

MAASTA MARKKINOILLE

Dnro 821/3514-2002
Hankenumero 5960

Ulla Lehtinen
Arto Koivisto

Kaisa Tikka
Margit Torkko



SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO	3
2 VIHANNESTEN VILJELY JA KULUTUS SUOMESSA	4
3 VIHANNESTEN VILJELY JA KAUPPAAN LIITTYVÄT ONGELMAT POHJOIS-POHJANMAALLA	8
3.1. Viljelijähaastattelut	8
3.2 Saatuisten vastauksien yhteenveto	9
4 VIHANNESTEN KYSYNTÄ OULUN ALUEELLA	12
5 JOHTOPÄÄTELMÄ SELVITYKSISTÄ: KYSYNNÄN JA TARJONNAN KOHTAAMINEN	14
6 YHTEISTYÖN JA JAKELUN MALLEJA	15
6.1 Perunantuotanto Tyrnävän alueella	15
6.2 Luomu Botnia	15
6.3 Itä-Suomen tuoreverkko Oy	16
7 JOHTOPÄÄTELMÄT JA KEHITTÄMISTARPEITA	18
8 KUSTANNUKSET	19
LÄHTEET	20

1 JOHDANTO

Maasta markkinoille projekti, esiselvitys maataloustuotteiden toimitusketjun kehittämiseksi, toteutettiin Oulun yliopiston tuotantotalouden yksikössä 15.9.2002–31.1.2003. Esiselvitys toteutettiin Pohjois-Pohjanmaan maaseutuosaston myöntämällä Alueellisen maatalousohjelman (ALMA) rahoituksella.

Esiselvityksen yleistavoitteet olivat:

- Kartoittaa ruokaperunan ja kasvien (myös luomuviljeltyjen) nykyisten toimitusketjujen rakenne.
- Selvittää nykyinen informaation kulku asiakkailta tuottajille.
- Määrittää tärkeimmät kehityskohteet.

Esiselvityksessä kartoitettiin erityisesti avomaavihannesten viljelyn laajuutta Pohjois-Pohjanmaalla sekä paikallista kysyntää. Tarkastelu keskittyi seuraaviin vihanneksiin: ruokaperuna, valkokaali, parsakaali, porkkana, sipuli ja lanttu.

Selvitys toteutettiin haastatteleamalla puhelimitse viljelijöitä, maataloussihteereitä ja maaseutuasiamiehiä. Toisaalta haastateltiin Oulun alueella vihanneksia ostavia asiakkaita eli ravintoloita, keskusliikkeitä ja suurkeittiöitä. Otantaan valittiin 10 yritystä. Tilastojen avulla selvitettiin vihannesten kokonaiskysyntää Suomessa. Lisäksi tutustuttiin kolmen tuottaja/välittäjäyhteyden toimintaan.

Hankkeen ohjauksesta vastasi prof. Ulla Lehtinen. Suunnittelija Kaisa Tikka haastatteli puhelimitse viljelijöitä. Assistentti, DI Arto Koivisto haastatteli asiakasryhmiä. DI Margit Torkko tutustui tilastoihin, tehtiin tutkimuksiin ja työstä loppuraportin yhdessä Ulla Lehtisen kanssa. Ulla Lehtinen ja Arto Koivisto kävivät lisäksi tutustumassa kahteen Suomessa toimivaan vihannesten välittäjäorganisaatioon.

2 VIHANNESTEN VILJELY JA KULUTUS SUOMESSA

Tilastotietojen perusteella selvitetiin tutkimukseen valittujen avomaavihannesten viljely- ja kulutustietoja. Lisäksi taulukoissa on esitetty myös tietoja ruokaperunan viljelystä.

Vuonna 2001 viljeltiin Suomessa taulukon 1 mukaisesti selvityksessä mukana olleita vihanneksia avomaalla. Tarkastelevana olevista vihanneksista suurin viljelyala on porkkanalla. Ruokasipulia taas viljellään useimmassa yrityksessä.

Taulukko 1. Vihannesviljely avomaalla 2001 (TIKE).

Kasvi	Yritysten määrä, kpl	Viljelyala, ha	Sato, 1 000 kg
Porkkana	914	1 548	58 310
Lanttu	417	403	11 918
Ruokasipuli	1 111	988	16 468
Valkokaali	378	583	17 705
Punakaali	79	30	790
Parsakaali	228	235	1 150
Peruna	26 418	30 000	732 800

Kasvihuoneessa tarkasteltavista vihanneksista viljeltiin valkokaalia, porkkanaa ja sipulia taulukossa 2 esitetyt määrät.

Taulukko 2. Vihannesten tuotanto kasvihuoneessa 2001 (TIKE).

Kasvi	Yritysten määrä, kpl	Viljelyala *, 1 000 m ²	Sato, 1 000 kg
Porkkana	91	176,0	462
Ruokasipuli	72	80,2	143
Valkokaali	25	31,3	80

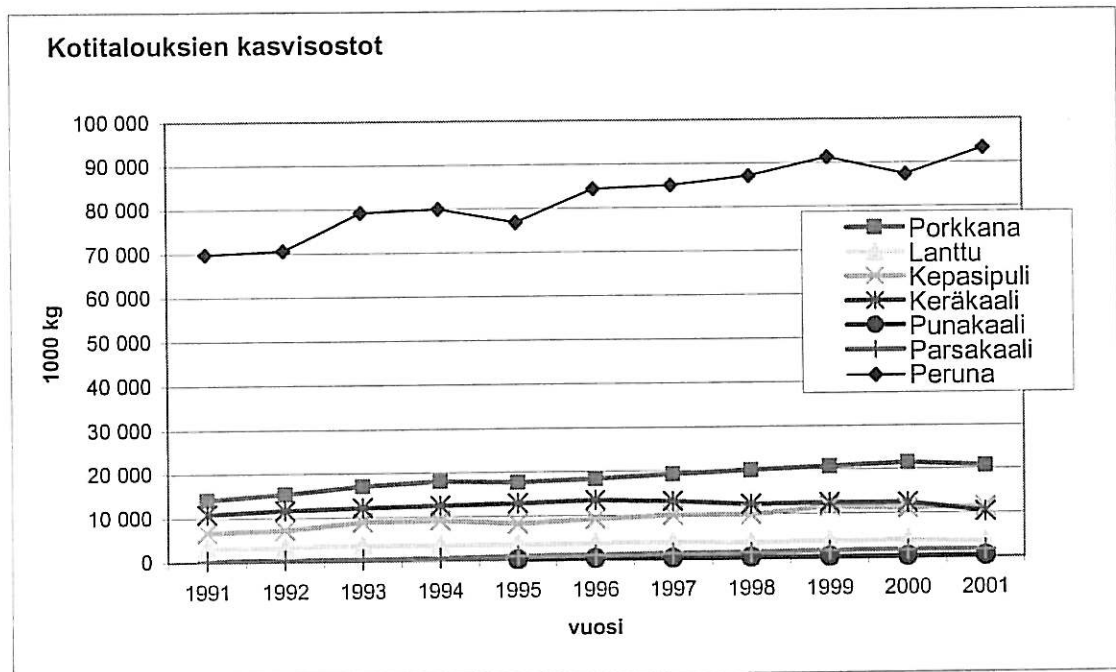
*) Istutuskertojen yhteenlaskettu pinta-ala

Pohjois-Pohjanmaan TE-keskuksen alueella viljeltiin taulukon 3 mukaisesti vuonna 2001 tarkastelevana olevista vihanneksista eniten porkkanaa, ruokasipulia ja valkokaalia.

Taulukko 3. Vihannesviljely avomaalla Pohjois-Pohjanmaan TE-keskuksen alueella (Puutarha yritysrekisteri 2001, MMM:n tietopalvelukeskus 2001).

Kasvi	Yritysten määrä, kpl	Pinta-ala, ha	Sato, 1 000 kg
Porkkana	42	54,76	1659,1
Lanttu	7	19,04	334,7
Ruokasipuli	33	30,18	204,2
Valkokaali	7	30,16	965,0
Punakaali	2	0,27	14,0
Parsakaali	2	1,34	13,0
Peruna		3 800	108 500

Kotitaloudet ostivat vihanneksia vuosina 1991-2001 kuvan 1 mukaisesti. Tieto perustuu A.C.Nielsenin talouspaneeliin.



Kuva 1. Kotitalouksien kasvisostot vuosina 1991-2001. Tuotekohtaiset kilomäärät. (www.finfood.fi).

Taulukossa 4 on esitetty Kotimaiset Kasvikset ry:n arvioimat tuotekohtaiset kulutusluvut tarkasteltavina oleville vihanneksille. Nämä kulutusluvut ovat karkeita. Ne perustuvat A.C. Nielsenin kotitalouksien ostoihin ja MMM:n tekemään ravintotaseeseen. Ravintotaseesta ei selviä kuin pääryhmät, joten KK arvioi kulutuksen tuotteittain kotitalouspaneelia apuna käyttäen.

Taulukko 4. Eri tuotteiden kulutus vuonna 2000 (Kotimaiset kasvikset ry).

Tuote	Kulutus, kg/hlö/v. (KK ry:n arvio)
Porkkana	8,00
Lanttu	1,86
Kepasipuli	4,12
Valkokaali	4,60
Punakaali	0,06
Parsakaali	0,77
Peruna	61,58 (TIKE)

Taulukossa 5 on esitetty vihannesten veroton pakkaamohinta vuonna 2001.

Taulukko 5. Veroton pakkaamohinta (Kasvistieto Oy).

Tuote	Hinta, €
Porkkana	0,477
Lanttu	0,361
Sipuli	0,413
Keräkaali	0,217
Punakaali	0,313
Parsakaali	1,208
Peruna	0,263

Pohjois-Pohjanmaan alueella asui 31.12.2001 yhteensä 368 029 asukasta. Taulukosta 4 nähdään arvioitu tuotekohtainen kulutus per henkilö ja taulukosta 5 hinta per kilo. Näin saadaan arvioitua näiden tarkasteltavien vihannesten kulutuksen arvo vuodessa Pohjois-Pohjanmaalla.

Taulukko 6. Ko. vihannesten kulutuksen arvo vuodessa Pohjois-Pohjanmaalla.

Tuote	Kulutus kg/hlö/v. (KK ry:n arvio)	Kulutus Pohjois- Pohjanmaalla, kg/vuosi	Hinta €/kg	Yhteensä, €
Porkkana	8,00	2 944 232	0,477	1 404 399
Lanttu	1,86	684 534	0,361	247 117
Kepasipuli	4,12	1 516 279	0,413	626 223
Valkokaali	4,60	1 692 933	0,217	367 367
Punakaali	0,06	22 082	0,313	6 912
Parsakaali	0,77	283 382	1,208	342 326
Peruna	61,58	22 663 226	0,263	5 9604 28
				8 954 771

Taulukossa 7 on verrattu Pohjois-Pohjanmaan satoa ja kulutusta eri vihanneksille. Jos kuvitellaan, että kaikki Pohjois-Pohjanmaalla tuotettu käytettäisiin tämän alueen kulutukseen, niin sato riittäisi tyydyttämään porkkanalla 56 % kulutuksen tarpeesta. Toisaalta ruokaperunan tuotantomäärä on kaksinkertainen alueen kulutukseen nähden.

Taulukko 7. Pohjois-Pohjanmaan tuotanto ja kulutus.

Kasvi	Sato, kg	Kulutus, kg	Oman alueen riitto, %
Porkkana	1 659 100	2 944 232	56
Lanttu	334 700	684 534	49
Ruokasipuli	204 200	1 516 279	13
Valkokaali	965 000	1 692 933	57
Punakaali	14 000	22 082	63
Parsakaali	13 000	283 382	5
Peruna ¹	45 700 000	22 663 226	202

¹ Lähde: Anneli Partala (MMM:n tietopalvelut)

3 VIHANNESTEN VILJELY JA KAUPPAAN LIITTYVÄT ONGELMAT POHJOIS-POHJANMAALLA

3.1. Viljelijähaastattelut

Viljelijähaastattelut tehtiin puhelimella loka-marraskuun aikana 2002. Kyselykaavake (liite 1) laadittiin yhdessä tutkija Abbas Aflatunin, MTT/Pohjois-Pohjanmaan tutkimusasema, kanssa. Jatkossa on tarkoitus tehdä Pohjois-Pohjanmaan tutkimusasemalla Ruukissa avomaavihannesten lajike- ja viljelytekniikkakokeita, joiden tarvetta kartoitettiin viljelijäkyselyssä.

Aluksi kysely tehtiin Limingan, Lumijoen, Pyhäjoen, Rantsilan, Ruukin ja Tyrnävän alueen kaupallista avomaavihannesviljelyä harjoittaville viljelijöille. Vihanneksiksi valittiin sekä tavanomaisesti viljeltyt että luomuviljeltyt porkkanat, sipulit ja kaalit. Haastatteluissa selvitettiin valittujen vihannesten viljelyolosuhteita, toimitusketjuja ja informaation kulkua asiakkailta tuottajille. Taulukossa 8 on laskettu yhteen tältä alueelta haastateltujen viljeljemät pinta-alat kasveittain. Vertailun vuoksi mukaan otettiin myös ruokaperunan alueelliset viljelypinta-alat (KTTK).

Taulukko 8. Haastateltujen viljelemien pinta-alat kasveittain Limingan, Lumijoen, Pyhäjoen, Rantsilan, Ruukin ja Tyrnävän alueella (kaupallinen toiminta). Suluissa KTTK:n ilmoittama luku.

Oulun seutukunta	porkkana/ha	sipuli/ha	kaali/ha	ruokaperuna/ha (KTTK)
Liminka	0,22 (0,22)	0,1 (0,2)		55
Lumijoki	7,0 (6,95)			154
Tyrnävä	0,34 (0,34)	- (1,15)		393
Raahen seutukunta				
Pyhäjoki	2,1 (2,8)	-		80
Ruukki	0,4 (0,37)	0,35 (0,45)	8 (8,02)	14
Siikalatvan seutukunta				
Rantsila	-	-		0,3
Yhteensä	10,06 (10,69)	0,45 (1,8)	8 (8,02)	696,3

Kysely laajennettiin kattamaan koko Pohjois-Pohjanmaan alue eli Oulun, In, Raahen, Siikalatvan, Nivalan-Haapajärven, Ylivieskan ja Koillismaan seutukunnat. Viljelijätietoja kerättiin haastattelemalla kuntien maataloussihteereitä ja maaseutuasiamiehiä.

KTTK:n kasvilajiyhteenvetorekisterin (vuoden 2002 viljelytiedon) mukaan Pohjois-Pohjanmaan alueella viljellään myyntiä varten porkkanaa n. 53 ha, sipulia 25 ha, kaalia 32 ha ja ruokaperunaa 1500 ha:n alalla.

Tavanomaisella tavalla viljeltyä porkkanaa oli 19 haastatellulla viljelijällä yhteensä n. 32 ha, sipulia n. 23 ha, luomuporkkanaa n. 4 ha ja luomusipulia n. 1,3 ha.

Tavanomaisella tavalla viljeltyä kaalia oli n. 31 ha. Haastatellut viljelivät myös muita tuotteita, kuten mansikkaa, herukkaa, yrttejä jne.

"Isoja viljelijöitä", joiden viljelypinta-alat ovat hehtaarista ylöspäin, oli haastatelluista kaksitoista ja heillä oli yhteensä tavanomaisen porkkanan viljelypinta-alaa 31 ha ja luomuporkkanan 3,5 ha sekä kaalin 31 ha ja sipulin 22 ha. "Pieniä viljelijöitä", joiden viljelypinta-alat ovat alle hehtaarin, oli haastatelluista kymmenen ja heillä oli yhteensä tavanomaisen porkkanan viljelypinta-alaa 1,1 ha ja tavanomaisen sipulin 1 ha ja luomusipulin 1,3 ha.

3.2 Saatujen vastauksien yhteenveto

Myyntikohteet

Suurviljelmiltä porkkanat menevät myyntiin tukkuliikkeiden kautta. Ylisuuret porkkanat ostaa yritys, joka esim. kuorii porkkanat ja myy edelleen. Pienet määrät myydään lähialueen (Oulu-Raahe) kauppoihin, kouluihin, laitoksiin, ravintoloihin tai torilla ja perunamarkkinoilla sekä yksityisille ihmisille. Puolet haastatelluista viljelijöistä myy tuotteensa tukkuliikkeille, Inex, Tuko-Spar ja Kesko.

Luomuporkkanat myydään useimmiten suoraan kauppaan. Sato voidaan myydä kokonaan yksityisille, jolloin ei halua myydä kauppaan. Sato voidaan myydä kokonaan myös markkinointiyhtiölle. Haastatelluista kolme viljelijää myy tuotteita tukkuliikkeiden lisäksi markkinointiyhtiölle, joita ovat Luomu-Botnia, LaatuKasvis, Meira-Nova ja Itä-Suomen Tuoreverkko. Yksi viljelijä haastatelluista myy koko luomuporkkanasatonsa kerralla markkinointiyhtiölle.

Sipulit myydään usein ilman varastointia syksyn aikana lähialueen kauppoihin. Kuivasipulit myydään tukkuliikkeiden kautta.

Lajikekokeet

Porkkanan lajike- ja viljelytekniikkakokeita pitävät viljelijät välttämättömiä, sillä he haluavat pohjoisiin olosuhteisiin varmasti menestyviä lajikkeita, joilla olisi esim. kylmänkestävyyttä naatissa. Etelä-Suomen lajikkeet eivät menesty alueellamme. Siemenet ovat "hakuammunnassa", koska on olemassa paljon lajikkeita, joista on vaikea valita. Uusia lajikkeita viljelijät eivät uskalla kokeilla, mistä syystä EU-tuen ehto 5 aarin viljelypinta-alasta ei täyty. Panther-lajike oli joillekin viljelijöille tuttu ja turvallinen, mutta pohjoisen kasvualueelle toivotaan runsassatoisempia lajikkeita.

Viljelytekniikkakokeiksi ehdotettiin kylvöajankohdan määrittämistä maan lämpötilan ja kosteuden mukaan. Pitäisi selvittää myös näiden tekijöiden vaikutus porkkanan laatuun, koska Etelä-Suomessa saadaan I-luokan porkkanaa 80-90 % sadosta ja täällä pohjoisessa vain 50-70 %. Luomuporkkanoissa on ollut ongelmana rupisuus (sientä?).

Nippusipulin myyjät toivovat aikaisia lajikkeita ja tietoa, kuinka aikaisin sipuli voidaan tällä alueella istuttaa maahan.

Varastointi

Porkkanan suuret satomäärät varastoidaan kylmävarastoissa (0-asteinen) ja pienet (alle tonnin sadot) joko myydään kesän aikana tai säilytetään maakellarissa.

Koko sipulisato myydään kesän (nippusipuli) ja syksyn aikana tilalta suoraan asiakkaille tai torilla. Talvisäilytys tapahtuu kuivattuna 0-asteisessa varastossa.

Kauppakunnostus/lajittelutapa

Porkkanan lajittelu tehdään joko käsin tai koneella. Pienet määrät lajitellaan aina kaikki käsin. Sipuli lajitellaan käsin ja esilajittelu suoritetaan jo pellolla.

Pakkaustapa

Suuret määrät tavanomaisesti viljeltyä porkkanaa pakataan automaattikoneella 0,5, 1 ja 3 kg pusseihin tai 5, 10, 20 kg:n säkkeihin. Pienet erät niputetaan.

Luomuporkkanat pakataan käsin 1 kg:n muovipussiin tai markkinointiyhtiö hoitaa pakkauksen. Asiakkaan toivomuksesta myydään myös multaporkkanaa 25 kg:n säkissä.

Tuore sipuli niputetaan ja kuivattu sipuli pakataan laatikkoon (muovinen vihanneslaatikko).

Myyntikäsitteily

Suurissa erissä myyty porkkana pestään ja pakataan koneilla. Haastatelluista porkkanan viljelijöistä seitsemällä oli pesu/pakkauslinja. Pienet määrät myydään multa porkkanoina. Tuoreet sipulit niputetaan 300 g:n nippuihin käsin.

Kuljetus

Mikäli viljelijä toimittaa suuria eriä tukkuliikkeisiin (Kesko, Inex ym), niin kuljetusliike hakee erät tilalta. Pienet erät viljelijät kuljettavat itse tai asiakkaat hakevat porkkanat suoraan tilalta. Luomutuotannossa viljelijä itse kuljettaa tai kuljetusliike hakee markkinointiyhtiölle

Sipulin viljelijät kuljettavat itse myyntierät joko lähialueen kauppoihin tai torille. Yksityiset asiakkaat voivat hakea suoraan tilalta.

Kiinnostus yhteiskuljetuksiin

Tukkuliikkeet ja luomuviljelyssä markkinointiyhtiö hoitavat porkkanoiden kuljetuksen suurilla määrillä. Pienien porkkanamäärien viljelijät haluavat kuljettaa itse myyntierät asiakkaille, koska samalla hoitaa myös muita asioita. Tällöin viljelijä vie kerralla 2-3 viikon tarpeen asiakkaalleen. Viljelijöiden mielestä yhteiskuljetus ei onnistu, koska lähistöllä ei ole muita samojen lajikkeiden viljelijöitä. Toisaalta muutama viljelijä oli jo mukana yhteiskuljetuksessa.

Myynti ja markkinointi

Viljelijät soittavat itse tukkuun tai kauppaan. Myyjän ja ostajan välillä on pitkät ja hyvät asiakassuhteet. Haastatelluista ei yksikään viljelijä ollut osakkaana markkinointiyhtiössä.

Uusia asiakkaita yritetään saada viemällä näyte-eriä kauppaan. Lisäksi käydään myymässä yleisötilaisuuksissa ja markkinoilla. Lehti-ilmoitukset, puskaradio ja kyselyt kunnan laitoksiin (koulut, terveyskeskus ym) voivat tuoda uusia asiakkaita.

Ilmenneitä myyntiongelmia

Viljelijät totesivat, että kovalla työllä saa myytyä lähialueen kauppoihin. Joskus on jäänyt vähän myymättä, mutta viljelypinta-alaa vähentämällä on saatu koko sato myytyä. Toiminnan alussa on ollut vaikea päästä markkinoille, koska tukkuliikkeillä on vakituiset toimittajat. Joskus tavara ei tahdo riittää vastaamaan tukkuliikkeiden kysyntää.

Yhteistyön tarve

Uusi yhteistyö kiinnostaa haastatelluista kolmea isoja porkkanan viljelijää. Tällä hetkellä on jonkin verran yhteistyötä konelainauksessa sekä varastojen tasauksessa ja toimituserien täydennyksessä. Jos esimerkiksi suurkeittiöt haluavat jatkojalostusta, mitä viljelijä ei itse halua tehdä, koko sadon voisi myydä pelloilta suoraan jatkojalostusyriykselle.

Pieniä yrittäjiä ei kiinnosta yhteistyö, koska viljeltävät vihannesmäärät ovat kovin pieniä, joten verkostoyhteistyö on heidän mielestään tarpeetonta.

Mukaantulo myyntiorganisaatioon

Viljelijät, jotka olivat olleet mukana myyntiorganisaatiossa, kokivat sen riskialttiina, eivätkä olleet enää halukkaita menemään mukaan. Yhteismainonta kiinnostaa. Tuotepakkaukseen voisi merkitä "Oulun läänissä tuotettu" tai "Pohjois-Suomessa tuotettu", jotta asiakas näkisi, että tuote tulee lähialueelta.

Luomuviljelijät olivat mukana markkinointi-/myyntiyhtiössä, mutta olivat halukkaita myymään toki kaiken lähialueelle, jos asiakkaita löytyy.

Tilan ATK-valmiudet

ATK-valmiudet on lähes joka tilalla. Tilaukset hoidetaan yleisesti puhelimitse. Tekstiviestinä lähetettyjä tilauksia pidetään riskialttiina, koska tärkeää tilaustekstiä voi jäädä pois tilan loputtua. Viljelijä ei käytä tietokonetta vaan hoitaa laskut, lähetyslistat ym. käsin.

Nykyisen ostajan ja viljelijän välisen tiedonkulun tehostaminen

Isoilla toimii tiedonkulku tukkuliikkeiden kanssa nykysysteemillä hyvin. Pienten viljelijöiden toivomus on, että lähialueen sairaalat, koulut, suurkeittiöt ilmoittaisivat, mitä vihanneksia haluavat ostaa ja kuinka paljon esimerkiksi kuukausittain. Lähialueen tillille, persiljalle ja sipulille arvioidaan olevan kysyntää.

Kasvihuoneenpito on kallista pitkän pimeän ajan vuoksi, joten se ei kannata. Vihannesten säilytys lämpimässä ja yhteen sopimattomien lajikkeiden kanssa huoletti viljelijöitä, koska ostaja kohdistaa kritiikin viljelijään useimmiten eikä tukkuliikkeeseen tai kauppaan, joka varastoi tuotteet väärin.

Asiakaspalaute

Jos viljelijä vie tuotteet itse kauppaan tai tukkuun, saa hän palautteen henkilökohtaisesti. Viljelijä voi sopia kaupan kanssa, että ostaja saa uuden tuotteen tilalle, jos valittamista löytyy. Tori- ja markkinamyymyjillä pitää olla korkealaatuisia tuotteita ja palautteen saa välittömästi. Pakkauspusseissa on viljelijän/myyjän yhteystiedot.

4 VIHANNESTEN KYSYNTÄ OULUN ALUEELLA

Vihannesten kysyntä voidaan jakaa kolmeen luokkaan:

1. Suoramyynti kuluttajille
2. Vähittäiskaupat
3. HoReCa –markkinat eli hotellit, ravintolat ja catering-palvelut.

Vähittäiskaupat voivat ostaa vihanneksia suoraan viljelijöiltä, mutta yleensä hankinta tehdään keskitetysti tukun kautta. Markkinoita hallitsevat Ruokakesko Oy, Inex Partners Oy sekä Tuko Logistics Oy. Myös suurkeittiöpuolella ostot tehdään tukkujen kautta. Suurimmat HoReCa-puolen tukut ovat K-ryhmään kuuluva Kespro sekä Meira Nova, Heinon Tukku Oy sekä Wihuri Oy, jotka toimivat yhteistyössä Tuko Logistics Oy:n kanssa.

Tutkimus kysynnästä tehtiin haastattelemalla 10 Oulun alueella toimivaa vihannesten ostajaa. Otantaan valittiin kolme tukkuliikettä, kolme catering-palvelujen tarjoajaa, kaksi ravintolaa sekä yksi itsenäisesti toimiva kauppa (Halpahalli) sekä vihannesten välittäjä/jalostaja (Marjamakasiini).

Taulukossa 9 on esitetty haastateltujen käyttämiä tuotteiden määriä vuodessa ja verrattu lukuja taulukossa 7 esitettyihin Pohjois-Pohjanmaan tuotantomääriin.

Taulukko 9. Tuotteiden käyttömäärät yhteensä haastatelluissa yrityksissä (otos 7 vastaajaa).

Tuote	Peruna	Sipuli	Kaalit	Porkkana
ostot, kg	4 530 000	672 500	683 200	1 005 800
Osuus oman alueen sadosta	10%	330%	69%	60%

Taulukosta 9. nähdään, että jo seitsemän yrityksen (kattaen yhden ison tukun) kysyntä Pohjois-Suomessa kattaa kaalin ja porkkanan osalta yli 60% koko Pohjois-Pohjanmaan sadosta. Sipulin tuotanto verrattuna kysyntään on alueella minimaalinen. Yksi haastateltava tukku ilmoittikin ostavansa avomaavihanneksia niin paljon kuin vain mahdollista saada. Voidaan olettaa, että Pohjois-Suomen alueella toimivien yritysten ja tukkujen kokonaiskysyntä on noin kolminkertainen taulukkoon 9 verrattuna.

Hankintatapa

Pääsääntönä on, että ravintolat ostavat suoraan tukusta. Niille on tärkeää, että tavarat tulevat yhdestä paikasta ja hoituvat yhdellä laskulla. Poikkeuksena tästä on ravintola Seurahuone, jonne perunat toimittaa yksi viljelijä suoraan lähialueelta.

Selvityksessä mukana ollut ketjuihin kuulumaton kauppa, Halpa-Halli, saa perunat Tyrnävältä suoraan Oulun alueen kauppoihin, mutta muut tuotteet tulevat Etelä-Pohjanmaalta: Viljelijät toimittavat tuotteensa Maito-Kolmiolle, josta ne tulevat Ouluun yhdellä rekalla muiden tuotteiden ohessa. Tämä tuntui olevan logistisesti melko toimiva systeemi.

Tukut hankkivat tuoretuotteensa kesän aikana lähialueelta, koska mm. pienemmät kuljetuskustannukset antavat taloudellista etua. Sinänsä lähialueelta hankituilla elintarvikkeilla ei katsottu olevan mitään merkitystä ainakaan vielä tällä hetkellä.

Ateriapalvelut puolestaan katsoivat lähialueen kehityksen tärkeäksi ja ne ovatkin pyrkineet kehittämään hankintaa läheltä, joka ei kuitenkaan ole ollut ympäri vuoden mahdollista. Myös muut vastaajat esittivät saman mielipiteen. Tukat ostaisivat mielellään lähialueelta niin paljon kuin olisi mahdollista saada. Eli periaatteessa kaikki nykyisin Oulun alueella tuotettavat tuoretuotteet voisi myydä tukuille, eikä sekään vielä niiden tarpeita tyydyttäisi kuten myös taulukosta 7 käy ilmi. Haastattelujen perusteella lähialueelta ollaan siis valmiita ostamaan ja mielellään yhdeltä toimittajalta pitempään.

Tiedon saanti

Jokainen haastateltava totesi, että tiedon saanti mahdollisista tuottajista on ollut vaikeaa. Tosin moni ei aktiivisesti ole edes etsinyt viljelijöitä, vaan ostajat ovat odottaneet, että heille tarjotaan. Tämä ajattelu on varsinkin tukuille tyypillistä. Pienemmät välittäjät, kuten esimerkiksi Marjamakasiini, pyrkivät päivittämään tietojansa viljelijöistä ja etsivät potentiaalisia uusia toimittajia. Asenne on kuitenkin pohjoissuomalaisilla viljelijöille hieman outo: välttämättä ei vastata soittopyyntöihin, vaikka asiakas soittaa, mikä ei ainakaan paranna kaupankäynnin mahdollisuuksia. Lisäksi viljelijälistaa on pyydetty pari kertaa TE-keskukselta ja maaseutukeskukselta, mutta sitä ei ole saatu. Etelän ihmisten kanssa toimiminen nähtiin helpommaksi monissa paikoissa.

Tilaukset

Tilaukset tapahtuvat pääsääntöisesti puhelimitse, sähköpostilla ja faxilla, poikkeuksena ravintolat, jotka hoitavat internetin kautta kaikki tilaukset tukkuun. Varmasti yhtä helposti tilauksen pystyisi hoitamaan viljelijällekin, jos sähköinen tilaussysteemi olisi käytössä. Ainakaan vielä ei katsottu tarpeelliseksi viljelijöiden sähköisten tilaussysteemien välttämättömyyttä, tosin pitkällä aikavälillä se nähtiin potentiaalisena vaihtoehtona. Isoissa organisaatioissa puhelimesta vietetty aika kuluttaa melko ison osan päivän työajasta. Joidenkin viljelijöiden kanssa on sovittu, että otetaan kaikki mitä tuotetaan, jolloin soittamista ei tarvita.

Laatu, toimitusvarmuus ja hinta olivat kaikilla tärkeimpiä kriteerejä toimittajaa valittaessa. Tukkujen kanssa ei hinnasta paljon pystytty neuvottelemaan, mistä syystä sinne olisi toimitettava mahdollisimman suuria eriä. Kaikilla yrityksillä on vastaanottotarkastukset käytössä jokaiselle erälle, mutta reklamaatiomäärät olivat kaikilla melko pieniä. Laatu ei saa kärsiä hinnan kustannuksella, vaikka mahdollisimman edullista pyritään hankkimaan. Lähes kaikki ostajat olivat kokeneita ammattilaisia, joilla oli tieto ja tuntuma siitä, keneltä kannattaa ostaa ja keneltä ei.

Kiinnostus lähialuetuotannon kehittämiseksi

Lähes kaikki haastatelluista olivat valmiita kehittämään lähialuetuotantoa. Tosin ravintoloilla ei juuri ollut intoa, vaikkakin ne myönteisesti asiaan suhtautuvatkin. Trendinä nähtiin jalostetumpien tuotteiden hankkimisen, jolloin käsittelytarve omassa tuotannossa vähenee. Myös tilausjärjestelmien parantaminen on yhtenä tulevaisuuden kehittämiskohteena. Tuotevalikoima on Oulun alueella nykyisin melko suppea, johon haluttaisiin parannusta. Osa tuotteista esim. jäävuorisalaatti ei menesty hyvin alueella, mutta tähän voisi tuotekehittelyllä tuoda parannusta: Haettaisiin lajikkeita, jotka menestyvät tai kehitettäisiin olemassa olevia. Myös yhteydenpidon viljelijöihin tulisi lisääntyä, kun uusia tuotteita aletaan hankkia. Yhdessä mietittäisiin, mitä kannattaa

viljellä ja mihin satsataan. Tällöin ostajien olisi sitouduttava ostamaan tietty määrä näitä tuotteita.

Logistiikka oli suurena ongelmana monilla eli kustannukset ovat liian korkeat. Tavaroiden kierto nopeus on lisääntynyt, jolloin toimitetaan pienempiä erä kerralla ja logistiikan tehokkuuden merkitys kasvaa.

5 JOHTOPÄÄTELMIÄ SELVITYKSISTÄ: KYSYNNÄN JA TARJONNAN KOHTAAMINEN

Viljelijähaastatteluista voidaan todeta seuraavaa

- Lajikekokeita pidetään tärkeinä. Olisi löydettävä pohjoiseen soveltuvia runsassatoisia lajikkeita.
- Yhteiskuljetuksien järjestämistä ei pidetä tarpeellisena. Isoilla tuottajilla kuljetuksen hoitaa tukkuliike tai markkinointiyhtiö. Pienet tuottajat eivät ole kiinnostuneita yhteiskuljetuksista. Lisäksi yhteiskuljetuksia voi vaikeuttaa tuottajien hajanaisuus.
- Myynnin järjestäminen on tuottajilla monimuotoista. Pienet myyvät lähialueen kaappoihin ja suuret tukuille. Ongelmia myynnissä on tuottamisen alkuvaiheessa. Pienet tuottajat ovat sovittaneet tuotantoalan kysyntää vastaavaksi. Myyntiorganisaatioon liittymistä ei pidetä houkuttelevana. Yhteismainonta sen sijaan kiinnostaa.
- Pieniä yrittäjiä ei kiinnosta yhteistyö. Isot yrittäjät ovat kiinnostuneita yhteistyöstä.

Ketka?

Päätelmiä avomaavihannesten kysynnästä

- Tukut ostavat tällä hetkellä varsinkin kesäisin lähialueen tuotteita. Ne olisivat valmiina ostamaan niin paljon, kuin vain on mahdollista saada. Edellytyksenä on kuitenkin laatu ja hinta.
- Ravintolat ostavat suoraan tukusta (yksi lasku, yksi toimitus).
- Ateriapalvelut ovat kiinnostuneita lähialueen tuotannosta.
- Tiedon saanti mahdollista tuottajista on vaikeaa.
- Laatu, toimitusvarmuus ja hinta ovat tärkeimpiä kriteerejä toimittajia valitessa.
- Logistiikassa on ongelmia pienien toimituserien vuoksi.

Kysynnän ja tarjonnan kohtaamisessa on siis ongelmia. Viljelijät tuottavat sen verran, kuin saavat nykyisellään myytyä. Aktiivista markkinointityötä ei tehdä. Tukut ja muut ostajat olisivat halukkaita kuitenkin ostamaan lähialueen tuotteita eli kysyntä näyttää olevan suurempaa kuin tarjonta. Kysynnällä on kuitenkin omat vaatimuksensa eli halutaan ostaa edullisesti hyvälaatuista lähialueen tuotantoa.

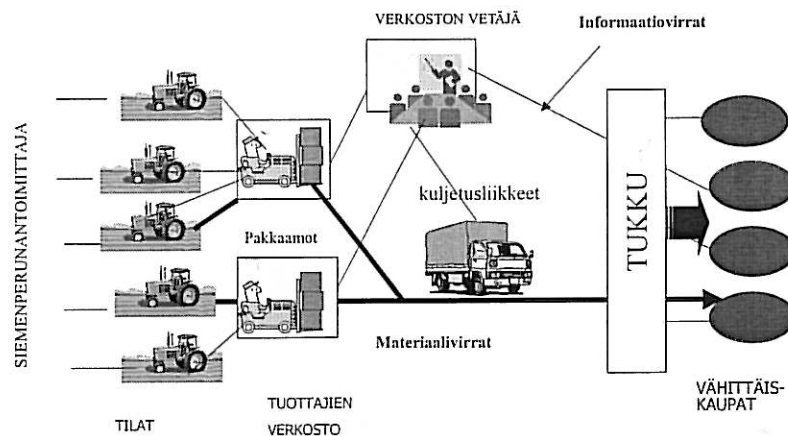
Myös Taskila (2001) on saanut samansuuntaisia tuloksia opinnäytetyössään eli siinäkin ilmeni, että lähielintarvikkeiden saatavuudessa on ongelmia. Tutkimuksen mukaan tärkeimmiksi syiksi, miksi ei ole saatu lähielintarvikkeita oli: useasta paikasta tilaaminen, tuottajista tai valmistajasta ei ollut tietoa tai tuotetta ei ollut saatavilla. Yksityiset ja julkiset laitokset halusivat mieluiten tietoa lähi- ja luomuruoan tuottajista ja valmistajista tuottajien yhteydenotoilla, alueellisista oppaista ja keskusliikkeiltä sekä tukuilta.

6 YHTEISTYÖN JA JAKELUN MALLEJA

6.1 Perunantuotanto Tyrnävän alueella

Oulun alueen merkittävin viljelykasvi on peruna, jota myydään koko maahan sekä jonkin verran myös ulkomaille. Aiemmin toteutettujen hankkeiden perusteella on voitu päätellä, että ALMA-alueen ruokaperunan toimitusketjuille on tyypillistä kolme erilaista mallia:

1. Viljelijä itse markkinoi ja toimittaa perunat suoraan tukkuliikkeisiin, vähittäiskauppoihin, ravintoloihin, suurkeittiöihin tai kuluttajille. Hän voi keskittyä ainoastaan muutamiin asiakkaisiin ja vähän kysytyihin erikoistuotteisiin.
2. Itsenäinen iso viljelijä voi toimittaa suuria volyymeja, jolloin pakkaustoiminta on eriytetty omaksi yritystoiminnaksi. Osa perunoista ostetaan sopimusviljelijöiltä. Yrityksellä on sopimukset tukkujen kanssa.
3. Viljelijät toimivat verkostona esim. osakeyhtiönä tai osuuskuntana. Yhteinen myyntiorganisaatio hoitaa markkinoinnin ja yhteyden pidon asiakkaisiin. Kuljetukset hoitaa kuljetusyritys. Verkosto pystyy tehokkaasti vastaamaan kysynnän muutoksiin, mutta ongelmana on tuotteiden tasalaatuisuus ja tiedon siirto verkostossa mm. liittyen varastointiin (kuva 2).



Kuva 2. Ruokaperunan toimitusketju, jossa perunan tuottajat toimivat verkostona.

6.2 Luomu Botnia

(Kuvaus perustuu 11.12.2002 tehtyyn vierailuun, jossa esittelijänä toimi Susanna Pellonpää)

Luomu Botnia on v. 1996 perustettu osuuskunta, jolla on yhteinen markkinointi. Osuuskunnassa on 122 jäsentä, joista aktiivisia tuottajia on 35. Tuotantomäärät ovat noin 70 ha perunaa, sipulia 15 ha ja porkkanaa 5 ha.

Markkinointiyhtiön tilat sijaitsevat Ylihärmässä, jossa yksi ihminen huolehtii toiminnasta. Luomu Botnia myy tuotteet pääosin keskusliikkeille, sekä muutamille muille asiakkaille ja joillekin paikallisille ravintoloille. Luomu Botnian tehtäviin

kuuluu tuotteiden myynti asiakkaille ja kuljetuksien järjestäminen. Pakkaus ja varastointi ovat viljelijöiden vastuulla.

Keskusliikkeiden kanssa kaupankäynti hoidetaan puhelimitse eikä sähköiseen kauppaan olla hevi-puolella siirtymässä. Lavakoko ja myyntierä on määritelty yhdessä asiakkaan kanssa. Hinta vaihtelee aina tilanteen mukaan. Viljelijöille tilaukset menevät pääosin tietokoneella. Tilitykset maksetaan kerran kuukaudessa vähennettynä rahdilla, myyntiprovisiolla ja pakkausmateriaalilla. Viljelijällä on markkinointisopimus Luomu Botnian kanssa.

Keväällä osuuskunnan jäsenten kesken sovitaan viljelypinta-alat. Tiedetään, kuka osaa parhaiten viljellä eri kasveja, joten kilpailua ei synny viljelijöiden välillä. Osuuskunta on toiminut niin kauan, että pelisäännöt ovat ehtineet muodostua. Markkinointiyhtiö on sitoutunut myymään sovittun määrän. Viljelijät myyvät myös muita kautta tuotteitaan. Ongelmana on varaston seuranta, jossa ei ole käytössä yhteistä järjestelmää.

Asiakkailla (keskusliikkeillä) on oma laadunvalvonta. Lisäksi järjestetään silloin tällöin yhteisiä tapaamisia, joihin jokainen viljelijä tuo esimerkiksi pussillisen perunoita, joiden laatua voidaan yhdessä vertailla.

6.3 Itä-Suomen tuoreverkko Oy

(Kuvaus perustuu 18.12.2002 tehtyyn vierailuun, jossa esittelijänä toimi Kari Lyytinen ja Mika Lyytinen)

Itä-Suomen tuoreverkko Oy on avomaavihannesten markkinointiyhtiö, jonka omistaa pääosin Kari Lyytinen. Verkko välittää 80 viljelijän tuotteita ja liikevaihto on n. 4,3 milj. euroa. Tuoreverkko Oy on perustettu 1999. Kari Lyytinen oli töissä Sparin Kuopion jakelupisteessä, joka tuolloin lopetettiin. Hänellä on noin 20 vuoden kokemus hevipuolen ostoista. Juvalla toimi mestariviljelijöiden yhteenliittymä, joilla ei ollut tuolloin markkinointimiestä, joten Kari Lyytinen perusti yhtiön myymään aluksi mestariviljelijöiden tuotteita. Liikevaihto on kasvanut nopeasti, keskeistä on, että aiemman alan kokemuksen perusteella on tunnettu sekä asiakkaat että viljelijät. Muuten homman käynnistäminen ei ole mahdollista. Tuoreverkkoon on liittynyt myös isoja viljelijöitä, jotka ovat tuoneet asiakkaat mukanaan.

Tuoreverkon asiakkaita ovat keskusliikkeet, tukut ja muutamat jatkojalostajat. Tukut tilaavat tuotteet puhelimitse, mutta muuten toiminta hoidetaan atk-pohjaisesti. Keskusliikkeiden kanssa on tehty sopimukset, joissa sitoudutaan toimittamaan tietty määrä vuodessa. Hinnat vaihtelevat tarjonnan ja kysynnän mukaan. Tuoreverkko perii viljelijöiltä välityspalkkiota 5%. Tuoreverkko hoitaa rahdin, hankkii pakkauslaatikot ja ostaa siemeniä suuremmissa erissä. Lisäksi Tuoreverkko laatii mainosmateriaalia ja muita esitteitä. Periaate on, että viljelijä ei myy suoraan tai muita markkinointikanavia pitkin. Ajatuksena on, että markkinointiyhtiö on valmentaja, joka määrittelee mitä viljelijä parhaiten tuottaa. Laaditaan aikataulut, milloin sato valmistuu eri tuottajilla kesällä. Tavoite on, että viljelijöitä olisi eri puolilla maata, koska satoa saataisiin silloin tasaisesti ja kuljetuksia voitaisiin järjestyttää.

Toimitusjohtaja Kari Lyytinen esitti seuraavat edut, jotka saadaan verkottuneesta toiminnasta:

Kaupalle:

- ostotoiminnan helpottuminen
- tuotevirran tasaisuus
- lisääntynyt toimitusvarmuus
- parantunut kiertonopeus
- tuotekehitystä
- kustannussäästöt: osto, vast.otto, laskutus
- vakauttaa hintatasoa

Tuottajalle:

- voi keskittyä tuotantoon
- markkinointihuolet muilla, pienillä kuluilla
- tuotannon tehostuminen, 2-3 kasvusta
- yhteistyö- ja neuvonta-apua verkon sisällä
- vuoroviljelymahdollisuudet kasvaa
- lomamahdollisuudet, silti markkinat säilyvät
- yhteishankinnoista etuja
- vakauttaa hintatasoa
- yhteinen tuotantosuunnitelma ehkäisee satoruuhkia
- yhteinen tuotekehityspanos

Kuluttajalle:

- tasainen saatavuus
- tietoa tuotannosta
- vuoropuhelumahdollisuus
- kehitystä: laadussa, pakkauksessa, tuoreudessa

Tulevaisuudessa:

- Isompia yhteistyöverkkoja tuotantoon
- panostettava yhteistyöhön kaupan kanssa
- kuunneltava kuluttajan toiveita
- huomioitava helpottuneesta tuonnista aiheutuva kilpailu
- huolehdittava tuotantoon nuoria jatkamaan viljelyä
- Kotimaiset Kasvikset ry:n puolueeton tiedotus ja opastus kaupalle, suurkeittiöille ja kuluttajille.

7 JOHTOPÄÄTELMÄT JA KEHITTÄMISTARPEITA

Suomessa on olemassa toimivia yhteistyökuvioita hevi-puolella. Pohjois-Pohjanmaalla ei vielä ole kehittyneitä yhteistyöverkostoja. Täällä viljelijät toimivat pääsääntöisesti yksinään omilla toimintatavoillaan. Verkostoitumisella kuitenkin saavutettaisiin useita etuja, joten myös täällä pohjoisessa tulisi kehittää yhteistyötä. Perunan tuottajat ovat verkostoituneet myös Pohjois-Pohjanmaalla. Tuotteiden ostajien on vaikea saada tietoa mahdollisista toimittajista. Tulisikin luoda keskitetty tietojärjestelmä siitä, kuka tuottaa, mitä ja kuinka paljon.

Viljelijöiden on vaikeaa itse kehittää yhteistyömuotoja, koska kehittäminen vaatii aina rahaa ja työpanosta. Yhteistyön etuja ei myöskään tiedosteta riittävästi. Omassa kehittämisessä on myös ongelmana, että toiset viljelijät saatetaan kokea kilpailijoina eikä yhteistyökumppanina. Tämän vuoksi olisikin tärkeää, että puolueeton ulkopuolinen taho arvioisi ja kehittäisi yhteistyökuvioita.

Tämän selvityksen perusteella lähialueen tuotannolle on kysyntää. Tällä hetkellä Pohjois-Pohjanmaalla kulutetaan huomattavasti enempi kuin tuotetaan ko. vihanneksia. Viljelypinta-alaa voitaisiin siis lisätä. Viljelijät eivät kuitenkaan uskalla laajentaa, jos tuotteen menekki on epävarmaa. Sopimusviljelyä, lukuun ottamatta ruokaperunaa, ei Pohjois-Pohjanmaalla ole harjoitettu. Olisikin mietittävä, missä määrin vihannesten viljelyä voitaisiin kehittää asiakaslähtöisesti, jolloin käyttäjätaho sitoutuisi ostamaan sadon viljelijältä.

Tutkimuksen perusteella avomaavihannesten logistiikassa pellolta lopulliselle kuluttajalle on paljon tehostamista. Kuljetus- ja varastointikustannukset muodostavat merkittävän osan vihannesten hinnasta. Ostot halutaan niin kauppa- kuin suurkeittiöpuolella keskittää muutamiin toimituspisteisiin. Vastaavasti vihannesten markkinoinnin ja jakelun tulisi olla keskittyneitä. Yhteistyön selvittäminen ja kehittäminen logistiikan alueella, erityisesti kuljetusten ja varastoinnin osalta, olisikin sekä viljelijöiden että asiakkaiden etu. Asiakkaat, lukuun ottamatta ns. gourmet-ravintoloita, haluavat jatkossa vihannekset valmiiksi käsiteltyinä ja pidemmälle jalostettuina.

8 KUSTANNUKSET

Pohjois-Pohjanmaan TE-keskuksen maaseutuosasto rahoitti esiselvityshankeen ALMA-alueen rahalla. Taulukossa 10 on esitetty arvioidut ja toteutuneet kustannukset hankkeelle.

Taulukko 10. Arvioitujen ja toteutuneiden kustannusten vertailu luokittain.

Kustannus	Hankehake mus / €	Toteuma ALMA
Palkat	11 000	11 286,32
Matkat	1 700	1958,34
Muut kustannukset	2 700	961,89
Yhteensä	15 400	14206,55

LÄHTEET

Haastatellut henkilöt:

YRITYS	Yhteyshenkilö	pvm
Antell-Catering	Juhani Westmann	14.11.2002
Halpahalli	Pekka Kattelus	3.12.2002
Inex	Tapio Sillanpää	20.11.2002
Marjamakasiini	Risto Isohätälä	26.11.2002
MeiraNova	Pentti Hurskainen	20.11.2002
Oulun Ateria	Marja-Leena Kallinen	20.11.2002
SAS	George Kettunen	14.11.2002
Seurahuone	Mika Leviäkangas	20.11.2002
Tuko	Jouni Siekkinen	25.11.2002
Uniresta	Annikki Mikkonen	13.11.2002
Tuoreverkko Oy	Kari Lyytinen	18.12.2002
	Mika Lyytinen	
Luomu Botnia	Susanna Pellonpää	11.12.2002
viljelijä	Kalevi Kuokkanen	20.11.2002
Marja- ja vihannestila	Patronen	18.12.2002

A.C.Nielsen, Taluspaneeli. Kotitalouksien otot vähittäismyymälöistä -90 luvulla. [WWW-dokumentti] <<http://www.finfood.fi>> Luettu 6.11.2002.

Kasvistieto Oy. Veroton pakkaamohinta perustuotteittain 1995-2001. [WWW-dokumentti] <<http://www.kasvistieto.fi/vuosih.htm>> Luettu 6.11.2002.

Kotimaiset Kasvikset ry. Kasvistase 2000. [WWW-dokumentti] <[http://www.finfood.fi/finfood/kasvikset.nsf/78ab187065469cd9c2256a9900157bef/ea42e7dbae1033c9c22567dd004324a4/\\$FILE/kasvistase_2000.pdf](http://www.finfood.fi/finfood/kasvikset.nsf/78ab187065469cd9c2256a9900157bef/ea42e7dbae1033c9c22567dd004324a4/$FILE/kasvistase_2000.pdf)> Luettu 6.11.2002.

Maa- ja metsätalousministeriön Tietopalvelukeskus. 2001. Maatilatilastollinen vuosikirja. Helsinki 2001. 262 s.

Puutarha yritysrekisteri. 2001. Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskus. Helsinki 2002. 188 s.

Taskila, E. 2001. Lähi- ja Luomuruoan käyttöhalukkuus pohjois pohjalaisissa yrityksissä –esiselvitys Jyväskylän Ammattikorkeakoulu 2001. 85 s.

TIKE. MMM:n tietopalvelukeskus. [WWW-dokumentti], <<http://tike.mmm.fi/Tilasto/maataloustilastoja.htm>> Luettu 6.11.2002.