

Ruokayrittäjyys REKOssa

– liiketaloudellisia ja muita merkityksiä

Nina Grönqvist

13.11.2024

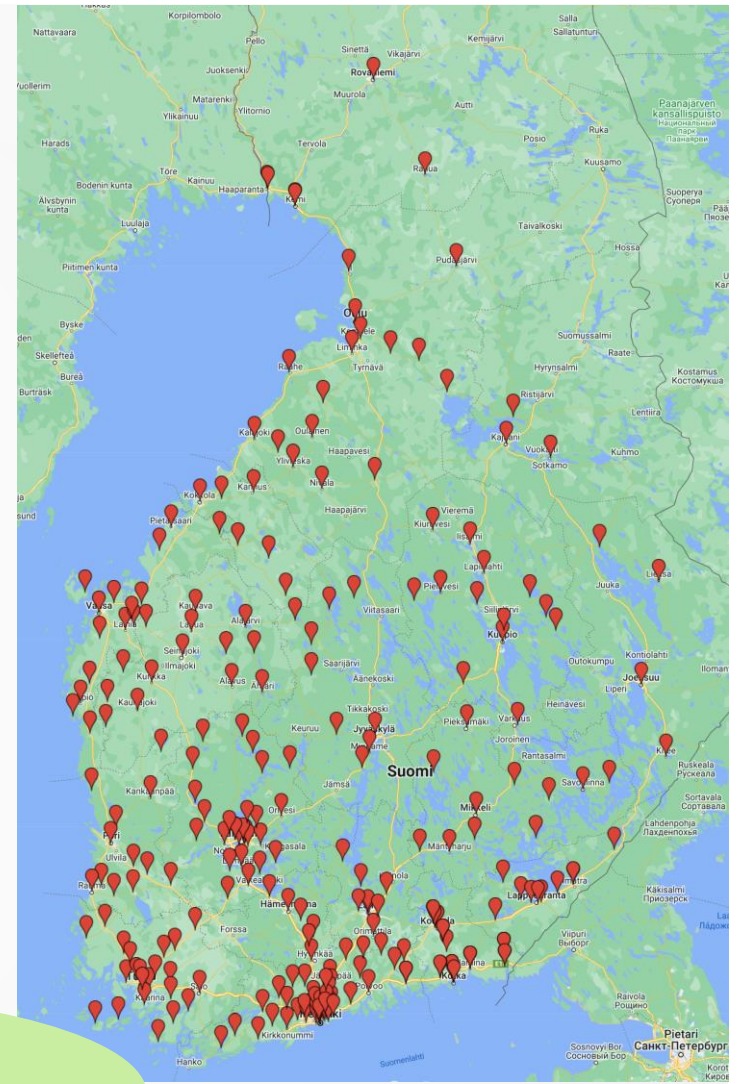
Lähirookaa, luomua ja luonnontuotteita – Ruokasektorin koordinaatio



LYHYESTI REKOSTA

- Lähiruoan suoramyyntiä Facebook-alustaa hyödyntäen
- Myynti-ilmoitukset suljetuissa ryhmissä
- Sitovat tilaukset kommentteina ilmoituksen alle
- Nouto sovittuna ajankohtana sovituista paikoista, yleisimmin joka toinen viikko
- Itsenäisesti toimivia jakelurenkaita on Suomessa reilu 200
- Saanut alkunsa Pohjanmaalla 2013
- REKO = REjäl Konsumtion

Ei välikäsiä, arvonlisäys yrittäjälle



Kuva: aitojamakuja.fi



EMPIIRINEN TUTKIMUS

- **REKOssa tapahtuvaa kaupankäynnin määrä**
 - Tutkimusalueena koko Suomi
 - Mukana 59 rengasta, joiden jäsenmäärät alle 400 – yli 20 000 jäseneen
 - Tutkimuksen renkaissa yhteensä 224 088 jäsentä
 - Kolme otantaa (joulu, tammi-helmikuun vaihde ja pääsiäinen)
Facebook-tilauksista
- **Tuottajanäkökulma: motivaatiotekijät ja kokemuksia REKOsta**
 - Haastattelututkimuksessa 14 REKOssa myyvää tuottajaa
 - Eri alueet ja tuoteryhmät huomioitu

Aluejaottelu myyntilukujen tarkastelussa



iso REKO = yli 4000 jäsentä

Kartan lähde: Maanmittauslaitos

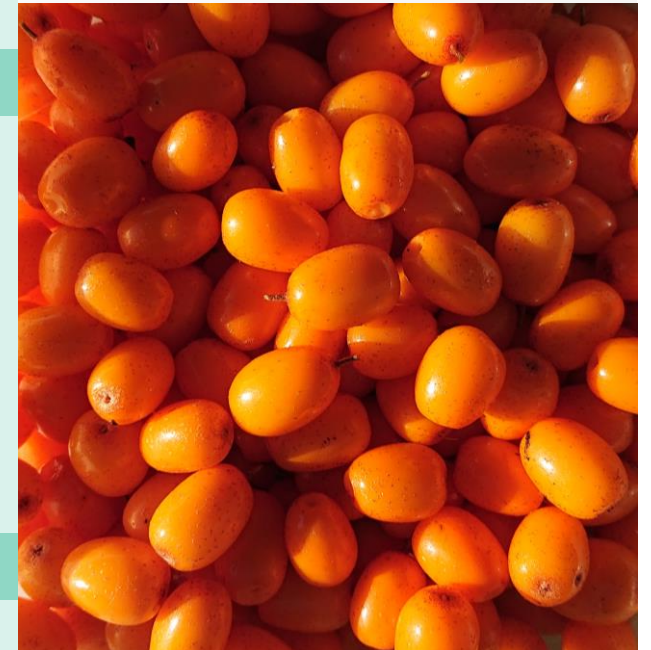


TUOTERYHMITTELY

- 1 KALA: kalatuotteet
- 2 LIHA: liha- ja lihajalosteet (nauta, lammas, possu, kani, kalkkuna, kana)
- 3 LEIPOMO: leipä, leivonnaiset
- 4 MUNA: kananmunat (ja viiriäisenmunat)
- 5 KASVIKSET: vihannekset, peruna, juurekset, yrtit, valkosipuli
- 6 MARJAT: puutarha- ja metsämarjat, hedelmät, mehut, hillot sekä sienet ja villiyrtit
- 7 HUNAJA ja hunajatuotteet
- 8 MAITO: maitotuotteet kuten jogurtti, juustot, jäätelöt ja maito
- 9 MYLLY: myllytuotteet
- 10 JALOSTEET: vihannesjalosteet, sinapit, siirapit, rypsiöljyt, hapatetut tuotteet
- 11 VALMISRUOKA - Lähiruoka, suomalainen kotiruoka ja etninen ruoka
- 12 RIISTA: riista ja poron liha
- 13 MUUT: muut elintarvikkeet – oliiviöljy, pähkinät, kahvi, makeiset
- 14 SESONKI: Sesonkituotteet ja muut ei-elintarvikkeet (esim. luonnonkosmetiikka)

Luonnontuotteet myyntiluvuissa
MARJAT- ja SESONKI-
tuoteryhmien sisällä

- kuusenkerkkäsiirappi
- kuivattu nokkosen siemen
- kuivatut sienet
- viherjauhe
- yrttitee
- saippuat
- pihkavoide ym.





MYYNNTILUKUJEN TARKASTELU

- Tuoteryhmittäinen jaottelu
- Aluekohtainen myynnin ja myyntitapahtumien määrä
- Luomun osuus

Joulu – yhteenveto

	myynti euroa		myynti euroa											
	kala	tapaht.	liha	tapaht.	leipomo	muna	kasvis		marjat	hunaja				
Lounainen Suomi	21 820,00	549	10 116,09	247	8 035,70	391	7 257,50	510	7 767,50	312	3 550,00	163	3 713,00	68
Eteläinen Suomi	21 399,20	349	5 126,50	126	2 400,75	142	4 861,00	284	1 640,20	135	2 533,00	104	736,00	36
Itäinen Suomi	2 302,40	53	12 510,52	207	1 109,30	65	1 787,50	136	1 065,55	86	3 381,20	117	623,50	28
Läntinen Suomi	5 486,50	224	40 786,22	791	13 118,81	653	8 176,50	526	5 414,25	454	6 236,90	315	1 028,00	35
Pohjoinen Suomi	14 201,50	347	16 704,10	281	7 824,80	369	3 737,00	166	1 003,50	73	3 273,94	121	1 221,00	42
Yhteensä	65 209,60	1522	85 243,43	1652	32 489,36	1620	25 819,50	1622	16 891,00	1060	18 975,04	820	7 321,50	209

Luomun osuus

14 %

3 %

43 %

28 %

24 %

3 %

Lounainen Suomi
Eteläinen Suomi
Itäinen Suomi
Läntinen Suomi
Pohjoinen Suomi

1 542,60
2 600,10
6 881,25
520,60

309,75
8,00
517,90

1 925,50
1 779,00
40,00
4 389,00
3 054,00

680,35
938,50
375,00
2 771,50

2 700,00
314,00
801,00
682,00

24,00
52,00
121,00

Luomumyynnin arvo

11 544,55

835,65

11 187,50

4 765,35

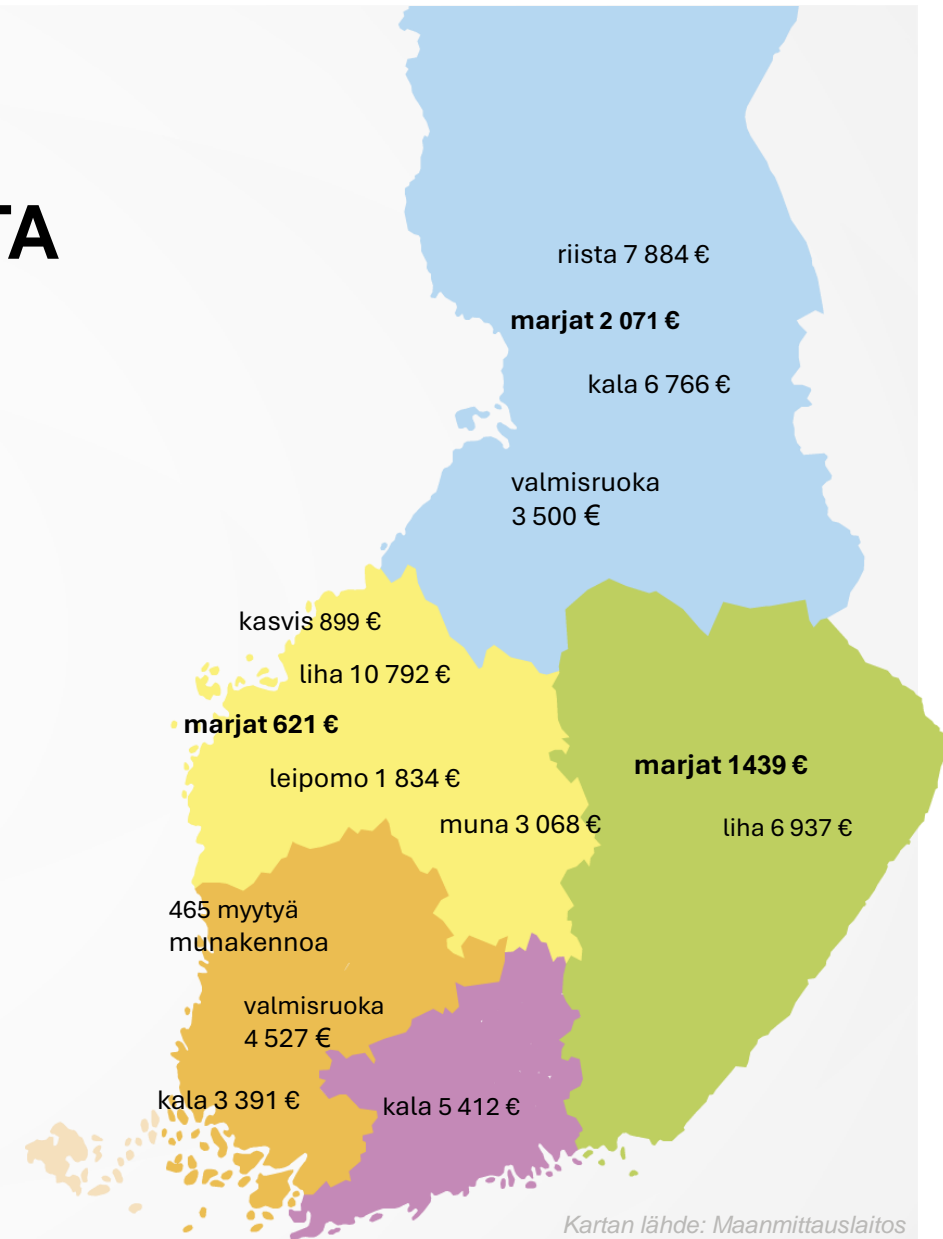
4 497,00

197,00



YHTEENVETO MYYNTILUVUISTA

- Joulumyynnin arvo yhteensä **361 780** euroa
 - josta luomua 38 263 euroa (11%)
- Tammi-helmikuun vaihde yhteensä **154 814** euroa
 - josta luomua 37 234 euroa (24%)
- Pääsiäismyynti **223 483** euroa
 - josta luomua 51 836 euroa (23%)
- Yhdessä jaossa myyjiä voi olla jopa yli 50



Kartan lähde: Maanmittauslaitos



HUOMIOITA

”Siellä on yli 12 000 jäsentä, mutta aktiivisia ihmisiä siellä ei ole kuin muutamia satoja”

- REKOssa toimitaan paitsi paikallisesti, myös laajalla toimintasäteellä
- Tilausten arvo nollasta useaan tuhanteen euroon
- Kananmuna, kala, (pakaste)marjat ja leipomotuotteet vaikuttavat myyvän hyvin
- Joulun alla myös valmisruoat ja sesongin mukaiset lihatuotteet
- Ryhmien jäsenistöstä vain hyvin pieni osa on aktiivisia ja ostaa REKOsta
- REKO toimii myyntikanavana lukemattomille pienille tuoteryhmille
kuten luonnontuotteille
– villiyrtit, sienet, fermentoidut juomat, luonnonkosmetiikka

“ Metsämarjat menisivät kuumille kiville, jos olisi.”



HAASTATELUTUTKIMUS

- Tuottajan kokemuksia REKOsta
 - Haastattelututkimuksessa mukana 14 REKOssa myyvää tuottajaa
 - Eri alueet ja tuoteryhmät huomioitu
 - Puolistrukturoitu, teemoiteltu haastattelurunko
 - Kysymyksiä liiketoimintaan, REKOn merkityksiin ja tulevaisuuteen liittyen
 - Lisäksi tutkin psykologisen omistajuuden ilmenemistä tuottajan suhteessa REKOon

HAASTATELLUT TUOTTAJAT

H1	Marja	3 vuotta REKOssa
H2	Myllytuote	noin 5 vuotta
H3	Leipomo	3 vuotta
H4	Kalastaja	9 vuotta
H5	Liha	5 vuotta
H6	Kalastaja	reilu 4 vuotta
H7	Myllytuote	noin 7 vuotta
H8	Vihannes	noin 5 vuotta
H9	Muna	6 vuotta
H10	Vihannes	7 vuotta
H11	Liha	9 vuotta
H12	Marja	5 vuotta
H13	Liha	9 vuotta
H14	Muna	9 vuotta



TULOKSIA HAASTATTELUTUTKIMUKSESTA

- Yritys (yleensä maatilayritys) on keskimäärin 1–3 ihmisen työpaikka
- Osa haastatelluista työskentelee myös tilan ulkopuolella
- Tyypillisimmin toimitaan 5–10 lähialueen REKOssa
 - Useampia jakoja ketjutetaan samaan iltaan
- REKOn osuus kokonaisliikevaihdosta vaihtelee
 - marginaalisesta myynnistä jopa 80 prosenttiin
 - Suoramyyntin osuus kokonaisliikevaihdosta voi olla pieni, mutta siitä REKOn osuus voi olla huomattava.

” Kun satokausi alkaa niin neljä kertaa viikossa. Se on sitten ihan tiivistä. ”

” No suoramyyntinä REKO on kuitenkin se pääjuttu. ”



REKON LIIKETALOUDELLINEN MERKITYS

- REKO vaikuttaa olevan haastatelluille tärkeä myyntikanava riippumatta myynnin määrästä tai siitä, kuinka iso osa tilan liikevaihdosta tulee REKOn kautta.
- Yhdellekään REKO ei ole ainoa myyntikanava
 - tyypillisesti tärkeä osa tulonmuodostusta
- Myös muita suoramyyntikanavia käytetään
 - messut, tori- ja tilamyyni, markkinatapahtumat, verkkokauppa
- Myyntiä myös suoraan kauppaan, teurastamoille, pakkaamoille sekä ravintoloille

”...Kun se taloudellinen kannattavuus tulee sieltä hyvin pitkälle.”

” Sanoisin, että REKO on meille elintärkeä pitääksemme yritystoimintaa käynnissä. Arvoilta kolmasosa tuloistamme tulee REKosta.”

” No kyl mä periaatteessa tyytyväinen oon siihen. Tietysti mä aina toivoisin, että jos olisi vähän suurempi myynti per kerta...”



REKON LIIKETALOUDELLINEN MERKITYS

- REKO koetaan tehokkaaksi ja ennakkoon tilaaminen koetaan hyväksi
 - itse jakotapahtuma lyhyt esim. verrattuna torikauppaan
- REKOsta saatavaa myyntituloa ei ole helppo korvata muulla suoramyyntin kanavalla
- Pienellä tuotteella tai pientuottajana vaikea päästä kaupan valikoimiin
 - ja tuottajalle jäävä osuus koetaan pieneksi

” Ei meillä ole oikeastaan tämän parempaa myyntikanavaa tällaiselle pienelle tuotteelle.”

” Kaupassa mennään hinta edellä, mehukatit jyräävät.”

” Kyllä se myynti kesäaikaan, kun meillä on tuotteita paljon tarjolla.. niin silloin torstai-iltana on parhailla kerroilla.. Voi olla että joutuisin varmaan kolmena päivänä torilla seisomaan sen aamuseitsemästä yhteen..”



REKON MUUT MERKITYKSET

- Verkostoituminen, yhteisöllisyys ja asiakaskohtaaminen
- REKOn merkitys markkinointikanavana
 - esilläolo: tuotteet ja tila näkyviin → edistää muuta liiketoimintaa
- Avoin kommunikaatio kuluttajan kanssa ja vakiintunut asiakaskunta
 - arvostuksen kokeminen
- Laatu ja tuoreus
 - tuotteet tuoreina asiakkaille
- Haastatellut kokevat mukanaolonsa tärkeäksi
 - sitoutuminen, REKOn jatkuvuus

” Ja sit sä pääset ihmisten joukkoon tekemään jotain... Se on hauskaa! ”

” Saa hiukan kertoa omista tuotteista, mikä niissä on erityistä. Eihän ihmiset tiedä, ellei kerrota...”

” Kun tuolla tilalla kun toimii, niin onhan se aika yksinäistä touhua. Saa sitten sen viikottaisen sosiaalisen annoksen kun lähtee käymään siellä ihmisten ilmoilla. ”



REKON MENESTYKSEN JA MENESTYVÄN REKON TAUSTALLA

- Suoraan tuottajalta ostaminen ja tuotteen alkuperä
 - kuluttajien halu ostaa lähiruokaa
- Facebookin tavoitavuus
- Laadukkaat tuotteet ja tuotekehitys
 - uniikit tuotteet
 - laaja tuotevalikoima
- REKOn samaa huomio – alueelliset erot
- Jakopaikan sijainti
- Tuottajien aktiivisuus ja sitkeys

*“Kaupassa se on vähän
semmoista persoonatonta...”*

*”Meidän pitää toimittaa niin hyvää
tavaraa, että me saadaan koukuttettua
ne asiakkaat niin, että ne tulee toisenkin
kerran ja haluaa just sitä meidän
perunaa...”*

*”Näitä tuotteitahan sä et saa kaupasta.
Tästä saat, ja tää on aika freshii...”*



REKON TULEVAISUUS

- Hiipuneen torikaupan korvaaja
- Huoli asiakasmääristä – uusia pitäisi löytyä
- Yhteistyön merkitys
 - enemmän tuottajia ja valikoimaa, enemmän kuluttajia
- REKOa ei tunneta
 - alueelliset erot, toimenpiteitä?
- Facebookin haasteet ja riskit tunnistetaan
 - koetaan kuitenkin toimivaksi kanavaksi ja REKOn mahdollistajaksi

*”Tavallaan tuodaan puoleksi tunniksi tori..
Kyllä siellä huomaa, asiakkaat ostaa
tuottajilta suoraan tosi mielellään tuotteita
ilman sitä kaupan välissä oloa.”*

*”Sitä ei löydetä sattumalta...
Mäkin oon sanonut monelle
jotka kyselee, että tulkaa sinne!
–Mikä se semmoinen on?”*



LUONNONTUOTTEET JA REKO

- Pienimuotoisen ja jopa kokeilevan yritystoiminnan mahdollistaja
- Helppo ja joustava myyntikanava
 - ostosopimukset myyntitapahtuma kerrallaan
- Tarina tuotteen takana
- Yrittäjälle maksuton markkinointikanava
 - näkyvyys Facebookissa ja jakotapahtumissa
 - esittelyt, maistatukset
- Tuotevalikoiman runsaus
 - kuluttajat ostavat useilta tuottajilta

”Tämä on mielestäni hyvä kanava, koska meidän tuotanto on kuitenkin niin pientä.”


“REKO mahdollistaa vielä pienimuotoisenkin kannattavan kaupanteon. Ettei kaiken tarvi olla niin valtavan suurta, ja joka vuosi parempi liikevaihto.”

”Verkkokaupasta jää inhimillisyyttä pois.”



POHDINTA

- REKOlla vaikuttaa olevan liiketaloudellista merkittävyyttä tuottajalle
 - Kannattavuus koetaan eri tavoin
 - Yleensä muuta tulon muodostusta täydentävä
- REKOlla on myös sosiaalinen merkitys
- Sosiaalinen media mahdollistaa suurten kuluttajajoukkojen tavoittamisen
 - Laajalle levinnyt, vakiintunut konsepti
 - Valtaosa ryhmien jäsenistä kuitenkin passiivisia
- Kaupunkialueiden suurissa REKOissa paljon myyntiä
 - Lähialueiden pienemmät ryhmät voivat hyötyä niistä



*“Jos ihmiset tietäis siitä enempi,
se olis varmasti tosi valtava
myyntikanava.”*

Isossa kuvassa REKOssa tapahtuva kaupankäynti on
pientä, mutta yksittäisen tuottajan näkökulmasta
REKO voi olla elintärkeä tulonlähde.

KIITOS!

nina.gronqvist@helsinki.fi