

Lähiuokaa kannattavasti ja kestävästi kauppaan ja kuluttajille -työpaja 28.10.2021

Hämäläinen lähiuokadialogi - Lähiuokaa kestävästi kauppaan ja kuluttajalle –
hankkeen toimintaa

HAMK | Bio
HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU | RESEARCH UNIT
HÄME UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

VTT

**Kauppa
valmennus**

 Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Sisältö

Hankkeen esittely

Työpajan tavoite

Mitä työpajan jälkeen

Liitteenä:

Projektin alustavat tulokset

- kauppa- ja tuottajahaastattelut

- kuluttajakysely



Hankkeen esittely

Hämäläinen lähiruokadialogi - Lähiruokaa kestävästi kauppaan ja kuluttajalle –hanke

- Käytännönläheisiä paikallisia ratkaisuja lähiruuan saatavuuden parantamiseen
- Keskitytään lähiruokatuottaja-vähittäiskauppa-kuluttaja arvoketjun yhteistyön rakentamiseen, logistisiin ratkaisuihin sekä kannattavaan liiketoimintaan.
- Alueena Kanta- ja Päijät-Häme
- Toteutetaan ajalla 1.1.2021-31.12.2022
- Hanke toteuttaa Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmaa 2014-2020 ja sitä rahoittaa Hämeen ELY-keskus
- Toteuttajina ovat Hämeen ammattikorkeakoulu, Teknologian tutkimuskeskus VTT Oy sekä Kauppavalmennus Oy

Tavoitteet ja toimenpiteet

Kolme työpakettia

1. Lähiruokajärjestelmän arvoketjun haasteiden kartoitus

- Kuluttajakysely 500:lle kanta- ja päijäthämäläisille kuluttajille, kevät 2021
 - Lähiruokakuluttajaprofiilien luominen
 - Edelläkävijäkuluttajien identifiointi ja löytäminen yhteiskehittelyyn (2.työpakettin kuluttajainnovointipaja)
- Haastattelut ja havainnoinnit, kevät 2021
 - Lähiruokatoimijoiden ja kauppojen näkökulmien kartoitus sekä yhteistyötä haittaavien haasteiden löytäminen
 - Keskitytään tilaus-toimitusprosessien rajapintoihin
- Työpaja yrittäjille ja kauppoille, loka 2021
 - Dialogi toimijoiden välillä yhteisen tietämyksen lisäämiseksi
 - Yhteisten tavoitteiden asettaminen

2. Uusien toimintamallien innovointi ja ketterät pienet kokeilut lähiruoan saamiseksi kauppaan ja kuluttajille

- Kuluttajainnovointipaja yhdessä arvoketjun eri toimijoiden kanssa
 - 28.10. valittujen teemojen/haasteiden työstämistä
 - Palvelukonseptien kehittämistä kauppoille
 - Opiskelijatöitä
- Ketteriä pieniä kokeiluja
- Ryhmäkeskustelut
 - Koko arvoketjun dialogeja ryhmissä ratkaisujen löytämiseksi ja luomiseksi

3. Projektin hallinta ja viestintä

- Projektin toteuttaminen, sidosryhmäyhteistyö, viestintä, julkaisut
 - www.hamk.fi/lahiruokadialogi ja tänne kerättävät materiaalit
 - viestinnässä #lähiruokadialogi -tunniste

Yhteyshenkilöt

Hankkeen nettisivu: www.hamk.fi/lähiruokadialogi

Sanna Lento

Projektipäällikkö

Puh. 040-5096443

Sanna.Lento@hamk.fi

Hämeen ammattikorkeakoulu,
Biotalousosaamisen yksikkö

Anu Seisto

Tutkimustiimin vetäjä

Puh. 040-5471609

Anu.Seisto@vtt.fi

Teknologian tutkimuskeskus VTT Oy,
Consumer research

Juha Ketola

Toimitusjohtaja

Puh. 040-5748769

Juha.Ketola@kauppavalmennus.com

Kauppavalmennus Oy

Työpajan tavoite

- Miten ja millaisin keinoin tehostamme arvoketjua tuottajan ja kaupan välillä?
- Miten parannamme yhteistyötä niin, että molemmat osapuolet sekä asiakkaat hyötyvät?
- Miten varmistumme siitä, että kuluttajat löytävät ja tunnistavat haluamansa paikalliset tuotteet kaupasta?

 yhteinen tavoitetila paikallisten lähiruokamarkkinoiden kehittämiseksi

Mitä työpajan jälkeen tapahtuu?

- Valittuja kehittämiskohteita työstetään eteenpäin
 - Kuluttajainnovaatiotyöpajassa
 - Yhdessä kuluttajien kanssa, ti 16.11. klo 17-20 Hämeenlinnassa.
 - Tähän pyrimme saamaan mukaan ns. edelläkävijäkuluttajat, jotka kyselymme mukaan suhtautuvat positiivisesti ja innovatiivisesti lähiruokaan ja jo ostavat niitä.
 - Tänne tarvitsemme muutaman lähiruokatuottajan sekä kauppiaan kuluttajien avuksi. Voit vastata halukkuudestasi osallistua tähän työpajan jälkeen.
 - Ketterinä pieninä kokeiluina muutamissa kaupoissa
 - Yhdessä muutamien tuottajien ja/tai kauppojen kanssa, jos se on mahdollista pienenä kokeiluna.
 - Lopulliset yhteenvedot toimenpiteistä ja tuloksista kirjataan kaikkien saataville

Liitteenä: Projektin alustavat tulokset

Yhteenvetoa Kauppiaa-tuottajahaastatteluista

Kuluttajakyselyn tuloksia kanta- ja päijäthämäläisille kuluttajille

Kuluttajille annettiin selvennys, mitä tässä hankkeessa lähiruoalla tarkoitetaan: ”Kyselyssä lähiruoalla/lähiuokatuotteella tarkoitetaan Kanta- ja Päijät-Hämeen alueella tuotettuja tai jalostettuja tuotteita, joiden päämarkkinat ovat ko.alueella.”



Kauppias- ja tuottajahaastattelut

Keväällä 2021

Haastatteluiden tarkoituksena oli nostaa esille lähiruoan saatavuutta hidastavat esteet kauppojen ja lähiruokatuottajien yhteistyössä.

Haastatteluissa keskityttiin tilaus-toimitusprosessien toimivuuteen ja parannusehdotuksiin.

Kauppias- tuottajahaastatteluiden yhteiset kysymykset olivat:

Vastauksia ja teemoja käytetään tämän työpajan taustatietoina.

- Mitä hankaluuksia tai erityisen hyviä kokemuksia teillä on kaupan/lähituottajien yhteistyöstä?
 - Tilaukset
 - Myyntierät
 - Toimitusrytmi
 - Logistiikka
 - Oikea valikoima kaupassa
 - Hävikki
 - Tuotepuutteet
 - Reklamointi tai muut hyvitykset
 - Laskutus
 - Tuotteiden laatu
- Mitä haluaisit parantaa entisestään?

Yleistä havaintoja kauppa-tuottajahaastatteluista

- Haastattelut ovat toimijoiden mielipiteitä, ja mielikuvia, eivät välttämättä koko totuus.
- Kaikilla tuottajilla ei ole samoja ongelmia. Osa ei pidä lainkaan ongelmia asioita, joita toiset pitävät pahoina ongelmia. Tilanne vaihtelee myös osastoittain: joillakin osastoilla on etu toimia tavoilla, joka toisilla osastoilla olisi tehotonta.
- Havaintoja
 - Lähellä tuotettu ruoka nopeuttaa tuotanto-toimitusväliä ja näin tuotteet ovat tuoreempina kaupoissa. Erityisesti tuoretuotteet.
 - Tulevista tilauksista olisi ennusteita, mutta niitä ei saada tai käytetä → johtaa tehottomaan toimintaan tuottajapäässä.
 - Logistiikka hoidetaan pääosin itse ja se on kallista, kun toimitetaan pieniä määriä kerrallaan moniin paikkoihin. Yhteistyötä ei juuri ole. Kaupat toivovat joustavuutta ja pienien erien tilausmahdollisuutta, koska tuotteiden tulee mahtua myyntihyllyihin.
 - Toimitusketjun vaiheiden automaatiota on liian vähän, manuaalista työtä liian paljon sekä kaupoissa että tuottajilla. Myös tuottajat tiedostavat tämän, mutta eivät tiedä mitä voisivat tehdä, tai eivät halua tehostaa toimintaansa.
 - Manuaalinen työ nostaa hintoja, joka vaikeuttaa työtä kaupoissa
 - Tilausten optimointi on iso ongelma. Nykyistä tasoa pidetään hyvänä, vaikka taso voi olla oikeasti huono. Tällä hetkellä kauppojen tilausmäärät ovat usein fiilispohjaiset.
 - Tuottajien ammattimaista toimintaa tarvitaan lisää, erityisesti myyntiin ja tuotteistamiseen. Miten tämä onnistuisi yhteistyössä kaupan kanssa paremmin?
 - Pienen, ammattimaisesti toimivan tuottajan kanssa on mahdollista tehdä nopeastikin uusia tuotteita asiakaskysynnän mukaan.
 - Tasapainoilu saatavuuden, valikoiman ja hävikin kanssa aiheuttaa

Tärkeimmät nostot kehittämisen kohdista, lisää näistä työpajassa

	B-B-asiakkuuden parantaminen	Tilausmäärien hallinta	Tunnistettavuus ja löydettävyys kaupoissa	Kannattava liiketoiminta	Paikallisten tuotteiden valikoima	Hävikin hallinta	Muu asia – mikä?
ASIAKAS		Tuotteita aina saatavilla.	Löydettävyys, tunnistettavuus ja tieto koska kaupoissa. Tietoa tuottajista ja tuotantotavoista.	Lähiruoan hinta. Tuotteita arkiruokailuun. Opastusta käyttöön.	Tuotevalikoiman laajentaminen. Tuotteita eri kokosiin kauppoihin.		
KAUPPIAS	Tilaamisen tehokkuus. Joustava toimitusrytmi. Toimitusvarmuus.	Myyntierien joustavuus, myös pienten erien toimitus.	Lähituotteiden brändäämistä.	Hinnoittelu. Tuotteita asiakas-kysyntään.	Tuotteiden myynnin lisäämistä kaupoille. Ammattimainen toiminta. Prosessien kehittäminen.	”Hävikkiä ei juuri tule”	
TUOTTAJA	Toimituspäivistä sopiminen. Kaupan järjestelmien avaaminen. Vuoropuhelun lisääminen.	Vastuuta tilausmääristä. Tiedonsaanti myynti-, hävikki- ja tuotepuutteista.	Sijoittelu, esillepano, sesonkiajattelu, paikallisuuden esiintuominen. Tuote-esittelyt, omat markkinointimahdollisuudet. Verkkokauppa.	Katteen parantaminen. Laajentuminen useampaan kauppaan.	Kokeilumahdollisuudet toimituspäivistä ja – ajoista ja uusista tuotteista. Tietoa missä kaupoissa tuotteet myynnissä, menekistä ja asiakas-/kaupan palautetta.	Osastovastaavien kanssa yhteistyötä; tietoa tuotteista, käsittelystä, tilausmääristä ja hävikistä. Halu hävikin pienentämiseen.	

Lisää alatunniste

Lähiruokaan suhtautuminen ja sen hankinta nyt ja tulevaisuudessa

- Kysely toteutettiin keväällä 2021
- Kyselyn kohderyhmä Kanta- ja Päijät-Hämeen alueella asuvat 18+ vuotiaat kuluttajat
- Kyselyn sisältö
 - Lähiruuan kulutus ja ostaminen tällä hetkellä
 - Mielikuva lähiruusta
 - Mistä saa tietoa lähiruokatuotteista ja niiden saatavuudesta
 - Kuinka suuri osa kotitalouden elintarvikkeista lähiruokatuotteita
 - Millaisia hämäläisiä lähiruokatuotteita ostaa ja milloin
 - Lähiruuan kulutus tulevaisuudessa
- Otos 500 vastaajaa



Kuluttajakysely

Kyselytutkimus kanta- ja päijäthämäläisille kuluttajille

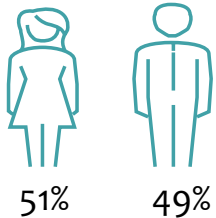
Kuva: Pixabay

Lähirookakyselyn vastaajat

Kyselytutkimus kanta- ja päijäthämäläisille kuluttajille

Vastaajien taustatiedot

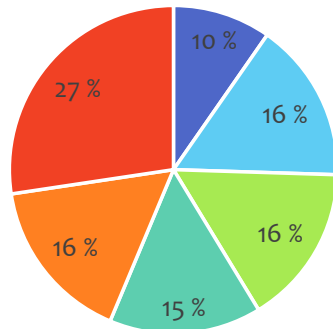
500 vastaajaa



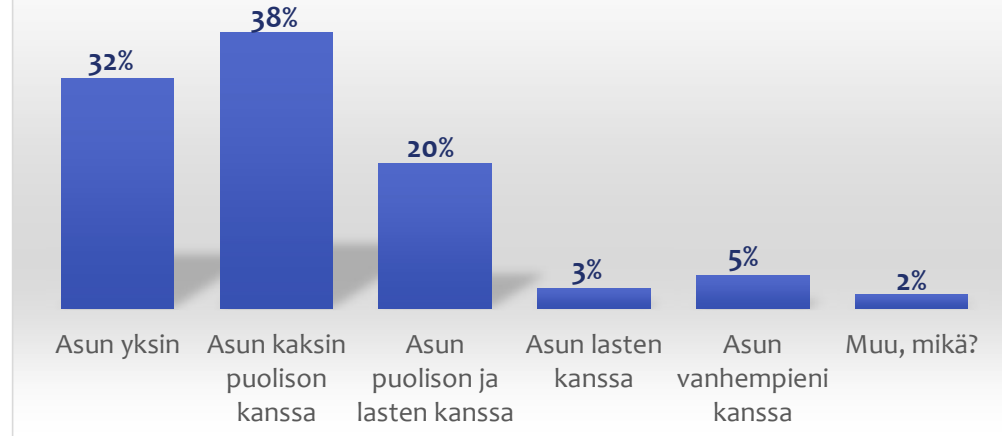
Kanta-Häme	Päijät-Häme
Naisia 42%	Naisia 58%
Miehiä 44%	Miehiä 56%
Yhteensä 43%	Yhteensä 57%

Vastaajien ikäjakauma

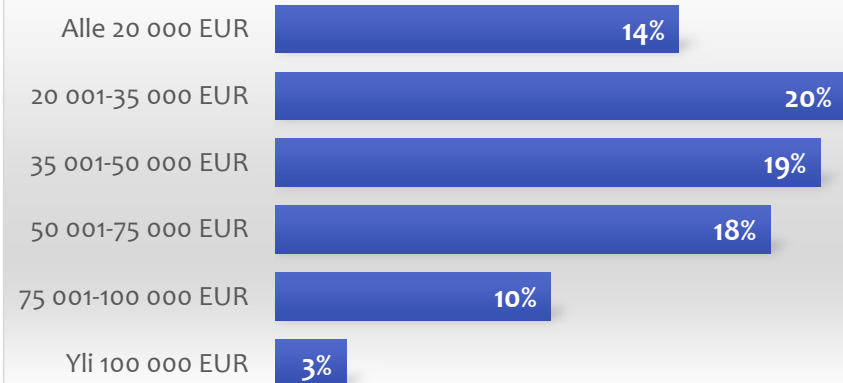
- 18-24 vuotta
- 25-34 vuotta
- 35-44 vuotta
- 45-54 vuotta
- 55-64 vuotta
- 65+ vuotta



Kotitalouden koko



Kotitalouden vuositulot (brutto)





Lähirookaan suhtautuminen

Miten seuraavat väittämät vastaavat mielikuvaasi lähirooasta?
(Asteikko 1 - 7, jossa 7=täysin samaa mieltä, 1=täysin eri mieltä)

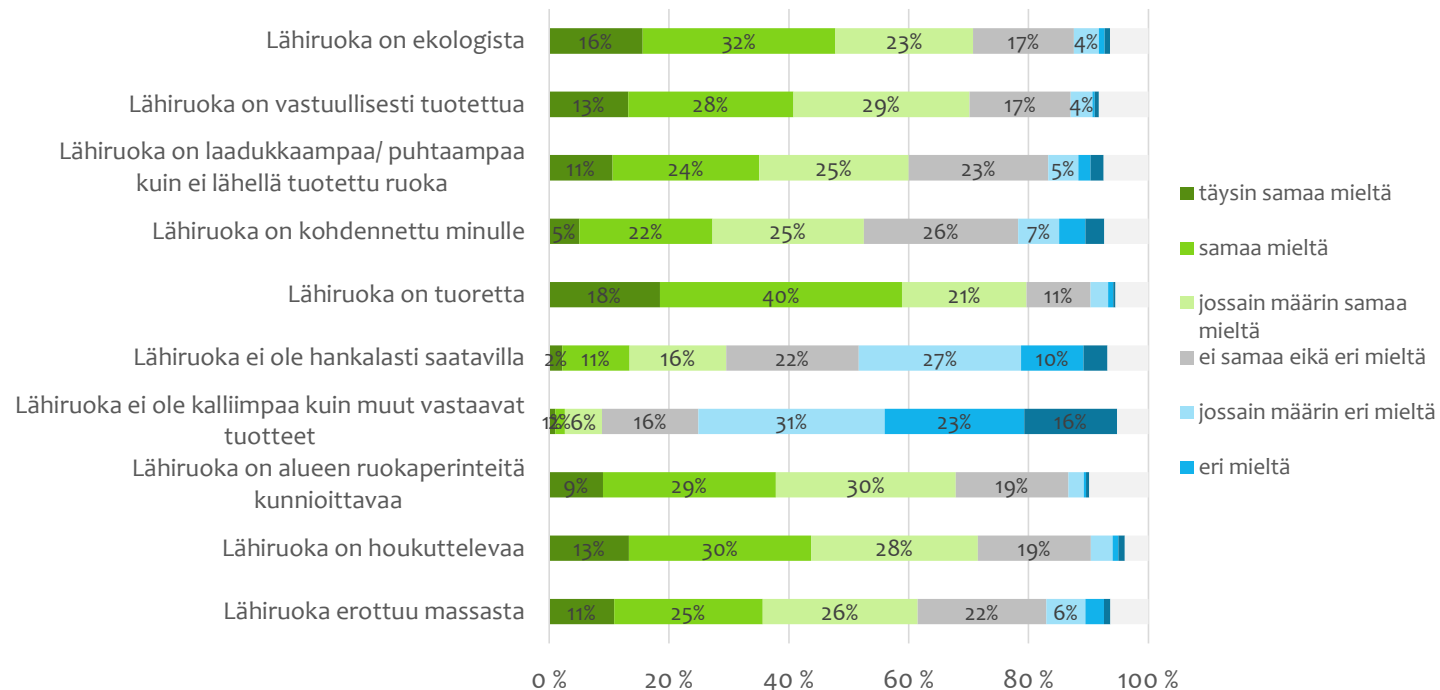
- Lähirooka on ekologista
- Lähirooka on vastuullisesti tuotettua
- Lähirooka on laadukkaampaa/puhtaampaa kuin ei lähellä tuotettu ruoka
- Lähirooka on kohdennettu minulle
- Lähirooka on tuoretta
- Lähirooka on hankalasti saatavilla
- Lähirooka on kalliimpaa kuin muut vastaavat tuotteet
- Lähirooka on alueen ruokaperinteitä kunnioittavaa
- Lähirooka on houkuttelevaa
- Lähirooka erottuu massasta

Mielikuva lähiruosta

Suhtautuminen lähiruokaan	Määrä
Positiivinen	246 (49 %)
Neutraali	225 (45 %)
Negatiivinen	14 (3 %)
Eos	13 (3 %)

- Suurin osa vastaajista suhtautui lähiruokaan positiivisesti
- Lähiruulla koetaan olevan paljon positiivisia ominaisuuksia mm. tuoreus, ekologisuus, vastuullisuus
- Lähiruoka koettiin myös houkuttelevaksi
- Lähiruuan hinta koettiin korkeammaksi kuin vastaavien tuotteiden hinta
- Lähiruuan koettiin olevan myös hankalasti saatavilla

Miten seuraavat väittämät vastaavat mielikuvaasi lähiruosta?



positiiviset ka > 4.9, neutraalit ka > 3.2



Lähiruuan ostaminen ja merkitys

Tällä hetkellä sekä tulevaisuudessa

Kysymykset:

- Kuinka suuri osa kotitaloutesi elintarvikkeista on lähiruokatuotteita?
- Mistä ja kuinka usein ostat hämäläisiä lähiruokatuotteita?
- Mitkä ovat tärkeimmät syyt, miksi ostat tai ostaisit lähiruokatuotteita?
- Millaiset asiat koet tällä hetkellä esteeksi ostaaksesi lähiruokatuotteita ruokakaupastasi?
- Miten koet, että lähiruuan merkitys ja saatavuus tulevat muuttumaan tulevaisuudessa? Kuinka samaa tai eri mieltä olet seuraavien väittämien kanssa?
- Mistä mieluiten ostaisit hämäläisiä lähiruokatuotteita tulevaisuudessa?

Lähiruoan ostaminen nyt

Kuinka paljon lähiruokaa ostetaan:

- 1,5 % ostaa pääasiassa vain lähialueella tuotettuja elintarvikkeita ja raaka-aineita
- 23,5% pyrkii ostamaan mahdollisimman paljon lähiruokatuotteita
- 42,2% ostaa silloin tällöin lähiruokatuotteita
- 23% ei tietoisesti osta lähiruokatuotteita
- 9,8% ei osaa sanoa

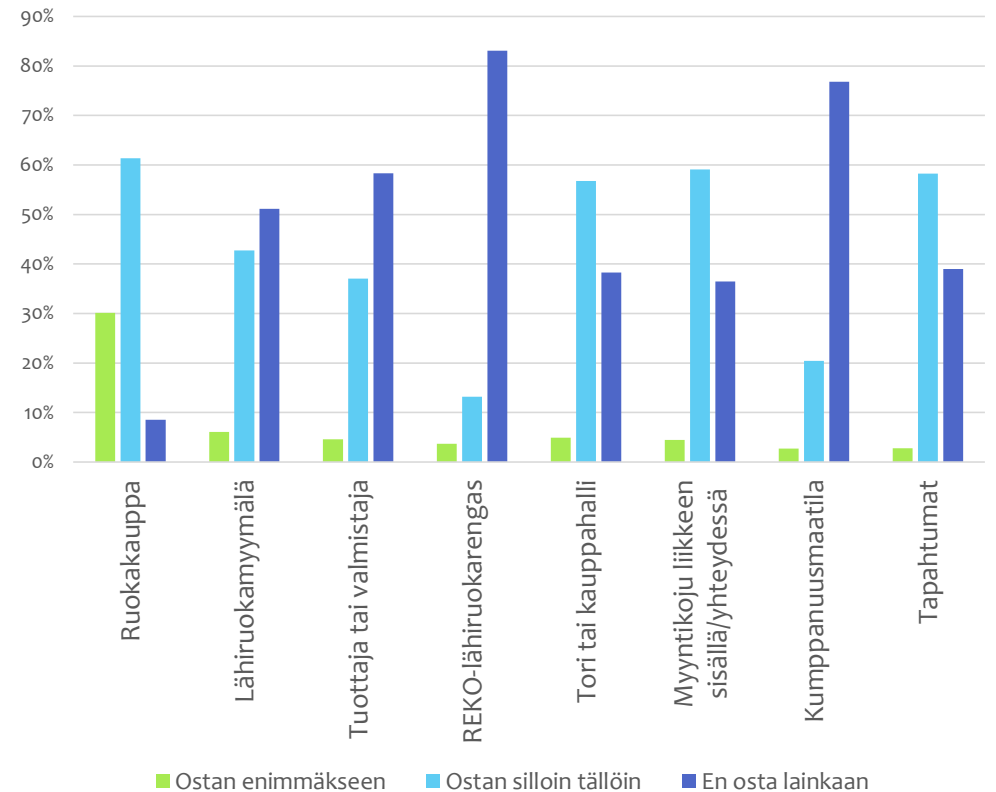
Mitkä ovat tärkeimmät syyt miksi ostat tai ostaisit lähiruokatuotteita?

- Ostamalla lähiruokaa tuen paikallisia yrittäjiä (65%)
- Ostamalla lähiruokaa tiedän ostavani kotimaista ruokaa (48%)
- Tuote on saatavilla ruokakaupasta, jossa pääasiallisesti asioin (33%)
- Lähiruoka on korkealaatuista (25%)
- Haluan ostaa ruoan suoraan tuottajalta tai valmistajalta (17%)

Millaiset asiat koet tällä hetkellä esteeksi ostaaksesi lähiruokatuotteita ruokakaupastasi?

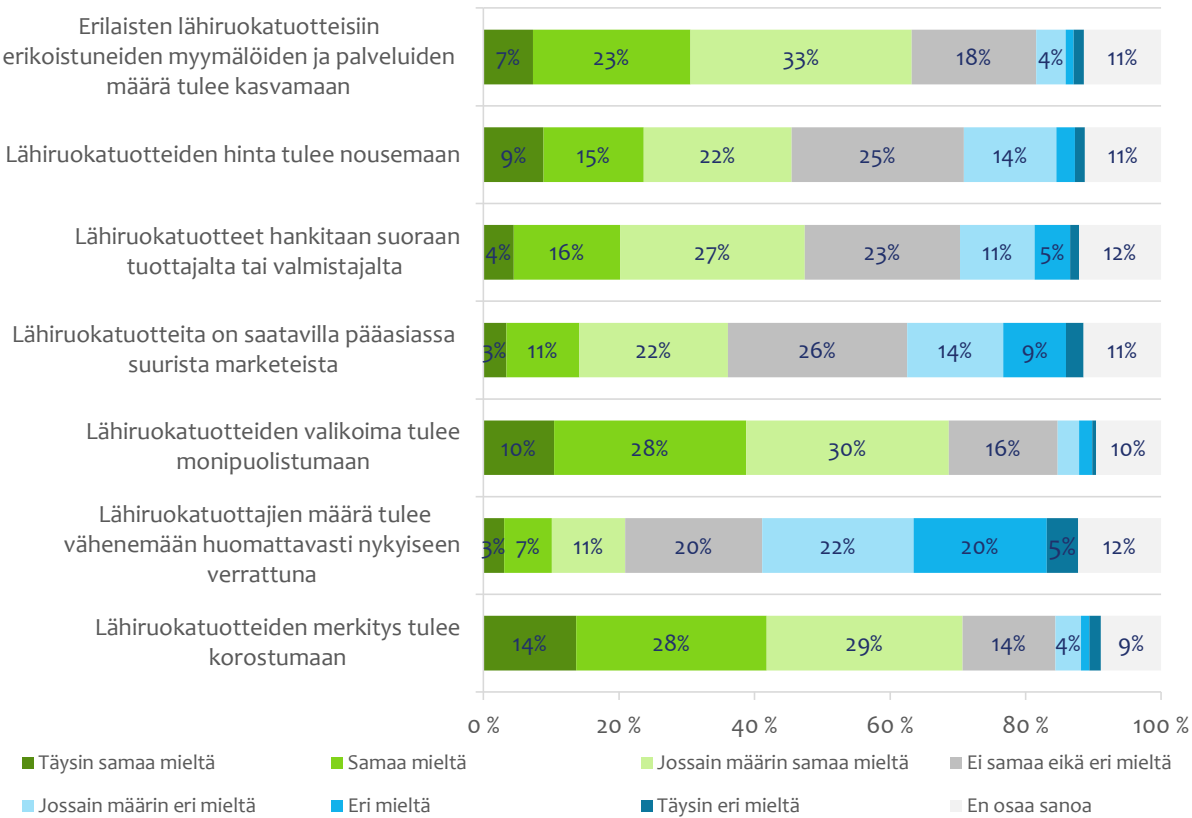
- Tuotteet ovat muihin tuotteisiin verrattuna kalliita (49%)
- Tuotevalikoima on rajallinen (45%)
- En erota lähiruokatuotteita muusta kaupan valikoimasta (27%)
- En tunne lähiruokatuotteita (22%)

Mistä ja kuinka usein ostat hämäläisiä lähiruokatuotteita?



Lähirooka tulevaisuudessa

Miten lähirooan merkitys ja saatavuus tulevat muuttumaan tulevaisuudessa?



Mistä mieluiten ostaisit hämäläisiä lähirookatuotteita tulevaisuudessa?

