

# Mikä lähiruoassa koukuttaa?

Lyhyet läheiset ketjut – lähiruoka ja sosiaalinen pääoma  
-hankkeen tuloksia.

14.3.2017

Leena Erälinna

leena.eralinna@utu.fi

# Sosiaalinen pääoma

Ihmisten kykyä toimia yhdessä yhteisen päämäärien saavuttamiseksi (Hjerppe 2005).

Muodostuu verkostoista ja yhteisesti jaetuista normeista, arvoista ja ymmärtämistavoista, jotka helpottavat yhteistoimintaa (OECD).

Yritysten kannalta sosiaalinen pääoma mm.

- Alentaa liiketoimintakustannuksia
- Helpottaa sopimusten tekoa
- Luo ennustettavuutta
- Helpottaa vuorovaikutusta



# Lyhyet läheiset ketjut –lähiruoka ja sosiaalinen pääoma -hankkeen tavoitteena

- I. On tuottaa tietoa mitä sosiaalisen pääoman osatekijöitä kohdeyritysten asiakkaat liittävät lähiruokayrityksiin ja verkostoihin – ja mitkä niistä ovat heille merkityksellisiä.
- II. Miten pienet lähiruokayrityksen ja –verkostot voivat hyödyntää näitä osatekijöitä.
- III. Millaisia uudenlaisia liiketoiminta mahdollisuuksia niiden avulla voi luoda.

Hanketta toteutettiin Turun yliopiston Braheakeskuksen, Hämeen ammattikorkeakoulun ja Jyväskylän ammattikorkeakoulun yhteistyönä (1.1.2015 -31.3.2017).

# Kuinka suuri osa lähiruoan suosioista perustuu itse tuotteeseen, kuinka paljon muihin tekijöihin?

Lyhyet läheiset ketjut - lähiruoka ja sosiaalinen pääoma –hankkeen aineisto perustuu hankkeeseen osallistuneiden lähiruokayritysten ja heidän asiakkaittensa verkkokeskusteluihin, jotka toteutettiin Luken Vastuuverkkosivustolla 25.-31.5.2015 sekä 1.-21.2.2016 sekä lähiruokayrittäjien ja -verkostojen haastatteluihin.

# Lähirookayrityksen kilpailuetu ja menestys rakentuu sosiaalisten pääomatekijöiden varaan:

- 1) vuorovaikutukseen
- 2) yhteisöllisyyteen
- 3) luottamukseen

niin asiakkaiden kuin yhteistyökumppanien kanssa.



# Miksi ostat lähiruokaa?

1. Reiluus; tuotto ja tuki tuottajalle.
2. Tuoreus.
3. Laatu.
4. Lyhyt ketju, ei turhia välikäsiä.
5. Tieto alkuperästä ja tuotantotavoista
6. Kohtaaminen tuottajan kanssa, sosiaalisuus.
7. Maku.
8. Hankinnan helppous, nopeus.
9. Kotimaisuus, luotettavuus, sopiva hinta/laatusuhde, ainutlaatuiset tuotteet, puhtaus, turvallisuus.

(Verkkokeskustelu kevät 2015)

# #vuorovaikutus

## Henkilökohtainen kontakti on asiakkaalle tärkeä!

### 1. Sosiaalinen media

- Facebook - helppo ja nopea tapa tavoittaa asiakkaat.
- Asiakkaiden verkostot, asiakkaat keskustelevat keskenään ja vaihtavat mielipiteitä, vinkkejä jne.

### 2. Verkkosivuilta

- etsitään tietoa, missä yritys on, mitkä ovat esim. aukioloajat jne.
- aistitaan tunnelmaa.

### Vuorovaikutuksen kolme ulottuvuutta:

1. palaute,
2. oppimisen prosessi
3. luotettavuuden ja jäljitettävyyden arviointi.



# #yhteisöllisyys

## Asiakassuhteet ja -kontaktit ovat asiakkaille uniikkeja

*Asiakkaat kaipaavat suoraa kontaktia yrittäjään kysyäkseen ja varmistuakseen ruokaketjuun liittyvistä tekijöistä, kuten eläinten kohtelusta.*

*Yhtä tärkeää on kuulumisten vaihtaminen ja kohtaaminen kasvokkain.*

*Monet asiakkaat arvostavat kuulumista yhteisöön ja pienten yritysten onkin helpompi luoda suoria kontakteja - nämä ovat pienten yritysten voimavaroja ja kilpailuvaltteja.*

*Yrittäjien välinen vertaistuki on tärkeää - kaikki yhteisöllisyys auttaa jaksamaan.*



# #Luottamus on uusi valuutta

Luottamus rakentuu jaetuista arvoista, koetusta hyödystä ja vuorovaikutuksesta.

Asiakkaan luottamus syntyy kokemuksista, yritystoiminnan läpinäkyvyydestä, ja uskosta ettei yrityksellä ole halua menettää luottamusta.

Henkilökohtaiset kontaktit lisäävät luottamusta, arvostusta sekä osto- ja maksuhalukkuutta.

Luottamus on välittämistä ja tekoja.

- Osoita asiakkaan olevan sinulle tärkeä.
- Kysy ja kuuntele!

**Tekevälle sattuu!** – virheet ovat inhimillisiä  
- Oleellista on miten hoidat reklamaatiot!



# Mitä lähiruoka-asiakkuus antaa asiakkaille?

**Tietoa:** Tuottajalta voi kysyä mieltä askarruttavista asioista.

**Mielenrauhaa:** Luottamus toimijaan, toimintaan ja tuotteisiin.

**Hyvää mieltä:** Tuki tuottajalle.

**Ajan säästöä:** Tilaukset/ostot netistä.

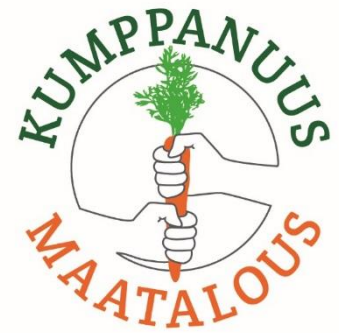
**Hyvää oloa:** Sosiaalisia kontakteja ja mukavia keskusteluja saman henkisten ihmisten kanssa.

**Elämyksiä:** Pieni lainapala maaseutuelämää.



# JAKAMISTALOUS

## - uusia liiketoimintamalleja



1. Kuluttajat perustavat itse kumppanuusmaatilan /osuuskunnan.
  - case Herttoniemen Oma Pelto
2. Lähiruokayrittäjä organisoi kumppanuusviljelmän.
  - hän myy ja /tai vuokraa osuuksia kuluttajille
3. Lähiruokayrittäjät organisoivat yhdessä kumppanuusviljelmän.
  - vähintään kahden yrittäjän resurssit ja erikoisosaamisen avulla tuotetaan suuremmalle joukolle tuotteita.
4. Joukkorahoitus
  - Joukkosponsorointi tai Joukkosijoittaminen
  - [www.finanssivalvonta.fi](http://www.finanssivalvonta.fi) (laki on tullut voimaan 1.9.2016)



# Tutustu yrittäjien ja asiakkaiden tarinoihin

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



Asiakkaat ja yrittäjät avoimina  
- Tutustu tarinoihin!

 **mmm.fi**  
ruokaa ja luonnonvaroja

 Turun yliopisto  
University of Turku

 **jamk.fi**

 **MTK**

 **HAMK**

Lähde: Lyhyet läheiset ketjut –lähiruoka ja sosiaalinen pääoma (LähiSos) -hanke

 **mmm.fi**  
ruokaa ja luonnonvaroja

 **HAMK**  
HAMEEN AMMATTIKORKEAKOULU  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

 **Luke**  
LUONNONVARAOSASTO

 **jamk.fi**

 Turun yliopisto  
University of Turku