

# Case OLI0: Kiertotalouden ja kestävä kehityksen huomiointi liiketoiminnan kehittämässä

LTKT2.0 – Lapin teollinen kiertotalous 2.0

– Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen -hanke





**Case OLIO: Kiertotalouden ja kestävän kehityksen huomiointi  
liiketoiminnan kehittämisessä**



Sirkka Juntunen • Netta Kuivalainen • Tiina Kåla • Marika Luokkala •  
Leenamaria Pääkkönen • Katri Ruotsalainen • Petra Tuovinen •  
Sara Vaajamo • Esipuhe: Sanna Tyni

# Case OLIIO: Kiertotalouden ja kestävän kehityksen huomiointi liiketoiminnan kehittämässä

LTKT2.0 – Lapin teollinen kiertotalous 2.0  
– Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen -hanke

Sarja B. Tutkimusraportit ja kokoomateokset 13/2021

© Lapin ammattikorkeakoulu ja tekijät

ISBN 978-952-316-406-2 (pdf)  
ISSN 2489-2637 (verkkajulkaisu)

Lapin ammattikorkeakoulun julkaisuja  
Sarja B. Tutkimusraportit ja kokoomateokset  
13/2021

Rahoittajat: Lapin liitto, Vipuvoimaa EU:lta,  
Euroopan aluekehitysrahasto

Kirjoittajat: Lapin AMKin matkailualan osaamisen  
johtamisen YAMK-tutkinto-opiskelijat  
Sirkka Juntunen, Netta Kuivalainen, Tiina Kåla,  
Marika Luokkala, Leenamaria Pääkkönen,  
Katri Ruotsalainen, Petra Tuovinen &  
Sara Vaajamo  
Esipuhe: Yliopettaja Sanna Tyni,  
Uudistuva teollisuus, Lapin ammattikorkeakoulu

Kansikuva: Katri Hendriksson, Lapin AMK ja  
Lapin AMKin kuvapankki  
Taitto: Arto Huhta, Videcam Oy

Lapin ammattikorkeakoulu  
Jokiväylä 11 C  
96300 Rovaniemi

Puh. 020 798 6000  
[www.lapinamk.fi/julkaisut](http://www.lapinamk.fi/julkaisut)

Lapin ammattikorkeakoulu ja Lapin yliopisto  
muodostavat yhdessä Lapin korkeakoulukonsernin.



Tämä teos on lisensoitu Creative Commons  
Nimeä 4.0 Kansainvälinen -käyttöluvalla.

# Sisällys

<b>ESIPUHE</b>	7
<b>1. JOHDANTO</b>	9
<b>2. KEHITETTÄVÄ KOHDE</b>	11
2.1 Keskeisten käsitteiden määrittely	11
2.2 Mikä ihmeen OLIO?	14
<b>TUTKIVA YHTEISKEHITTÄMINEN</b>	15
<b>4. KEHITTÄMISSUUNNITELMA- JA TOTEUTUS</b>	17
4.1 Kehitettävän kohteen toimintaympäristö	17
4.2 Prosessikuvaus.	18
4.3 Kampanja	19
4.4 Aineistonkeruu- ja analysointi	21
4.4.1 Aineistonkeruumenetelmät	21
4.4.2 Aineistoanalyysi	22
<b>5. KAMPANJAN TULOKSET</b>	25
5.1 Sosiaalisen median kampanjan seuranta	25
5.2 Toimijoiden haastattelut	26
<b>6. POHDINTA</b>	31
6.1 Kampanjan haasteet	31
6.2 Päätelmät	32
6.3 Jatkotoimenpide-ehdotukset	33
<b>LÄHTEET</b>	35
<b>LIITTEET</b>	39





# Esipuhe

Kiertotalous kuuluu kaikille! Lapin ammattikorkeakoulussa kiertotalous on haluttu kytkeä osaksi kaikkea toimintaamme ja olemmekin jo hyvässä vauhdissa tämän tavoitteen saavuttamisessa. Kiertotaloustoimintaa käynnistettäessä 2017 ajatukset oli suunnattu vahvasti teollisten sivuvirtojen hyödyntämiseen ja kuinka voisimme olla mukana tässä kehitystyössä tutkimus-, kehitys- ja innovaatio- (TKI) sekä koulutus-toiminnoillamme. Varsin pian kuitenkin havaittiin tarve tuoda toimintaan mukaan asiantuntijoita eri osaamisalueilta ja visio kiertotalouden kytkeytymisestä kaikkeen toimintaamme muodostui.

Vuonna 2021 jatkamme tätä kehitystyötä muun muassa LTKT2.0 – Lapin teollinen kiertotalous 2.0 – Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen- hankkeella. Vaikka hankkeen nimessä on mainittu teollinen kiertotalous, kyseessä on kokonaisvaltainen kehityshanke, jolla halutaan edistää kiertotalouden kehittymistä Lapissa useilla eri toimialoilla. Lapin AMKin etuna on kattava ja monipuolinen toiminta, jossa eri alojen asiantuntijat voivat tuoda osaamistaan yhteen myös poikkitieteellisten kehityshaasteiden ratkaisemiseksi. Muun muassa insinöörit, tradenomit, restonomit, luonnontieteilijät ja tieto- ja viestintätekniikan osaajat tuovat kiertotaloushaasteiden ratkointaan omaa osaamistaan muodostaen innovatiivisia ratkaisuja, joissa huomioidaan niin teknisiä, kuin vaikkapa liiketaloudellisiakin näkökulmia.

Lapin AMKissa TKI ja koulutus ovat integroituneet yhteen ja on arkipäivää tuoda opintojaksoille ja oppimisprojekteihin opiskelijoille työstettäväksi aiheita TKI-hankkeista ja yrityksistä. Tämä toimintamalli hyödyttää kaikkia osapuolia, koska osallistujat pääsevät perehtymään toistensa toimintaan, luomaan uusia innovatiivisia ratkaisuja ja parhaimmassa tapauksessa myös löytämään suuntaa omalle työuralle tai uusia työntekijöitä yrityksiin. Tästä syystä LTKT2.0- hankkeessa on myös aktiivisesti haluttu toteuttaa yhteistyötä koulutuksien kanssa. Hankkeen puitteissa on tarjottu tutkimusaiheita oppimisprojekteihin, opinnäytetyöaiheita sekä harjoittelupaikkoja opiskelijoille.

Alkuvuodesta 2021 nousi esille mahdollisuus tarjota hankkeesta toimeksiantoa ylemmän ammattikorkeakoulun (YAMK) ”Tutkiva yhteiskehittäminen” -opintojaksolle. Opintojakson vastuuopettaja Merja Koikkalainen halusi tarjota opiskelijoille työstettäväksi konkreettista kehitysprojektia. Opintojakso oli osa ”Matkailualan osaamisen johtaminen”-YAMK-tutkintoa ja näin ollen aihepiiriltään hieman

vieraampi osa-alue hankkeen ydintoteuttajille, jotka edustavat insinöörialoja. Yhdistelmänä siis perin houkutteleva mahdollisuus saada täysin uutta näkökulmaa kiertotalouden kytkeytymisestä matkailualan toimintaan. Hankkeen puolesta haluttiin tarjota projektia työstäville opiskelijoille mahdollisimman vapaat kädet suunnitella ja toteuttaa kehittämisprojekti. Toimeksiannon muotoilu oli ytimekkäästi:

*”Kiertotalouden ja kestäväen kehityksen huomiointi liiketoiminnan kehittämisessä”*

Toimeksiannon taustoituksessa työryhmää ohjeistettiin valitsemaan toimiala, jolle laadittavassa kehittämissuunnitelmassa huomioidaan kiertotalouden ja kestäväen kehityksen teemat. Työryhmän alustavia ideoita käytiin yhdessä läpi ja varsinkin ensitapaamisessa laava tehtävänanto asetti haasteita kehittämissuunnitelman laadinnalle. Pohdintavaiheen jälkeen työryhmä esitteli ”Case OLIO”n idea-aihion. Suunnitelma sisälsi konkreettisen kehitysprojektin Pyhätunturin alueella toteutettavaksi. Tavoitteena oli vaikuttaa alueella muodostuvaan ruokahävikkiin. Lisäksi case vastasi alueella esiin nousseeseen huoleen biohajoavien materiaalien kierrätyksen tehostamisesta eli kehitysprojektin toimenpiteet hyödyttäisivät myös alueen toimijoita.

Tähän julkaisuun on koottu ”Case: OLIO”n toimenpiteet ja tulokset. Kehittämis-tehtävässä on hyödynnetty tutkivan yhteiskehittämisen periaatteita ja julkaisusta voi saada ideoita myös uusien vastaavan tyyppisten kiertotaloutta edistävien kehittämisprojektien toteutukseen. Projektin lopputuotos on erinomainen esimerkki TKI- & koulutusyhteistyön tarjoamista mahdollisuuksista ja näin ollen haluamme myös tämän hyvän kokemuksen jakaa muillekin luettavaksi. Julkaisu pohjautuu työryhmän kirjoittamaan opintojakson loppuraporttiin, jonka allekirjoittanut on toimittanut julkaisumuotoon.

Haluan osoittaa lämpimät kiitokseni ”Matkailualan osaamisen johtaminen” -YAMK-tutkinto-opiskelijoille: Sirkka Juntunen, Netta Kuivalainen, Tiina Kåla, Marika Luokkala, Leenamaria Pääkkönen, Katri Ruotsalainen, Petra Tuovinen ja Sara Vaajamo. Kiitos että tartuitte toimeksiantoon ja sitouduitte projektiin toteuttamiseen niin vahvasti. Lopputuotos oli paljon enemmän, kuin osasimme odottaakaan. Toivottavasti saitte projektista yhtä paljon hyviä kokemuksia kuin me toimeksiantajana saimme. Liitän tähän yhteyteen myös kiitokset työn toteuttaneen työryhmän puolesta yhteistyöehdotukseen tarttuneelle Pyhätunturin alueen toimijoille, joita ilman Case OLIO:ta ei olisi ollut mahdollista toteuttaa. Toivottavasti yhteistyömme jatkuu myös tulevaisuudessa jossain muodossa.

Kemissä, 1.10.2021

Sanna Tyni, Yliopettaja/Projektipäällikkö  
LTKT2.o – Lapin teollinen kiertotalous  
– Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen -hanke  
Lapin ammattikorkeakoulu

# 1. Johdanto

Ruoan määrä eri puolilla maailmaa ei jakaannu tasan. Samaan aikaan, kun monilla alueilla kärsitään nälästä, syntyy toisaalla ruokahävikkiä. Sinänsä ruokahävikin vähentäminen yhtäällä ei poista toisen alueen nälänhätää. Tämä kertoo kuitenkin ruokavarojen epätasaisesta jakautumisesta ja kummankin ääripään ongelmista. Vaikka jatkuvasti kehitetään entistä tehokkaampia tapoja tuottaa ruokaa, ruoan liika-tarjonta yhdellä alueella johtaa lähes väistämättä ruokahävikkiin.

Biojätteiden määrä on kansantaloudellisesti jo niin huomattava menetys, että kiertotalouteen panostetaan lainsäädännöllisesti yli valtakunnan rajojen. Yhdistyneet Kansakunnat on asettanut tavoitteekseen elintarvikejätteen määrän puolittamisen vuoteen 2030 mennessä, johon Euroopan unionin jäsenmaat ovat sitoutuneet (Luke 2021b, 12). EU:n komissiossa valmistellaan uutta jätelakia, jonka pääpaino on yhdyskuntajätteen kierrättämisessä. Lain pitäisi aikataulullisesti astua Suomessa voimaan heinäkuussa 2021 (Lassila & Tikanoja 2021b). Lain avulla veloitetaan yrityksiä lain voimaantulon jälkeen lajittelemaan toiminnassaan syntyvät jätteet entistä tarkemmin.

Tällä opintojaksolla ryhmä pääsi mukaan Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hankkeeseen, jonka tavoitteena on Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen. Kiertotalouden kehittämistarpeita Lapin alueella pohtiessa havaittiin, että ruokahävikkiä syntyy huolestuttavan paljon Lapin matkailukeskuksissa. Matkailualan osaamisen johtamisen opiskelijoista tuntui luontevalta tarttua kiertotalousteemaan sitä kautta ja keskittyä kuluttajilta syntyvän ruokahävikin vähentämisen keinoihin juuri matkailukeskuksissa.

Suomen matkailuvienti on useamman vuoden ajan ennen koronapandemiaa ollut vahvasti noususuuntainen (Business Finland 2019). Matkailussa trendi on muuttumassa kestävä matkailun ja vastuullisuuden suuntaan. Lapin suosio perustuu arktiseen ainutlaatuihin luontoon, vuosikymmenten vahvaan osaamiseen ja kestävä matkailun kehityksen huomioimiseen. Lapin ilma on tutkitusti Euroopan puhtainta ja Lappi on arvioitu vuonna 2017 maailman turvallisimmaksi matkakohteeksi. (House of Lapland 2019.)

Ideoinnin ja asiaan perehtymisen myötä tutustuttiin maailmalla jo jonkin verran tunnettuun, ruokahävikin minimoimiseen kehitettyyn, kuluttajien väliseen OLIO-mobiilisovellukseen. Sovellus ei ole etenkin Lapin alueella laajalti käytössä, joten

tavoitteeksi asetettiin lisätä sovelluksen tunnettuutta ja herätellä ihmisiä kiinnittämään huomiota arjessa ja lomaillessa syntyvään ruokahävikkiin.

Tässä työssä esitellään aluksi kehittämistehtävän toimeksiantaja ja tavoite, jonka jälkeen määritellään työn kehitettävä kohde avaten muun muassa OLIO-mobiilisovelluksen sisältöä ja syvennyttään tutkivan yhteiskehittämisen teoriaan. Julkaisussa kuvataan kehitettävän kohteen toimintaympäristö sekä prosessisuunnitelma. Lisäksi pureudutaan kampanjan suunnitteluun, toteutukseen, aineistonkeruun menetelmiin ja aineiston analysointiin. Lopuksi paneudutaan kampanjan tuloksiin, haasteisiin sekä loppupäätelmiin ja esitetään jatkoehdotuksia kampanjan jälkeiselle ajalle.

Toimeksianto on osa LTKT2.o – Lapin teollinen kiertotalous – Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen – hanketta, jota toteutetaan yhteistyössä Kemin Digipolis Oy:n, Lapin ammattikorkeakoulun ja Kemi-Tornionlaakson koulutuskuntayhtymä Lappian toimesta. Hanke on käynnistynyt 1.6.2020 ja jatkuu 31.3.2023 saakka. Hanke on saanut rahoituksen Lapin Liitolta, Vipuvoimaa EU:lta ja Euroopan aluekehitysrahastolta. (LTKT2.o)

Kehittämistyön tavoitteena oli laatia yhteiskehittämisen avulla kiertotaloutta edistävä iteratiivinen eli toistettavissa oleva prosessi, jonka avulla lisätään OLIO-sovelluksen tunnettuutta Pyhätunturin alueella. Sovelluksen markkinointikampanja toteutettiin pääsiäisen 2021 molemmin puolin kolmen viikon ajan paikallisten yhteistyökumppaneiden avulla. Ensimmäisten toimijoiden joukossa kampanjaan lähtivät mukaan paikallinen hiihtokeskus, matkailuyhdistys sekä kyläyhdistys, jotka viestivät OLIO-sovelluksesta omilla markkinointikanavissaan. Matkailijoiden tavoittamisen lisäksi pyrittiin saattamaan sovellus paikallisten asukkaiden tietoon erityisesti ylimääräisten ruokatarvikkeiden vastaanottavana osapuolena.

Hävikkiruoan lisäksi OLION avulla on mahdollista kierrättää myös tavaraa eli non-food -tuotteita. Kampanjan jälkeinen tavoite on, että yritykset ja paikalliset tulisivat markkinoimaan ruokahävikkisovellusta jatkossa itsenäisesti. Jos itsenäinen jatko-markkinointi onnistuu, tulevaisuudessa voitaisiin toimia saman iteratiivisen prosessin avulla muissakin Lapin matkailukeskuksissa.

Toimeksiannon myötä oltiin yhteydessä OLIOon sähköpostitse, varmistaaksemme, ettei OLION suunnalta ole mitään esteitä tämän kehittämistehtävän tekemiseksi. Sähköpostikirjeenvaihtoa käytiin OLION edustajan kanssa helmi-maaliskuussa 2021 ja hän oli kannustava ja innostunut toimeksiannosta. (Olioex.com 2021a.) OLION tunnettuuden lisääminen kohteessa tapahtui vapaaehtoisesti alueen yhteistyöyritysten kautta. Kirjoittajat eivät siis edusta OLIOta. Pyhällä ei kampanjaa ennen ollut OLION aktiivisia käyttäjiä, mutta esimerkiksi Helsingin keskustasta 25 kilometrin säteellä käyttäjiä oli 2.3.2021 945 kpl:tta ja 13.4.2021 1005 kpl:tta.

## 2. Kehitettävä kohde

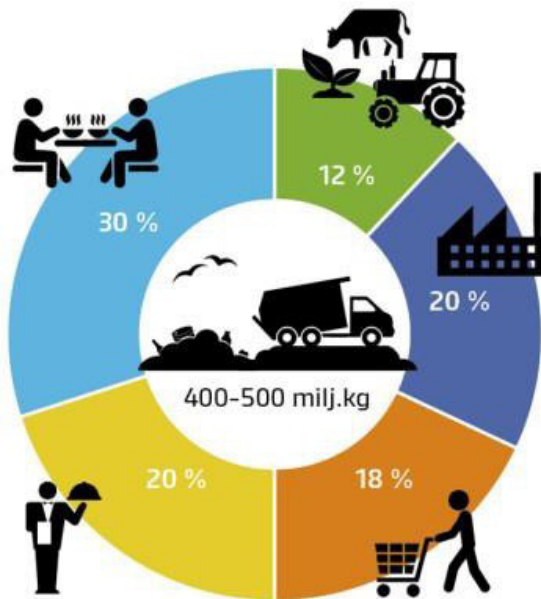
### 2.1 KESKEISTEN KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Kestävän kehityksen tarkoituksena on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Se on jatkuvaa paikallisesti, alueellisesti ja maailmanlaajuisesti tapahtuvaa ohjattua muutosta, jossa ihminen ja ympäristö otetaan huomioon tasavertaisesti sekä päätöksenteossa että toiminnassa. Kestävä kehitys sisältää ekologisen, taloudellisen sekä sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden näkökulmia. (Valtioneuvoston kanslia 2021; Ympäristöministeriö 2021a.)

Kiertotaloudella tarkoitetaan uutta talousmallia, jonka avulla mahdollistetaan tuotanto ja kulutus maapallon kantokyvyn rajoissa. Kiertotaloudessa ei tuoteta jatkuvasti uusia tavaroita, vaan luonnonvaroja käytetään kestävästi ja materiaalit pidetään käytössä mahdollisimman pitkään niiden arvon säilyttämiseksi. Kiertotaloudessa keskitytään kertakäyttökulutuksen sijaan raaka-aineiden jakamiseen, vuokraamiseen, korjaamiseen, päivittämiseen ja kierrättämiseen. (Sitra 2018; Ympäristöministeriö 2021b.) Suomen roolia kiertotalouden edelläkävijämaana pyritään vahvistamaan kiertotalouden strategisella ohjelmalla, josta valtioneuvosto teki periaatepäätöksen 8.4.2021 (Ympäristöministeriö 2021b). Tavoitteena on toteuttaa poikkihallinnollinen, strateginen kiertotalouden edistämishjelma, jolle asetetaan tavoitteet ja mittarit sekä määritellään tarvittavat toimenpiteet ja varataan tarvittavat resurssit. Ministeriöt sitoutuvat toteuttamaan periaatepäätöksessä linjattuja toimia vastuualueillaan vuosina 2021–2024. Ohjelman visiona on mahdollistaa vuonna 2035 Suomessa hiilineutraali kiertotalousyhteiskunta, joka toimisi menestyvän talouden perustana. (Ympäristöministeriö 2021c, 1–2.)

Ruokahävikin syntyä voidaan estää paremmalla ennakkoinnilla tai valmistamalla ja säilyttämällä ruoka toisin. Ruokahävikkiä syntyy kaikissa ruokaketjun vaiheissa, mutta eniten kotitalouksissa. Suomessa koko ruokaketjun (alkutuotanto, teollisuus, kaupat, ravintolat ja kotitaloudet) yhteenlaskettu vuosittainen ruokahävikin määrä on arviolta 400–500 miljoonaa kilogrammaa. On arvioitu, että kotitalouksien ostamasta ruoasta noin kuusi prosenttia päätyy roskiin. Suomessa kotitalouksien ruokahävikki on vuosittain noin 120 – 160 miljoonaa kilogrammaa, joka tarkoittaa 20 – 25 kilogrammaa turhaa jätettä henkilöä kohden. EU:n kiertotalouspaketissa on tehty linjaus siitä, että ruokahävikki tulisi saada puolitettua vuoteen 2030 mennessä. (Luke 2021a.)

Ruokahävikistä lähes kolmasosa syntyy kotitalouksissa (Kuvio 1). Ruokahävikin määrä kertoo tarpeesta tehostaa ruokaketjua ja se viittaa ruoan arvostuksen puutteeseen ja vääränlaiseseen kuluttajakäyttäytymiseen. Ruoantuotannon panostukset, ympäristövaikutukset ja kustannukset syntyvät täysin turhaan ruoan päätyessä hävikiksi. Ruokahävikki onkin kaikkein tarpeettominta kuormaa ympäristön kannalta koko yhteiskunnan tasolla. (Luke 2021b, 4.) Ruokahävikin syntyyn vaikuttavat monet tekijät, kuten suunnittelemattomuus ruoan hankinnassa ja valmistuksessa, tilanteiden muuttuminen, ruoanlaittotoitojen puute tai viitseliäisyyden puute. Suunnittelemattomuuden vuoksi kaupasta ostetaan liikaa ruokaa. Parasta ennen- ja viimeinen käyttöpäivä- merkintöjä ei aina osata tulkita oikein. (Luke 2021b, 6.)



**Kuvio 1.** Ruokahävikin jakautuminen ruokaketjussa (Luke 2021a)

Yhdistyneet Kansakunnat on asettanut tavoitteeksi elintarvikejätteen määrän puolittamisen vuoteen 2030 mennessä. EU ja sen jäsenvaltiot ovat sitoutuneet tähän tavoitteeseen. (Luke 2021b, 12.) Luonnonvarakeskus on linjannut teknologia-avusteiset ajurit, esimerkiksi ruokahävikkisovellukset yhdeksi käytännön keinoksi ruokahävikin torjumiseen uudessa Suomen kansallisessa hävikkitiekartassa, joka julkistettiin 19.1.2021 (Luke 2021c). Ylijääneen ruoan hyödyntämistä selvitettiin Luonnonvara- ja biotalouden tutkimuksessa 49/2019. Tutkimuksessa todetaan, että myyntipuolella mobiilisovellukset yhdistävät ylijääneen ruoan myyjän ja ostajan, mutta lahjoituspuolella samanlaista infrastruktuuria ei ole vielä olemassa (Luke 2019, 25). Voi olla mahdollista, että tietoa tällaisista sovelluksista ei ole tutkimuksen aikaan ollut vielä tutkijoiden saatavilla.

Valmistelussa oleva uusi jätelakikokonaisuus pohjautuu EU:n 4.7.2018 voimaan astuneeseen kiertotalouspakettiin, jota ollaan tuomassa kansalliseen lainsäädäntöön (Lassila & Tikanoja 2021a). Uuden jätelain tarkoituksena on kiertotalouden ja luonnonvarojen kestävä käytön edistäminen. Nykyhetken aikataulun mukaan laki tulisi voimaan 1.7.2021. (Lassila & Tikanoja 2021b.)

Uudistuksen keskiössä on yhdyskuntajätteen kierrättäminen. Ruokahävikin määrä Euroopassa on 31 prosenttia ja siitä aiheutuva rahallinen menetys on 140 miljardia euroa. Uuden jätelain myötä uusi erilliskeräysvaatimus tulee sitomaan yrityksiä. Selvilläolo-, tiedonanto-, kirjanpito- ja raportointivelvollisuudet lisääntyvät ja tarkentuvat merkittävästi. Biojätteen määrää tulee seurata jättekirjanpidossa ja siitä tulee raportoida ilmoittamalla jätemäärät. Yritysten tulee mahdollistaa jätteiden lajittelu toimipisteissään. Biojätteen erilliskeräys on järjestettävä, mikäli sitä syntyy vähintään 10 kilogrammaa viikossa. EU-komissio toteuttaa uutta kiertotalouden toimintasuunnitelmaa osana laajempaa Green Deal -ohjelmaa. Tämä tuo laajoja uudistuksia materiaalien ja tuotteiden elinkaaren eri vaiheisiin. (Lassila & Tikanoja 2021a.) Lisäksi uuden jätedirektiivin myötä yhdyskuntajätteen kierrätysaste aiotaan nostaa seuraavan 15 vuoden aikana reilusta 40 prosentista 65 prosenttiin. Jätelakiin esitetään nykyistä selvästi tiukempia jätteen erilliskeräysvelvoitteita, mikä näkyy kotitalouksille entistä parempina jätehuolto palveluina. (Valtioneuvosto 2020.) Pakkausjätteiden ja biojätteen lajittelu ja erilliskeräys tulee koskemaan kaikkia taajamassa tai asema- tai yleiskaavoitetulla palvelu-, matkailu- tai työpaikka-alueella sijaitsevia kiinteistöjä viimeistään vuoden kuluttua lain voimaantulosta (Lassila & Tikanoja 2021b).

Kiertotalouteen liittyvät olennaisesti jakamistalous ja kestävä ruokatalous. Toimintamalleina pidetään muun muassa jätteen ja hukkan minimointiin suuntaavaa tuote- ja palvelusuunnittelua, jakamista, uudelleenkäyttöä ja kierrätystä. Yrityksiltä vaaditaan kiertotaloudessa muutosta asenteissa ja toimintatavoissa, mutta myös kuluttajat ovat ratkaisevassa asemassa. Kiertotalouden avulla tuodaan kotitalouksille keinoja maapallon kantokyvyn rajoissa pysymiseen. (Sitra 2018.) Kiertotalouden edistämishjelman visiossa kestävät tuotteet, palvelut ja jakamistalous ovat arkipäivää, luonnonvarojen käyttö on kestävä ja materiaalit pysyvät kierrossa pitkään ja turvallisesti. (Ympäristöministeriö 2021c, 2–3).

Jakamistalous on taloudellinen ajattelutapa, jossa tavaroiden, palveluiden ja muiden hyödykkeiden omistamista tärkeämpää on mahdollisuus käyttää niitä. Jakamistalous on yhteisöllistä toimintaa, joka säästää rahaa ja mahdollistaa vajaakäytössä olevien tuotteiden ottamisen tehokkaaseen käyttöön. Jakamistalous toteuttaa kiertotaloutta silloin, kun siinä edistetään resurssien järkevämpää käyttöä ja vähennetään uusien tuotteiden tarvetta. (Sitra 2018.)

Tavaroiden ja muiden resurssien käyttöä voidaan kasvattaa digitaalisten jakamistalustojen avulla. Tässä alustatoimija ei itse omista jaettavia tai vuokrattavia resursseja, mutta on tärkeässä roolissa, jotta liiketoimintamalli toimii. (Sitra 2020a.) Kiertotalouden edistämishjelmassa erilaiset digitaaliset ratkaisut nähdään osana kiertotalouden läpimurtoa (Ympäristöministeriö 2021c, 3). Vertaiskaupalla tarkoitetaan kuluttajien välistä kaupankäyntiä. Se toimii yleensä verkkoalustoilla tai esimerkiksi kirpputoreilla.

Vertaiskauppa edistää kiertotaloutta ja siinä toteutuu hyvin vastuullinen kuluttaminen, ekologisuus ja edullisuus. (Sitra 2018.)

## 2.2 MIKÄ IHMEEN OLIO?

OLIO on maailman ensimmäinen naapureiden välinen ruoan jakamissovellus (Sitra 2021). Sitä voidaan kuvata kiertotalouden liiketoimintamallina, joka toteutuu jakamisalustan avulla (Sitra 2020b). OLIOssa yhdistyvät kestävä kehityksen, kiertotalouden, jakamistalouden sekä vertaiskaupan periaatteet.

Tessa Clarke ja Saasha Celestial-One perustivat OLIO-yrityksen helmikuussa 2015 Lontoossa. Yrityksen perustajat selvittivät ruokahävikin määrää maailmanlaajuisesti tutkimusten avulla ja tulos oli hätkähdyttävä. Kolmannes kaikesta tuotetusta ruuasta maailmalla joutuu roskikseen ja suurin ruokahävikki syntyy kotitalouksissa. OLIO lähti vastaamaan tähän suureen haasteeseen ruokahävikin vähentämiseksi. Yritys julkaisi ensimmäisen mobiilisovelluksensa pari kuukautta perustamisen jälkeen. (Olio 2021b.) OLIO-sovellus on kasvanut nopeasti, sillä on jo lähes neljä miljoonaa käyttäjää yli viidessäkymmenessä maassa (Olio 2021a) Väli- ja Etelä-Amerikassa, Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa (Sitra 2020b) ja sen avulla on jaettu yli kaksikymmentä miljoonaa ruoka-annosta ympäri maailmaa (Olio 2021a).

OLIO tarkoittaa miscellaneous collection of things eli sekalaista tavaroiden kokoelmaa, jonka näet myös OLIO-sovelluksessa. OLIO on lisäksi espanjalais-/portugalilaisen muhennoksen nimi. Muhennos puolestaan tarkoittaa ruokalajia, jota valmistetaan ruokahävikin estämiseksi. Omistajat valitsivat nimen OLIO myös siksi, koska kaksi O-kirjainta symboloi heidän mielestään maapalloa, paikallista yhteisöä tai jakamisajattelua kiertotalouden luomiseksi. He todella pitivät sanasta ja siitä, miltä se kuulostaa. (Olio 2021c.)

Sovellus antaa käyttäjän merkitä oman sijainnin mihin päin maailmaa tahansa, ja tästä pisteestä se ilmoittaa käyttäjämäärät kahden, kymmenen, 20 ja 25 kilometrin säteellä. OLION avulla sen käyttäjät voivat ilmoittaa lähialueen ihmisille ylimääräisestä ruoasta tai aineksista ja jakaa ne toiselle kuluttajalle. Tämä luo yhteisöllisyyttä ja vähentää ruokahävikin syntymistä, millä on positiivinen vaikutus sekä ympäristöön, että sosiaaliseen hyvinvointiin sekä yksilö- että yhteisötasolla. (Sitra 2021.) OLION ruoanjakamissovellusta edelsi tutkimus, testaus sekä erilaiset pilottihankkeet. Ongelmana koettiin, että paikallisen yhteisön puuttuessa asukkaat eivät tunne ketään, jolle voisi jakaa ylimääräisen ruokansa. OLIO-sovellus on ratkaisu tähän. Ruoan turvallisuus on keskeistä sovelluksen käytössä. (Sitra 2020b.)

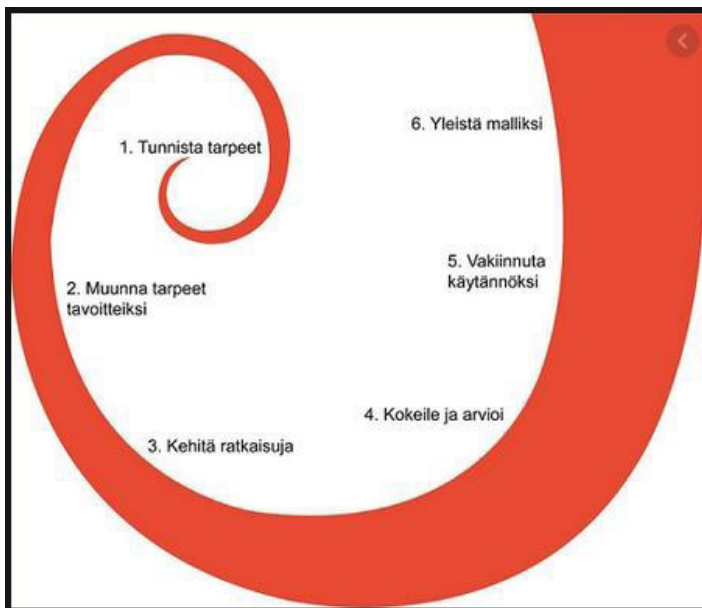
Ruoan vertaisjakamisen lisäksi OLIO on kouluttanut vapaaehtoisia henkilöitä keräämään myymättä jääneitä elintarvikkeita yrityksistä jaettavaksi OLIO-käyttäjille ilmaiseksi. Tämä on kustannustehokas ratkaisu, jolla yritykset pääsevät eroon ruokahävikistä. OLION käyttäjät sekä liiketoimintamallin lähettiläät edistävät tietoisuutta kulutuksen vaikutuksista ja näin edistävät kiertotaloutta. Sovelluksen käyttö luo uusia kumppanuuksia ja edistää kiertotalouden mukaisia uusia ruokaverkostoja. (Sitra 2020b.)



# Tutkiva yhteiskehittäminen

Yhteiskehittämistä käytetään enenevässä määrin prosessina, ohjelmana tai työkaluna muotoilun, innovaation, markkinoinnin, palvelujen kehittämisen, johtamisen ja organisaation tutkimisen projekteissa. Alkuperäinen yhteiskehittäminen muotoilussa alkoi 1980-luvulla, kun osallistumiselle avoin muotoilu eli participatory design (PD) laajeni Skandinaviaan. 1990-luvulla amerikkalainen Elisabeth Sanders kehitteli käsitettä kollektiivinen luovuus eli collective creativity, jonka mukaan jokainen on itsensä asiantuntija ja sitä kautta voi olla osallisena muotoiluprosessiin. (Lee ym. 2018, 15.)

Yhteiskehittämistä voidaan soveltaa kaiken muotoisen kehittämistoiminnan perustaksi (Kuvio 2). Eri sidosryhmät osallistuvat tasavertaisesti tavoitteelliseen yhteistyöhön. Yhteiskehittämisen tavoite on haettu yhdessä ja siinä yhdistetään osapuolten erilaiset osaamiset ja näkökulmat. Toteutus voi tapahtua fyysisessä tai virtuaalisessa yhteisössä. Eri sidosryhmät otetaan laajasti mukaan kehittämiseen alusta lähtien ja



**Kuvio 2.** Avoin yhteiskehittäminen sopii kaikenlaisten kohteiden kehittämiseen (Innokylän innovaatiomalli 2020)

kaikkien panosta arvostetaan. Kehittäminen voi suuntautua monenlaisiin kohteisiin esimerkiksi strategiaan, arvoihin, tuotteisiin tai tilaratkaisuihin. (Turun yliopisto 2016.) Co-creation- esimerkkejä löytyy tuotteiden ja palveluiden parista, mutta strateginen johtaminen on tulossa vahvasti mukaan yhteiskehittämisen piiriin. Yhteiskehittäminen voi onnistuessaan antaa organisaatiolle kilpailuetuja. (Kazadi, Lievens & Mahr 2016, 526–527; Vuorinen 2013, 137.)

Prosessissa jatkojalostetaan jo olemassa olevia toimintamalleja sekä luodaan uusia käytäntöjä ja kokemuksia yhdessä loppukäyttäjien kanssa. Käyttäjistä tulee passiivisen kuluttajan sijaan itse käytännön rakentaja. Yhteiskehittämisen prosessi kuljetaan yhdessä suunnitteluvaiheesta lopputulokseen. Sillä vahvistetaan yhteistä ymmärrystä, tutkitaan kokemuksia, ideoidaan ja kokeillaan. (Turun yliopisto 2016; Metropolia ammattikorkeakoulu 2021.) Yhteiskehittämistä hyödyntämällä syntyy jotain, mitä kukaan ei voisi yksin saada aikaan (Kazadi, Lievens & Mahr 2016, 526; Metropolia ammattikorkeakoulu 2021). Oppia voi myös erehdysten kautta. Johtamisen kannalta selkeä vastuunjako, tiedonkulku ja ajankäytön hallinta helpottavat prosessin eteenpäin viemisessä. Kehittämistyö yleensä saa osallistujissa aikaan tunteiden vuoristorataa ja osapuolten onkin hyödyllistä analysoida erityisesti negatiivisia tunteita, miten kanavoitaa ne rakentavaksi toiminnaksi. (Turun yliopisto 2016.)

Yhteiskehittämisen tarkoituksena on aktiivinen kehittäminen siten, että yhdessä luodut ratkaisut ja uudet oivallukset ovat aiempaa parempia ja että niiden hyödyt näkyvät välittömästi käytännössä. Lisäksi sen tarkoituksena on vastata toimintaympäristön konkreettisiin muutostarpeisiin (Kazadi, Lievens & Mahr 2016, 526). Muutostarve ja kehittämisen päämäärä määritellään yhdessä, mikä edellyttää onnistuakseen realistista ymmärrystä toimintaympäristöstä. Yhteiskehittämisen menetelmät mahdollistavat monimutkaisten asioiden käsittelyn, joihin ei ole olemassa oikeaa tai väärää ratkaisua. (Harra, Mäkinen & Sipari 2012, 9–10; Lee ym. 2018, 16, 25, 29.) Yhteiskehittämisellä ei haeta kompromissia tai konsensusta vaan moniäänisyyttä ja jaettua ymmärrystä. Yhteiskehittämisprosessi edellyttää ideoiden lisäksi toimeenpanokykyä. Lähtökohtien, reunaehtojen ja strategioiden yhteinen käsittely mahdollistaa prosessin realistisen etenemisen. Yhteiskehittäminen vaatii vetäjän tai vetäjät. On huolehdittava, että yhteiskehittämisen prosessin punainen lanka pysyy käsissä, eli varmistettava prosessin looginen eteneminen. Yhteiskehittämisen menetelmien ja keinojen käyttö vaatii konkreettisia valmisteluja. (Harra ym. 2012, 11–13.)

Organisaatiot luovat alustoja yhteiskehittämiselle vähitellen tiettyihin projekteihin liittyen. Sidosryhmien mielipiteiden kuuntelusta voidaan edetä jatkuvaan keskusteluun, ongelmanratkaisuun ja strategiseen kehittämiseen. Sidosryhmien aktiivista osallistamista hyödyntävien organisaatioiden tulee säilyttää toiminnassaan avoimuus ja läpinäkyvyys. Ongelmatilanteissa esimerkiksi sopimattomien toimintatapojen yhteydessä, salailu johtaa varmasti huonoimpaan mahdolliseen lopputulokseen. (Vuorinen 2013, 133–135.)

# 4. Kehittämissuunnitelma- ja toteutus

## 4.1 KEHITETTÄVÄN KOHTEEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Pyhätunturin alue valikoitui OLION pilotointikohteeksi alueen aktiivisen ja vastuullisen kehitystyön sekä opiskelijaryhmän omakohtaisten kokemusten kautta. Vuonna 2019 / 2020 Pyhä-Luoston alueelle saapui 53 300 / 28 900 matkailijaa ja rekisteröityjä yöpymisiä kirjattiin yhteensä 179 000 / 120 000 kpl:tta. Ulkomaalaisten saapuvien matkailijoiden osuus putosi vuoden 2019 lähes 44 prosentin osuudesta reiluun 20 prosenttiin vuonna 2020. Myös kotimaisten matkailijoiden osuus putosi, mutta ei yhtä radikaalisti. Tilastossa ei ole huomioitu yksityisten majoittajien kautta majoituksen varanneita henkilöitä. (Visitory 2019; 2020.) Pudotus matkailijamäärissä selittyy valitsevan koronatilanteen mukaisilla matkustusrajoituksilla ja matkustussuosituksilla. Sanomalehti Lapin Kansan (2021) mukaan ihmisiä saapuu etätöihin kakkosasunnoilleen. Matkapuhelinverkon käyttäjämäärien perusteella Pyhälläkin on tehty paljon etätöitä korona-aikana, joten lomamatkailijoiden ja paikallisten lisäksi alueella on kolmas merkittävä väestöryhmä.

Visit Pyhä-Luosto ry edistää Pyhä-Luosto matkailualueella toimivien yritysten yhteistoimintaa, lisää alueen kansallista ja kansainvälistä vetovoimaisuutta ja tunnettavuutta matkailualueena sekä valvoo alueen matkailuyritysten ja kiinteistönomistajien yhteisiä etuja. Visit Pyhä-Luosto ry myös koordinoi alueella tapahtuvia kehitys- ja investointihankkeita. (Visit Pyhä-Luosto 2021.) Pyhä-Luosto hakeutui maaliskuussa 2019 yhdeksi Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelman pilottikohteista ja ohjelman pilotointivaihe päättyi 1.6.2020. Pyhä-Luosto onkin yhdessä muiden ohjelmassa mukana olleiden kestävän matkailun edelläkävijöiden kanssa Sustainable Travel Finland -ohjelman mukaisella kehityspolulla. (Luosto.fi 2021.)

Erittäin laajan vastuullisuusohjelman omaavan Pyhän tavoitteena on olla maailman puhtain hiihtokeskus, ja se onkin ollut mukana erilaisissa ympäristöhankkeissa jo 1990-luvulta asti. Pyhä on Pohjoismaiden ensimmäinen hiilineutraali hiihtokeskus ja kesällä 2020 Pyhälle myönnettiin (yhdessä Rukan kanssa), ensimmäisinä hiihtokeskuksina Suomessa, Sustainable Travel Finland -sertifikaatti. Pyhän hiihtokeskuksen tahtotilana on säilyttää kotimaan markkina tärkeimpänä tulevaisuudessakin

vastuullisuutta ja lähimatkailemista edistäen. (Pyhä.fi 2021.) Pyhällä toimii myös aktiivinen kyläyhdistys, jonka tarkoituksena on rennon yhdessäolon keinoin lisätä yleistä viihtyvyyttä (Pyhän kyläyhdistys 2021). OLION toimintaperiaatteet sopivat siis Pyhän ympäristöön mainiosti, ja näin ollen sovelluksen testaus matkailijoiden ja paikallisten asukkaiden välillä koettiin potentiaaliseksi.

OLION käyttäjät ovat tällä hetkellä pääosin ulkomailla. Suomessa käyttäjiä on vähän ja siksi potentiaalia on paljon. OLION haaste on pääasiassa viestinnällinen eli sen tunnetuksi tekeminen; miten saada täysin tuntematon sovellus lyötyä läpi ja Pyhän paikalliset toimijat sekä asukkaat lähtemään mukaan yhteiskehittämiseen, sekä miten saada markkinoitua OLIO matkailijoille. Sovelluksen käytölle ei ole kohdealueella esteitä, sillä Pyhän alueella toimii kattava 4G-matkapuhelin- verkko (Telia 2021; Elisa 2021).

Ruokahävikkiä vastaan taistelee muitakin tahoja. ResQ Club- sovellus auttaa ravintoloita myymään esimerkiksi buffet-pöydästä ylijääneet ruoat eteenpäin reilulla alennuksella tai alle omakustannushinnan. Sovelluksen käyttäminen on asiakkaalle ilmaista ja ravintolalle syntyy vähemmän ruokahävikkiä. (ResQ Club 2021.) Esimerkiksi S-ryhmä on ottanut ResQ Club -sovelluksen käyttöönsä ravintoloissa. Vastavasti kauppoissa alennetaan elintarvikkeiden hintoja, joissa viimeinen käyttöpäivä tai parasta ennen -päivä lähestyy, jolloin hävikistä tehdään hyvikiä. (S-ryhmä 2021.) Facebookissa on useita käyttäjäryhmiä hävikkiruokaotuksen alla. Kaikilla näillä on sama pyrkimys hävikkiruokan vähentämiseen. Oikeastaan ainoa todellinen kilpailija OLIOlle on ruoan joutuminen jätteeksi ja tätä kautta se, että OLIOta ja sen mahdollisuuksia ei vielä tunneta Suomessa juuri ollenkaan. OLIO ei kuitenkaan menetä mitään, vaikka hävikkiruokaa hankkisi muuta kautta.

## 4.2 PROSESSIKUVAUS

Kuviossa 3 havainnollistetaan prosessin toteutumista. Tehtäväjaoista sovittiin tapauskohtaisesti säännöllisissä Teams-tapaamisissa.



**Kuvio 3.** Toteutuneen prosessin kulku keväällä 2021.

Toteutuksen aikana hyödynnettiin lisäksi nopeana viestintävälineenä työryhmälle luotua WhatsApp-ryhmää.

Aikataulullisesti prosessi eteni seuraavalla tavalla:

<b>Viikot 1-8</b>	Ideointi, suunnittelu, aihevalinta ja työnjako.
<b>Viikko 4</b>	Ympäristöseminaari 2021. Kiertotalous arjen takana. Pidä Lappi siistinä ry 28.1.2021.
<b>Viikot 9-10</b>	Paikallisten toimijoiden kontaktointi sähköpostitse (Liite 1). Yhteiskehittämisprojektin toimintakuvauksen laatiminen.
<b>Viikko 10</b>	Markkinointimateriaalin valmistelu alkaa. Seminaari (Lassila & Tikanoja 2021a). Kevään kiertotalousosajien webinaarisarja 12.3.2021. Yhteiskehittämisprojektin toimintakuvauksen palautus.
<b>Viikot 10-11</b>	Toimijoiden vastaukset mukanaolosta. Sähköpostikirjeenvaihtoa toimijoiden kanssa.
<b>Viikko 11</b>	Yhteiskehittämisprojektin toimintakuvauksen esitys 19.3.2021. Kyselyjen suunnittelu ja laatiminen.
<b>Viikko 12</b>	Markkinointimateriaali viimeistely ja lähetys. Toimintasuunnitelman laatiminen.
<b>Viikot 13-15</b>	Olion käytön tarkastelujakso 27.3. - 17.4.2021. Somejulkaisujen seuranta.
<b>Viikko 14</b>	Toimintasuunnitelman päivitys.
<b>Viikko 16</b>	Kyselyjen toteutus ryhmähaastatteluina toimijoiden kanssa 21.4.2021 ja 23.4.2021 (Liite 2). Toimintasuunnitelman laatiminen. Palaveri toimeksiantajan kanssa.
<b>Viikko 17</b>	Vastuiden jako loppuraportin ja muiden tehtävien osalta.
<b>Viikko 18</b>	Tutkimustulosten, päätelmien ja jatkoehdotusten kirjoittaminen. Yhteydenpito sidosryhmien kanssa. Seminaariin (Lassila & Tikanoja 2021b). Kevään kiertotalousosajien webinaarisarja. Uudistuvan jätelain vaikutukset toimitilakiinteistöille 7.5.2021.
<b>Viikko 19</b>	Vastuiden jako loppuraportin tekstin viimeistelyyn DL 13.5.2021 ja esityksen viimeistelyyn DL 19.5.2021. Yhteiskehittämisprosessin kirjallinen lopputuotos palautetaan.
<b>Viikko 20</b>	Yhteiskehittämisprojektin lopputuotos esitetään toimeksiantajalle ja muulle ryhmälle 20.5.2021. Raportti lähetetään yhteistyökumppaneille esilukuun tulevaa Lapin AMKin julkaisua varten.

### 4.3 KAMPANJA

Kampanja suunniteltiin toteutettavaksi täysin sähköisesti aikavälillä 27.3.–17.4.2021. Ideaalitulanteessa työryhmä olisi jalkautunut tunturikeskukseen paikan päälle, mutta koronapandemian vuoksi kampanjan toteutettiin etätyövälineitä käyttäen. Toimeksiantannon toteutus suunniteltiin tiedottamisen, markkinoinnin ja toteutuksen osalta

mahdollisimman omatoimisesti toteutettavaksi ja ilmaisia kanavia hyödyntäen. Koska yhteiskehittämiseen mukaan lähtevät toimijat ja muut sidosryhmät olivat toteutuksessa mukana muun toimintansa ohessa, heille haluttiin toimittaa mahdollisimman valmis materiaali.

Kaiken markkinoinnin ei tarvitse olla maksettua. Sosiaalisessa mediassa jaetaan lisäarvoa tuottavaa tietoa ystäville ja verkostoille. Jaettavaksi valitaan usein hyödyllistä tietoa tai hauskaa tietoa. Visuaalisuus ja emotionaalisuus ovat avainsanoja; visuaalinen tarinankerronta valloittaa. Sosiaalisessa mediassa kannattaa panostaa laatuun määrän sijasta. Kuvat ja videot puhuttelevat ja internetlinkin lisääminen mahdollistavat lukijalle nopeasti lisätiedon löytämisen. (Hurmerinta 2015, 113–114.)

Paikallisista toimijoista mukaan kampanjaan pyydettiin Pyhätunturi Oy/Pyhä Ski Resort, Visit Pyhä-Luosto ry ja Pyhän Kyläyhdistys ry, jotka toivat OLIOta esiin omassa viestintäkanavissaan ja siten lisäsivät sen tunnettavuutta. Kampanjan sisältöä jaettiin Facebookissa, Instagramissa sekä uutiskirjeissä. Markkinointimateriaalia kohdistettiin matkailijoille (erityisesti hävikin luovuttajana) sekä paikallisille (erityisesti hävikin loppukäyttäjänä). Lisäksi Metsähallitus osallistui kampanjaan laittaen materiaalin luontokeskuksessa ja alueen matkailuinfossa asiakkaiden näkyville. Kampanjan aikana lähestyttiin Protect Our Winters Finland ry:tä ja hekin kiinnostuivat aiheesta. He jakoivat posterin omassa uutiskirjeessään ja uudelleenjakoivat Pyhä Ski Resortin somekanavien sisältöä. Pyhän Kyläyhdistys lähetti työryhmän laatiman jäsenkirjeen sähköpostitse noin 80 jäsenelleen. Kampanjasta kertova päivitys laadittiin myös kahden Pyhän paikalliseen Facebook-ryhmään.

Sidosryhmille tarjottiin työkalupakki sosiaalisen median kanavia varten. Työkalupakki sisälsi kuvamateriaalia, ehdotuksia postausten tekstisisältöihin ja hashtag-ehdotuksia. Jokaisen yhteistyökumppanin työkalupakki oli uniikki, millä haluttiin välttää se, että samaa sisältöä käyttäisi kaksi toimijaa samanaikaisesti. Tarkoituksena oli tarjota sidosryhmille mahdollisuus muokata postaukset omaan strategiaansa sopiviksi. Kuvamateriaalia saatiin niin OLIOlta, kuvapankeista kuin työryhmän jäseniltä. Materiaalit lähetettiin yhteistyökumppaneille kampanjan alkua edeltävällä viikolla. Ennen viimeistä kampanjaviikkoa yhteistyökumppaneilta kysyttiin toiveita viimeisen viikon materiaaleihin. Tämän perusteella lisättiin toiveiden mukaisia kuvia materiaalipakettiin. Yhteiskehittämisen periaatteiden mukaisesti olisi ollut hyödyllistä suunnitella kampanjamateriaalit ja somestrategia yhteistyössä sidosryhmien kanssa sekä hyödyntää heiltä jo valmiiksi löytyvää materiaalia.

Työryhmä tarjosi Koti-Lappi paikallislehdelle tiedotusmateriaalia OLIO- kampanjasta tekstin ja kuvien muodossa. Toimitus oli kiinnostunut, sillä mökkimajoittujilta roskeen päätyvän ruoan määrä on paikkakunnalla heidän mukaansa hyvin tiedossa. Kampanjasta informoitiin myös maakuntalehti Lapin Kansaa, kaupunkilehti Uusi Rovaniemeä ja maakunnassa ilmestyvää Lappilainen-lehteä, joista suurin osa kiinnostui tiedottamaan OLIO-kampanjasta. Lehtien toimituksiin toimitettiin tekstit ja kuvat sähköpostitse artikkelien julkaisemista varten. Lapin Kansa julkaisi tekstin Lappi puhuu -mielipidepalstalla sopivasti juuri somekampanjan käynnistytessä Pyhällä

27.3.2021 (Liite 3). Koti-Lappi julkaisi artikkelin kampanjan jo käynnistettyä 1.4.2021 (Liite 4). Lappilainen (2021a) julkaisi artikkelin digilehdessä 1.4.2021 (Liite 5).

Kampanjan tueksi laadittiin Lapin AMK:n posteripohjaa hyödyntäen posterit (Liite 6). Posterit lähetettiin sähköpostitse Visit Pyhä-Luosto ry:lle, joka välitti sen alueen asiakaspalvelupisteisiin tiedotteen kera. Posterit lähetettiin myös Pyhätunturi Oy:lle, jonka kautta tulostettavat versiot päätyivät muun muassa välinevuokraamoiden ilmoitustauluille. Lisäksi posterit oli näkyvillä alueen matkailufon ilmoitustaululla luontokeskus Naavassa. Toimeksiantajan edustaja käytti posteria omassa LinkedIn-julkaisussaan (Liite 7) kampanjan aikana.

## 4.4 AINEISTONKERUU- JA ANALYSOINTI

### 4.4.1 Aineistonkeruumenetelmät

OLIO-sovelluksen ollessa Suomessa vielä heikosti tunnettu ja Lapissa lähes tuntematon aineistoa päädyttiin keräämään laadullisin menetelmin. Laadullisessa tutkimuksessa aineiston koko ei ole ratkaiseva, vaan sen laatu. Pyrkimyksenä on esimerkiksi ymmärtää jotakin ilmiötä. (Pathak, Jena & Kaira 2013, 192; Vilkkä 2015, 150; Kananen 2019, 75.) Sen kohdalla voidaan pohtia, millainen tutkimusaineisto antaisi kattavan kuvauksen tutkimusongelmasta (Vilkkä 2015, 150). Sillä voidaan hakea vastausta kysymykseen, mistä tässä on kyse. Laadullisen menetelmän valintaa voi perustella esimerkiksi sillä, että tutkimus tapahtuu luonnollisessa kontekstissaan, vuorovaikutussuhteessa asianosaisten tutkittavien kanssa, tutkija on toimijana ja samalla aineiston kerääjänä tai tavoitteena on kokonaisvaltainen ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen 2019, 75–76.)

Etnografia on laadullinen tutkimusmenetelmä, jossa tarkastellaan tutkimuskohdetta osallistumalla siellä olevien ihmisten arkeen ottamalla huomioon kohderyhmän kulttuuri. Etnografisia menetelmiä on netnografia ja havainnointi. Netnografialla eli verkkoetnografialla tarkoitetaan internetissä tehtävää etnografista tutkimusta. Sillä on mahdollista löytää kehittämiskohteelle runsaasti hyödyllistä tietoa ja uusia ideoita. Sillä pyritään asiakkaiden ja käyttötilanteiden syvälliseen ymmärtämiseen. Internetissä tapahtuva havainnointi voi olla passiivista, jolloin kerättävä aineisto on yhteisöjen itsensä tuottamaa, esimerkiksi Facebook-päivitysten pohjalta käytyä verkkokeskustelua. Aktiivisessa havainnoinnissa tutkija osallistuu verkkoyhteisöjen toimintoihin muun muassa herättämällä keskusteluita ja aktivoimalla yhteisöjä arvioimaan ideoita. Netnografia edellyttää pidempikestoista paneutumista johonkin verkossa toimivaan ryhmään. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 42, 76–77, 117–118.)

Työryhmä tarkasteli OLION käyttöä kohteessa aikajaksolla 27.3–17.4.2021. Tarkkailu suoritettiin havainnoimalla ja seuraamalla käyttäjien aktiivisuutta alueella. OLION käyttäjämääriä seurattiin sovelluksen kautta kahdesti päivässä 25 kilometrin säteellä Pyhätunturilta. Ruokien jaot näkyvät sovelluksessa satojenkin kilometrien päästä, ja lähimmät jaot näkyvät käyttäjän sijainnin mukaan. Työryhmä seurasi myös Rovaniemen alueen OLIO-käyttäjien lukumäärää, koska OLIO-sovellus oli saanut näkyvyyttä alueen sanomalehdissä. Somekanavien osalta seurattiin paikallisten toimijoiden

julkaisuja ja kerättiin dataa niiden tykkääjämääristä, jaoista ja kommentteista, joista esimerkkejä on koottu liitteeseen 8.

Ryhmähaastattelussa on useita osallistujia ja sen etuna nähdään yksilöhaastattelun verrattuna ryhmän dynamiikka, joka voi kuljettaa käsiteltäviä asioita uudelle tasolle. Ryhmähaastattelussa haastattelihoita voi olla kaksi tai useampiakin ja he pystyvät yhdessä luomaan rennon ilmapiirin sekä virittämään keskustelua monipuolisesti. Haastattelijat voivat jakaa tehtäviä niin, että toinen haastattelijä keskittyy keskusteluun osallistumalla ja pitämällä sen teemassa, kun toinen samanaikaisesti kirjaa ylös haastateltavien reaktioita tai pääkohtia. Ryhmän vetäjä ohjaa keskustelua ja varmistaa, että valitut aihepiirit käsitellään ryhmähaastattelussa. Apuna voidaan käyttää teemalistaa, kuten teemahaastattelussa. Yhden keskustelutilaisuuden tavallisin pituus on yleensä yhdestä kolmeen tuntia. Ennen ryhmähaastattelua asetetaan tavoitteet eli määritetään mitä tietoa halutaan saada, sekä minkälaisia osallistujia ryhmään tarvitaan tavoitteiden saavuttamiseksi. Ryhmäkeskustelut yleensä nauhoitetaan ja kirjoitetaan auki jälkikäteen. Lopuksi tehdään tulkinnat käydystä keskustelusta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 111–112.)

Työryhmä halusi tietää, miten OLIO-sovellusta voitaisiin markkinoida jatkossa kohdealueella itsenäisesti ilman opiskelijakampanjaa ja miten sovellus voisi tulla alueella entistä tunnetummaksi. Tätä varten toteutettiin alueen toimijoille kaksi erillistä Teams-ryhmähaastattelua, joissa kartoitettiin kampanjan onnistumista ja tiedusteltiin mahdollisia jatkoehdotuksia. Mahdollisimman vähän strukturoitu ryhmähaastattelu mahdollisti syvällisen tiedon keräämisen alueen toimijoilta.

Ensimmäinen haastattelu pidettiin 21.4.2021. Ryhmähaastatteluun lähetettiin kutsuja kolmelle eri paikalliselle toimijalle, joista kaksi osallistui. Mukana haastattelussa oli edustaja Pyhänturi Oy:stä sekä Pyhän Kyläyhdistyksestä. Työryhmän edustajia oli mukana kolme henkilöä. Haastattelun alussa avattiin kamerat, jotta keskustelu olisi rennompaa ja osallistujat näkisivät toisensa. Haastattelun alussa kysyttiin lupa haastattelun nauhoittamiseen, ja se sopi kaikille osallistujille. Haastattelijat olivat sopineet keskenään roolituksen, puheenjohtaja ja lisäkysymysten esittäjät. Kysymykset suunniteltiin etukäteen, jotta haastattelun kulku olisi johdonmukaista.

Toiseen ryhmähaastatteluun lähetettiin kutsuja kahdelle henkilölle, joista molemmat osallistuivat. He edustivat Visit Pyhä- Luosto ry:tä. Toinen ryhmähaastattelu pidettiin 23.4.2021 ja tässä haastattelijoina toimi kaksi työryhmän edustajaa. Haastattelun pohjana käytettiin edellisen haastattelujen kysymyksiä ja niistä heränneitä ajatuksia.

#### **4.4.2 Aineistoanalyysi**

Aineiston analyysillä tarkoitetaan keruussa saadun aineiston käsittelyä ja luokittelua. Luokittelun jälkeen on tarkoitus löytää yhteyksiä käytettyyn teoriaan. (Ojasalo ym. 2015, 110; Bister 2019, 51.) Laadullisilla menetelmillä kerätyn aineiston analyysimenetelmän, sisällönanalyysin, tavoitteena on tekstin merkityksen etsiminen sekä tunnistaminen. Se pyrkii sanallisesti kuvaamaan dokumenttien sisältöä. Analyysi syntyy yleensä kahdessa vaiheessa; pelkistämisen- ja tulkintavaiheessa. Aineisto ilmentää sitä,



mitä esimerkiksi havainnoinnin aikana saatiin huomioita. Se ei vielä ole ratkaisu kehittämistehtävään vaan ainoastaan vaihe, jolle kehittämistyö perustuu. (Ojasalo ym. 2015, 119, 137.)

Englanninkielisissä lähteissä puhutaan aineiston koodaamisesta esimerkiksi värikynin eli coding, joka auttaa löytämään samankaltaisista asioista puhuvia tekstikohdita (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006; Belk, Fischer & Kozinets 2013, 139; Silverman 2013, 251–252). Koodaamisen jälkeen aineiston sisällöstä etsitään asiakokonaisuuksia, joilla on jonkinlainen sisällöllinen yhteys. Yhteyden voi löytää esimerkiksi luokittelemalla tietyin avainsanoin. (Bister 2019, 52.)

Nauhoitetut haastattelut joudutaan muuttamaan tekstiksi tekstinkäsittelyohjelmalla eli litteroimaan analysointia varten (Vilka 2015, 137). Työryhmä päätyi käyttämään referoivaa litterointia, sillä ryhmähaastattelut olivat pitkiä ja sisältö niissä oli osin päällekkäistä toistoa. Referoivalla litteroinnilla tutkija pystyy päättämään, mikä osa haastattelusta on oleellista, koska sisällöstä litteroidaan vain puheen osia tai satunnaisia suoria lainauksia (Tietoarkisto 2021). Työryhmän kolme henkilöä litteroi ryhmähaastattelut ja niistä kirjoitettiin synteesi tuloksiin.



# 5. Kampanjan tulokset

## 5.1 SOSIAALISEN MEDIAN KAMPANJAN SEURANTA

Kampanjan alussa Pyhätunturilla ei ollut OLIO-sovelluksen käyttäjiä, mutta kampanjan alettua heitä ilmestyi sovelluksen käyttäjiksi nopeasti. Rovaniemellä käyttäjiä oli tarkastelujakson alussa vajaa 20 kpl:tta. Pyhätunturilla ensimmäisen kampanjaviikon jälkeen käyttäjiä oli 26 kpl:tta, toisen viikon jälkeen 38 kpl:tta ja viimeisen kampanjaviikon jälkeen 42 kpl:tta. Rovaniemellä tarkastelujaksolla OLIOlle tuli muutama käyttäjä lisää.

Pyhätunturilla heti kampanjan alussa sovellusta käytettiin neljän eri tuotteen jakamiseen. Näissä jakaja oli sama henkilö. Jakoja tapahtui myös kahden viikon kuluttua kampanjan alkamisesta. Silloin kaksi eri jakajaa lisäsi tuotteita sovellukseen. Rovaniemellä sovellukseen ilmoitettiin tuotteita kaksi kertaa. Kaikki ilmoitukset jaettavista tuotteista tapahtuivat viikonloppuisin. Työryhmä arveli, että vaihtopäivä olisi matkailukeskuksessa jakamiselle otollisin ajankohta. Kampanjan aikana OLIO-sovelluksessa oli Pyhällä jonkin verran aktiivisuutta, mikä oli positiivista, mutta suuria käyttäjämääriä ja jakoja se kuitenkin ehtinyt saavuttaa. Sovellus olisi toimivampi, mikäli se tavoittaisi enemmän käyttäjiä ja tulisi laajemmin tunnetuksi.

Pyhä Ski Resortilta saatiin jo ennen kampanjan alkua heidän sosiaalisen median julkaisujen aikataulu. Julkaisut tulisivat tapahtumaan kampanjan aloituslauantaina ja sen jälkeen aina keskiviikkoisin. He tekivät kampanjan aikana Facebook-julkaisuja ja nostivat OLIO-kampanjan esiin myös uutiskirjeessään. Myös Pyhän kyläyhdistys ja Visit Pyhä-Luosto tekivät kampanjan aikana Facebook-julkaisuja. Taulukko 1 esittelee Facebook- julkaisujen jakojen, tykkäysten ja kommenttien määrän. Lisäksi Pyhä Ski Resort julkaisi kolme InstaStories-tarinaa, jotka näkyivät käyttäjille 24 tunnin ajan julkaisun jälkeen.

**Taulukko 1.** Sosiaalisen median julkaisujen seurantataulukko Facebook-julkaisujen (postausten) osalta.

Facebook-postaus	Jaot	Tykkäykset	Kommentit
Pyhä Ski Resort 27.3.	4	121	3
Pyhä Ski Resort 31.3.	2	19	0
Pyhä Ski Resort 7.4	6	45	0
Pyhä Ski Resort 14.4	0	40	2
Visit Pyhä-Luosto 27.3.	6	16	0
Visit Pyhä-Luosto 3.4.	0	12	0
Pyhän KyläYhdistys 27.3.	1	6	0
Protect Our Winters Finland 7.4.	0	20	0
Pyhän paikallisryhmä 1	ei voi jakaa	26	8
Pyhän paikallisryhmä 2	ei voi jakaa	20	7

Satoja Pyhän alueen asukkaita, työntekijöitä ja mökkiläisiä tavoittaviin paikallisiin Facebook-ryhmiin laitettuihin julkaisuihin tuli useita kommentteja. Idea ja kokeilua pidettiin loistokkaana juttuna ja hienona oivalluksena. OLION kaltaista palvelua/ mahdollisuutta on odotettu ja kaivattu. Lisäksi toivottiin kierrätyksen saattamista yhtä pakolliselle tasolle, kuin mihin matkailijat ovat kotonaan tottuneet. Toisaalta ihmeteltiin sitä, mihin tarvitaan jälleen uutta sovellusta, kun on jo puskaradio ja Facebook muuten apuna. Epäluuloa herätti matkailijoilta jääneiden ruoka-aineiden vastaanottaminen, jolloin painotettiin sovelluksen käytön täydellistä vapaaehtoisuutta ruokahävikin minimoimiseen.

## 5.2 TOIMIJOIDEN HAASTATTELUT

Työryhmä arveli aikataulullisista syistä haastavaksi tavoittaa toimijat yhtä aikaa tapahtuvaan ryhmähaastatteluun. Työryhmä suunnitteli alun perin kampanjassa mukana olleille toimijoille teemoitetun sähköpostikyselyn, jonka avulla olisi voitu kampanjan jälkeen selvittää toimijoiden ajatuksia kampanjan toteutumisesta sekä mahdollisia uusia ideoita asian tiimoilta. Haastattelujen järjestäminen onnistui kuitenkin aikataulullisesti hyvin ja sähköpostikyselyn toteuttamisesta luovuttiin. Ryhmähaastattelu myös osoittautui kyselyä paljon toimivammaksi aineistonkeruutavaksi. Haastattelulla saatiin laajemmin tietoa kampanjan aikana tulleista ajatuksista sekä toimijoiden erilaisia näkemyksiä ja kehittämisideoista. Teemoitetulla sähköpostikyselyllä tämä ei olisi ollut mahdollista.

Ryhmähaastattelut aloitettiin kysymällä, olivatko haastateltavat kuulleet OLIOsta aiemmin. Vastaus oli jokaisen kohdalla kieltävä, joten lähtötilanne oli kaikille sama. Kampanjan alussa haastateltavista osa oli ladannut sovelluksen itselleen ja seurannut sovelluksen kautta jonkin verran Pyhän alueen ilmoituksia. Haasteena koettiin kuitenkin se, että käyttäjiä oli vähän, jolloin jakamistakin oli vähän. Jos käyttäjiä olisi enemmän, sovelluksen käytöstä tulisi aktiivisempaa ja tämä loisi positiivista virettä koko sovelluksen käyttölle. Yksi haastateltava kertoi, että kierto- ja jakamistalous on

tällä hetkellä hyväksyttävämpää kuin aiemmin ja kynnys käyttää tällaista jakamisovellusta on matala. Hän jatkoi, että toisaalta elintarvikkeiden jakamisessa on oma riskinsä siinä, miten tuoretuotetta on säilytetty, onko kylmäketju kunnossa vai onko tuote ollutkin lämpimässä. Toisen haastateltavan mielestä paikallisia asukkaita voisi aktivoida hävikkiruoan jakoon, koska he ovat muutenkin aktiivisia Pyhän alueella jakamaan muuta käyttökelpoista tavaraa toisilleen.

Haastatelluista kaksi oli aluksi hieman kriittisiä tätä sovellusta kohtaan. Heitä epäilytti mahdolliset noutamatta jääneistä tuotteista muodostuvan ongelman seuraaville asukkaille tai alueen majoitustoimijoille. Tämän takia OLIO-sovelluksen käytön ohjeistukseen panostaminen nähtiin tärkeäksi.

Kokeilujakso koettiin sovelluksen uutuusarvoon nähden lyhyenä, jolloin sovellukselle ei ehditty saada parasta mahdollista käyttäjien volyyymia. Yksi haastateltavista mietti, olisiko kampanja saanut enemmän käyttäjiä, jos se olisi aloitettu heti alkuvuodesta ja kohdennettu jo hiihtolomaviikkoihin. Olisi ollut hyödyllistä saada majoituspuolen toimijat laajasti mukaan kampanjaan informaation jakajina, koska suurin osa ruokahävikistä syntyy mökkimajoituksessa.

Vaikka sosiaalisen median kautta voidaan tavoittaa nopeasti suuri määrä ihmisiä, on vaikea arvioida, kuinka moni pysähtyy oikeasti lukemaan jaettava tietoa. Tämän vuoksi osa haastateltavista koki, että paperiset esitteet paikan päällä, kohdennettuna Pyhän matkailijoihin, olisivat toimineet todennäköisesti paremmin kuin somekampanja. Printtimateriaalia olisi ollut hyvä olla esillä mökkikansioissa, hotellien ilmoitustaululla ja yleisissä asiakastiloissa, jolloin sen esillä olo olisi jättänyt paremman muistijäljen.

Yhden haastateltavan mukaan tulevaisuudessa materiaali voisi pyöriä sähköisissä näytöissä esimerkiksi videoiden muodossa. Infon voisi sisällyttää hotellimajoitusten TV-ruuduilla näkyvään infokanavaan. Kahden haastateltavan mielestä materiaalin tulisi olla mieluummin sähköistä ja ennakkopainotteista, mutta printtimainonta voisi kuitenkin tukea tätä.

Varaamot voisivat lisätä tietoa OLIOsta ennakkoviestissään asiakkaalle varauksen yhteydessä. Näin matkailijoilla olisi jo saapuessaan tarvittava tieto sovelluksesta, mikä madaltaisi kynnystä käyttää sitä. Haastateltavat olivat sitä mieltä, että koronapandemia on vaikuttanut sovelluksen käyttäjien määrään. Ihmisiä on kehoitettu olemaan omalla porukalla ja he ovat vastuullisesti noudattaneet ohjeistusta. Kynnystä sovelluksen käyttöön nostaa se, että ihmiset eivät tunne vastapuolta tai tiedä, miten elintarvikkeita on käsitelty.

Haastateltujen tahojen kampanjan aikana julkaisemiin sosiaalisen median ilmoituksiin tuli joitain kommentteja ja palautteita. Haastateltavat pitivät yleisenä ongelmana sitä, että OLIO ei ole vielä tunnettu Suomessa ja varsinkaan Pohjois-Suomen alueella. Juuri sovelluksen tuntemattomuus nähtiin suurimpana ongelmana kampanjan toimivuuden suhteen. Osa haastatelluista uskoi OLIO-sovelluksen kuitenkin lyövän läpi tulevaisuudessa ja menevän eteenpäin.

Haastatelluissa nousi esille, että OLIOta pidettiin hyvänä sovelluksena jakaa elintarvikkeita silloin, kun jakamisella ei ole kiire. Jos tuote jaetaan tänään, niin sen voi

hakea vielä huomenna. Tällöin sovellus toimii parhaiten paikallisten keskuudessa. Haastateltavat kertoivat, että matkailijan näkökulmasta sovelluksen käyttäminen voi olla haastavaa. Lähtöpäivää edeltävänä iltana matkailija ei välttämättä vielä tiedä, mitä elintarvikkeita olisi jäämässä jakoon. Lähtöamuna puolestaan on kiire pakata ja lähteä, joten siinä vaiheessa elintarvikkeiden laittaminen jakoon sekä elintarviketta noutamaan tulevan henkilön odottaminen voivat olla liian työlästä sekä hidasta.

Haastateltavista yksi sanoi, että ruokien jättämisen jonnekin pitää olla helpompaa kuin niiden vieminen roskiin. Jos pitää ensin asentaa sovellus, opetella sen käyttöä ja sitten jakaa ruoka, se on monille liian työläs. Jättöpaikan tulisi olla mahdollisimman lähellä majoituspaikkaa, jotta se toimisi. Yli oman tarpeen jäävän ruoan jakamisen tulisi olla ihmisille mahdollisimman vaivatonta.

Eräs haastateltava oli havainnoinut usean vuoden ajalta, että matkailijoilta voi jäädä kymmenien eurojen arvosta tuoretuotteita jääkaappiin tai että kokonaisia ruokakassillisia elintarvikkeita voi päätyä roskiin. Pantillisia pulloja viedään roskiin jopa sadan euron edestä mökkikuntaa kohden. Haastateltava oli sitä mieltä, että olisi hyvä, jos ruoat pystyttäisiin hyödyntämään. Puhutaan merkittävästä ruokahävikistä. Jotta nämä tuotteet päätyisivät vielä syötäväksi, yksi haastateltava kokee, että tässä vaiheessa esimerkiksi paikallinen siivousyritys voisi kerätä nämä tuotteet talteen ja laittaa jakoon. Tämä tuottaisi kuitenkin lisää työtä siivousyritykselle, minkä vuoksi asia on vaikea toteuttaa.

Osa haastateltavista koki, että matkailijan jättämille elintarvikkeille pitäisi olla yksi yhteinen paikka, jonne tuotteet voisi tuoda ja noutaa. Tämä vaatisi sitä, että kyseinen paikka olisi jonkun vastuulla, koska muuten paikasta tulee epäsiisti ja sinne kertyy vanhentuneita tuotteita. Jos tällainen paikka olisi matkailijoiden tiedossa ja se olisi helposti saavutettavissa, se voisi toimia. Haastateltavista yksi sanoi, että mitä lähempänä majoitusta ollaan sitä paremmin ruoka voisi päätyä toiselle ihmiselle. Kiireisenä aikana kuitenkin tällainen toteutus voi olla helpommin sanottu kuin tehty.

Ryhmähaastatteluissa nousi esille, että nyt on menossa kotimaisten matkailijoiden valtakausi ja siksi kampanjan ajoitus on ollut hyvä. Kotimaiset matkailijat käyttävät paljon mökkimajoitusta, joten tämän vuoksi kampanjamme osui sopivaan hetkeen. Ulkomaalaiset matkailijat käyttävät pääosin ravintolapalveluita ja hotellimajoitusta etenkin Pyhän alueella, joten oletuksena pidetään, että heiltä ei jäisi juurikaan elintarvikkeita jakoon.

Haastateltavat olivat sitä mieltä, että ruokahävikin vähentämistä voitaisiin kehittää lisäämällä siitä tiedottamista. Pyhä-Luoston matkailualueella tehdään parhaillaan vastuullisuusohjelmaa ja vastuullisuustyötä pyritään saamaan näkyvämmäksi asiakkaille. Sen yhteyteen voisi lisätä informaatiota OLIOsta. Haastateltavista kaksi sanoi, että sosiaalisessa mediassa olisi hyvä tehdä lyhyitä tietoisuustyyppeisiä videoita, miten OLIO-sovellusta käytetään. Videoita voisi laittaa esimerkiksi Instagramiin sekä Youtubeen.

Haastateltavilta kysyttiin, onko heillä kiinnostusta jatkaa tämän sovelluksen käyttöä. Yksi haastateltava kertoi, että heidän luonnosvaiheessa olevaan vastuullisuusohjelmaansa on kirjattu OLIO-sovelluksen käyttäminen. Mitään estettä sovelluksen

käyttöön ei nähty, koska se on maksuton ja kukaan ulkopuolinen ei ole keräämässä sen tuottamaa hyötyä. Keskusteluissa tuli esille, että paikalliset pitäisi saada tähän mukaan. Yksi haastateltava kertoi, että printtimateriaalin jakaminen huoneistoihin sosiaalisen median sijaan olisi hyvä vaihtoehto. Lisäksi saapuville majoittujille lähettävään ennakkosähköpostiin voisi lisätä tiedotusta OLIO-sovelluksesta. Olisi tärkeää viedä tätä eteenpäin yhteistyökumppaneiden, esimerkiksi majoitustoimijoiden kanssa.

Haastateltavilta kysyttiin, voisiko tästä kokeilusta olla mahdollisuuksia laajentaa isommalle, kuten Lapin alueelle. Yksi haastateltava sanoi, että tunnettavuutta pitäisi saada lisää sekä käyttäjiä enemmän. Yksi haastateltava oli sitä mieltä, että sovellus on hyvä, mutta käyttäjiä sille on Pyhän alueella vielä liian vähän. Hän uskoi, että sovellus toimii hyvin kaupungissa, jossa asukastiheys on korkea. Haja-asutusalueella jakaminen on hankalampaa. Paikallisten rajallinen määrä nähtiin hankaloittavan sovelluksen käyttöä, jos heidän ajateltaisiin olevan ensisijaisesti niitä, jotka ruokatarvikkeita hakevat omaan käyttöönsä. Pyhällä on noin 200 vakituista asukasta ja Luostolla noin 100 vakituista asukasta. Ruokatarvikkeiden hakijan tulisi sijaita lähialueella, koska muuten ongelmaksi muodostuvat etäisyydet ja logistiikka.

Sovelluksesta on maininta vasta julkaistussa Kasvata tuottoa, vaali luontoa – opas vähähiiliseen loma-asuntoon -oppaassa. Opas on laadittu Lapin liiton VÄLKKY-vähähiilisyiden ja taloudellisesti kestävä kehityksen edistäminen Lapin matkailussa -hankkeen, Naturpoliksen Matkailuyritykset kestäväälle kehityspolulle -hankkeen ja Pyhä- Luoston matkailualueen yhteistyönä. (Lapin liitto 2021; Kasvata tuottoa, vaali luontoa 2021.)

Yhteiskehittämisen prosessissa oli tavoitteena lisätä OLIO-sovelluksen tunnettua ja yleistä ympäristötietoisuutta Lapissa. Osana prosessia lähestyttiin myös sanoma- ja paikallislehtiä. Hävikkiruoan määrä Pyhällä ja Lapin tunturikeskuksissa oli heillä yleisesti tiedossa ja kampanja nähtiin tärkeänä. Kolme neljästä lähestytystä lehdestä oli kiinnostuneita julkaisemaan artikkelin valmiiksi tuotetusta tekstistä ja kuvista. Osa lehdistä halusi kuitenkin käyttää kuvaa heidän omasta kuvapankistaan.

Varsinaisia ulkopuolisten yhteydenottoja lehtiartikkeleiden pohjalta kampanjaan liittyen ei tullut. Lappilainen -lehti julkaisi kuitenkin toukokuussa 2021 artikkelin kehitysprojektista (Lappilainen 2021b).





# 6. Pohdinta

## 6.1 KAMPANJAN HAASTEET

Haastavaksi koettiin, että sovellus ei ole vielä Suomessa kovin tunnettu ja sen kokeilujakso projektissa ja opintojakson puitteissa on lyhyt. Työryhmä pohti, saadaanko kokeilulla herätettyä riittävästi mielenkiintoa. Alun jälkeen kiinnostus kokeilua kohtaan kasvoi ja yhteistyötä syntyi nopeasti monen toimijan kanssa. Tämä aiheutti jonkin verran haasteita aikataulutuksessa, mutta niistä selvittiin.

Haasteena projektin alkuvaiheessa nähtiin se, että paikallisilla yrityksillä ei olisi ehkä aikaa, halua tai resursseja lähteä mukaan kampanjaan. Vaihtoehtoisena suunnitelmana ryhmällä oli tarkoitus kontaktoida Rukan ja sen jälkeen Ylläksen hiihtokeskuksia. Tarvittaessa kohderyhmäksi pohdittiin vaihdettavan Rovaniemen alueen opiskelijat, joka voisi olla tarpeeksi laaja ja aktiivinen ryhmä sovelluksen kokeilun kannalta. Projektin alussa nousi jo esille ajatus siitä, että tieto OLIOsta ei välttämättä saavuta ihmisiä, eikä sille saada tarpeeksi käyttäjiä. Tämä vaikuttaisi myös kerätyn tutkimusdatan määrään.

Paikallistoimijoiden huolena oli ylijäämäruoan noutamatta jättäminen ja sen päätyminen jonkun toisen ongelmaksi. Työryhmä varautui kysymään paikallisilta toimijoilta kokeilun jälkeen, kävikö uhkakuva toteen. Lisäksi pohdittiin myös sovelluksen käyttökieltä ja osoittautuisiko se haasteeksi. Sovellus on englanninkielinen, mikä voi rajata kotimaisten matkailijoiden sesongin aikana käyttäjiä ja aiheuttaa luottavuusongelmia. Tämä toisi projektille vähemmän tutkittavia kohteita. Englanninkielisyys on toisaalta kansainvälisen matkailun palautuessa tulevaisuudessa myös mahdollisuus.

Ajanjakson aiheuttamat haasteet oli tiedostettu projektissa. Koronarajoitukset vaikuttivat matkustukseen. Kokeilujakson aikana oli vähemmän etenkin ulkomalaisia matkustajia, mutta kotimaisia matkailijoita riitti. Alati muuttuvan koronatilanteen ja siitä aiheutuvien suositusten ja rajoitusten vuoksi projektin alkuvaiheessa ei ollut varmuutta, onko matkustaminen ylipäänsä sallittua tutkittavalla ajanjaksolla ja haluavatko ihmiset liikkua kyseisenä aikana. Koronatilanteen vuoksi ihmiset eivät ehkä pidä OLIOta tarpeeksi hygieenisenä vaihtoehtona, vaikkakin ruokatarvikkeiden vaihdot voikin toteuttaa ilman lähikontaktia. Korona-aikana hygieenisuus korostuu,

eivätkä ihmiset välttämättä halua käyttää toisilta jäänyttä ruokahävikkiä. Tämä vähentäisi tutkimusdataa.

Mikäli koronatilanne ja resurssit olisivat sallineet, työryhmän edustajat olisivat ainakin muutamien päivien ajan tehokampanjoineet jalkautuneina Pyhälle tavoittaen yleisöä paremmin. Sovellusta olisi pystynyt esittelemään konkreettisesti, tuoden esiin ylimääräisten elintarvikkeiden lisäksi mahdollisuuden esimerkiksi talous- tai sisustus-tavaroiden kierrättämiseen.

## 6.2 PÄÄTELMÄT

Suunnitelman esittely sujui yli odotusten, sillä toimeksiantaja näki kampanjan - etenkin tunturikeskuksissa - kohdistuvan hyvin ajankohtaiseen ilmiöön. Projekti toimi kierto-taloutta vahvistavana toimenpiteenä, joka voi olla jäävuoren huippu ruokahävikin vähentämisessä. Työryhmän jäsenet asuvat eri puolilla Suomea; Rovaniemellä, Oulussa ja Vantaalla. Toimeksiannon käynnistyessä kysyttiin kunkin ystävä- ja tuttavapiiristä, tietävätkö he vielä OLIOsta. OLIO ei ollut kenellekään tuttu, mutta ResQ Club oli useammallakin käytössä.

OLION toimivuutta testattiin aluksi itse ja raportoitiin, kuinka sovellus käytännössä toimii. Maksuttoman sovelluksen lataaminen sovelluskaupasta ja käyttäjätilin perustaminen sujuivat yhtä tavanomaisesti kuin useimpien muidenkin puhelinsovellusten kohdalla. Vaikka käyttäjätilin perustamisen yhteydessä OLIO salli käyttää jo olemassa olevia Facebook- tai Google- tunnuksia, ensimmäisen ilmoituksen jättämisen tai varaamisen yhteydessä sovellus kuitenkin halusi vielä kerran vahvistaa tekstiviestillä, että käyttäjä on todellinen.

OLIOon ladattiin ilmoituksia koeluontoisesti sovelluksen toimivuuden ja käytettävyyden selvittämiseksi. Ilmoituksen lataaminen oli kohtalaisen helppoa. Sovellus ilmoittaa, kun joku toinen käyttäjä haluaa varata tuotteen itselleen tai muuten ottaa yhteyttä siihen liittyen. Lahjoitettavien elintarvikkeiden kohdalla sovellukseen ilmoitetaan parasta ennen -päiväys ja ilmoituksen voimassaolon kesto. Kun kukaan ei ensimmäisen ilmoituksen jälkeen hae elintarviketta määräajassa, OLIO poistaa sen ja sähköpostiin tulee ilmoitus (Olioex.com 2021b).

OLIO listaa ilmoitukset pitkänkin matkan päästä. Alkuperäisen ajatuksen mukaisesti matkailijoiden haluttiin löytävän OLIO ratkaisuna ylimääräisen ruoan jakamiseen toisille käyttäjille. Matkalla ollessaan ilmoituksen jättäjän täytyy muistaa päivittää sijaintinsa, koska sovellus ei sitä automaattisesti tee. Kaiken kaikkiaan OLIO soveltuu hyvin ylimääräisen ruoan jakelukanavaksi matkailijoiden parissa, koska ilmoitukset järjestyvät etäisyyden mukaan, eikä se vaadi kirjautumisia millekään paikkakunta-kohtaisille keskustelufoorumeille. Alussa ilmenneiden rekisteröitymis- ja vahvistamistoimenpiteiden jälkeen sovelluksen käyttö on jouhevampaa seuraavilla kerroilla.

Pelkästään sovelluksen käyttäjämäärien lisääntymisen perusteella ei voi tehdä paljon johtopäätöksiä. Käyttäjämäärien lisääntyminen toki edesauttaa sovelluksen toimivuutta, mutta tarvitaan myös aktiivisuutta käyttäjien kesken, jotta sovellus ajaisi asiansa. Työryhmä koki sovelluksella olevan lähes rajattomat mahdollisuudet.

Sovellus ei ole paikkasidonnainen ja sen käyttöä voi jatkaa missä vain, milloin vain. Sovellus on käyttäjälle ilmainen, mikä nähtiin olennaisena asiana sovelluksen käyttöönoton kannalta.

### 6.3 JATKOTOIMENPIDE-EHDOTUKSET

Vaihtoehtoisena toteutusideana ollut Lapin ammattikorkeakoulun Rovaniemen yksikön opiskelijoiden käyttäminen kohderyhmänä ei tullut tarpeelliseksi Pyhäältä löytyneen kiinnostuksen ansiosta, joten se jää jatkoehdotukseksi tulevaisuuteen. Pyhällä toteutettu kokeilu on helppo monistaa iteratiivisuutensa ansiosta mihin tahansa (Lapin) matkailukohteeseen, jossa on samankaltainen toimintaympäristö.

Vastaavia kokeiluja tai varsinaista pysyvämpää toteutusta varten olisi hyvä olla jonkinlainen rahoitus, jotta palveluja voisi ostaa ulkopuolelta tai muuten olla mahdollisuus laajemman osaamisen käyttöön. Nyt kaikki toimenpiteet olivat työryhmän osaamisesta kiinni. Toisaalta Lapin ammattikorkeakoululla on valtavasti opiskelijapotentiaalia eri aloilla, eli poikkeittieteellinen osaamisen hyödyntäminen olisi erittäin varteenotettava vaihtoehto tällaisen projektin läpiviemisessä.

Koronatilanteen helpottaessa OLIO-sovelluksen vastaanotto voisi olla tätä hetkeä positiivisempaa, sillä moni saattaa pohtia ruoan jakamisen hygieenisyyttä monenlaisten rajoitusten ja suositusten lomassa, kuten ryhmähaastattelusta kävi ilmi. Yhteistyökumppaneiden ja median kiinnostuminen tässäkin maailmantilanteessa osoittaa sen, että asia on erittäin ajankohtainen ja sille on selkeä tarve.

Jatkossa vastaavanlaisen kokeilun tai lanseerauksen yhteydessä voisi käyttää yhteiskehittämiseen palvelumuotoilun menetelmiä osallistamaan eri toimijoita prosessin eri vaiheissa, sillä palvelumuotoilu on yhteiskehittämistä. Sen keskeinen ajatus on eri sidosryhmien osallistaminen suunnitteluprosessiin. (Tuulaniemi 2011, 52.)

Toisaalta OLIO mahdollistaa paljon muutakin kuin hävikkiruoan jakamisen yksityiseltä yksityiselle. Siihen nähden sen potentiaali jo käytössä olevissa kohteissa sekä tämän työn kokeilukohteessa Pyhällä on suuri. Koska OLIO ei ole riippuvainen mistään tietystä paikasta, voi siitä tiedottaminen jo yhdessä kohteessa saada sen leviämään ympäri maan/maailman matkailijoiden palatessa koteihinsa tai yhteistyökumppanien somekanavien seuraajien mukana.

Luonnonvarakeskus etsintäkuulutti Suomen kansallisen hävikkitiekartan julkistamistilaisuudessaan meneillään olevia hankkeita, kokeiluja tai käytäntöjä, joiden tarkoituksena on vähentää ruokahävikkiä. Työryhmä lähestyi heitä ja Luonnonvarakeskus otti vastaan OLION yhdeksi ehdotetuksi käytännöksi nettisivuilleen kuluvan kevään aikana (Riipi 2021).

Liitteeseen 9 on listattu jatkoehdotuksia sekä työryhmän havaintojen, tutkimustulosten että haastatteluaineistojen pohjalta. Toimijoilta saatiin hyviä vinkkejä jatkokehitysideoiksi. Jatkossa voisi esimerkiksi luoda laajemman materiaalipaketin, joka sisältäisi perusmateriaalia, jota toimijat voisivat halutessaan muokata omiin kanaviinsa sopiviksi. Osa haastateltavista oli kiinnostunut käyttämään jatkossakin tuotettua mainosmateriaalia. Vinkkejä saatiin myös siitä, mitkä tahot kannattaisi kontaktoida

jatkoa ajatellen. Näitä olivat muun muassa Visit Finland sekä VÄLKKY-hanke, johon oltiin yhteydessä projektin alkuvaiheessa kartoitettaessa tietoa Lapin biojätepotentiaalista. Protect Our Winters nähtiin potentiaalisena yhteistyökumppanina ja he olivatkin jakaneet jo omassa viestinnässään OLIO-posteria sekä Pyhä Ski Resortin somekanavissa julkaistua materiaalia.

Yhteistyö Lapin ammattikorkeakoulun kanssa nähtiin haastateltavien mielestä kannatettavana jatkossakin. Kaikkien mielestä kokeilu oli hyvä ja jatkokehitys kannattavaa, koska tällä kampanjalla ehdittiin vasta vain raapaista pintaa. Työryhmä toivoo, että kampanjan aikana kontaktoidut yhteistyökumppanit alkaisivat markkinoimaan OLIOta itsenäisesti jatkossa ja sovellus leviäisi koronapandemian laannuttua matkailijoiden ja muiden kuluttajien keskuudessa tulevaisuudessa ympäri Lappia, Suomea ja koko maailmaa.

Sovelluksella on kohta neljä miljoonaa käyttäjää ympäri maailman ja OLION tunnettuuden lisäämisen avulla tekisimme kaikki yhdessä koko maailmasta ympäristöystävällisemmän paikan elää. Toisaalta hävikkiruoan ja ruoka-apua tarvitsevien yhdistäminen OLION avulla olisi yhteiskunnallisesti merkittävä teko.

# Lähteet

- Belk, R., Fischer, E. & Kozinets, R.V. 2013. Qualitative consumer & marketing re- search. London: SAGE Publications Ltd.
- Bister, T. 2019. Tietojenkäsittelyn opinnäytetyö. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikor- keakoulu.
- Business Finland 2019. Matkailu on Suomessa kasvava vientiala ja merkittävä työllis- täjä. Viitattu 6.5.2021 <https://www.businessfinland.fi/494339/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/2019-matkailu-vientialana-infograafi.pdf>.
- Elisa 2021. Kuuluvuuskartta. Viitattu 9.3.2021 <https://elisa.fi/kuuluvuus/>.
- Harra, T., Mäkinen, E. & Sipari, S. 2012. Yhteiskehittelyllä hyvinvointia. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu. Viitattu 28.2.2021 [http://www.e-julkaisu.fi/metropolia/yhteiskehittelylla\\_hyvinvointia/pdf/yhteiskehittely\\_esite-digipaper2.pdf](http://www.e-julkaisu.fi/metropolia/yhteiskehittelylla_hyvinvointia/pdf/yhteiskehittely_esite-digipaper2.pdf).
- House of Lapland 2019. Toimialafaktaa: Matkailu Lapissa. Viitattu 6.5.2021 <https://www.lapland.fi/fi/business/matkailu-lapissa/#:~:text=Matkailun%20merkitys%20Lapin%20aluetaloudessa%20on,ravitsemus%2C%20varaus%2E2%80%93%20ja%20ohjelmapalvelut>.
- Hurmerinta, J. 2015. On aika muuttua. Menestysopas sosiaalisen aikakauden johtajille. Viro: Printon.
- Innokylän innovaatiomalli 2020. Terveyden- ja hyvinvoinnin laitos, Sosiaali- ja terveysministeriö ja Kuntaliitto. Viitattu 8.4.2021 <https://innokyla.fi/fi/toiminta-malli/innokylan-innovaatiomalli>.
- Kananen, J. 2019. Opinnäytetyön ja pro gradun pikaopas. Avain opinnäytetyön ja pro gradun kirjoittamiseen. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja -sarja. Jyvä- skylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kasvata tuottoa, vaali luontoa. 2021. Opas vähähiiliseen loma-asuntoon. Toim. Välkky: vähähiilisyyden ja taloudellisesti kestävä kehityksen edistäminen Lapin matkai- lussa -hanke, Lapin liitto & Matkailuyritykset kestäväälle kehityspolulle -hanke, Naturpolis. Julkaisusarja A56/2021. Viitattu 13.5.2021 <https://www.lapinliitto.fi/wp-content/uploads/2021/05/Opas-va%CC%88ha%CC%88hiiliseen-loma-asuntoon-Pyha%CC%88-Luosto.pdf>.

- Kazadi, K., Lievers, A. & Mahr, D. 2016. Stakeholder co-creation during the innovation process: Identifying capabilities for knowledge creation among multiple stakeholders. *Journal of Business Research*, vol 69 (2). Viitattu 11.5.2021 <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.05.009>.
- Lapin Kansa 2021. Sanomalehti. Ihmiset pakenivat kakkosasunnoilleen etätöihin, Osuuskauppa tulee Pyhätunturille ainakin uudella kaupalla – ”Meillä on tapahtumassa yhteiskunnassa mielenkiintoinen muutos”. Artikkel. Viitattu 25.2.2021. <https://www.lapinkansa.fi/ihmiset-pakenivat-kakkosasunnoilleen-etatoihin-osu/3298167>.
- Lapin liitto 2021. Uusi opas vapaa-ajan asuntojen omistajille kannustaa säästöihin ja ilmastotekoihin. Viitattu 13.5.2021 <https://www.lapinliitto.fi/uusi-opas-vapaa-ajan-asuntojen-omistajille-kannustaa-saastoihin-ja-ilmastotekoihin/>.
- Lappilainen 2021a. Hävikkiruoka talteen Pyhätunturissa. Lappilainen, Lapin suurin tiedotus- ja markkinointilehti. Artikkel, 1.4.2021. Viitattu 7.4.2021 <https://lappilainen.fi/2021/04/01/havikkiruoka-talteen-pyhatunturissa/>.
- Lappilainen 2021b. Ruokahävikki kuriin, Lappilainen, Lapin suurin tiedotus- ja markkinointilehti. Artikkel, 25.5.2021. Viitattu 26.5.2021 <https://lappilainen.fi/2021/05/25/ruokahavikki-kuriin/>.
- Lassila & Tikanoja 2021a. Kevään kiertotalousosaajien webinaarisarja. 12.3.2021. Webinaarimuistiinpanot ja tallenne kirjoittajan hallussa.
- Lassila & Tikanoja 2021b. Kevään kiertotalousosaajien webinaarisarja. Uudistuvan jätelain vaikutukset toimitilakiinteistöille. 7.5.2021. Webinaarimuistiinpanot ja tallenne kirjoittajan hallussa.
- Lee, JJ., Jaatinen, M., Salmi, A., Mattelmäki, T., Smeds, R. & Holopainen, M. 2018. Design Choices Framework for Co-Creation Projects. National University of Singapore and Aalto University, Helsinki. *International Journal of Design* Vol. 12 No. 2 2018, pp. 15-31. Viitattu 14.2.2021 810 <http://blog.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/viewFile/2782/810>.
- LTKT2.o. 2021. LTKT2.o – Lapin teollinen kiertotalous. Viitattu 5.5.2021 <https://www.lappia.fi/hanke/ltk2-o-lapin-teollinen-kiertotalous/>.
- Luke 2019. Ruokahävikin mittaaminen ja hävikin vähennyskeinot ravitsemispalveluissa. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 49/2019. Viitattu 13.3.2021 [https://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/544459/luke-luobio\\_49\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/544459/luke-luobio_49_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Luke 2021a. Ruokahävikki ja ruokajärjestelmän kiertotalous. Viitattu 4.3.2021 <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/ruoka-ja-ravitsemus/ruokahavikki/>.
- Luke 2021b. Ruokahävikki ja ruokajärjestelmän kiertotalous. Pdf. [https://www.luke.fi/wp-content/uploads/2020/03/12487\\_Luonnonvarakeskus-Luke\\_web.pdf](https://www.luke.fi/wp-content/uploads/2020/03/12487_Luonnonvarakeskus-Luke_web.pdf).
- Luke 2021c. Suomen kansallinen hävikkitiekartta. Viitattu 4.3.2021 [https://www.luke.fi/ruokahavikkiseuranta/wp-content/uploads/sites/38/2021/01/Tiekartan-julkistamistilaisuus\\_190121\\_esitys\\_final.pdf](https://www.luke.fi/ruokahavikkiseuranta/wp-content/uploads/sites/38/2021/01/Tiekartan-julkistamistilaisuus_190121_esitys_final.pdf).
- Luosto.fi 2021. Kohti kestävä matkailua Pyhä-Luostolla. Viitattu 15.5.2021 <https://luosto.fi/luosto/luosto/sustainable-travel-in-luosto#>.

- Metropolia ammattikorkeakoulu 2021. Osallistamisesta osallisuuteen - hyviä käytäntöjä yhdessä kehittämien. Viitattu 8.3.2021 <https://blogit.metropolia.fi/hiilta-ja-ti-manttia/2019/10/04/osallistamisesta-osallisuuteen-hyvia-kaytanta-ja-yhdessa-kehittaan/>.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2020. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.–6. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Olio 2021a. Join the #1 free sharing app. Viitattu 11.5.2021 <https://olioex.com/>.
- Olio 2021b. Our story. Viitattu 11.5.2021 <https://olioex.com/about/our-story/>.
- Olio 2021c. What does “OLIO” mean? Viitattu 8.4.2021 <https://help.olioex.com/article/81-what-does-olio-mean>.
- Olioex.com 2021a. Olio-application in Finnish ski resorts. Simon. Sähköposti sara.vaajamo@edu.lapinamk.fi 9.2.2021–3.3.2021 Tulostettu 6.5.2021.
- Olioex.com 2021b. Sorry it didn't work out this time :(Olio's little helper. Sähköposti sirkka.juntunen@gmail.com 4.4.2021. Tulostettu 8.4.2021.
- Pathak, V., Jena, B. & Kaira, S. 2013. Qualitative Research. Perspectives in Clinical Research. July-September 2013. Vol 4, Issue 3, 192. DOI: 10.4103/2229-3485.115389. Viitattu 19.4.2021 <https://www.proquest.com/openview/69b6c78d849cd34fb324e69c998d26d8/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2035655>.
- Pyhän kyläyhdistys 2021. Viitattu 8.3.2021 <https://www.pyhankylayhdistys.fi/>.
- Pyhä.fi 2021. Vastuullisuusohjelma. Viitattu 28.2.2021 <https://pyha.fi/hihtokeskus/vastuullisuusohjelma>.
- ResQ Club 2021. Eat. Viitattu 8.3.2021 <https://www.resq-club.com/eat>.
- Riipi, I. 2021. Ruokahävikkiä vastaan OLION avulla. Sähköposti sara.vaajamo@edu.lapinamk.fi 22.3.2021. Tulostettu 2.5.2021.
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. KvaliMOTV. Viitattu 27.4.2021 [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_2\\_2.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_2.html).
- Silverman, D. 2013. Doing qualitative research. London: SAGE Publications Ltd.
- Sitra 2021. 39 vaikuttavaa kiertotalousratkaisua maailmalta. Viitattu 4.3.2021 <https://www.sitra.fi/artikkelit/39-vaikuttavaa-kiertotalousratkaisua-maailmalta>.
- Sitra 2020a. Kiertotalous muuttaa tapaamme omistaa, ja se on hyvä asia ympäristölle ja yrityksille. Viitattu 4.3.2021 <https://www.sitra.fi/uutiset/kiertotalous-muuttaa-tapaamme-omistaa-ja-se-on-hyva-asia-ymparistolle-ja-yrityksille/>.
- Sitra 2020b. Maailman ensimmäinen naapurien välinen ruoanjakamissovellus. Viitattu 4.3.2021 <https://www.sitra.fi/caset/maailman-ensimmainen-naapurien-valinen-ruoanjakamissovellus/>.
- Sitra 2018. Mitä nämä käsitteet tarkoittavat? Viitattu 4.3.2021 <https://www.sitra.fi/artikkelit/mita-nama-kasitteet-tarkoittavat/>.
- S-ryhmä 2021. Kiertotalous. Viitattu 14.5.2021 <https://s-ryhma.fi/vastuullisuus/ilmasto-ja-luonnonvarat/kiertotalous>.

- Telia 2021. Kuuluvuuskartta. Viitattu 9.3.2021 <https://www.telia.fi/asiakastuki/kuuluvuuskartta>.
- Tietoarkisto 2021. Kvalitatiivisen datan käsittely. Viitattu 28.4.2021 <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/aineistonhallinta/kvalitatiivisen-datan-kasittely/>.
- Turun yliopisto 2016. Yhteiskehittäminen: kaikki siitä puhuu, mutta mitä se on ja miten siinä onnistua? Uutinen 4.4.2016. Viitattu 20.2.2021 <https://www.utu.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/yhteiskehittaminen-kaikki-siita-puhuu-mutta-mita-se-on-ja-miten-siina>.
- Valtioneuvosto 2020. Jätelain uudistus etenee – erilliskeräyksen laajeneminen vauhdittaa kiertotaloutta. Tiedote 30.11.2020. Viitattu 13.3.2021 <https://valtioneuvosto.fi/-/1410903/jatelain-uudistus-etenee-erilliskerayksen-laajeneminen-vauhdittaa-kiertotaloutta>.
- Valtioneuvoston kanslia 2021. Mitä on kestävä kehitys? Viitattu 4.3.2021 <https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>.
- Vilkka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Juva: PS-kustannus.
- Visitory 2019/2020. Majoitustilastot ja matkailutilastot. Viitattu 28.2.2021 <https://visitory.io/fi/pyha-luosto/2019-01/2019-12/> ja <https://visitory.io/fi/pyha-luosto/2020-01/2020-12/>.
- Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja 20 työkalua. Talentum Media Oy.
- Ympäristöministeriö 2021a. Mitä on kestävä kehitys? Viitattu 4.3.2021 <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>.
- Ympäristöministeriö 2021b. Kiertotalouden strateginen ohjelma. Viitattu 6.5.2021 <https://ym.fi/kiertotalousohjelma>.
- Ympäristöministeriö 2021c. Valtioneuvoston periaatepäätös kiertotalouden strategisesta ohjelmasta. Viitattu 6.5.2021 <https://ym.fi/documents/1410903/42733297/Valtioneuvoston+periaatep%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s+8.4.2021+kiertotalouden+strategisesta+ohjelmasta.pdf/ae1e0d0-802f-b272-e424-50c9cd1c5f5e/Valtioneuvoston+periaatep%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s+8.4.2021+kiertotalouden+strategisesta+ohjelmasta.pdf?t=1617783970488>.



# Liitteet

- Liite 1. Sähköpostiviesti Pyhän toimijoille
- Liite 2. Ryhmähaastattelujen kysymykset
- Liite 3. Lapin Kansa 27.3.2021 Lappi puhuu -mielipidesivut
- Liite 4. Koti-Lappi 1.4.2021
- Liite 5. Lappilainen Digilehti 1.4.2021
- Liite 6. OLIO-posteri
- Liite 7. Toimeksiantajan LinkedIn-julkaisu 8.4.2021
- Liite 8. Somejulkaisu
- Liite 9. Jatkokehitysehdotukset

**Lite 1.** Sähköpostiviesti Pyhän toimijoille.

**OTSIKKO SÄHKÖPOSTIIN:** Tehdään Pyhästä entistä vastuullisempi, OLIO-mobiili-sovelluksella ruokahävikki vähenee!

Hyvä Pyhän toimija,

Olemme matkailun YAMK-opiskelijoita Lapin Ammattikorkeakoulusta ja suoritamme Tutkivan yhteiskehittämisen opintojaksoa. Toimeksiantomme on osa Lapin ammattikorkeakoulun EAKR-rahoitteista Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hanketta, jonka tavoitteena on Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen.

Valitsimme kehittämistehtäväksemme OLIO-sovelluksen tunnettuuden lisäämisen Pyhän matkailualueella. OLIO on maailmalla suosiotaan kasvattava digitaalinen alusta, jonka avulla käyttäjät voivat jakaa ylimääräiseksi jäänyttä ruokaa lähialueen muille käyttäjille ja näin vähentää ruokahävikkiä. Niin alueella majoittuvat matkailijat kuin paikallisetkin voivat ladata OLIO:n ilmaiseksi Android- ja iPhone-puhelimeensa. Emme edusta OLIOta virallisesti, vaan toimintamme perustuu vapaaehtoisuuteen.

Mökki- ja huoneistomajoittajat tuottavat ruokahävikkiä, usein varaamalla ruoka-aineita yli tarpeensa. Osa käyttämättömistä, mutta yhä syötäväksi kelpaavista ruoka-aineista päätyy loman loppuessa roskiin. Tähän ongelmaan haluaisimme löytää ratkaisun ja siihen pyytäisimmekin teiltä hieman apua markkinointiyhteistyön avulla. Tavoitteenamme on viestiä OLIOsta aktiivisesti Pyhän alueella kolmen viikon ajan (27.3.- 17.4.2021). Me tuotamme materiaalin, jota pyytäisimme teitä jakamaan sopivaksi katsomallanne tavalla esim. Facebook-sivuillanne tai muussa asiakkaanne tavoittavassa mediassa. Käytännön toteutusta suunnittelisimme mielellämme myös yhdessä. Kaikki ajatuksenne aiheeseen liittyen ovat arvokkaita.

Toivottavasti kiinnostuutte aiheesta ja haluatte tulla mukaan!

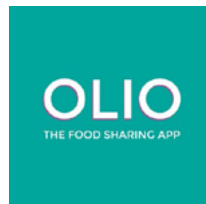
Odotamme vastaustanne mahdollisimman pian, viimeistään 8.3. mennessä, kiitos.

Ystävällisin terveisin,

Matkailualan osaamisen johtamisen YAMK-opiskelijat Sirkka, Netta, Tiina, Marika, Leenamaria, Katri, Petra ja Sara Lapin ammattikorkeakoulusta

Lisätietoa OLIOsta ja sovelluksen lataamisesta: <https://olioex.com/>.

Lisätietoa kiertotaloushankkeesta: <https://www.digipolis.fi/teollinenkiertotalous/blogi/kiertotalouskeskuksen-menestystarina-saa-arvoistaan-jatkoa>.



## **Liite 2.** Ryhmähaastattelujen kysymykset.

Haastattelukysymykset 21.4.2021 Pyhätunturi Oy ja Pyhän Kyläyhdistys ry haastateltavana

1. Oletteko kuulleet aikaisemmin Olio applikaatiosta?
2. Miten tätä voisi kehittää tai saada ruokahävikkiä vähemmäksi?
3. Jos Pyhältä lähtisi useampi taho mukaan olisiko tämän sovelluksen jatkokäyttö mahdollinen?
4. Mietimme, että saisiko Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijoiden kautta leviämään applikaatio?
5. Voisiko tästä sovelluksesta olla laajemmalle Lapin alueelle?
6. Ketkä olisivat niitä yhteistyökumppaneita, keiden kanssa voisi lähteä viemään tätä eteenpäin?
7. Olisiko hyvä kertoa applikaatiosta varausvahvistuksen yhteydessä?
8. Voiko kolmen viikon testijakson perusteella tietää toimiiko tämä? Miten kokeilisitte jatkoa?
9. Aiotteko jatkossa markkinoida tätä sovellusta vai oliko tämä tässä?
10. Oletteko käytettävissä meidän (Lapin ammattikorkeakoulun) tulevia töitä ja opiskelijoita varten? Oliko tämä yhteistyö hyvä idea?
11. Sopiiko teille, että teidän taho mainitaan meidän julkisessa julkaisussa?

Haastattelukysymykset 23.4.2021 Matkailuyhdistys Visit Pyhä-Luosto ry haastateltavana

1. Oletteko kuulleet OLIO-applikaatiosta aikaisemmin?
2. Oletteko kuulleet jostakin toisesta ruokahävikkiapplikaatiosta aikaisemmin?

Millainen yleinen vastaanotto oli teidän organisaatiossa Olio sovelluksesta? Miten tästä viestittiin organisaatiossa? Tuliko millaisia kommentteja? Asenteita? Ideoita?

4. Millaisia ajatuksia tämä teissä itsessä herätti? Näittekö positiivisena vai oliko ongelmaakohtia ennen kuin aloitettiin yleisesti aiheeseen tarttumaan?
5. Miten kampanja meni, saitteko palautetta mistä päin?
6. Miten ruokahävikin vähentämistä voisi kehittää, Oliota?
7. Voisiko syntyä laajempi yhteistyö, Pyhä-Luosto alueella?
8. Mitä mieltä olette printtimainoksista paikan päällä?
9. Onko kiinnostusta jatkaa tämän sovelluksen käyttöä?
10. Jos tulevaisuudessa tekisitte markkinointimateriaalia, kuka taho teillä sen tekisi?
11. Sopiiko teille, että teidän taho mainitaan meidän julkisessa julkaisussa?

# Tehdään Lapista ympäristöystävällisempi

**O**lemme toteuttamassa Lapin kiertotalousohjelmia selvittävää hankkeen toteuttamista. Osaava opintoja haluamme le-

vittää tietoisuutta muokattavasta OIJO-sovelluksesta, jonka avulla ruokahävikkiä voidaan vähentää. Esimerkiksi lomien aikana ja haasteisissa rajoituksien omaa ruokavaliota on säilytetty ja

ruokajätettä varten usein yli tarpeeksi.

OIJO on maailmalla suosittuun kasvatusta helpokäyttöinen, englanninkielinen sovellus, jonka avulla käyttäjät voivat ilmoittaa

ylimääriseksi jäljennettävää elintarvikkeesta ja vastaanottaa halukkuudesta pelattua sovellusta. Käyttäjät voivat valita paikan, kokuksella ja valita omistusta mukaisesti ilman lähtökantaa. Sovelluksella voi myös tarjota maapöytä ja matkailijoille itse tuotettuja tai valmistettuja lähtökantia.

Yhteistyökampanjoitsemme avulla kuhjattavien OIJO:n markkinoita eri vierasmaita byhän alueella 27.3.-15.4.2021. Omaa edusta OIJOta virallisesti, vaan vapaaehtoiset kampanjoitsemme on osa toimintaamme. OIJO:n voit ladata sovelluskaupasta (Google Play tai App Store), sevelusta voi käyttää omia vain ja myös kampanjoita järkeen.

Lisätietoja kampanjoista löytyy:

strikka.juntunen@veha.lapinmkt.fi ja OIJOsta <https://olajo.com/> sekä <https://www.olajo.fi/olajo/> maailman ensimmäinen kaupparein välineen ruokajätteen sovellus. Toimeksiantaja on osa EAKK-rahoitusta Lapin tiedon kiertotilous 1.0-hanketta, jonka tavoitteita on Lapin kiertotalousohjelman selvittäminen. Lisätietoja kiertotalousohjelmasta: <https://www.digipolku.fi/artikkelit/kiertotalousohjelman-keskeisyttarinnasa-avoitetaan-jotkut>.

**SIRKA JUNTUNEN, NETTA KUIVALAINEN, TINA KÄLA, MARIKA LUOKKALA, ESA MARJOMAA, LEBNAPARIA PÄÄKKÖNEN, KATRI RUOTSLAINEN JA PETRA TUOVINEN**  
 Harkkulan maaseutuopiston YAMK-opiskelijat



MAKSUTTOMAN OIJO-sovelluksen avulla voidaan vähentää ruokahävikkiä.

## Oikaisut

• Mielipidekirjoituksesta ”Tehdään Lapista ympäristöystävällisempi” puuttui yhden kirjoittajan nimi. Hän on Sara Vaajamo. Kirjoittajat ovat matkailun osaamisen johtamisen YAMK-opiskelijoita.

LK 30.3.2021

# Pyhällä neuvoa ruokahävikin vähentämiseen matkailussa

**Oma ruoanvalmistus lisääntynyt: Sovellus välittää ylijäämän.**

Matkailualan opiskelijat kampanjoivat Pyhäntunturilla huhtikuussa ruokahävikin vähentämiseksi matkailukeskuksessa ja seivittivät mahdollisuutta vaikuttaa siihen.

Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijaryhmä tekee Olio-sovelluksen liittyvää selvitystä Lapin kiertotaloustoimintaa vahvistavan hankkeen toimeksiantona.

Opiskelijat ovat huolestuneita matkailukeskuksissa syntyvän hävikin määräästä, mikä herätti heidät selvittämään mahdollisuuttaan vaikuttaa sen vähentämiseen.

Esimerkiksi lomamökeissä ja -huoneistoissa majoittuvien oma ruoanvalmistus on lisääntynyt ja ruoka-ainetta varataan usein yli tarpeen. Näin osa käyttämättömistä, mutta yhä syötäväksi kelpaavista

ruoka-aineista päätyy loman loppussa roskiin tai biojätteeksi. Tähän opiskelijaryhmä toivoi muutosta.

Ratkaisuksi he ehdottavat maksutonta, kuluttajien välistä OLIO-sovellusta, joka on tarkoitettu ruokahävikin vähentämiseen. Opiskelijat järjestävät sovelluksen markkinointikampanjan 27.3. - 17.4.2021 Pyhäntunturin alueella.

Kampanjan tavoitteena on lisätä sovelluksen tunnettavuutta ja herättää ihmisiä kiinnittämään huomi-

**Lomamökeillä kokatessa loman päättyessä, mutta toki muutenkin, jää helposti ruokaa yli. LAMK:n opiskelijat kertovat Pyhällä OLIO-sovelluksesta, jota yli jääneet ruokatarvat voi antaa helposti eteenpäin, eivätkä ne päädy roskiin.**



ota-arjessa ja lomailemalla syntyvän hävikin määrän vähentämiseen. Opiskelijat eivät edusta OLIO-sovellusta virallisesti, vaan vapaaehtoinen kampanjointi liittyy osaksi toimeksiantoa.

**Mikä ihmeen OLIO ja miten se auttaa hävikin määrän vähentämisessä?**

**Sirkka Juntunen** ammattikorkeakoululta kertoo, että OLIO on maailmalla suosittu kasvatava älypuhelimien ladattava helppokäyttöinen englanninkielinen sovellus, jota ei tunneta vielä Suomessa laajalti.

Sovelluksessa käyttäjät voivat ilmoittaa ylijääneistä elintarvikkeista ja vastaavasti halukkuudestaan pelastaa tällaiset tuotteet. Sovellus pääsee parhaiten oikeuksiinsa toisi-

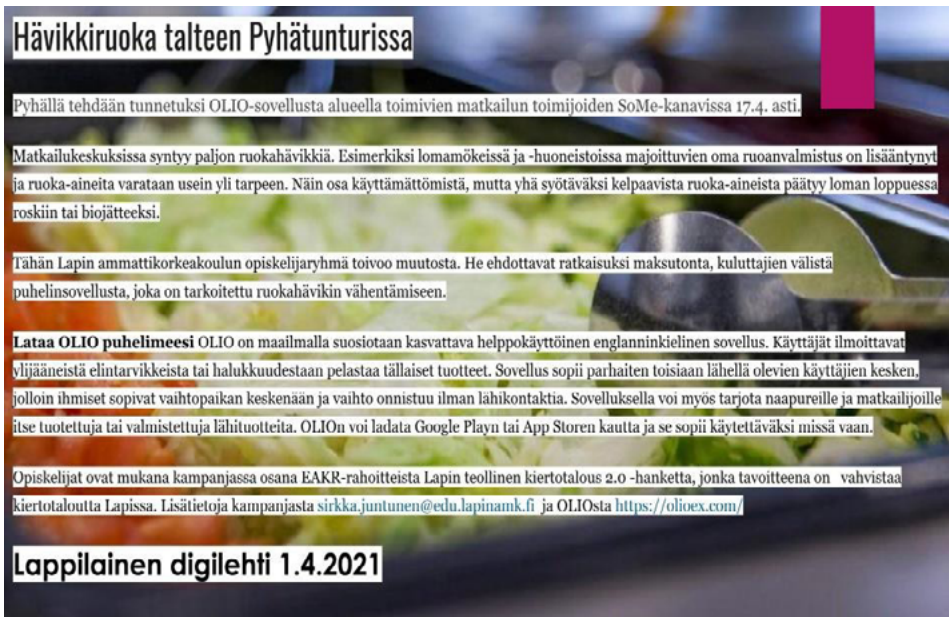
aan lähellä olevien käyttäjien kesken. Käyttäjät sopivat vaihtopaikan keskenään ja vaihto onnistuu mainiosti ilman lähiokontaktia. Sovelluksella voi myös tarjota naapureille ja matkailijoille itse tuotettuja tai valmistettuja lähtötuotteita.

Opiskelijat haastavat Pyhällä ja lähialueilla asuvia sekä lomailevia käyttäjiä yhdessä taisteluun ruokahävikin vastaan. OLIO-sovelluksen voi ladata Google Playn tai App Storen sovelluskaupasta. Sovellusta voi käyttää missä vain ja myös kampanjan jälkeen. – Tehdään Pyhästä ja koko Lapista entistäkin ympäristöystävällisempi, Sirkka Juntunen kannustaa OLIO:n käyttäjiin.

Toimeksianto on osa EU:n EAKR-rahoitteista Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hanketta, jonka tavoitteena on Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen.

**WWW**

■ Lisätietoja kampanjasta sirkka.juntunen@deku.lapinamk.fi ja OLIOsta <https://olioex.com/> sekä <https://www.sitra.fi/caset/maailman-ensimmäinen-naapurienvälinen-ruoanjakamissovellus/>.



## Hävikkiruoka talteen Pyhätunturissa

Pyhällä tehdään tunnetuksi OLIO-sovellusta alueella toimivien matkailun toimijoiden SoMe-kanavissa 17.4. asti.

Matkailukeskuksissa syntyy paljon ruokahävikkiä. Esimerkiksi lomamökeissä ja -huoneistoissa majoittuvien oma ruoanvalmistus on lisääntynyt ja ruoka-aineita varataan usein yli tarpeen. Näin osa käyttämättömistä, mutta yhä syötäväksi kelpaavista ruoka-aineista päätyy loman loppuessa roskiin tai biojätteeksi.

Tähän Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijaryhmä toivoo muutosta. He ehdottavat ratkaisuksi maksutonta, kuluttajien välistä puhelinsovellusta, joka on tarkoitettu ruokahävikin vähentämiseen.

**Lataa OLIO puhelimeesi** OLIO on maailmalla suosiotaan kasvattava helppokäyttöinen englanninkielinen sovellus. Käyttäjät ilmoittavat vlijääneistä elintarvikkeista tai halukkuudestaan pelastaa tällaiset tuotteet. Sovellus sopii parhaiten toisiaan lähellä olevien käyttäjien kesken, jolloin ihmiset sopivat vaihtopaikan keskenään ja vaihto onnistuu ilman lähikontaktia. Sovelluksella voi myös tarjota naapureille ja matkailijoille itse tuotettuja tai valmistettuja lähituotteita. OLION voi ladata Google Playn tai App Storen kautta ja se sopii käytettäväksi missä vaan.

Opiskelijat ovat mukana kampanjassa osana EAKR-rahoitteista Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hanketta, jonka tavoitteena on vahvistaa kiertotaloutta Lapissa. Lisätietoja kampanjasta sirkka.juntunen@edu.lapinamk.fi ja OLIOsta <https://olioex.com/>

### Lappilainen digilehti 1.4.2021

# Mikä ihmeen OLIO?

Tehdään Pyhästä ja koko Lapista entistäkin ympäristöystävällisempi

## OLIO avuksi ruokahävikkiä vastaan

OLIO on maailmalla suosiotaan kasvattava älypuheliiniin ladattava maksuton ja helppokäyttöinen, englanninkielinen sovellus, jonka avulla voit:

- ilmoittaa itselle ylijääneistä elintarvikkeista
- pelastaa naapurustosta ylimääräiseksi jääneitä elintarvikkeita
- tarjota naapureille ja matkailijoille itse tuotettuja tai valmistettuja lähituotteita.

OLIO-sovelluksen käyttö on helppoa. Sen voi ladata maksutta sovelluskaupasta (Google Play tai AppStore).



Rakastatko ruokaa, mutta vihaat hävikkiä?  
Ei hätää, OLIO auttaa!

# OLIO

SHARE MORE ♥ WASTE LESS

## Tule mukaan!

Lapin ammattikorkeakoulun opiskelijat haastavat Pyhän ja lähialueen ihmiset kiinnittämään huomiota arjessa ja lomaillessa syntyvän ruokahävikin vähentämiseen.

Ryhdy siis edelläkävijäksi ja ota OLIO käyttöön vähentääksesi ros kiin päätyvän ruoan ja biojätteen määrää. Kampanja pyörii 27.3.-17.4.2021, mutta sovelluksen käyttöä voi jatkaa missä vain, milloin vain.

### Kuka?

- Kampanjan taustalla Lapin ammattikorkeakoulun matkailun YAMK-opiskelijat

### Mitä?

- OLIO:n ilosanomaa levittämässä
- Lapin teollinen kiertotalous 2.0 -hankkeen toimeksiantona

### Miksi?

- Tunturin ruokahävikin vähentämiseksi
- Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistamiseksi

I ♥  
OLIO



Lisätietoja OLIOsta: [www.ollex.com](http://www.ollex.com)

POHJOISTA TEKOA

[www.lapinamk.fi](http://www.lapinamk.fi)

LAPIN AMK  
Lapland University of Applied Sciences



**Liite 7.** Toimeksiantajan LinkedIn- julkaisu 8.4.2021

Toimeksiantajan LinkedIn-julkaisu 8.4.2021

(liitteinä posterit ja linkit lehtiartikkeleihin)

\*Lapin AMK:n Matkailun osaamisen johtamisen YAMK-opiskelijaryhmä kutsuu testaamaan maksutonta OLIO-mobiilisovellusta ruokahävikin vähentämiseksi.

Sovelluksen avulla saa annettua itselleen tarpeettomat ruokatarvikkeet eteenpäin tai pelastettua muilta ylijääneitä elintarvikkeita parempiin suihin. Ryhdy siis sinäkin edelläkävijäksi ja ota OLIO käyttöön vähentääksesi roskeen määrää. Kampanja kohdennetaan Pyhänturin alueelle 27.3.-17.4.2021, mutta sovelluksen käyttöä voi jatkaa missä vain, milloin vain.

Tulehan mukaan kokeiluun ja lataa sovellus: <https://olioex.com/>\*

Toteutus kytkeytyy Lapland University of Applied Sciences:n, Digipolis.fi:n ja Ammattiopisto Lappia:n toteuttamaan Lapin teollinen kiertotalous 2.0-hankkeeseen (LTKT2.0, 2020-2023), kun sain mahdollisuuden tarjota YAMK-opiskelijoille kiertotalousteemaisen toimeksiannon opintojaksolla toteutettavaksi. Projekti on nyt edennyt pilotointivaiheeseen ja mukana ovat myös [#PyhäSkiResort](#) [#PyhäLuosto](#) [#Pyhäntäyhdistys](#) ja [#PyhäLuostonkansallispuisto](#).

[#kiertotalous](#) [#LapinAMK](#) [#LTKT](#) [#YAMK](#) [#TKIO](#) [#Lapinliitto](#) [#EAKR](#) [#Euroakehiin](#) [#resurssiviisaus](#) [#ruokahävikki](#)



**Liite 8.** Some-julkaisuja



## **Liite 9.** Jatkokehitysehdotukset

OLION viestintään liittyvät ehdotukset kohdealueella:

### **Ekovinkkinä maininta sovelluksesta jokaisen majoituksen tarjoajan tuleville majoittujille lähettämään ennakkoviestiin/-sähköpostiin (sis. keskusvaraamot, muut majoituksen tarjoajat sekä matkanjärjestäjät)**

+ Ennakkosiemen kylvettäisiin ajoissa, majoittujat osaisivat odottaa tällaisen sovelluksen olemassaoloa, voisivat tutustua rauhassa ja ladata ajoissa

+ Helppo lisätä tieto kirjeeseen kertaalleen

- Vaatii jonkun kyseisestä yrityksestä lisäämään sen
- Kaipaa silti vahvistusviestiä itse kohteessa loman aikana

### **Ekovinkkinä maininta sovelluksesta pyörimään huoneistojen info-TV- näyttöihin**

+ Sähköinen aineisto on nykyaikaa ja sitä on helppo päivittää

+ Tavoittaa mahdollisen käyttäjän siellä, missä ruokahävikkiä syntyy

- Aineiston tuottaminen yrityksen muuhun viestiin ja ilmeeseen sopivaksi vaatii resursseja

### **Videomateriaalia eri somekanaviin**

+ Nykyaikainen tapa viestiä, helppo keino tuoda jokin täysin uusi asia ihmisten tietoon ja näyttää miten se toimii

+ Mahdollisuus hyödyntää eri alojen opiskelijoiden osaamista

- Tuottamiseen tarvitaan resursseja, jotta jälki on muun viestinnän kanssa linjassa

### **Ekovinkkinä maininta sovelluksesta yritysten vastuullisuusohjelmaan tai muuhun kohteen ympäristöasioita esittelevään paikkaan**

+ Helppo lisätä ja päivittäminen on omissa käsissä

+ Kiinnittää vastuullisuutta arvostavan matkailijan huomion jo etukäteen

- Vaatii jonkun yrityksestä tekemään sen

### **Ekovinkkinä maininta sovelluksesta majoituskohteen huoneisto-/mökki- kansioon tms.**

- + Tieto on siellä, missä ruokahävikkiä syntyy
  - Malttavatko majoittajat vielä lukea ohjekansioita? Voisiko olla tarra jääkaapin tai kuivakaapin ovelle?
  - Printtimateriaalin tuottaminen, painatus ja paikoilleen vieminen vaativat resursseja. Se on myös osittain vanhanaikaista ja vaikeasti päivitettävää, mutta voisi tukea sähköistä viestintää

### **Ekovinkkinä mainos alueen ilmoitustauluilla (vrt. Aurora Alert -mainos)**

- + Näkyvyyttä matkailijoiden ja paikallisten suosimilla paikoilla
- + Helppo lähettää sähköisesti ja tulostaa suoraan paikan päällä
  - Valmis printtmainonta vaatii resursseja tuottamiseen, painattamiseen ja jakeluun

### **Ekovinkkinä maininta sovelluksesta QR-koodeineen hiihtohissin kuomussa tarrana**

- + Monella on hissimatalla aikaa lukea ja kännykät usein esillä
  - Teema voi tuntua irralliselta ajatukselta mäkipäivän lomassa tai olla sopimaton hiihtokeskuksen muuhun rinneviestintään nähden

### **Laajempi kehitystyö OLION tunnettuuden lisäämiseksi:**

Laajan OLIO-materiaalipankin kokoaminen

- + Löytyy helpommin eri kanaviin soveltuvaa sisältöä, mahdollistaa oikeanlaisen materiaalin oikeassa paikassa
- + Soveltuu paremmin nykyhetkeen ja esimerkiksi Pohjois-Suomen kohteisiin kuin OLION itse tuottama materiaali
- + Valmiille materiaalille löytyy helpommin jakajia, kuin uudelle materiaalille tuottajia
- + Perusmateriaalista voi valita ja muokata omaan tarkoitukseen parhaiten sopivan
  - Uuden materiaalin tuottaminen vaatii resursseja

## **Esitetään yhteistyötoimeksiannon mahdollisuutta muiden Lapin AMK:n koulutusohjelmien kanssa materiaalipankin luomiseksi**

+ Esim. heti syyslukukauden alkuun, jolloin materiaali voisi ehtiä jo talvikaudelle 2021-2022

- Koulun kesäloma-aika juuri alkamassa
- Valtakunnan laajuiset yhteistyö- ja viestintäverkostot

+ Vastuullisen matkailun edistämistä edustavat organisaatiot laajasti mukaan viestintään

+ Hanke-, yhdistys- ja opiskelijayhteistyö yli kunta- ja toimialarajojen  
Vaatii koordinointia ja tahon, joka jatkaa kehitystyön parissa

### **Ruokahävikin vähentämiseen liittyvät ehdotukset OLION rinnalle/sijasta:**

Yhteisöllinen jääkaappi tai ns. Herkkupesä, johon voi viedä itselle yli- määräiset elintarvikkeet loman päättyessä vähintään yhtä helposti kuin lähimpään jätekeräykseen. Toimisi parhaiten paikassa, jonka ympärillä on yhden majoituskohteen huoneistot (esim. Ski-Inn).

+ Helppous päästä elintarvikkeista eroon itselleen sopivalla hetkellä

- Vaatii tilan ja jonkun hoitamaan sitä
- Ei toimi hajallaan sijaitsevien mökkikohteiden osalta

**Jokin muu sovellus, joka on jo yleisessä käytössä. Esim. tutun kotimaisen ResQ Clubin kehitys palvelemaan myös kuluttajilta kuluttajille tulevien ruoka-aineiden osalta maksutta**

+ Tuttuus, paljon käyttäjiä valmiiksi

- Vaatii kehitystyötä, onko edes intressejä?



**LTKT2.0 – Lapin teollinen kiertotalous 2.0** – Lapin kiertotaloustoiminnan vahvistaminen -hanke pyrkii löytämään uusia väyliä toteuttaa kiertotaloutta Lapin alueella. Ruokahävikki ja biojätteiden määrä on yksi nykypäivän haasteista, johon etsitään ratkaisua kansallisella ja kansainvälisellä tasolla. Lapin aluetta tarkasteltaessa on havaittu myös kehitystarpeita biojätteiden kierrätysasteen nostamiseksi.

Julkaisuun on koottu YAMK-opiskelijoiden ”Tutkivan yhteiskehittämisen” -opintojaksolla toteuttaman ”Case: OLIO”n toimenpiteet ja tulokset. Kehittämistehtävässä on hyödynnetty tutkivan yhteiskehittämisen periaatteita ja julkaisusta voi saada ideoita myös uusien vastaavan tyyppisten kiertotaloutta edistävien kehittämisprojektien toteutukseen. Projektin lopputuotos on erinomainen esimerkki TKI- & koulutusyhteistyön tarjoamista mahdollisuuksista ja näin ollen haluamme myös tämän hyvän kokemuksen jakaa muillekin luettavaksi. Julkaisu pohjautuu työryhmän kirjoittamaan opintojakson loppuraporttiin.



**LAPIN AMK**  
Lapland University of Applied Sciences

[www.lapinamk.fi](http://www.lapinamk.fi)

ISBN 978-952-316-406-2