20, 29.)

4.1 Ruokapiiritoiminta

Ruokapiirillä tarkoitetaan ihmisiä, jotka toimivat ryhmässä ja ostavat ruokansa yhdessä. Ruoka ostetaan lähialueen tuottajilta ja mahdollisuuksien mukaan ne ovat luomutuotteita. Ruokapiirin kautta ostetusta ruoasta tiedetään varmasti, mistä se on peräisin, mitä tuotteet sisältävät ja miten ne on tuotettu. (Airaksinen, Hukkanen & Lilja 1999, 3.) Ruokapiirin perustaminen ei vaadi lupia, vaan sen voi perustaa kuka vain, mihin vain (Mäki 2003, 29).

Ruokapiirin tilaukset tehdään yleensä yhdessä noin kerran kuukaudessa, joskus useamminkin. Tilausten toimitusvälit riippuvat pitkälti tuotteista, koska esimerkiksi maito- ja lihatuotteet eivät kestä kovin pitkää säilytystä. Ruokapiirille etsitään sopiva jakelupiste, mihin tuotteet voidaan toimittaa sovittuun päivään mennessä. Jakelupisteeltä jokainen ruokapiirin jäsen voi hakea omat tuotteensa. (Luomuliitto ry 2011b, hakupäivä 25.1.2011.)

Ruokapiiri voi toimia monella tapaa ja jokaisen ruokapiirin pitää löytää itselleen se paras tapa toimia. Yksi mahdollinen toimintatapa on Rantsilan lähiruokapiirin malli. Rantsilan ruokapiiritoiminta on aloitettu syksyllä 2010. Rantsilan lähiruokapiirin toimintaa alettiin suunnitella ja suunnittelun yhteydessä kartoitettiin kyselyn avulla, kuinka moni olisi kiinnostunut lähtemään ruokapiiritoimintaan mukaan ja miten kiinnostunut on lähiruoasta. Lisäksi kyselyllä selvitettiin, mitä tuotteita olisi halukas ostamaan ruokapiirin kautta. (Karttimo 2011a, 18.)

Ennen Rantsilan lähiruokapiirin perustamista oli aloitustilaisuus, jossa sovittiin yhteiset pelisäännöt piiriläisille ja tuottajille. Sovittavia asioita olivat toimitusvälit sekä tuotteiden jakelun ja maksun järjesteleminen. Lisäksi tuottajille tarjottiin koulutusta tuotteiden hinnoitteluun,

talousasioihin sekä laatuun ja hygieniaan. Rantsilalaisten apuna järjestämisessä oli Oulun maa- ja kotitalousnaisten neuvoja Soila Hiltunen. Lisäksi tukea saatiin alueen hankkeilta ja MTK-Rantsilalta. Suunniteluun ja valmisteluun meni aikaa noin puolisen vuotta. (Karttimo 2011a, 18-19.)

Tilaukset Rantsilan lähiruokapiirissä tehdään nettisivujen kautta ja tuotteet noudetaan kolmen viikon välein urheilutalolta. Lähiruokapiirin pyörittämisestä on huolehtinut Katariina Tenhunen. Ruokapiirissä on tällä hetkellä mukana 14 tuottajaa ja 40 asiakasta. Lähiruoan rajaksi rantsilalaiset ovat asettaneet 100 km, mikä täyttyy hyvin, sillä suurin osa tuottajista toimii 60 km:n sisällä. (Karttimo 2011a, 19- 20.)

Oulun alueella toimii muutamia ruokapiirejä, esimerkiksi Maa Gaian, Rajakylän ja Kuusiluodon ruokapiirit. Oulun yliopistolla toimii myös Oulun yliopiston ylioppilaskunnan ympäristöjaoston luomuruokapiiri. Tilaaminen yliopiston luomuruokapiirin kautta on kaikille Oulun Yliopiston opiskelijoille ja muulle yliopiston väelle maksutonta. Luomuruokapiirin toiminta perustuu vapaaehtoistoimintaan. Tilaaminen yliopiston ruokapiiristä tapahtuu www-pohjaisen lomakkeen välityksellä ja tuotteet noudetaan yliopiston pääkampukselta. Tuotteiden toimitusväli on pääasiassa kerran kuussa. (Oulun yliopiston ylioppilaskunta 2011, hakupäivä 2.3.2011.) Oulun yliopiston luomuruokapiiriin tuotteet tulevat Bio- Välitys Oy:n kautta. Bio- Välitys sijaitsee Lumijoella Pohjois-Pohjanmaalla. Yritystä pitävät Matti ja Merja Kykkänen. Bio- Välitys Oy toimittaa sopimustuottajien tuottamia luomutuotteita ruokapiireihin, ruokakauppoihin ja yksityistalouksille sekä keittiöille viikoittain ympäri Suomea. Bio- Välityksen tuotteet ovat kaikki luomua, lähellä tuotettua ja pakattua. Suurin osa tuotteista on kotimaisia, mutta kasvavan kysynnän vuoksi tuotteita tuodaan myös muualta Euroopasta. (Bio- Välitys Oy 2011, hakupäivä 1.4.2011.)

Oulun yliopiston lisäksi esimerkiksi Helsingin, Tampereen ja Jyväskylän yliopistoissa toimii luomuruokapiiri. Turun ammattikorkeakoulussa toimii myös luomuruokapiiri, jota pyörittää kestävä kehityksen koulutusohjelman opiskelijayhdistys Sykli ry. Kyseiseen luomuruokapiiriin voi liittyä jäseneksi kuka tahansa ja tilaukset tehdään kerran kuussa. (Luomupiiri 2011, hakupäivä 30.3.2011.)

Mikkelissä on järjestetty keväällä 2011 myös Perustetaan ruokapiiri- kurssi. Kurssin tarkoituksena oli perehtyä ruokapiirien toimintaan sekä luomu- ja lähiruokaan. Kurssin järjestäjänä toimi Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti sekä Mikkelin kansalaisopisto. (Ruralia-instituutti 2011, hakupäivä 30.3.2011.)

4.2 Tuottajatori ja suoramyynä

Tuottajatorille ei ole virallista määritelmää. Kuitenkin tuottajatorista voidaan sanoa, että se toimii samalla periaatteella kuin maalais- tai sadonkorjuumarkkinat. Tuottajat tulevat torille myymään oman tilansa tuotteita, joita kuluttajat voivat sitten ostaa. Tuottajat itse saavat määritellä tuotteidensa hinnan ja tuotteiden toimitus tapahtuu ilman välikäsiä kuluttajalle. Tämä parantaa tuottajien ja kuluttajien välistä vuorovaikutusta, sillä tällöin kuluttajat pääsevät kyselemään tuottajilta itseltään tuotteiden tuotantotavoista.

Kainuun ammattiopiston Seppälän koulutilalla on järjestetty jo useiden vuosien ajan perinteiset maalaismarkkinat. Vuosittain tapahtuma kokoa noin 10 000 ihmistä koulutilan alueelle. Maalaismarkkinoilla on mahdollisuus tutustua kainuulaisiin tuotteisiin, tuottajiin ja käsityöläisiin sekä erilaisiin eläimiin. (Seppälän maalaismarkkinat 2011, hakupäivä 30.3.2011.)

Suoramyynnillä tarkoitetaan suoraa tilalta tapahtuvaa tuotteiden ja palvelujen myyntiä kuluttajalle. Myyntipaikka ei ole pysyvä vähittäismyyntiliike. Tuottaja kertoo asiakkaalle tuotteesta ja tuotantotavoista henkilökohtaisesti. Suoramyynä on kaupan muoto, jota säädellään erilaisten lakien avulla. (Amway Finland 2011, hakupäivä 23.2.2011.) Suoraan tuottajalta ostetuista tuotteista tiedetään varmuudella, mitä ne sisältävät. Yleisempiä suoramyynäituotteita ovat marjat, hedelmät ja vihannekset. Muita tuotteita, joita tiloilta myydään suoraan, ovat mm. leivonnaiset, lihat, viinit ja käsityöt. (MTK 2011, hakupäivä 23.2.2011.)

4.3 Elintarvikelainsäädäntö

Elintarvikelainsäädäntö säätelee eniten suoraan tilalta tapahtuvaa myyntiä. Tuottajatori- ja ruokapiiritöimintaan sillä ei juuri ole vaikutusta. Suoramyynä harjoittavien tilojen tulee ottaa huomioon monia asioita ennen kuin ne pystyvät harjoittamaan suoramyynä tilaltaan. Suoramyynnin aloittaminen vaatii mm. luvan, elintarvikehuoneiston sekä tuotteesta riippuen

kylmäsäilytystilat. Lisäksi lihan tulee olla tarkastettua, tämä tarkoittaa sitä, että se pitää käsitellä teurastamolla tai pienteurastamolla. (Finlex 2006, hakupäivä 6.4.2011.)

Eviran ulkomyyntiohje toimii apuna elintarvikkeiden myynnin, kuten tuottajatorin, suunnittelussa. Ulkomyyntiohjeessa käsitellään elintarvikkeiden tilapäistä ja säännöllistä käsittelyä, myyntiä sekä tarjoilua koskevaa lainsäädäntöä ja sen soveltamista ulkotiloissa. Elintarvikkeiden käsittelyssä, koskien säilytystä, kuljetusta, valmistusta, myyntiä ja tarjoilua sekä muuta luovutusta, on huomioitava elintarvikkeita ja elintarvikealan toimijoita koskevat säädökset ja niissä olevat säännökset ja määräykset. Elintarvikkeiden käsittelyn tulee tapahtua elintarvikehuoneistossa ja elintarvikkeiden käsittely edellyttää toiminnasta riippuen joko elintarvikehuoneiston toiminnasta ilmoittamista tai elintarvikehuoneiston hyväksynnän hakemista valvontaviranomaiselta. Kuitenkin vain kotitalouksissa ja yksityiseen kotikäyttöön verrattavissa suljetuissa tilaisuuksissa ei sovelleta elintarvikelainsäädäntöä. (Evira hygieniayksikkö 2010, hakupäivä 3.4.2011.)

Elintarvikkeiden käsittely, myynti tai muu luovutus voi olla joko säännöllistä tai tilapäistä. Tilapäiseksi elintarvikkeiden myynniksi katsotaan enintään kaksi vuorokautta kestäväää ja harvemmin kuin 30 päivän välein samassa paikassa tapahtuvaa myyntiä tai muuta luovutusta. Tällainen tilapäinen elintarvikkeiden myynti ei edellytä elintarvikehuoneiston hyväksyntää, jolloin ilmoittaminen toiminnasta kunnan valvontaviranomaiselle riittää. (Evira hygieniayksikkö 2010, hakupäivä 3.4.2011.)

Tuottajatorin järjestämiseen ei edellytetä erillistä lupaa, mutta terveystarkastajalle pitää toimittaa tapahtuman järjestäjän yhteystiedot ja listaus elintarvikemyyjistä puhelinnumeroineen sekä listaus heidän myymistään tuotteista. Helposti pilaantuville tuotteille tulee järjestää asianmukaiset kylmäsäilytystilat. (Pahtamaa 9.8.2010, sähköpostiviesti.)

5 AINEISTO JA MENETELMÄT

Opinnäytetyömme tavoitteena oli kartoittaa lähiruoan sekä ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnan kiinnostavuutta ja tunnettuutta Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköissä. Lisäksi kartoitimme kiinnostusta lähteä mukaan ruokapiiri- ja tuottajatoritoimintaan. Aineiston keräämiseksi järjestettiin Webropol -pohjainen verkkokysely (liite 2), joka lähetettiin saatekirjeineen (liite 1) sähköpostilla Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköiden opiskelijoille ja henkilökunnalle joulukuussa 2010. Osana opinnäytetyötä olivat esitteet (liite 3), joita jaettiin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköiden ruokaloihin. Esitteisiin oli koottu tiivis tietopaketti lähiruoasta, ruokapiiristä, tuottajatorista ja luomusta. Esitteet olivat ruokaloiden pöydillä ennen kyselyä marraskuun lopusta joulukuun alkuun, yhteensä puolentoista viikon ajan.

Lähiruoka-kysely sisälsi neljä eri osa-aluetta, jotka olivat taustatiedot, tuottajatori, ruokapiiri ja lähiruoka. Kysely koostui pääasiassa väittämistä, mutta mukana oli myös muutamia avoimia kysymyksiä (liite 2). Avoimet kysymykset analysoitiin kvalitatiivisin eli laadullisen tutkimuksen menetelmin. Vastaavasti väittämät arvioitiin kvantitatiivisin eli määrällisen tutkimuksen menetelmin. Kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta voidaan pitää toisiansa täydentävinä tutkimustapoina. Kun näitä käytetään yhdessä, saadaan tarkempia tutkimustuloksia ja kyselyn tekeminen vastaajille on mielekkäämpää. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeistä on aineiston saattaminen muotoon, jota voi käsitellä tilastollisesti. Lisäksi muuttujat saadaan muutettua taulukkomuotoon. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009,135,140.)

Kysely lähetettiin kaikkiaan 1542 Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijalle ja henkilökunnan jäsenelle. Luonnonvara-alan yksikköön kysely lähetettiin 294 henkilölle, joista opiskelijoita oli 255 kappaletta ja henkilökuntaa 39 kappaletta. Vastaavasti Liiketalouden yksikköön kysely lähetettiin 1128 opiskelijalle sekä 120 henkilökunnan jäsenelle. Kyselystä jätettiin pois Haapajärvellä opiskelevat aikuisopiskelijat sekä Liiketalouden yksikössä opiskelevat aikuisopiskelijat. Kysely toteutettiin Webropol- pohjaisena. Kyselylomake ja saatekirje lähetettiin kaikille vastaanottajille sähköpostiin. Ensimmäisen kerran kysely lähetettiin 8.12.2010 ja vastausaikaa sille annettiin 17.12.2010 asti. Kyselyn vastausaikaa päätettiin jatkaa, koska vastauksien määrä jäi 186 kappaleeseen. Kysely lähetettiin uudestaan 22.12.2010. Vastausaikaa jatkettiin puoleltoista viikolla, 2.1.2011 asti. Vastauksia saapui määräaikaan mennessä 245

kappaletta. Saadut vastaukset kirjattiin Excel- ohjelmaan. Tuloksia käsiteltiin Pentti Mannisen kehittämän Tixel tilasto-ohjelman avulla.

6 LÄHIRUOKA-KYSELYN TULOKSET

Kyselyyn vastanneiden määrä oli 245 henkilöä ja näin ollen vastausprosentiksi muotoutui 15,9 %. Liiketalouden yksikössä vastausprosentti oli 12,4 %. Luonnonvara-alan yksikössä vastausprosentti oli puolestaan 29,9 %. Kysely saatekirjeineen on liitteenä. (liitteet 1 ja 2)

6.1 Vastaajien taustatiedot ja ruokaostospäätöksiin vaikuttavat tekijät

Lähiruoka-kysely aloitettiin kysymällä vastaajilta taustatietoja. Vastaajista kuului Liiketalouden yksikköön 155 henkilöä (64 %). Luonnonvara-alan yksiköstä vastaajia oli 88 henkilöä (36 %). Liiketalouden yksiköstä vastanneista kuului henkilökuntaan 26 henkilöä ja Luonnonvara-alan yksiköstä vastanneista henkilökuntaa oli 28 henkilöä. Vastaavasti opiskelijoista 129 henkilöä oli Liiketalouden yksiköstä ja 60 henkilöä oli Luonnonvara-alan yksiköstä.

Valtaosa lähiruoka-kyselyyn vastanneista oli naisia, 185 henkilöä (76 %), ja miehiä oli 59 henkilöä (24 %). Vastaajista suurin osa kuului ikäryhmään 21- 30 – vuotiaat (58 %). Seuraavaksi eniten vastanneita oli ryhmissä alle 20- vuotiaat ja 31- 40 – vuotiaat, joissa kummassakin vastaajia oli yhtä paljon (13 %). Vähiten vastaajia kuului ryhmiiin 41- 50 – vuotiaat (8 %) ja 51- 60 – vuotiaat (9 %). Kyselyyn vastanneiden joukossa ei ollut yhtään yli 61 – vuotiasta.

Lähiruoka-kyselyssä selvitettiin vastaajien ruokaostospäätöksiin vaikuttavia tekijöitä. Tuotteen tuoreus osoittautui vaikuttavimmaksi tekijäksi. Vastaajista 70 % koki tuotteen tuoreuden vaikuttavan erittäin suuressa määrin ostopäätöksiin. Tuotteen laatu nousi toiseksi tärkeimmäksi vaikuttavaksi tekijäksi, sillä vastaajista 59 % koki tuotteen laadun vaikuttavan erittäin suuressa määrin ostopäätöksiin. Vähiten ostopäätöksiin vaikuttavana tekijänä vastaajat pitivät reilun kaupan tuotetta ja luomutuotetta. Tuotteen terveellisyys, tuotteen kotimaisuus ja tuotteen edullinen hinta koettiin vaikuttavan melko paljon ostopäätöksiin. (Taulukko 2).

TAULUKKO 2. Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoiden ja henkilökunnan ruokaostospäätöksiin vaikuttavat tekijät

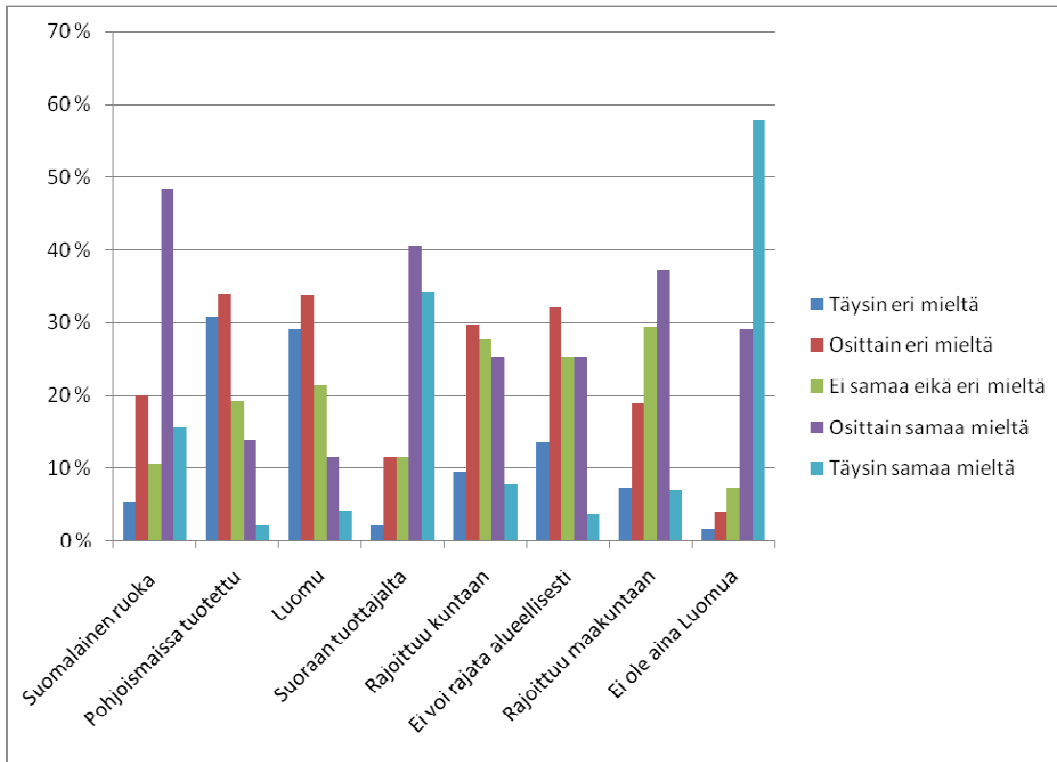
Ruokaostospäätöksiin vaikuttavat tekijät	Vastanneet hlöä	Ei lainkaan %	Melko vähän %	Ei osaa sanoa %	Melko paljon %	Erittäin suuressa määrin %
Tuoreus	245	0	2	1	27	70
Laatu	244	0	1	2	37	59
Ostotottumukset	242	0	2	7	46	45
Kotimaisuus	245	3	10	5	47	35
Edullinen hinta	245	0	9	15	47	29
Tuotantomaa	245	3	15	11	42	28
Terveellisyys	245	0	8	9	52	18
Lähiiruoka	245	6	20	22	41	12
Merkki	245	5	28	18	38	10
Ympäristöystävällisyys	245	5	25	25	35	10
Luomu	244	16	32	19	27	6
Reilu kauppa	243	16	38	23	18	5

6.2 Vastaajien käsitykset lähiruosta

Kyselyn lähiruokaan liittyvillä kahdeksalla väittämällä haluttiin selvittää, kuinka paljon ihmisillä on tietoa ennestään lähiruosta. Lisäksi avoimella kysymyksellä pyrittiin selvittämään, millä edellytyksillä ihmiset olisivat valmiita ostamaan lähiruokaa.

Vastaajista 58 % oli sitä mieltä, että lähiruoka ei ole aina luomua. Vastaajista 34 % oli sitä mieltä, että lähiruoka on suoraan tuottajalta ostettua ruokaa. Vastaajista 48 % oli puolestaan osittain samaa mieltä sen suhteen, että suomalainen ruoka on lähiruokaa.

Kuviosta 1 voidaan tarkastella vastanneiden henkilöiden käsityksiä lähiruosta.



KUVIO 1. Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoiden ja henkilökunnan mielikuvat siitä, mitä lähiruoka on.

Kyselyssä selvitettiin vastaajilta millä edellytyksillä he olisivat valmiita ostamaan lähiruokaa. Kysymys esitettiin avoimena kysymyksenä, jolloin vastaajat pystyivät itse kertomaan omia mielipiteitään. Vastaajat toivat kysymyksessä useita eri näkökantoja esille. Suurimmaksi osaksi vastaajat olivat sitä mieltä, että lähiruoan saatavuuden varmuus ja helppous, sekä tuotteiden laatu ja hinta ovat edellytyksenä ostaa lähiruokaa. Useat vastaajista painottivat, että lähiruokaa tulisi saada ostaa läheltä helposti yhdestä paikasta ja tuotteiden saatavuus tulisi olla varmalla pohjalla. Osa vastaajista oli valmis maksamaan tuotteista vähän enemmän kuin tavallisista tuotteista, toiset saman verran tai vähemmän. Tuotteen hinnan haluttiin kohtaavan laadun kanssa, eli laadukkaasta tuotteesta oltiin yleensä valmiita maksamaan myös hieman enemmän. Lisäksi useat vastaajat kokivat nykyisen elämäntilanteensa opiskelijana vaikuttavan siihen, minkälaista ruokaa he ostavat, sillä tuotteiden edullinen hinta nousi monella vastaajalla tärkeäksi tekijäksi.

Vastaajat kokivat tärkeiksi edellytyksiksi tuotteiden eettisen ja ekologisen tuotantotavan, jolloin painotettiin esimerkiksi tuotteiden turvallisuutta ja puhtautta kemiallisista aineista ja säilöntäaineista sekä lyhyitä kuljetusmatkoja ja tuotteiden pakkaustapaa. Tuotteiden pakkauksien haluttiin olevan selkeitä, sopivan kokoisia ja käytännöllisiä. Osa vastaajista halusi mielellään tietää, minkälaisissa oloissa eläimet ovat todellisuudessa kasvaneet ja missä tuote on tuotettu sekä minkälainen jalostusaste tuotteella on. Useat totesivat myös mielellään ostavansa sellaisia tuotteita, jotka kuormittavat vähemmän ympäristöä tai kokonaan luonnonmukaisesti tuotettuja tuotteita.

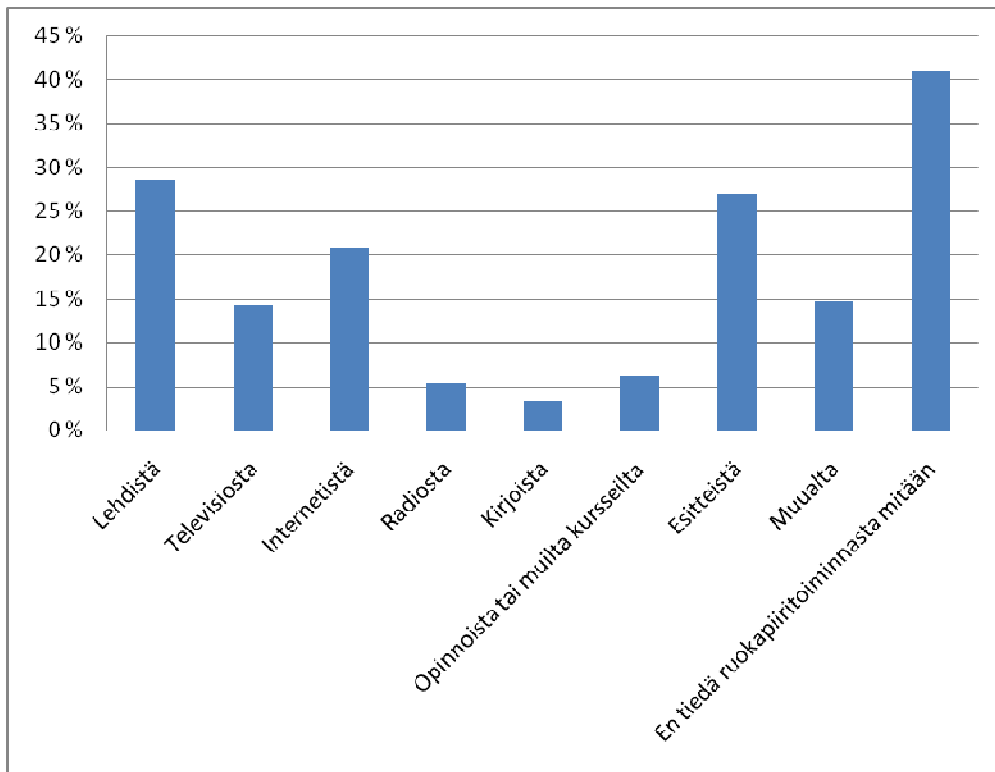
Monet vastaajista kokivat myös tuotteiden tuoreuden, terveellisyyden sekä kotimaisuuden vaikuttavan lähiruoan ostoedellytyksiin. Lisäksi tuotevalikoiman sekä tuotteiden ominaisuuksien ja maun koettiin olevan tärkeitä edellytyksiä ostaa lähiruokaa. Useat vastaajat kokivat myös paremman mainonnan ja tiedotuksen lähiruoasta vaikuttavan omiin ostoedellytyksiin.

6.3 Vastaajien käsitykset ruokapiiristä

Ruokapiiriin liittyvillä kysymyksillä haluttiin selvittää vastaajien kiinnostusta ja aiempaa kokemusta ruokapiireistä. Lisäksi haluttiin selvittää löytyykö Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköstä kiinnostuneita asiakkaita ja myyjä ruokapiiritoimintaan.

Kuviosta 2 nähdään mistä vastaajat ovat saaneet tietoa ruokapiiristä, jos ovat tietoa saaneet. Vastaajista 41 % ei ollut saanut ruokapiiritoiminnasta mitään tietoa etukäteen vastatessaan kyselyyn. Eniten tietoa oli saatu sanoma-, paikallis- ja aikakauslehdistä sekä koulun ruokalassa olleista esitteistä. Ruokaloihin jaetut esitteet olivat osa opinnäytetyön toteutusta. Vähiten tietoa ruokapiiristä oli saatu kirjoista ja radiosta. Tietolähdettä koskevaan kysymykseen oli mahdollista valita useampi vaihtoehto.

Annettujen vastausvaihtoehtojen lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus kertoa jokin muu tietolähde. Vastaajista useat olivat saaneet tietoa ruokapiiristä ystäviltä, tuttavilta, luokkakavereilta tai kollegoilta. Tietoa ruokapiiristä oli saatu myös ilmoitustaulujen ja työharjoittelun kautta. Lisäksi tietoa oli saatu MTK:sta, maatalousyrittäjiltä ja eräs vastaajista toimi itse tuottajana, joten hän oli kuullut asiasta omilta asiakkailtaan.

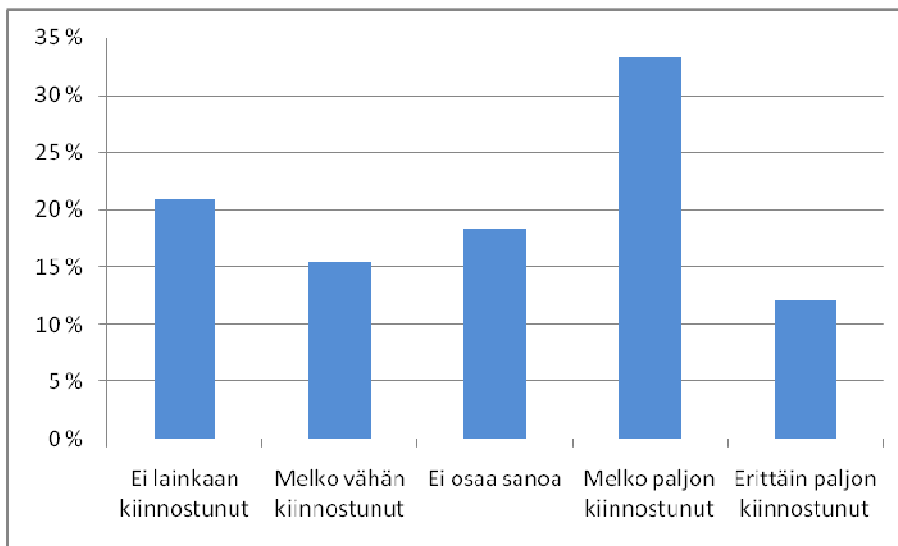


KUVIO 2. Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoiden ja henkilökunnan tietolähteet ruokapiiristä

Ruokapiiritoiminnassa oli kyselyn perusteella ollut mukana kaikkiaan kuusi henkilöä (3 %), joista neljä henkilöä (2 %) oli edelleen ruokapiiritoiminnassa mukana. Vastaavasti kaksi henkilöä ei ole enää ruokapiiritoiminnassa mukana. Ruokapiiritoiminnan lopettamisen syitä olivat paikkakunnalta muuttaminen ja ruokapiirissä ainoastaan satunnaisesti toimiminen. Vastaajista 97 % ei ole ollut ruokapiiritoiminnassa lainkaan mukana.

Ruokapiiritoimintaan osallistuneita varten oli kyselyssä neljä lisäkysymystä, joilla selvitettiin tarkemmin ruokapiiritoimintaan liittyviä asioita. Kysymyksillä selvitettiin millä paikkakunnalla ruokapiiri toimi/toimii, toimiiko vastaaja ruokapiirissä asiakkaana vai myyjänä/tuottajana. Lisäksi kysyttiin onko/oliko ruokapiirissä jotain kehitettävää. Näihin lisäkysymyksiin vastasi kuusi vastaajaa.

Kuviosta 3 ilmenee kiinnostus osallistua ruokapiiritoimintaan asiakkaana omassa yksikössä, jos sellainen tulevaisuudessa järjestettäisiin. Melko paljon kiinnostuneita oman yksikön ruokapiirissä asiakkaana toimimisesta oli 33 % vastaajista. Vastaavasti 21 % kyselyyn vastanneista henkilöistä ei ollut lainkaan kiinnostunut ruokapiiritoiminnasta.



KUVIO 3. Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoiden ja henkilökunnan kiinnostus ruokapiiritoimintaan asiakkaana (n=240)

Omassa yksikössä mahdollisesti tapahtuvaan ruokapiiritoimintaan myyjänä oli kiinnostunut lähtemään mukaan vain seitsemän henkilöä (noin 3 %), joista kuusi oli melko paljon kiinnostunut ja yksi erittäin paljon kiinnostunut. Vastaajista 148 henkilöä (69 %) ei ollut lainkaan kiinnostunut toimimaan myyjänä ruokapiiritoiminnassa.

Kyselyssä selvitettiin, mitä tuotteita vastaajat olisivat kiinnostuneita ostamaan ja/tai myymään omassa yksikössä toimivassa ruokapiirissä. Taulukosta 3 nähdään, mitä kyselyyn vastaajat halusivat ostaa ruokapiiristä. Eniten vastaajat halusivat ostaa tomaattia 52 %, kurkkua 51 % ja kananmunia 49 %.

TAULUKKO 3. Tuotteet, joita Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoilla ja henkilökunnalla olisi kiinnostus ostaa ruokapiiristä

	Lkm	%
Tomaatti	127	52
Kurkku	126	51
Kananmunat	119	49
Leipä	110	45
Salaatti	110	45
Porkkana	109	44
Peruna	104	42
Sipuli	97	40
Liha	95	39
Kala	89	36
Juusto	78	32
Valkosipuli	78	32
Jauhot	77	31
Omenat	77	31
Marjat	76	31
Kaali	74	30

	Lkm	%
Hiutaleet/leseet	72	29
Hunaja	67	27
Maustekasvit	64	26
Maito	59	24
Mehut	52	21
Lanttu	52	21
Nauris	52	21
Makkara	48	20
Punajuuri	44	18
Liha-/kalasäilykkeet	43	18
Ternimaito	42	17
Hillot/hyytelöt	39	16
Pulla/kakut	29	12
Siirapit	19	8
Muut	8	3

Vastaajat saivat ehdottaa myös muita tuotteita, joita ei listassa mainittu. Vastanneista osa olisi halukas ostamaan muun muassa luomutuotteita, kuten luomukananmunia ja luomulihaa. Lisäksi kiinnostusta herättivät broilerinliha, käsittelemätön maito, leikkeleet, jäätelö, luonnontuotejalosteet kuten mahla- ja kuusenkerkkätuotteet sekä spelt-tuotteet.

Tuottajille esitettyssä kysymyksessä olivat samat tuotevaihtoehdot kuin ostajilla. Vastausten perusteella tuottajat olivat kiinnostuneita myymään eniten marjoja (6 tuottajaa), perunoita (6 tuottajaa) ja maustekasveja (5 tuottajaa). Muita tuotteita oli valmiita toimittamaan ruokapiiriin vaihtelevasti 1-3 tuottajaa. Muita tuottajien itse ehdottamia tuotteita oli valmiita toimittamaan 4 tuottajaa. Mahdollisia tällaisia tuotteita olisivat metsäsienet. Tuotteita, joille ei löytynyt toimittajia, olivat siirapit, mehut, hillot/hyytelöt ja ternimaito.

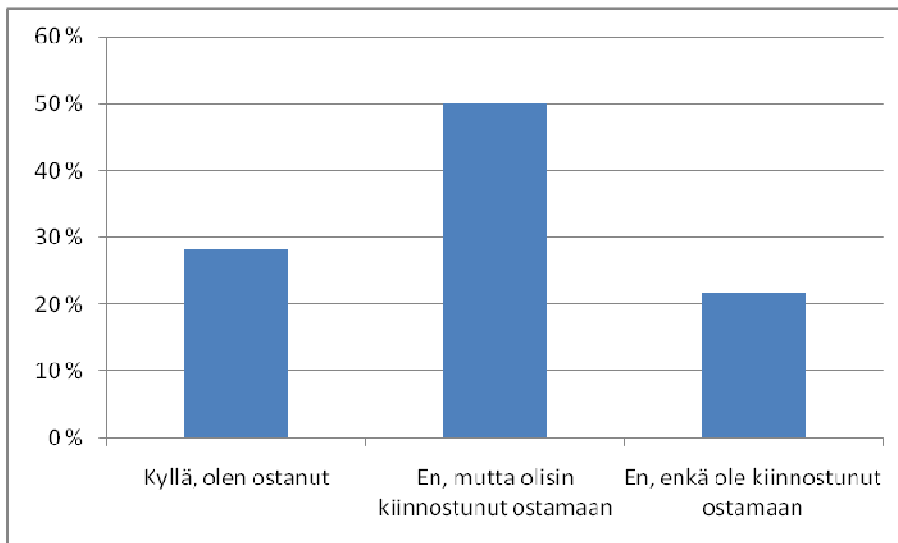
Kyselystä selvisi vastaajien mielestä parhaimmat vaihtoehdot ruokapiiriin tuotteiden toimitusväliille. 43 % vastaajista oli sitä mieltä, että sopivin ruokapiiriin tuotteiden toimitusväli olisi joka toinen viikko. Vastaajista 31 % piti sopivana joka viikko tapahtuvaa tuotteiden toimitusväliä ja 22 %

vastaajista kannatti kerran kuukaudessa tapahtuvaa toimitusväliä. Vastaajista neljä henkilöä koki toimitusvälin riippuvan tuotteesta ja yhden vastaajan mielestä toimitusväli oli riippuvainen sesongista.

Kyselyn perusteella suurin osa (59 %) vastaajista olisi valmiita maksamaan ruokapiirin tuotteista saman verran kuin normaaleistakin tuotteista. Ruokapiirin tuotteista olisi valmis maksamaan enemmän 32 % vastaajista. Vastaavasti ruokapiirin tuotteista olisi valmis maksamaan vähemmän 9 % vastaajista.

6.4 Vastaajien kiinnostus suoramyyntiin ja tuottajatoritapahtumaan

Vastaajista 28 % oli ostanut tuotteita suoraan tilalta. 50 % vastanneista ei ollut ostanut tuotteita suoramyyntinä, mutta olisi kiinnostunut tulevaisuudessa ostamaan. Loput 22 % vastaajista ei ollut ostanut suoramyyntinä tuotteita tilalta, eikä ole kiinnostunut jatkossakaan ostamaan. Kuviosta 4 nähdään vastaajien kiinnostus toimia asiakkaana suoramyyntimarkkinoilla.



KUVIO 4. Oamkin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön opiskelijoiden ja henkilökunnan kiinnostus suoramyyntiin asiakkaana (n=244)

Vastaajista suoramyyntiä tilalta oli harjoittanut kahdeksan henkilöä (3 %), näistä viisi ei enää harjoittanut suoramyyntiä (2 %). Kiinnostuneita suoramyynnin aloittamisesta oli viisi henkilöä. Loppuilla vastanneista ei ollut joko kiinnostusta suoramyyntiin (10 %) tai ei ollut elintarviketuotantoa (84 %).

Kiinnostuneita lähtemään tuottajatoritoimintaan mukaan oli kaikkiaan 66 % vastanneista. Asiakkaana tuottajatoritoimintaan haluaisia osallistua 63 % vastanneista ja vastaavasti myyjänä 3 % vastanneista. 35 % vastanneista ei halua osallistua tuottajatoritoimintaan.

Vastaajilta kysyttiin, mitä tuotteita vastaajat voisivat ostaa tuottajatorilta. Kysymys toteutettiin avoimena kysymyksenä. Useat vastanneista totesivat olevansa kiinnostuneita samoista tuotteista kuin mitä ostaisivat ruokapiiristäkin. Useimmat vastaajista halusivat siis ostaa elintarvikkeita laidasta laitaan sisältäen tuoretuotteita ja säilykkeitä. Laajasti kiinnostusta herättivät muun muassa erilaiset marjat, hedelmät, juurekset ja vihannekset, kuten esimerkiksi peruna, porkkana, sipuli ja valkosipuli. Lisäksi vastaajat olivat kiinnostuneita ostamaan lihaa ja lihatuotteita, kalaa, kananmunia, maitoa ja ternimaitoa, juustoa ja voita sekä erilaisia leipomotuotteita, kuten leipää. Osa vastaajista oli kiinnostunut ostamaan myös luomutuotteita, mehuja, erilaisia hilloja, hunajaa, sieniä sekä yrtejä. Elintarvikkeiden lisäksi vastaajista osa olisi kiinnostunut ostamaan tuottajatorilta myös käsitöitä, floristiikkaa, käyttötavaroita sekä taimia.

Myynnistä kiinnostuneita vastaajia oli vähemmän. Vastaajat olivat kiinnostuneita myymään lähinnä liha- ja kalatuotteita, perunaa, vihanneksia ja juureksia sekä marjoja ja sieniä. Elintarvikkeiden lisäksi oltiin kiinnostuneita myymään myös käsitöitä.

Vastaajat pitivät ykkösvaihtoehtona tuottajatorin järjestämisaikankohdaksi syyskuuta, joka oli sopivin kuukausi 64 vastaajan (40%) mielestä. Toiseksi paras vaihtoehto oli elokuu. Muut kuukaudet eivät saaneet juurikaan kannatusta tuottajatorin järjestämisaikankohdaksi.

Vastaajista 43 % oli sitä mieltä, että tuottajatori tulisi järjestää Liiketalouden yksikössä. 34 % haluaisi, että se järjestettäisiin Luonnonvara-alan yksikössä. Loput 23 % haluaa, että tuottajatori järjestetään jossain muualla kuin näissä kahdessa aiemmassa vaihtoehdossa.

Vastaajilla oli mahdollisuus esittää myös muu heidän mielestään sopiva tuottajatorin järjestämispaiikka. Useat vastaajat ehdottivat tuottajatorin järjestämispaiikaksi keskustan lähellä olevia paikkoja, kuten toria tai Oulu-hallin piha-alueita. Kannatusta sai osakseen myös Tekniikan- ja Kulttuurin yksikkö. Vastaajat toivoivat paikkaa, jossa olisi toimivat tilat ja mistä löytyisi myös kylmäsäilytystilat. Vastaajista osa haluaisi tapahtuman olevan avoin myös muille kuin Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikön työyhteisöille.

Lisäksi tuottajatorin ajoituksesta ja järjestämispaiikasta saatiin palaute-kohdassa melko paljon vastauksia. Osa vastaajista epäili yksikköjen toimivuutta tuottajatorin järjestyspaikkana, jonka vuoksi järjestyspaikaksi ehdotettiin esimerkiksi kaupan pihaa. Osa vastaajista arveli Luonnonvara-alan yksikön olevan liian kaukainen paikka tuottajatorin järjestämiseen herättääkseen kiinnostusta. Muutaman vastaajan mielestä tuottajatori voitaisiin järjestää ainakin kahdesti vuodessa, koska eri vuoden aikoina on saatavilla erilaisia tuotteita. Useat vastaajista arvelivat parhaimman järjestämisaikan tuottajatorille ajoittuvan sadonkorjuun aikaan syksyille, jolloin tuottajilla on yleensä enemmän tarjottavaa. Toisaalta yksi vastaaja arveli puolestaan touko- ja syyskuun olevan opiskelijoiden kannalta hieman huonoja, koska tuolloin moni saattaa olla harjoittelussa tai töissä. Eräs vastaajista epäili kerran vuodessa järjestettävän tuottajatorin kiinnostavuutta.

6.5 Palautetta kyselystä

Kyselyn lopuksi vastaajat saivat antaa vapaasti palautetta kyselystä sekä kertoa mielipiteitään ja ideoita kyselyn aiheeseen liittyen. Palautetta tulikin melko runsaasti. Usealta vastaajalta tuli myönteistä palautetta kyselyä ja opinnäytetyötä kohtaan. Kyselyä ja sen aihetta luonnehdittiin mielenkiintoiseksi, positiiviseksi ja tarpeelliseksi. Lisäksi useat vastaajat toivoivat, että kyselyn avulla saataisiin viritettyä alulle sekä tuottajatori että ruokapiiritoimintaa. Eräs vastaajista ehdotti, että Luonnonvara-alan yksikkö voisi toimia koko Oulun seudun ammattikorkeakoulun tasolla ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnan virittäjänä.

Palautekysymyksessä vastaajat toivat ilmi myös kyselyssä ilmenneitä ongelmakohtia. Osa vastaajista totesi kysymysten olevan liian hankalia, jos aihealue ei ollut vastaajalle tuttu. Muutamat vastaajista olisivat toivoneet kyselyn termistön selkeyttämistä ja parempaa avaamista. Parannusehdotuksena kyselyä ajatellen ehdotettiin lisäämään sellaisiin kohtiin jossa oli useampi

kohta listattuna ruudukko, josta näkee paremmin mihin kohtaan on vastaamassa. Eräs vastaajista toivoi enemmän vastausohjeita kysymyksiin sekä koki, että saate ei kertonut tarpeeksi kyselyn luonteesta.

Osa vastaajista toivoi, että eettisesti tuotettua lähi- ja luomuruokaa saataisiin tulevaisuudessa paremmin kuluttajien ulottuville. Eräs vastaajista toivoi lähiruoan myös karsivan tuottajien ja asiakkaiden väliltä turhat välikädet pois. Eräs vastaajista ehdotti Oamkin Intraa foorumiksi ruokapiirille ja online-tuottajatorille.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

7.1 Taustatiedot

Lähiuoka-kyselyn tulosten perusteella naiset vastasivat kyselyyn innokkaammin kuin miehet. Vastaajat olivat melko yksimielisesti sitä mieltä, että tuotteen tuoreus ja laatu vaikuttavat ostopäätöksiin erittäin suurella määrällä. Vähiten ostopäätöksiin näytti vaikuttavan se, että tuote on luomu tai Reilun kaupan tuote. Kyselyn perusteella näyttäisi siltä, että vastaajien ostopäätöksiin vaikuttaisi eniten tuotteen tuoreus, laadukkuus, hinta sekä ostotottumukset.

7.2 Lähiuoka

Lähiuoka-kyselyn väittämien avulla selvitettiin vastaajien mielikuvia lähiruoasta. Vastaajien mielestä lähiruoka on suomalaista, suoraan tuottajalta ostettua ja se ei ole aina luomua. Kyselyn tulos poikkesi Lähiruoan käyttö julkisen sektorin ammattikeittiöissä –selvityksestä siten, että vastaajat tiesivät, ettei lähiruoka ole aina luomua. Lähiruoan rajauksesta ei vastaajilla ollut selkeää näkemystä. Tuloksista ei noussut selkeästi esille yhtä lähiruoan rajaamistapaa, vaan vastaukset jakaantuivat tasaisesti eri vastausvaihtoehtojen välille. Vastaajien oli hankala rajata selkeästi sitä, mitä lähiruoka tarkoittaa.

Kyselyn perusteella käy ilmi, että vastaajat ostaisivat lähiruokaa samoilla edellytyksillä kuin heidän ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät ovat. Tämä tulos on samassa linjassa Sitran kuluttajatutkimuksen Lähiuoka, nyt! kanssa, josta myös ilmenee, että tuoreus ja laatu ovat tärkeitä lähiruoan ominaisuuksia. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 44.) Lisäksi muita selvästi esille tulevia tekijöitä olivat eettiset ja ekologiset asiat. Etenkin hinta korostuu lähiruoan ostoedellytyksissä paljon, mikä johtunee siitä, että suurin osa kyselyyn vastanneista on opiskelijoita, joilla tulot ovat pienet. Tulosten perusteella voidaan todeta, että mitä enemmän ihmiset tietävät lähiruoasta, sitä helpommin he sitä ostavat.

7.3 Ruokapiiri

Kyselyn perusteella kävi ilmi, että jos vastaajat olivat saaneet tietoa ruokapiiritoiminnasta, tiedonlähteenä olivat yleisimmin sanoma-, paikallis- ja aikakauslehdet, Internet sekä yksikköjen ruokaloissa olleet esitteet. Ruokapiiritoiminta ja lähiruoka ovat olleet paljon esillä joukkoviestimissä, mikä on varmasti vaikuttanut siihen, että vastaajat ovat saaneet tietoa juuri näistä viestimistä. Esitteiden vieminen ruokaloihin oli tulosten perusteella hyvä asia, koska 27 % vastaajista oli saanut tietoa ruokapiiristä esitteiden kautta. Kuitenkin suurelle osalle vastaajista (41 %) ruokapiiri ei ollut tuttu käsite, mikä puolestaan kertoo siitä, että ruokapiiritoiminta on vasta viime aikoina alkanut yleistyä ja näkyä eri joukkoviestimissä. Vastaajista 97 % ei ollut mukana ruokapiiritoiminnassa, mikä kertoo osaltaan siitä, että ruokapiiritoiminta on vielä tuntematonta Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköiden vastaajien keskuudessa.

Kyselyyn vastanneista opiskelijoista ja henkilökunnan jäsenistä suurin osa oli kiinnostunut lähtemään asiakkaana ruokapiiritoimintaan mukaan ainakin jollain tapaa. Vastaavasti ruokapiiritoimintaan myyjänä oli kiinnostunut lähtemään vain seitsemän henkilöä, joista ainoastaan yksi oli erittäin paljon kiinnostunut. Johtopäätöksenä voidaan sanoa, että tässä tapauksessa tarjonta ei vastaa kysyntää.

Kyselyn tavoitteena oli alustavasti selvittää, mitä tuotteita haluttaisiin ostaa ruokapiiristä. Vastaajat olivat kiinnostuneita ostamaan monipuolisesti erilaisia tuotteita ruokapiiristä. Suosituimmat tuotteet, mitä vastaajat haluaisivat ostaa, olivat kurkku, tomaatti ja kananmunat. Ongelmaksi muodostuu näiden tuotteiden osalta se, ettei lähialueelta juurikaan löydy kyseisten tuotteiden tuottajia. Tällöin kannattaisi ehkä miettiä näiden tuotteiden hankkimista esimerkiksi tukkuliikkeen kautta. Kyselyn perusteella ei kuitenkaan voida vielä sanoa tarkasti, kuinka moni olisi todellisuudessa valmis ostamaan tuotteita ja minkä verran. Todellisen asiakaskannan selvittäminen olisi tarpeellista tehdä ennen kuin ruokapiiritoimintaa voitaisiin perustaa Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköissä.

Suurinta osaa tuotteista oli valmiita myymään 1-3 henkilöä ruokapiiritoiminnasta kiinnostuneista myyjistä. Tuotekohtainen myynti on siis vähäistä, jonka vuoksi vaarana on, että tuotteiden saatavuutta ei voi taata. Tuotantomäärät saattavat jäädä niin vähäisiksi, että tuotteiden kysyntää ei voida tyydyttää. Ruokapiirin tuotteiden toimitusvälinä pidettiin sopivimpana vaihtoehtona joka

toinen viikko tapahtuvaa toimitusta. Yleisesti ottaen ruokapiirin tuotteista oltiin valmiita maksamaan saman verran kuin mitä tuotteet normaalisti kaupassa maksaisivat.

Ruokapiiritoiminnan organisointi vaatisi lisäselvitystä myyjien osalta siitä, kuinka paljon he olisivat valmiita tuottamaan erilaisia tuotteita ja millä ajanjaksolla niitä olisi saatavissa. Lisäksi ruokapiirin tuotteiden sopivan jakelupisteen löytäminen ja muu ruokapiiritoimintaan liittyvä organisointi, esimerkiksi vastuuhenkilö ja tilaustapa, vaatisivat jatkossa lisäselvitystä. Tällä hetkellä näyttäisi siltä, että näillä resursseilla ruokapiiritoiminta Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköissä on hankalaa järjestää ilman lisäselvityksiä.

7.4 Tuottajatori

Suoramyynnistä oltiin kiinnostuneita, vaikka puolet vastaajista ei ollut koskaan kokeillut tilalta suoraan ostamista. Ennestään tuttua tilalta suoraan ostaminen oli yllättävän monelle vastaajista (28 %). Suurimmalla osalla vastaajista ei ollut elintarviketuotantoa (84 %) tai ei ollut kiinnostusta ryhtyä harjoittamaan suoramyyntiä. Vastaajien keskuudesta löytyi kuitenkin kolme henkilöä, jotka harjoittivat suoramyyntiä ja lisäksi viisi henkilöä oli kiinnostuneita aloittamaan suoramyyntin tilaltaan.

Tuottajatoritoimintaan mukaan lähteminen herätti yllättävän paljon kiinnostusta vastaajissa, sillä 66 % vastaajista oli kiinnostunut osallistumaan tuottajatoritapahtumaan. Vain 3 % vastaajista oli kuitenkin kiinnostunut tulemaan tuottajatorille myymään tuotteitaan. Näiden kyselytulosten ja aiemmin Luonnonvara-alan yksikköön tekemämme tuottajatorin järjestämiseen liittyvän sähköpostikyselyn perusteella voidaan todeta, että tuottajatorin järjestäminen vaatisi ulkopuolisten tuottajien osallistumista tapahtumaan.

Kyselyn perusteella vastaajat olisivat valmiita ostamaan samoja tuotteita kuin ruokapiiritoiminnassa ja eri tuotteita ostettaisiin monipuolisesti. Myyjien osuus oli puolestaan vähäinen ja myyntiin tarjottavien tuotteiden valikoima oli suppeampi kuin kysyntä. Tuottajatori haluttaisiin järjestää mieluiten syys- tai elokuussa, jolloin on sadonkorjuu-aika ja tuotteet ovat tuoreita. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että tuottajatori voitaisiin järjestää pari kertaa vuodessa, jolloin sesonkituotteet vaihtelevat.

7.5 Palaute

Yleisesti ottaen Lähi- ja luomuruoka-kyselyä pidettiin ajankohtaisena ja positiivisena asiana. Lähi- ja luomuruokaa toivottiin saatavan tulevaisuudessa paremmin kuluttajien ulottuville. Vastaajista osa piti kyselyä termistöltään hankalana ja termistön parempi avaaminen olisi ollut tarpeellista. Myös Webropol –ohjelmalla toteutetun kyselyn ulkoasua olisi voinut miettiä tarkemmin.

Tulevaisuudessa olisi hyvä miettiä, voisiko Luonnonvara-alan yksikkö toimia ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnan virittäjänä ja olisiko Oulun seudun ammattikorkeakoulun Intra sopiva kanava näiden toteuttamisessa.

8 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA

Tulevaisuudessa tulee hankkia ulkopuolisia lähialueen tuottajia mukaan ruokapiiri- ja tuottajatoritoimintaan, koska myyjiä ei Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköistä riittävästi löydy. Tuottajatori olisi hyvä järjestää kaikille avoimena tapahtumana ja siihen voitaisiin yhdistää muutakin toimintaa, kuten koulutusohjelmien ja hankkeiden esittelyä.

Ennen ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnan aloittamista tulee tehdä lisäselvityksiä ainakin todellisista asiakas- ja myyjämääristä sekä tuotteiden osto- ja myyntimääristä. Lisäksi tulee suunnitella, kuka ottaisi ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnasta organisointivastuun. Ruokapiiritoiminnalle pitää löytää hyvä jakelupiste sekä miettiä tilausjärjestelmän toteutus. Jakelupisteiden sijoittelua tulee miettiä, sillä Oamkin yksiköillä ei ole yhtenäistä kampusta, vaan yksiköt sijaitsevat eri puolilla Oulua. Ruokapiiritoiminnalle Oamkissa on useita eri mahdollisuuksia jakelupisteen järjestämiseen. Oamkissa voisi toimia ruokapiiri, jolla on ainoastaan yksi jakelupiste. Toisaalta voisi toimia vain yksi ruokapiiri, mutta jakelupisteitä olisi kaksi esimerkiksi Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksiköissä. Luonnonvara-alan yksikössä tulisi olla oma jakelupiste sen vuoksi, että se sijaitsee selkeästi kauempana keskustasta ja muista yksiköistä. Lisäksi vaihtoehtona on toteuttaa ruokapiiri jokaisessa ruokapiiristä kiinnostuneessa yksikössä erikseen. Esimerkiksi Liiketalouden yksikön kanssa voitaisiin tehdä yhteistyötä ja luoda ruokapiirille oma Internet-sivusto, jonka kautta voidaan hoitaa tilaukset ja laskutus.

Oulun seudun ammattikorkeakoulussa voitaisiin käynnistää lähiruokaan ja ruokapiiriin liittyvä hanke, johon voitaisiin pyytää yhteistyökumppaniksi esimerkiksi ProAgrian Maa- ja kotitalousnaiset. Lisäksi ruokapiirin perustamisen apuna voisi toimia kaikille avoin ruokapiiritoiminnan perustamiskurssi, mikä voisi olla Oulun seudun ammattikorkeakoulun tai jonkin kansalaisopiston järjestämä. Kurssilla voitaisiin perehtyä ruokapiiritoimintaan ja siihen, miten ruokapiiri käytännössä voisi toimia. Myös lähiruokaan ja luomuun liittyvä kurssi voisi kerätä asiasta kiinnostuneita yhteen. Tällöin tieto lähiruokaan ja ruokapiiritoiminnasta leviäisi paremmin asiasta kiinnostuneille.

Ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnan kehittämisessä Liiketalouden ja Luonnonvara-alan yksikköön voitaisiin ottaa mallia esimerkiksi yliopistoilta ja ammattikorkeakouluilta, joilla on kokemusta

vastaavanlaisesta toiminnasta. Lisäksi voitaisiin tehdä yhteistyötä esimerkiksi Oulun seudun ammattiopiston Kempeleen yksikön kanssa, jossa kasvatetaan erilaisia puutarhatuotteita.

Tulevaisuudessa vartenotettavana ulkopuolisena osallistujana voisi toimia esimerkiksi Viskaalin tila Muhoksella. Viskaalin tila toimi aiemmin sonnien kasvatusasemana, mutta toiminnan loputtua vuonna 2010 tilan osti Heikki Räinen, joka aikoo jatkossa tuottaa laadukasta lähiruokaa Oulun seudun asukkaille. (Karjankasvatus jatkuu Viskaalissa Muhoksella 2011, 12.) Lisäksi Oulun seudulla toimivia lähiruoan tuottajia ovat esimerkiksi Haipuksen luomutila Kiimingissä (lampaanliha, yrtit ja yrttituotteet), Tannilan porotuote Yli-iissä, Röngän lähiliha, Oravan luomutila Haukiputaalla (luomumaito) sekä Luukkosen kananmunat Limingassa (Rajakylä – Pateniemi – Herukka Ympäristöystävällinen ruoka 2011, hakupäivä 8.4.2011).

Lähiruoan tarjoaminen joukkoruokailussa kannustaa kuluttajaa käyttämään sitä myös omassa taloudessa. Lisäksi kuluttaja oppii vaatimaan lähiruokaa myös omaan ruokakauppaansa. (Lähiruoan mahdollisuudet 2000, 29.) Tulevaisuudessa siis kannattaa Oulun seudun ammattikorkeakoulun ravintoloissa järjestää lähiruoka-päiviä, jolloin tarjolla on lähellä tuotetuista raaka-aineista valmistettua ruokaa, jolloin kannustetaan suosimaan lähiruokaa. Lisäksi lähiruokaa voidaan tarjota useammin kouluruokailussa. Mikäli kustannukset sallivat, voidaan lähiruokavaihtoehto sisällyttää vakituisesti lounaslistalle. Lähiruoan tunnettuutta voidaan myös parantaa kutsumalla lähiruoantuottajia luennoimaan ruoantuotannosta. Lisäksi lähiruosta on mahdollista kertoa julisteiden ja esitteiden avulla.

Ruokapiirin toimintamalleja

Ruokapiiritoiminnassa voidaan hyödyntää erilaisia toimintamalleja. Yhtenäistä ruokapiirimallia ei ole olemassa, siispä jokainen voi muokata omalle ruokapiirilleen sopivimman toimintamallin. Seuraavassa on esitetty kolme erilaista ruokapiirin toimintamallia.

Malli 1: Ruokapiirin vastuuhenkilö toimii ruokapiirin tuotteiden välikätenä tuottajan ja kuluttajan välillä. Ruokapiirin vastuuhenkilö kerää tilatut tuotteet tuottajilta ja toimittaa ne jakelupisteeseen kuluttajien saataville. Vastuuhenkilö voi olla sama tai vaihtua tietyin väliajoin, jolloin yhdelle henkilölle ei tule liikaa vastuuta ruokapiirin pyörittämisestä.

Malli 2: Ruokapiiri toimii siten, että välittäjä toimittaa tuotteet tuottajilta asiakkaille. Välittäjä kerää useamman tuottajan tuotteet ja toimittaa ne asiakkaille, kuten kauppoille ja ruokapiireille. Myös välittäjä voi kasvattaa tuotteita myyntiin. Tuotteiden välittäjä voi useiden tuottajien avulla parantaa tuotteiden saantivarmuutta, joten tätä mallia voitaisiin hyödyntää esimerkiksi julkisen sektorin ammattikeittiöissä. Tämä vaihtoehto voisi olla paras ratkaisu Oulun seudun ammattikorkeakoulussa järjestettävälle ruokapiiritoiminnalle. Kyseinen malli ei edellytä niin paljon työtä ja vastuuta osallistujilta, koska välittäjä hoitaa tuotteiden hankkimisen ja kuljettamisen.

Malli 3: Ruokapiiri toimii siten, että tuottajat toimittavat itse tuotteet ruokapiirin jakelupisteeseen, josta ruokapiirin asiakkaat voivat noutaa tilaamansa tuotteet. Ruokapiirissä toimii kuitenkin vastuuhenkilö, joka huolehtii tuotteiden vastaanotosta ja jakelusta.

9 POHDINTA

Kiinnostus lähiruokaa kohtaan kasvoi entisestään saatuamme tietoomme mahdollisuuden tehdä aiheeseen liittyvä opinnäytetyö. Opinnäytetyömme aihe oli monella tapaa kiinnostava ja hyvin ajankohtainen, sillä lähiruoka on ollut paljon esillä viime vuosina mediassa. Aloitimme opinnäytetyön tuottajatoripäivän suunnittelemisella. Tuottajatoripäivä oli tarkoitus toteuttaa Luonnonvara-alan yksikössä 17.9.2010. Tuottajatorin järjestäminen osoittautui kuitenkin mahdottomaksi, koska myyjiä ei saatu tapahtumaan riittävästi. Totesimme, että tapahtuman järjestäminen vaatisi pitempiaikaista organisointia ja ulkopuolisten myyjien mukaan ottamista.

Tämän jälkeen aloitimme Lähiruoka-kyselylomakkeen tekemisen. Lomakkeen työstäminen osoittautui pitkäaikaiseksi ja haasteelliseksi prosessiksi. Tuloksia purkaessa huomasimme, että kyselylomaketta olisi voinut muokata vieläkin enemmän epäselvyyksien poistamiseksi. Tuloksia tulkittaessa oli siis huomioitava, ovatko kaikki vastaajat ymmärtäneet kaikki kysymykset oikein.

Oman haasteensa opinnäytetyön tekoon toi se, että lähiruokalle ei ole olemassa virallista määritelmää. Vaikka lähiruoka on nykyisin pinnalla, ei siitä ole vielä julkaistu kovin paljoa kirjallisuutta. Lisäksi huomasimme materiaalia etsittäessä, että ruokapiiriin ja lähiruokaan liittyvä uutisointi on painottunut laajemmin luonnonvara-alalle suunnattuihin lehtiin. Materiaalin etsiminen osoittautui aikaa vieväksi, mutta hyödylliseksi oppimisprosessia ajatellen. Haasteita opinnäytetyön tekemiseen toi myös opinnäytetyön muuttuminen alkuperäisestä suunnitelmasta, koska tuottajatoria ei pystytty järjestämään. Lisäksi aikataulujen yhteensovittaminen toi oman haasteensa työn tekemiseen.

Opinnäytetyön tekeminen oli pitkä, mutta antoisa prosessi. Kiinnostus lähiruokaa kohtaan kasvoi, mitä enemmän asiasta saimme tietoa. Tulevaisuudessa voisimme ajatella suosivamme enemmän lähiruokaa ja liittyvämmekin itsekin ruokapiiriin.

LÄHTEET

Airaksinen, J., Hukkanen, A. & Lilja, E-L. 1999. Ruokapiiri opas. Vaasa: Kansan Sivistystyön Liitto ry.

Amway Finland. 2011. Mitä suoramyynti on? Hakupäivä 23.2.2011
http://www.amway.fi/cms/about_amway_and_direct_selling/what_is_direct_selling.

Bio-Välitys Oy. 2011. Luomussa on tulevaisuus!. Hakupäivä 1.4.2011
<http://biovalitys.net/fi/about.php>.

Eat local Challenge. 2011. Hakupäivä 3.4.2011 <http://www.eatlocalchallenge.com/>.

Evira hygieniayksikkö. 2010. Ulkomyyntiohje. Hakupäivä 3.4.2011
http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/lomakkeet_ja_ohjeet/elintarvikkeet/elintarvikehuoneistot/virallinenohje_mpl_versio2.pdf.

Finlex. 2006. Elintarvikelaki 13.1.2006/23. Hakupäivä 6.4.2011
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060023>

FOODSPILL – Ruokahävikin määrä ja vähentämiskeinot elintarvikeketjussa. 2009. MTT.
Hakupäivä 6.4.2011
<https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/elintarvikeketjut/vastuullinenelintarviketalous/foodspill>.

Forsman, S. & Paananen, J. 2004. Lähiruoan lisäarvot ja markkinointi paikallisessa elintarvikeketjussa. Maataloustieteen Päivät 2004. Hakupäivä 12.4.2011.
<http://www.smts.fi/MTP%20julkaisu%202004/posterit04/my02.pdf>.

Heila. 2011. Lähiruokaa. Hakupäivä 15.3.2011 <http://www.heilan.fi/lahiruokaa>.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Karanja, N. & Njenga, M. 2011. Maailmantila 2011: Kuinka maailma ruokitaan. Helsinki: GAUDEAMUS Helsinki University Press.

Karjankasvatus jatkuu Viskaalissa Muhoksella. 2011. Maaseudun Tulevaisuus 14.1.2011, 12.

Karttimo, E. 2011a. Rantsilan ruokapiiri haluaa laaturuokaa läheltä. KOTI 72 (2), 18-19.

Karttimo, E. 2011b. Lähiteurastamo puheenaiheena Pudasjärvellä. Maaviesti (1), 14.

Kestävää liiketoimintaa lähiruusta. 2010. Hakupäivä 3.4.2011

http://www.esvy.fi/liitteet/Lahiruoka3_2011.pdf.

K-kauppiat satsaavat lähiruokaan. 2010. Maaseudun Tulevaisuus 27.10.2010, 1.

Kuluttajavirasto. Lähiruoka tukee kestäväää kehitystä. Hakupäivä 14.3.2011

<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/elintarvikkeet/lahiruoka/>.

Local Food. 2011. Big Lottery Fund. Hakupäivä 28.2.2011 <http://www.localfoodgrants.org/>.

Local Harvest. 2011. Hakupäivä 23.2.2011 <http://www.localharvest.org/>.

Luomuliitto ry. 2011a. Luonnollisesti luomua. Hakupäivä 7.2.2011 <http://www.luomuliitto.fi/index.php/luomuviljely>.

Luomuliitto ry. 2011b. Ruokapiiri tuo paikalliset tuottajat ja kuluttajat yhteen. Hakupäivä 25.1.2011

<http://www.luomuliitto.fi/index.php/ruokapiiri>.

Luomuliitto ry/ Nielsen Homescan. 2010. Luomuliitto hankkii Nielsen Kuluttajaneelin tiedot vuosina 2010-2012. Hakupäivä 1.4.2011 <http://www.luomuliitto.fi/index.php/ostot>.

Luomuliitto ry/Nielsen Homescan. 2010. Yhä useampi talous ostaa luomua säännöllisesti. Hakupäivä 30.3.2011 <http://www.luomuliitto.fi/index.php/uutiset/222-yhae-useampi-talous-ostaa-luomua-saeannoellisesti>.

Luomupiiri. 2011. Tervetuloa luomupiiriin. Hakupäivä 30.3.2011 <http://luomupiiri.opiskelijakunta.net/>.

Lähiruoan mahdollisuudet: Lähiruokatyöryhmän loppuraportti. 2000. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 2000/6.

Lähiruoka ei sovi suuriin hankintayksiköihin. 2010. Maaseudun Tulevaisuus 8.11.2010, 10.

Lähiruokaa hyllyille. 2011. Maaseudun Tulevaisuus 12.1.2011, 2.

Lähiruokalahettämö vie lähiruokaa maailmalle Pohjois-Karjalasta. 2011. Hakupäivä 2.3.2011 http://www.mtk.fi/mtk/ajankohtaista/lehdet/mtk_viesti/fi_FI/mtk_viesti/_files/84122405588305512/default/8_9.pdf.

Lähiruokamessut. 2011. Hakupäivä 3.1.2011 <http://www.lähiruoka.fi/index.html>.

Milano, S. 2011. Maailmantila 2011: Kuinka maailma ruokitaan. Helsinki: GAUDEAMUS Helsinki University Press.

Moni kunta sitoutunut lähiruoan käyttäjäksi. 2010. Maaseudun Tulevaisuus 17.11.2010, 7.

MTK. 2011. Tuotteita suoraan tilalta. Hakupäivä 23.2.2011 http://www.mtk.fi/maaseutu/maaseutuvinkit/suoramyynti/fi_FI/suoramyynti_etusivu/.

Mäki, S. 2003. Vastuullisen kuluttajan ruokaostoskirja. Hakupäivä 1.4.2011 http://www.evl.fi/kua/vastuuviikko/pdf/Vastuuviikon_kirja_www.pdf.

Mäkipeska, T. & Sihvonen, M. 2010. Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Sitran selvityksiä 29.

Organic food directory. 2011. Community Supported Agriculture.

<http://www.organicfooddirectory.com.au/general-issues/community-food-systems/community-supported-agriculture.html>.

Oulun yliopiston ylioppilaskunta. 2011. Luomuruokapiiri. Hakupäivä 2.3.2011

<http://www.oyy.fi/luomuruoka>.

Pahtamaa, U., terveystarkastaja, Oulun seudun ympäristötoimi. Re: Tuottajatoripäivän lupa-asioista?. Sähköpostiviesti l7rahe00@students.oamk.fi 9.8.2010.

Partsilta pöytään. 2011a. Kaupunkiviljelyä. Hakupäivä 25.3.2011

<http://www.partsiltapoytaan.net/Kaupunkiviljely%E4%21.php>.

Partsilta pöytään. 2011b .Villivihannekset- luonnon oma lähiruoka. Hakupäivä 25.3.2011

<http://www.partsiltapoytaan.net/Villivihannekset---luonnon-oma-l%E4hiruoka.php>.

Pentikäinen, P. 2010. Tulevaisuuden kuluttaja vaatii parempaa ruokaa. Maaseudun tulevaisuus 3.11.2010, 6.

Pulliainen, E. 2006. Bioenergia ja lähiruoka. Helsinki: Ochre Chronicles Oy.

Rajakylä – Pateniemi – Herukka Ympäristöystävällinen ruoka. 2011. Hakupäivä 8.4.2011

http://www.sll.fi/yhdistykset/olsy/viestinta/pitka_vinkkilista.pdf.

Ruokapiiri. 2011. Hakupäivä 2.3.2011 <http://www.ruokapiiri.fi/clientHome.php>.

Ruokatieto Yhdistys ry. 2011. Kotitalous luomun ostajana. Hakupäivä 30.3.2011

http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruokafaktaa/Luomua_tilastoissa/Kotitalous_luomun_ostajana.

Ruoka Yhdistys ry. 2011. Ruokaketju jäljittää keinoja ohjata enemmän ruokaa pöytään roskiksen sijasta. Hakupäivä 4.4.2011

http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/X_Uutistenhallinta.aspx?id=1170465.

Ruralia-instituutti. 2011. Perustetaan ruokapiiri!. Hakupäivä 30.3.2011

<http://www.helsinki.fi/ruralia/tapahtuma.asp?otsikko=Perustetaan%20ruokapiiri!>

Seppälän maalaismarkkinat. 2011. Hakupäivä 30.3.2011

<http://asiakkaat.bms.fi/kainuuntapahtumat/tapahtumat.asp?viz=&nayta=8231&lang=fin>.

Sihvonen, K. 2010. Lähiruokaa Kainuusta. Maaviesti 2010 (3), 23.

Somersalo, I., Mattila, P., Tuomisto, H. & Haimi, H. 2006. Härkäpapua sarvista: Herkullista kasvisruokaa läheltä. Helsinki: Multikustannus Oy.

Suomen Tuoretori Oy. 2011. Kotimaisen tuoreen ja maukkaan lähiruoan kaupp- ja kohtaamispaikka. Hakupäivä 1.3.2011 <http://www.tuoretori.fi/tuoretori/>.

Suomessa lähiruoka jo maailman huippua. 2011. MTV3. Hakupäivä 28.2.2011

<http://www.mtv3.fi/makuja/ajankohtaista.shtml?1274269>.

Turku 2011-säätiö. 2011. Lähiruoka Turussa. Hakupäivä 11.2.2011

<http://www.turku2011.fi/ohjelmahanke/3370/info>.

Vihma, A. 2006. Kotitalouksien ympäristökysymyksiä: Lähiruoka, valmisruoka ja luontomatkailu.

Hakupäivä 7.4.2011 <http://www.helsinki.fi/taloustiede/Abs/Selv40.pdf>.

Vihreä polku. 2011. Syödään luomua ja lähiruokaa. Hakupäivä 23.2.2011

http://www.vihreapolku.info/kestava_kehitys/parempia_valintoja_-_turkulaisen_toiminta-_ja_kulutusopas/syodaan_luomua_ja_lahiruokaa.

Vänttinen, R. & Korpi-Vartiainen, J-P. 2010. Lähiruoan käyttö julkisen sektorin ammattikeittiöissä:

Ruokatuotantosektorin aluetaloudellinen hyöty Pohjois-Savossa. Hakupäivä 10.3.2011

<http://www.sisa->

[savo.fi/www/fi/kehittamishankkeet/elintarvikealan_viestinta_ja_koordinaatiohanke/Aineistot/Lahiruoaan_kaytto_julkisissa_ammattikeittioissa2010web.pdf](http://www.sisa-savo.fi/www/fi/kehittamishankkeet/elintarvikealan_viestinta_ja_koordinaatiohanke/Aineistot/Lahiruoaan_kaytto_julkisissa_ammattikeittioissa2010web.pdf).

LIITE 1

Hyvä vastaanottaja!

Tämän kyselyn tavoitteena on selvittää opiskelijoiden ja henkilökunnan kiinnostus lähteä mukaan yksikön sisäiseen ruokapiiritoimintaan. Kyselyllä kartoitetaan alustavasti myös mahdollisen ruokapiirin ja tuottajatorin asiakkaiden ja myyjien määrää. Kysely on osa opinnäytetyötä. Opinnäytetyön aiheena on kartoittaa kiinnostus ruokapiiriä, lähiruokaa ja tuottajatoria kohtaan Oulun seudun ammattikorkeakoulun Luonnonvara-alan ja Liiketalouden yksiköissä. Lisäksi pyrimme lisäämään tietoisuutta ruokapiiri- ja tuottajatoritoiminnasta sekä kasvattamaan kiinnostusta lähiruokaan. Kyselyn vastaamiseen menee noin 10 minuuttia ja vastausaika päättyy 17.12.2010.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Oulun seudun ammattikorkeakoulun Luonnonvara-alan yksikkö. Ohjaavat opettajat opinnäytetyössä ovat:

Päivi Lamminen	Kaija Karhunen
Sähköposti	Sähköposti
puh.	puh.

Tästä linkistä pääset Lähiruoka-kyselyyn:

<http://www.webropol.com/P.aspx?id=497399&cid=96023472>

Kiitos jo etukäteen!

Lisätietoja:

Heini Rautiola	Tuula Törmä
Sähköposti	Sähköposti
puh.	puh.

LIITE 2

Lähiruoka-kysely

Taustatiedot:

1. Sukupuoli ____ Mies ____ Nainen
2. Ikä ____
3. Yksikkö? ____Liiketalouden yksikkö ____Luonnonvara-alan yksikkö
4. Kuulutko ____ henkilökuntaan ____ opiskelijoihin
5. Kuinka paljon seuraavat asiat vaikuttavat ostopäätöksiisi, kun teet ruokaostoksia? Arvioi väittämät asteikolla 1-5. (1=Täysin eri mieltä, 2=Osittain eri mieltä, 3= Ei samaa eikä eri mieltä, 4=Osittain samaa mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

a) Tuotteen kotimaisuus

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

b) Tuotteen tuotantomaa

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

c) Luomutuote

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

d) Tuotteen ympäristöystävällisyys

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

e) Tuotteen terveellisyys

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

f) Reilun kaupan tuote

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

g) Tuotteen tuoreus

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

h) Lähiruoka

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

- i) Tuotteen laatu
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- j) Omat ostotottumukset
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- k) Tuotteen merkki
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- l) Tuotteen edullinen hinta
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

Lähiruoka:

6. Mitä lähiruoka mielestäsi on? Arvioi väittämät asteikolla 1-5. (1=Täysin eri mieltä, 2=Osittain eri mieltä, 3= Ei samaa eikä eri mieltä, 4=Osittain samaa mieltä, 5=Täysin samaa mieltä)

- a) Suomalainen ruoka on lähiruokaa
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- b) Pohjoismaissa tuotettu ruoka on lähiruokaa
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- c) Lähiruoka on Luomua
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- d) Lähiruoka on suoraan tuottajalta ostettua ruokaa
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- e) Lähiruon tuotanto rajoittuu kuntaan
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- f) Lähiruon tuotantoa ei voi rajata alueellisesti
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä
- g) Lähiruon tuotanto rajoittuu maakuntaan
Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

h) Lähiruoka ei ole aina Luomua

Täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 Täysin samaa mieltä

7. Millä edellytyksillä olisit valmis ostamaan lähiruokaa? (esim. hinta, laatu, ekologisuus, luomu ym.)

Ruokapiiri:

Ruokapiirillä tarkoitetaan ruokansa yhdessä ostavaa ryhmää. Ryhmän on mahdollisuus hankkia tuotteet helposti lähialueen tuottajilta. Ostettaessa tuotteita ruokapiiriin kautta tietämys ruoan sisällöstä ja sen tuotantotavoista on parempi. Ruokapiirissä ruuan alkuperä tiedetään paremmin. Ruokapiiritoiminnalla ei kuitenkaan tarkoiteta tilalta suoraan tapahtuvaa myyntiä eli suoramyyntiä, jossa asiakas noutaa itse tuotteet tilalta.

8. Mistä olet saanut tietoa ruokapiiristä? Valitse sopivin vaihtoehto.

- a) Sanoma-, paikallis- tai aikakauslehdistä
- b) Televisiosta
- c) Internetistä
- d) Radiosta
- e) Kirjoista
- f) Opinnoista tai muilta kursseilta
- g) Ruokalan pöydillä olevista esitteistä
- h) Muualta, mistä? _____
- i) En ole saanut tietoa mistään

9. Oletko/ oletko ollut ruokapiiritoiminnassa mukana?

- a) Kyllä, olen mukana
- b) Kyllä, mutten ole enää
- Miksi et enää ole mukana? _____

a) En ole ollut

Jos et ollut, voit siirtyä kysymykseen 13.

10. Millä paikkakunnalla ruokapiiri toimi/toimii?

11. Toimitko ruokapiirissä

a) asiakkaana

b) myyjänä/tuottajana

12. Onko/oliko ruokapiirissä mielestäsi jotain kehitettävää? Mitä?

13. Haluaisitko osallistua ruokapiiritoimintaan, jos sellainen toimisi yksikössäsi? Arvioi asteikolla 1-5. (1=Ei lainkaan kiinnostunut, 2=Melko vähän kiinnostunut, 3= Ei osaa sanoa, 4=Melko paljon kiinnostunut, Erittäin paljon kiinnostunut)

a) Toimiminen ostajana

Ei lainkaan kiinnostunut 1 2 3 4 5 Erittäin paljon kiinnostunut

b) Toimiminen myyjänä

Ei lainkaan kiinnostunut 1 2 3 4 5 Erittäin paljon kiinnostunut

Jos et ole kiinnostunut ruokapiiritoiminnasta yksikössäsi ostajana etkä myyjänä voit siirtyä kysymykseen 18.

14. Mitä tuotteita olisit halukas ostamaan ruokapiiristä?

Jauhot Hiutaleet/leseet Tomaatti Kurkku Salaatti Sipuli Valkosipuli Kaali Porkkana
Peruna Punajuuri Lanttu Nauris Liha Kala Makkara Liha-/ kalasäilykkeet Maito

Ternimaito Juusto Kananmunat Leipä Pulla/kakut Omenat Marjat Mehut
Hillot/hyytelöt Hunaja Siirapit Maustekasvit Muu, mikä?

15. Mitä tuotteita olisit halukas myymään ruokapiirissä?

Jauhot Hiutaleet/leseet Tomaatti Kurkku Salaatti Sipuli Valkosipuli Kaali Porkkana
Peruna Punajuuri Lanttu Nauris Liha Kala Makkara Liha-/ kalasäilykkeet Maito
Ternimaito Juusto Kananmunat Leipä Pulla/kakut Omenat Marjat Mehut
Hillot/hyytelöt Hunaja Siirapit Maustekasvit Muu, mikä?

16. Mikä olisi mielestäsi hyvä tuotteiden toimitusväli? Valitse sopivin vaihtoehto.

- a) Joka viikko
- b) Joka toinen viikko
- c) Kerran kuukaudessa
- d) Muu, mikä? _____

17. Kuinka paljon olisit valmis maksamaan ruokapiirin tuotteista? Valitse sopivin vaihtoehto.

- a) Olisin valmis maksamaan ruokapiirin tuotteista enemmän kuin tavallisista tuotteista
- b) Ostaisin ruokapiirin tuotteita silloin kun ne olisivat samanhintaisia kuin tavalliset tuotteet
- c) Ostaisin ruokapiirin tuotteita silloin kun ne olisivat edullisempia kuin tavalliset tuotteet

Tuottajatori:

Tuottajatorilla tuottajat myyvät tuottamiaan tuotteita itse määrittelemällään hinnalla. Tuottajatorilla kuluttajien ja tuottajien välinen vuorovaikutus paranee. Tuottajatori muistuttaa sadonkorjuu- ja maalaismarkkinoita. Tuottajatorilla ei kuitenkaan tarkoiteta tilalta suoraan tapahtuvaa myyntiä eli suoramyyntiä, jossa asiakas noutaa itse tuotteet tilalta.

18. Oletko ostanut tuotteita suoramyyntinä tilalta? Valitse sopivin vaihtoehto.

- a) Kyllä, olen ostanut
- b) En, mutta olisin kiinnostunut ostamaan
- c) En, enkä ole kiinnostunut ostamaan

19. Oletko myynyt tuotteita suoraan tilaltasi suoramyyntinä? Valitse sopivin vaihtoehto.

- a) Kyllä, myyn nykyään tilan tuotteita suoramyyntinä
- b) Kyllä, mutta en myy enää
- c) En, mutta olisin kiinnostunut myymään
- d) En, enkä ole kiinnostunut myymään
- e) Minulla ei ole elintarviketuotantoa

20. Olisitko kiinnostunut tuottajatoritoiminnasta? Valitse sopivin vaihtoehto.

- a) Kyllä, myyjänä
- b) Kyllä, asiakkaana
- c) En

21. Mitä tuotteita voisit ostaa tuottajatorilla?

22. Mitä tuotteita voisit myydä tuottajatorilla?

23. Jos olisit kiinnostunut tuottajatorista, mikä olisi mielestäsi sopivin kuukausi sen järjestämiseen? Valitse sopivin vaihtoehto.

- a) Tammikuu
- b) Helmikuu
- c) Maaliskuu
- d) Huhtikuu
- e) Toukokuu
- f) Elokuu
- g) Syyskuu
- h) Lokakuu
- i) Marraskuu
- j) Joulukuu

24. Missä tuottajatori tulisi järjestää? Valitse sopivin vaihtoehto.

- a) Liiketalouden yksikössä

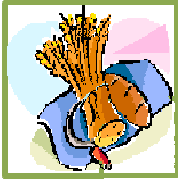
b) Luonnonvara-alan yksikössä

c) Muualla, missä? _____

25. Voit antaa tähän palautetta kyselystä sekä kertoa mielipiteitä ja ideoitasi kyselyn aiheeseen liittyen!

Kysely on päättynyt.

Kiitos vastauksestasi!



RUOKAPIIRI

- Ruokansa yhdessä ostava ryhmä
- Mahdollisuus hankkia tuotteita lähialueen tuottajilta
- Parempi tietämys ruoan sisällöstä ja sen tuotantotavoista
- Ruoan alkuperä tunnetaan paremmin
- Aivotuova vaikutus kasvaa viljelijöiden ja kuluttajien välillä
- Ruokapiirit voivat taata nykyistä useammille viljelijöille paremman toimeentulon sekä auttaa maaseudun elämänvuodonsäilyttämisessä
- Oulussa toimivia ruokapiirejä:
 - Yliopiston ruokapiiri
 - Maa Gaian
 - Kajakylän ruokapiiri



LÄHIRUOKA

- Käyttää oman alueen tuotantopanokeijaa raaka-aineita
- Edistää oman alueensa taloutta ja työllisyyttä
- Maantieteellisesti lähiruoka-alue voi olla kunta, maakunta tai talousalue
- Lähiruoka tuotetaan ja kulutetaan omalla talousalueella
- Raaka-aineen tuotannossa ja kuljetuksessa käytetään kestäviä menetelmiä
 - Lyngemmät kuljetusmatkat
 - Vähemmän pakkauspainoa
- Rucantuotannossa säästetään luonnonvaroja ja kunnioitetaan ympäristöä
- Sesonkien suosiminen vuocenaicittain
- Lähiruokaasaa mm. torilta, markkinoilta, tilaygmalöistaja ruokapiireistä



LUOMU

- Luonnonmukaista tuotantoa, jossa ei käytetä luonnolle vieraita aineita ja joka kuormittaa ympäristöä vähemmän
- Luonnon omia järjestelmiä ja kiertokulkua kunnioittava tuotantomuoto
- Kasvi- ja eläintuotanto sekä luonnosta saatavat keuhutuotteet kuuluvat luomutuotannon piiriin
- Kotimaisen luomutuotteen tunnuksena toimii Leppäkerttu-merkki
 - Tuottajat pääsevät myymään oman tilansa tuotteita itse määrittelemällään hinnalla
 - Tuottajien ja kuluttajien välinen vuorovaikutus paranee
 - Kuluttajalla mahdollisuus saada tietää tarkemmin tuotantokeijusta
 - Tilimääräisellä periaatteella kuin sadonkorjuu- ja raalaismarkkinat

TUOTTAJATORI