

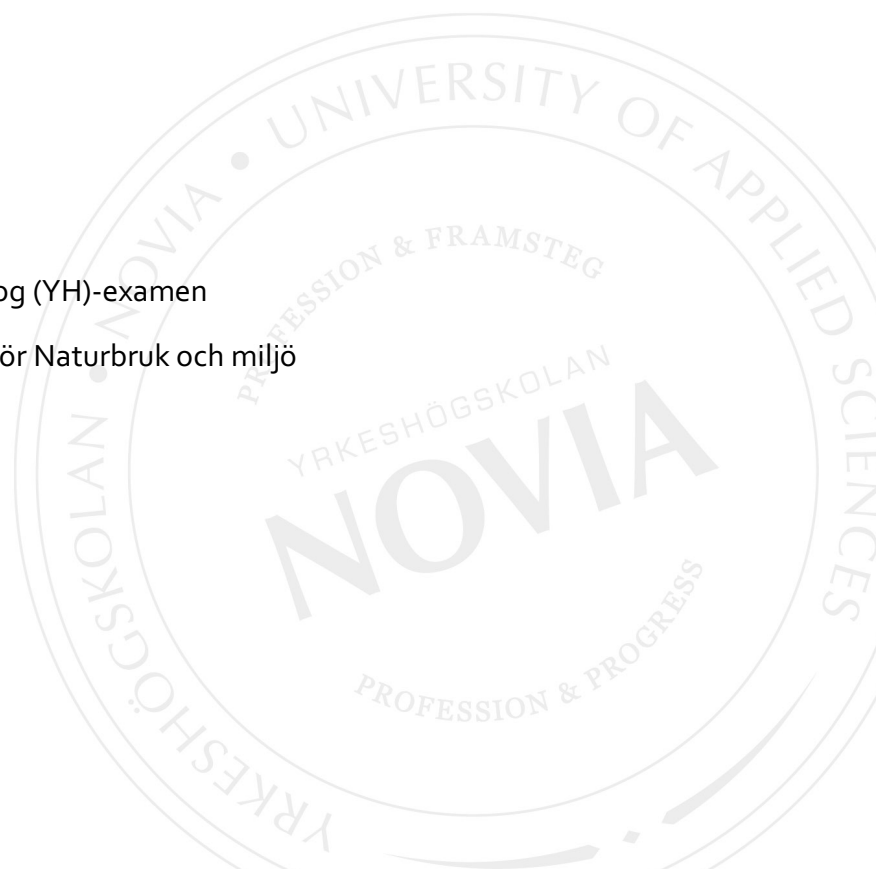
REKO i Västnyland – en undersökning om lönsamhet och utvecklingsmöjligheter

Elin Fagerholm

Examensarbete för Agrolog (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för Naturbruk och miljö

Raseborg 2018



EXAMENSARBETE

Författare: Elin Fagerholm

Utbildning och ort: Naturbruk och miljö, Raseborg

Inriktning/alternativ/Fördjupning: Lantbruksnäringarna

Handledare: Veronika Bäckman

Titel: REKO i Västnyland – en undersökning om lönsamhet och utvecklingsmöjligheter

Datum 29.03.2018

Sidantal 32

Bilagor 3

Abstrakt

När det kommer till mat är faktorer som smak, pris och bekvämlighet viktiga. Idag bryr sig allt fler om matens kvalitet och dess produktionsförhållanden, samt hur dessa stämmer överens med de egna synpunkterna på t.ex. hälsa och välmående, samhället och miljön. Lokal mat blir allt vanligare och så även begrepp som närmat, Slow Food och REKO.

I Västnyland anses intresset för lokalt producerad mat stort. Under året ordnas olika evenemang och marknader. Förutom REKO ordnas närmats marknader och Slow Food festivaler. REKO har funnits i nejden sedan 2014 då de första ringarna startades i Pojo och i Västankvarn i Ingå. Idag finns det fem aktiva REKO-ringar i Västnyland.

Syftet med mitt arbete är att få en helhetlig bild över REKO:s verksamhet och hur intresset för REKO ser ut i Västnyland idag. I fokus ligger även producenternas lönsamhet och konceptets utvecklingsmöjligheter.

Undersökningen utfördes med hjälp av två webbenkäter för både producenter och konsumenter. Enkäterna publicerades i Ekenäs, Karis och Ingås REKO-grupper på Facebook. För att skapa en helhet skickades även en enkät menad för administratörerna för respektive REKO-grupper.

Sammanlagt svarade 13 producenter och 116 konsumenter på enkäterna. Det är mest kvinnor som handlar via REKO och de mest populära produkterna är ägg, grönsaker och kött. Producenterna har valt att sälja via REKO eftersom de anser att den personliga kontakten med konsumenten är viktigt och för att det är smidigt eftersom man på förhand vet vilken mängd produkter som kommer att gå åt till försäljning.

I Västnyland tror medlemmarna på en växande framtid för REKO. REKO är en bra idé som man kanske inte ännu förstått att utnyttja på bästa sätt.

Språk: Svenska

Nyckelord: REKO i Västnyland, närmat, lönsamhet.

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Elin Fagerholm

Koulutus ja paikkakunta: Maatalous ja Ympäristö, Raasepori

Suuntautumisvaihtoehto/Syventävät opinnot: Maatalous

Ohjaaja(t): Veronika Bäckman

Nimike: REKO-renkaat Länsi-uudellamaalla – talous ja kehitysmahdollisuudet

Päivämäärä 29.03.2018

Sivumäärä 32

Liitteet 3

Tiivistelmä

Kun kyse on ruoasta tekijät kuten maku, hinta ja mukavuus ovat tärkeitä. Nykyään yhä useammat ihmiset välittävät elintarvikkeiden laadusta ja sen tuotantoedellytyksistä sekä siitä, miten ne liittyvät kuluttajien omiin näkemyksiin, kuten esim. terveyden ja hyvinvoinnin tai yhteiskunnan ja ympäristön merkitykseen. Paikallinen ruoka on yleistynyt samoin kuin Slow Food ja REKO.

Läntisellä-uudellamaalla kiinnostus paikallisesti tuotettuihin elintarvikkeisiin on suurta. Vuoden aikana järjestetään erilaisia tapahtumia ja markkinoita. REKO-renkaiden lisäksi järjestetään maalaismarkkinoita ja Slow Food-festivaaleja. REKO on ollut mukana vuodesta 2014 lähtien, jolloin ensimmäiset renkaat perustettiin Pohjaan ja Västankvarniin Inkooseen. Nykyisin on olemassa kuusi aktiivista REKO-rengasta Länsi-Uudellamaalla.

Opinnäytetyön tarkoituksena on saada kattava kuva REKOn toiminnasta ja siitä, mikä REKOn kiinnostus on nykyään Länsi-Uudellamaalla. Painopiste on myös tuottajien kannattavuudessa ja konseptin kehitysmahdollisuuksissa. Tutkimus tehtiin käyttäen kahta sekä tuottajille että kuluttajille suunnattua web-kyselyä. Kyselyt julkaistiin Tammisaareen, Karjaan ja Inkoon REKO-renkaassa Facebookissa. Kokonaisuuden aikaansaamiseksi lähetettiin myös kysely ryhmien ylläpitäjille.

Kyselylomakkeisiin vastasi yhteensä 13 tuottajaa ja 116 kuluttajaa. Useimmiten naiset ostavat REKO-renkaiden kautta ja suosituimpia tuotteita ovat munat, vihannekset ja liha. Tuottajat myyvät REKOn kautta, koska he uskovat, että henkilökohtainen kontakti kuluttajiin kanssa on tärkeää, ja se että on kätevää kun tietää etukäteen, kuinka paljon tuotteita on myytävänä. Länsi-Uudellamaalla REKO-jäsenet uskovat REKO-liikkeen kannattavaan tulevaisuuteen.

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: REKO, lähiruoka, kannattavuus

BACHELOR'S THESIS

Author: Elin Fagerholm

Degree Programme: Natural Resources and Environment, Raseborg

Specialization: Agriculture

Supervisor(s): Veronika Bäckman

Title: REKO in Västnyland – Economics and Development Opportunities

Date 29.03.2018

Number of pages 32

Appendices 3

Abstract

When it comes to food, factors like taste, price and convenience are very important. Today, more and more people care about food quality and its production conditions, as well as how these are in line with their own views on e.g. health and well-being, society and the environment. Local food is becoming increasingly common, as well as concepts such as Slow Food and REKO.

In Västnyland, the interest in locally produced food is considered to be big. Various events and markets are organized throughout the year. In addition to REKO, farmers' markets and Slow Food festivals are arranged. REKO has been in Västnyland since 2014 when the first rings were started in Pohja and in Västankvarn in Inkoo. Today there are six active REKO-rings in Västnyland.

The purpose of this survey is to get a comprehensive picture of REKO's activity and what the interest looks like in Västnyland today. For the producers the focus is on profitability and the possibilities of developing the concept. The survey was conducted using two web polls, for both producers and consumers. They were published in Ekenäs, Karis and Ingå's REKO Groups on Facebook. To get a complete picture of the concept, a survey was also sent to the administrators of the groups.

In total, 13 producers and 116 consumers responded. It is mostly women who use REKO and the most popular products are eggs, vegetables and meat. Producers use REKO because they believe that the personal contact with the consumer is important and it's convenient because they know in advance exactly the amount of product they are going to sell.

Language: Swedish

Key words: REKO, locally produced food, profitability

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
2	Teoretisk bakgrund.....	2
2.1	Vad är REKO?.....	2
2.1.1	Regler och produktkrav.....	3
2.2	Producenter inom REKO.....	3
2.3	Konsumenter inom REKO.....	4
2.4	Fördelar med REKO.....	4
2.5	Utmaningar med REKO.....	5
3	Ekonomi och lönsamhet.....	6
3.1	Prisskillnader på produkterna.....	6
3.2	LähiKanna.....	6
4	Utveckling.....	7
5	Alternativ till REKO.....	7
5.1	Torgförsäljning.....	8
5.2	Direktförsäljning.....	9
5.3	Food Hub.....	9
6	REKO i Västnyland.....	10
7	Syfte.....	11
7.1	Forskningsfrågor.....	12
7.2	Avgränsning av arbetet.....	12
8	Metod.....	13
8.1	Enkät.....	13
8.2	Följebrev.....	13
9	Resultat.....	15
9.1	Konsumenten.....	15
9.1.1	Köpbeteende.....	16
9.1.2	Åsikter.....	18
9.2	Producenten.....	21
9.2.1	Lönsamhet.....	22
9.2.2	Åsikter.....	24
9.3	Administratörernas åsikter.....	26
10	Diskussion.....	27
10.1	Metodval.....	27
10.2	Utvecklingsmöjligheter.....	28
10.3	Västnyland vs. Österbotten.....	29

11	Slutsats.....	31
	Källförteckning.....	32
	Bilagor.....	35

1 Inledning

När det kommer till valet av mat är faktorer som smak, pris och bekvämlighet mycket viktiga. Idag bryr sig allt fler om matens kvalitet och dess produktionsförhållanden samt att dessa stämmer överens med de egna synpunkterna på till exempel hälsa, samhället och miljön. Lokalt producerad mat blir allt vanligare och så även begrepp som närmat, slow food och REKO.

I Västnyland vill man verkligen fokusera på intresset om närmat och under året ordnas olika evenemang och marknader för att stärka intresset. Förutom REKO ordnas även Slowfood festivaler och närmatsmarknader. REKO har funnits i nejden sedan 2014, då de första REKO-ringarna startades i Pojo och i Västankvarn i Ingå. Det här var bara ett år efter att Finlands första REKO-ring startades i Jakobsstad i Österbotten. Kort därpå startades sedan fler REKO-ringar i Västnyland och idag finns det sex aktiva ringar. Det är ringarna i Karis, Ekenäs, Ingå, Sjundeå, Lojo och Kyrkslätt.

Enligt tidigare forskning (Öman, 2017) tyder resultatet på att intresset för REKO i Österbotten håller på att avta. Hur ser intresset för REKO ut i Västnyland och hur skiljer sig verksamheten från Österbotten. I arbetet kommer medlemmarna inom REKO-ringarna i Ekenäs, Karis och Ingå att beaktas samt deras synpunkter på konceptet. Finns det någonting som borde förbättras eller utvecklas, eller är REKO hållbart så som det är idag? För producenterna del kommer fokus att ligga på ekonomin och lönsamheten med REKO. Konsumenterna är kanske den viktigaste delen av en REKO-ring. Utan konsumenter skulle inte producenter finnas. Varför har man valt att vara medlem i en REKO-ring? Vad köper man?

För att skapa en helhet av REKO har även administratörerna för respektive REKO-ring intervjuats. Hur skiljer sig ringarna från varandra, vad arbetar man med och hur försöker man utveckla REKO-ringen?

Den här undersökningen gjordes i form av två enkäter som publicerades på Ekenäs, Karis och Ingås REKO-ringars Facebookgrupper. En enkät menad åt konsumenter och den andra åt producenter. Administratörerna intervjuades med hjälp av en enkätintervju som skickades enskilt på privat meddelande på Facebook.

2 Teoretisk bakgrund

Konceptet REKO har funnits sedan 2013 då den första REKO utdelningen körde igång i Jakobsstad i Österbotten. Det var Thomas Snellman som hade med sig idén från Frankrike och deras Amap-system och startade upp konceptet i Finland. Idén spridde sig snabbt och bara två år senare fanns det cirka 100 REKO-ringar i Finland. Idag har REKO-ringarna spritt sig på både finskt och finlandsvenskt håll och antalet ökar ständigt. Därför kan det vara svårt att uppskatta exakt hur många ringar det finns idag. (EkoNu)

2.1 Vad är REKO?

REKO, eller Rejäl konsumtion, är en försäljnings- och distributionskanal var konsumenten beställer och handlar direkt från producenten utan några mellanhänder. Med REKO vill man försöka skapa ett mervärde för konsumenten eftersom produktens ursprung och produktionsförhållanden är kända. Grundprinciperna för REKO är att produkterna skall vara så lokala som möjligt, produktionen skall vara etisk och gärna ekologisk, ingen återförsäljning av produkterna skall få finnas och verksamheten skall vara öppen, det vill säga att vem som helst skall få vara med i gruppen. (Äktasmak)

En annan grundprincip med REKO är att det inte skall finnas några administrationskostnader. Det är därför som man använder sig av Facebook som är en gratis mötesplattform. Varje REKO-ring har sin egen Facebookgrupp varifrån försäljningen i huvudsak sker. Det är administratörerna för var grupp som håller i trådarna och bestämmer bland annat vem som får vara medlem i gruppen, vilka produkter som får säljas och hur ofta, samt var, utdelningarna sker. (EkoNu)

Administratören meddelar i god tid när det är utdelning och skapar vanligtvis ett evenemang för det utdelningstillfället på gruppen. Då har producenten möjlighet att via Facebookgruppen annonsera om sina produkter genom bilder och en bra beskrivning på det som är till försäljning och en deadline för beställning. För att beställa någonting kommenterar konsumenten på producentens inlägg om vilken produkt hen vill köpa. Det är vanligt att producenten sedan ”gillar” kommentaren för att säkerställa att beställningen gått fram. Då utdelningstillfället närmar sig kan producenten sammanställa beställningarna och vet då precis hur mycket som kommer att gå åt vid utdelningen. (EkoNu)

2.1.1 Regler och produktkrav

Inom alla REKO-ringar strävar man efter att följa samma regler och etiska linjedragningar. Små avvikelser kan förekomma från ring till ring, detta i och med att det slutligen är administratören som har det sista ordet angående medlemmarna och försäljningen. Produkterna som säljs via REKO bör vara etiskt producerade och gärna ekologiska.

Angående djurhållningen, t.ex. köttförsäljningen, föredrar man att djuret skall ha haft möjlighet att leva ett så djurlikt liv som möjligt. Det bör ha haft tillräckligt med utrymme att röra sig på och även möjligheten att vara utomhus. Utfodringen är även något som man gärna håller under uppsyn inom försäljningen via REKO. Djuren skall utfodras med inhemskt och GMO-fritt foder så långt som det är möjligt. Produkter som kommer från exempelvis blåsladugårdar eller hönsgårdar med inomhus frigående höns är inte att föredra inom REKO. I REKO får bara lokalt och etiskt fångad fisk säljas eller förädlas. Naturprodukter som t.ex. bär och svamp får säljas skattefritt av vem som helst.

REKO är till för producentens egna produkter. Återförsäljning av en annan producents produkter är förbjuden inom alla REKO-ringar. (Äktasmak) Dock kan man som producent samarbeta med en annan producent för att fullständiga produktutbudet. Detta skall då framgå tydligt i både annonsen och vid utdelningstillfället. (EkoNu)

All försäljning via REKO sker enligt den gällande skattelagstiftningen och det är producenten som själv ansvarar för försäljningen av produkterna. (Äktasmak)

2.2 Producenter inom REKO

REKO lämpar sig för olika sorters producenter. Producenter som erbjuder ekologiska produkter är populära inom REKO-ringarna, men REKO lämpar sig också till småskaliga producenter som producerar och erbjuder ett brett sortiment av produkter, eller för en sådan producent som brinner för mathantverk och vill prova på hur det känns att ha en verksamhet. För att försäljningen skall hållas lönsam bör man fokusera på något speciellt som kanske inte går att köpa i en vanlig matbutik. Det gäller att hitta konsumenter som verkligen uppskattar produkterna som säljs. (EkoNu) Som producent i REKO är man skyldig till att följa de givna reglerna för varje REKO-ring och man ansvarar även för sin egen försäljning. (Äktasmak)

2.3 Konsumenter inom REKO

REKO lämpar sig till konsumenter som bryr sig om maten och dess ursprung. Idag är allt flera måna om maten de äter och dess ursprung. REKO kan därför vara en bra handelskanal, eftersom konsumenten har rätt att få reda på produktens ursprung och vem som har producerat eller tillverkat produkten. Producenten kan även ge vidare information angående odling och besprutning, gödsling etc. Produkterna som säljs via REKO anses vanligen vara färskare och förmånligare än de produkter som erbjuds i matbutiken. Som konsument i REKO har man även möjlighet att få tillgång till ett utbud av speciella produkter som annars kan vara svåra att hitta i den vanliga butiken. Då konsumenten handlar via REKO vet hen med säkerhet att pengarna går direkt till producenten, med andra ord stöder man som konsument den lokala ekonomin. Som medlem i en REKO-ring träffar konsumenten även andra likasinnade människor med samma intresse för lokalt producerad mat. (EkoNu)

2.4 Fördelar med REKO

Konceptet REKO för med sig många fördelar. Inte bara för miljön men även för de ekonomiska och sociala aspekterna. REKO vill stöda de lokala, genom att handla via REKO handlar man med de lokala producenterna och stöder den lokala ekonomin. Då konsumenten köper en produkt betalar denne enbart för produkten, inte för några transporter, reklam, onödiga plastförpackningar eller till några andra mellanhänder. REKO strävar till att erbjuda säsongsbetonade och rena produkter, vilket både är en stor fördel för miljön och något som allt fler människor idag vill sträva efter.

Som konsument har man även möjlighet att utnyttja allting som produceras, också de produkter som kanske inte skulle lämpa sig till försäljning i en vanlig matbutik. Exempel på en sådan produkt kan vara en grönsak med konstig form eller färg. (EkoNu)

2.5 Utmaningar med REKO

Givetvis förekommer det utmaningar med REKO. Oftast är det administratörerna för ringarna som arbetar med utmaningarna, det är administratören som ansvarar för REKO-ringen och har även den slutgiltiga beslutanderätten. (EkoNu)

Då ringarna i Västnyland hade fått sin början var det svårt att locka med nya medlemmar och särskilt nya producenter. En orsak till det svala intresset kan vara att producenterna redan använde sig av fungerande försäljningskanaler. (Kvarnström, J., 2015) I Västnyland, särskilt i Ekenäs ordnas många, väl omtalade torg. Torgförsäljningen sågs i början som litet av ett hot för REKO. Trots det försökte man förespråka med att det är enklare att leverera till REKO än att stå flera timmar och sälja på ett torg och betala för en plats där. Trots att REKO:s verksamhet idag ser bättre ut lockar torgförsäljningen ändå den del av konsumenterna som kanske inte har tillgång till Facebook. Utan medlemskap på Facebook finns inte möjligheten att vara med i en REKO-ring och en person utan Facebook vet kanske inte heller vad REKO är. Utmaningen är att även få med de personer som inte hör till Facebook att delta i REKO. (Sundström J., Valtonen M., 2016b)

En annan utmaning med REKO är att hålla koll på produkterna. Stämmer försäljningen överens med de direktiv som finns och är produkterna tillräckligt lokalt producerade? Det är vanligt att man i en REKO-ring räknar kilometeravståndet från respektive ring och därmed bestämmer om producenten får erbjuda sina produkter till försäljning. (Äktasmak)

Ytterligare en faktor som administratörerna arbetar med är att motivera de medlemmar som inte är så aktiva. Det gäller att göra reklam om evenemanget, marknadsföringen av produkterna skall vara tydlig och bra samt att produktutbudet är avvikande och lockande. (EkoNu) Konsumentbeteende är nyckeln till ett fungerande REKO. De flesta konsumenter är med så länge det är roligt och socialt, men i den stressande vardagen kan det vara svårt att hinna förhandsbeställa varor och handla via REKO. Då är det hela nätverket som påverkas, både producenterna och konsumenterna. (Ehrnström-Fuentes b, 2017)

3 Ekonomi och lönsamhet

Då REKO startades var tanken den att prisnivån på produkterna skulle vara till nytta för alla. Produkterna som erbjuds till försäljning ska vara billigare än de produkter som finns i matbutiken. Dock är det ganska svårt att jämföra priserna, då varje matbutik har möjligheten att prissätta sina produkter själv. Inom REKO är det producenten som själv väljer priset på produkten och har rätt att höja eller sänka på priset enligt försäljning. Om livsmedlen som är till försäljning är tillverkade hemma är det en beskattningsbar inkomst. Stiger omsättningen över 10 000 euro per år räknas verksamheten som näringsidkande och då måste man som producent även betala mervärdesskatt. (Bergman, L., 2016)

3.1 Prisskillnader på produkterna

Prisskillnaderna på produkterna i REKO och på produkterna i matbutiken kan variera mycket och behöver kanske inte alltid gynna producenterna i REKO. Eftersom detaljhandeln även använder sig av importerade varor som till exempel grönsaker, går det inte som producent i REKO att konkurrera med butikernas priser. (Sundqvist, M., 2016)

I och med att lokalt producerad mat blir mer populärt, har även matbutikerna tagit in lokala produkter till sitt sortiment. Priserna på dessa produkter kan inte bli låga eftersom många lokala producenter även använder sig av REKO. Med andra ord har REKO en liten påverkan på priset. (Thomasfolk, C., 2015)

3.2 LähiKanna

I en färsk forskning från Luke, Luonnonvarakeskus, undersöks lönsamheten med olika distributionskanaler. I forskningen ”LähiKanna” undersöktes distributionskanalerna och frågeformulär skickades ut till företagare inom branschen. På formuläret svarade 335 stycken företagare. 2017 var inte ett ekonomiskt enkelt år för företagare som använder sig av närmatsringar, men trots det ser företagarna ljus på framtiden.

I undersökningen framkom att intresset för REKO är olika områdesvis och vissa REKO-ringar i Finland håller på att dö ut. Orsaken till detta kan vara att konceptet är för tidsbundet och att det är jobbigt och tidskrävande för producenten. Resultaten från Lukes undersökning tyder på att REKO inte är så populärt bland respondenterna. Cirka 50% av respondenterna i undersökningen svarade att de aldrig använt sig av REKO. Den mest använda gruppen var gårdsförsäljning/direktförsäljning. På frågan om de anser att REKO är lönsamt svarade 50%

att det är lönsamt och den andra 50% att det inte är det. Igen var gruppen gårdsförsäljning/direktförsäljning lönsammast enligt respondenterna. En intressant fråga som undersöktes var om det finns någon distributionskanal som företagarna inte använder sig av som de i framtiden skulle vilja använda sig av. REKO fick nästflest svar på ”Ja” och ”Eventuellt”, först kom närmatsförsäljningspunkter/-butiker. Frågan om företagarna har använt sig av någon distributionskanal men misslyckats med försäljningen svarade ca 35 stycken att de använt sig av REKO och misslyckats med försäljningen och 145 att de använt sig av REKO men haft goda försäljningserfarenheter av kanalen. REKO kom på tredje plats av 12 distributionskanaler, då respondenterna anser att försäljning via REKO inte varit misslyckande. (Rikkonen P., Korhonen K., 2017)

4 Utveckling

Då Thomas Snellman, hemkommen från en resa i Frankrike, presenterade idén om REKO i Österbotten var det många som var kritiska till idén. Efter en trevande start slog REKO-boomen igenom. I september 2017 fanns det över 160 REKO-ringar i hela Finland och medlemsantalet var runt 300 000. Då konsumenterna fick veta av REKO spreds konceptet snabbt, sociala medier är en stor faktor bakom detta. REKO har även spridit sig till Sverige. (Ehrnström-Fuentes, M., b) 2017)

REKO har många möjligheter. Enligt Maria Ehrnström-Fuentes är REKO en kraftfull mekanism som man ännu inte riktigt förstått hur man skall utnyttja på bästa sätt. Eftersom det är medlemmarna i gruppen som håller nätverket i liv så strävar varje REKO-rings administratörer för att göra mötet mellan producent och konsument så uppskattningsbart som möjligt. Det är sedan upp till medlemmarna att bestämma resten och utveckla konceptet. (Ehrnström-Fuentes, M., a) 2017) För att uppgradera REKO behövs information, diskussion och argumentering samt frågeställningar. (Ehrnström-Fuentes, M., b) 2017)

5 Alternativ till REKO

Då konsumenterna vill ha mer kunskap om maten de äter men också möjligheten att få en bild av matens ursprung, produktionsförhållanden samt gödslingsmetoder försöker man ständigt hitta fler distributionskanaler som skulle locka konsumenterna och för att göra producenternas försäljning så lönsam som möjligt. (The Context Network LLC, 2018) Distributionskanaler för lokalt producerade produkter är många. Lokala matmarknader har funnits länge i olika former.

Torghandel, direktförsäljning, gårdsförsäljning och skördemarknader är några exempel att nämna. På senare år har REKO och andra matringar uppkommit. De olika distributionskanalerna är komplement till varandra på ett eller annat sätt, de försöker var och en att skapa nya hållbara system för produktionen av lokal mat. Konsekvenserna för konsumenterna och producenterna är olika och så även medlemmarnas möjligheter att påverka systemen. Den viktigaste faktorn i de olika systemen är ledningen och reglerna, det är dem som påverkar lönsamheten och medlemmarna i gruppen. (Ehrnström-Fuentes, M., a) 2017)

5.1 Torgförsäljning

Torgförsäljning är ett gammalt och beprövat koncept. Odlare och producenter samlas regelbundet på en specifik plats för att sälja sina produkter. Vanligtvis är det färska varor så som grönsaker, potatis och fisk som erbjuds från producenternas tält. Det finns många fördelar med torgförsäljningen. Som producent träffar man andra producenter och kan ta del av deras erfarenheter, man träffar konsumenten och bildar en relation till denna och man kan själv marknadsföra för sina produkter. (Bruch, M.L, Ernst, M.D., 2010) Dock finns möjligheten att det inte alltid är producenten som säljer sina produkter på torget. Det vill säga, direktkontakten mellan konsument och producent är inte alltid garanterad. (Ehrnström-Fuentes, M., a) 2017) Nackdelar med torgförsäljningen är långa dagar, inga förhandsbeställda varor, svåröversäglighet och sporadisk försäljning samt höga torgplatskostnader. (Bruch, M.L, Ernst, M.D., 2010)

I Västnyland har en så kallad Slow food festival ordnats sedan hösten 2008. Festivalen samlar matproducenter i hela regionen som har sina produkter till försäljning. Under evenemanget ordnas även föreläsningar och seminarier som handlar om god, ren och rättvis mat. Festivalen utvecklas för varje år och allt fler producenter från Västnyland hakar på. Under de senaste åren har festivalen ordnats i Fiskars bruk i Raseborg. (Almark, M., 2014) Förutom Slow Food festivalen ordnas även vår- och höstmarknader i Fiskars bruk. Dessa marknader går under namnet Maan maut, alltså Jordens smaker, och är ett mycket populärt koncept. På marknaden erbjuds delikatesser och närproducerade produkter från producenter i regionen. (Fiskars Village 2018)

5.2 Direktförsäljning

Vid direktförsäljning eller gårdsförsäljning säljer producenten sina produkter hemma på gården. Genom att använda sig utav den här distributionskanalen uppstår inga transportkostnader eftersom det är konsumenten som kommer till gården för att handla. Detta medför också en positiv och upplevelserik köperfarenhet. Nackdelarna med en gårdsförsäljning är att det måste gå att lite på konsumenten. Allt flera producenter har så kallade självbetjäningsskiosker var du handlar produkter och lämnar pengar i en kassa. Då skall det gå att lite på konsumenten att hen handlar på rätt sätt. Även gårdens belägenhet är viktig. Ligger gården allt för långt borta är det svårt att hitta dit och konsumenterna vill ogärna köra långt. (Bruch, M.L, Ernst, M.D., 2010)

5.3 Food Hub

Under hösten 2017 introducerades Food Hub som ett pilotprojekt i Finland. Om projektet får en bra start är planen att konceptet startas upp under våren 2018. Food Hub är ett konsumentdrivet projekt som strävar till att vara en fungerande närmatsmarknad. Lokal mat skall vara lättillgänglig för konsumenten. Det är Svenska Lantbrukssällskapets Förbund, SLC och Hertonäs matandelslag som driver idén. I framtiden skall det grundas ett gemensamt företag var både konsumenter och producenter står som ägare. Distributionsmodellens målsättningar är att odlarna bättre skall kunna planera sin produktion och försäljning eftersom konsumenterna binder sig på förhand till att köpa en viss mängd produkter under året. På så vis får konsumenterna en enkel och regelbunden tillgång till lokalproducerad mat. Samarbete mellan producent och konsument är en viktig faktor för Food hub, tanken är att konsumenten skall kunna besöka de olika producenternas gårdar och bekanta sig med produktionen och aktivt delta i t.ex. skörd eller annat arbete. Försäljningen är flexibel och upphämtningen av produkterna sker under ett helt dygn. Producenten är endast anträffbar på upphämtningsplatsen under bestämda tider. (Colliander-Nyman 2017)

Beställningarna görs via en hemsida. Då kunden har ingått ett avtal med producenten så får man en digital nyckel till skafferiet. Nyckeln fungerar via smarttelefon och med den kan skafferiet öppnas när som helst under Hertonäs biblioteks öppethållningstider. Producenten behöver med andra ord bara fokusera på att producera och leverera varan och konsumenten kan hämta upp varan då det passar denne bäst. Det här skiljer Food Hub från REKO där man som medlem måste passa tiden för utdelningen. (Rautoma H., 2018)

6 REKO i Västnyland

Till Västnyland hör kommunerna Hangö, Raseborg, Ingå, Sjundeå, Kyrkslätt och Lojo. Idag finns det sex aktiva REKO-ringar på området. Det är ringarna i Ekenäs, Karis, Ingå, Sjundeå, Lojo och Kyrkslätt (Facebook)

REKO i Västnyland fick sin början i april år 2014, då de två första ringarna startades upp i Pojo och i Västankvarn i Ingå. Från början har man kört på det konceptet att man som producent har möjlighet att delta i de båda utdelningarna eftersom de ägde rum på under samma kväll. I och med ringarnas framgång beslöt man att samla intresserade producenter och konsumenter för att kunna starta upp en ny ring i Ekenäs. (Hagman, E., 2014)

REKO i Ekenäs hade en trevande start och under hela första året såg det inte alls bra ut. Faktorer som för få producenter och ointresserade medlemmar på Facebookgruppen sågs vara orsaken bakom detta. (Kvarnström, J., 2015)

2016, dryga två år efter att ringen i Ekenäs startades upp har ryktet spridit sig och ungefär 60 personer deltar i REKO utdelningen varje vecka. Utdelningen sker på Yrkeshögskolan Novias parkering i Ekenäs klockan 17. Den sker varannan fredag under vinterhalvåret och varje fredag under sommaren. REKO-ringarna i Pojo och i Västankvarn i Ingå har inte haft lika bra framgång som i Ekenäs. Ringarnas verksamhet lades ner 2015 på grund av för få kunder och för lite försäljare. Under 2016 började intresset för en REKO-ring även i Karis blomma upp. Efter en tids sökande efter rätt person för administrationsjobbet fick ringen sin början i augusti 2016. REKO-utdelningen i Karis sker på Yrkesskolan Axxells parkeringsplats i centrum av Karis. (Sundström J., Valtonen M, 2016a)

I Ingå valde man att under hösten 2017 flytta utdelningsplatsen från Västankvarn in till Ingå centrum. Det gav REKO-ringen en ny start från att ha legat några år på is. I och med flytten ville man utöka möjligheten för flera medlemmar att kunna delta i utdelningarna. Västankvarn är lite längre bort och det finns fler medlemmar som bor inne i Ingå kyrkby. Även producenterna är glada över flytten. Nu har de möjligheten att kunna kombinera alla utdelningstillfällen på de tre orterna eftersom de sker under samma kväll. Som producent har du möjlighet att starta i Ekenäs klockan 17, fortsätta till Karis 18:00 för att sedan avsluta i Ingå klockan 19. (Slotte, E., 2017)

Idag, Mars 2017, är det sammanlagt cirka 9000 medlemmar i alla REKO-ringar i Västnyland. Om man fokuserar på ringarna i Ekenäs, Karis och Ingå är medlemsantalet drygt 6000. (Facebook)

7 Syfte

Syfte med mitt arbete är att skapa en helhet över REKO-ringarna i Västnyland. REKO-ringarnas medlemmar och deras åsikter angående REKO är essentiella. Fungerar REKO som det är eller finns det någonting som borde förbättras? Finns det utvecklingsmöjligheter för konceptet? Konsumenterna är intressanta och även viktiga att undersöka. Utan konsumenterna skulle inte producenterna finnas. En väsentlig fråga är varför man som konsument väljer att handla via REKO? Även konsumenternas förslag på utvecklingsmöjligheter är betydelsefulla.

Tyngdpunkten i arbetet kommer att ligga på producenterna. Då med fokus på ekonomin och lönsamheten. Varför vill man sälja via REKO? Är det lönsamt med försäljning via REKO?

För att få fram en helhet om REKO-ringarna har även alla administratörer för varje ring undersökts enskilt. Varför har man valt att vara administratör och hur skiljer sig REKO-ringarna från varandra? Hur jobbar de inom respektive ring och administratörens förbättringsförslag.

Enligt REKO:s grundare, Thomas Snellman, håller intresset för REKO på att sjunka. Den verkliga boomen är över sedan konceptet grundades och nyhetens behag är nu över. (Mangs, S., 2017) En undersökning som gjorts angående två REKO-ringar i Österbotten visade samma sak. Intresset för REKO är avtagande. I den undersökningen svarade 43% att REKO-ringarnas verksamhet är avtagande och 0% tyckte att verksamheten är växande. (Öman, A., 2017) För den skull är det intressant att ställa samma fråga i mitt arbete. Hur ser REKO:s verksamhet och framtid ut i Västnyland? Hur skiljer sig intresset för REKO i Västnyland från Österbotten?

7.1 Forskningsfrågor

- Hur ser REKO:s verksamhet och framtid ut i Västnyland?
- Hur skiljer sig intresset för REKO i Västnyland från Österbotten?
- Hur ser lönsamheten ut vid försäljning via REKO?
- Vilka är utvecklingsmöjligheterna för REKO?

7.2 Avgränsning av arbetet

Eftersom REKO är ett ständigt växande koncept kan det vara svårt att veta exakt hur många ringar som finns i Finland idag. Nya ringar grundas och en del verksamhet faller bort. I mitt arbete har jag valt att fokusera på REKO-ringarna i Västnyland. I Västnyland finns det 6 aktiva REKO-ringar, och alternativt en som är i startgroparna. Jag har valt att avgränsa mig till de båda ringarna i Raseborg samt REKO-ringen i Ingå. Motiveringen till den här avgränsningen är att jag tycker det är lämpligt att välja dessa ringar eftersom utdelningarna sker under samma kväll och det finns en möjlighet att nå de producenter som deltar i alla tre utdelningar. En annan avgörande faktor till avgränsningen är min egen position. Det här är tre ringar som ligger nära mitt egna samhälle och som jag själv har erfarenhet av och möjlighet att besöka.

Då jag har valt att undersöka både administratörer, konsumenter och producenter har jag valt att göra tre enkäter. Det är helheten av REKO som strävas efter så då vill jag inte avgränsa arbetet allt för mycket, alla bidragande faktorer är lika viktiga och ingen bör lämnas bort.

8 Metod

8.1 Enkät

Som metod användes enkätundersökning. Med metoden kan man samla in stora mängder data för att få svar på sina frågor. Med hjälp av statistikprogram kan man enkelt sammanställa svaren och få fram resultat för analys. Enkäten gjordes via Google+ och Excel användes för att göra resultatdiagram. Med en enkätundersökning ställs alla frågor och svarsalternativ på samma sätt för alla respondenter. I och med att man är anonym då man svarar på enkäten kan man även svara på känsliga frågor så som t.ex. försäljningens lönsamhet och kritisera konceptet.

I samband med undersökningen gjordes tre enkäter som skickades ut åt konsumenterna, producenterna och administratörerna.

8.2 Följebrev

Då enkäterna skickades ut framkom även ett följbrev. Detta för att respondenterna skall veta vad som undersöks och till vilket syfte som undersökningen gjordes. En lockande text med ett klart budskap skall förekomma. Respondenterna bör få veta att det är frivilligt att svara på enkäten och att svaren behandlas anonymt. (Tydén, 2012)

Då enkäterna skickades ut till de valda REKO-ringarnas Facebookgrupper antogs det att målgruppen redan är intresserad av ämnet REKO. I följbrevet (Figur 1) som skickades ut har respondenten möjlighet till information om examensarbetet, hur och när resultaten publiceras och länkar till enkäterna. Följbrevet och även enkäterna översattes till finska (Figur 2) för att inte möjligheten att dessutom nå de finskspråkiga konsumenterna och producenterna skulle gå förlorad. Att inte översätta till finska kan även tolkas som ett fel bland respondenterna.

Hej!

Jag studerar på mitt fjärde år till agrolog vid Yrkehögskolan Novia i Raseborg och håller som bäst på med mitt examensarbete. Jag har valt att skriva om REKO ringarna i Västnyland.

Jag skulle vara tacksam om du vill delta i min enkätundersökning, den tar bara några minuter att fylla i!

Enkäten skickas ut till REKO-ringarna i Ekenäs, Karis och Ingå. Ifall du är aktiv i flera ringar räcker det att du fyller i den en gång. Enkäten ser likadan ut.

Ifall du både är producent och konsument får du gärna svara på båda enkäterna!

Svaren är anonyma och resultaten kommer att publiceras och presenteras i samband med examensarbetet.

Om du är PRODUCENT i REKO, svara här:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScYnAC1e4dR7y1Zq111-3QFEKPS1ws-JShY9pu0722cB1G-GA/viewform?usp=sf_link

Om du är KONSUMENT i REKO, svara här:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeA6fdWojzvDDF2PE2CW4zLYInvBuUldZrJ6zwKU-mePDMg_g/viewform?usp=sf_link

Tack!

Elin Fagerholm

Figur 1 - Svenskspråkigt följebrev till enkäterna i REKO-ringarna

Opiskelen neljätta vuotta agrologiksi ammattikorkeakoulu Noviasa, Raaseporissa. Suoritan tällä hetkellä loppu tutkintoani. Olen valinnut aiheeksi länsiudenmaan REKO-renkaat.

Olisin kiitollinen jos haluat osallistua kyselyyn, se vie vain jonkun minuutin täyttää! Kysely lähetetään Tammisaareen, Kariaan ja Inkoon REKO-renkaassa.

Jos olet sekä tuottaja että kuluttaja saat mielellään täyttää molemmat kyselyt!

Vastaukset ovat nimettömiä. Tulokset julkaistaan ja esitellään loppututkintoni yhteydessä.

Jos olet TUOTTAJA REKOssa, vastaa tähän:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScYnAC1e4dR7y1Zq111-3QFEKPS1ws-JShY9pu0722cB1G-GA/viewform?usp=sf_link

Jos olet KULUTTAJA REKOssa, vastaa tähän:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeA6fdWojzvDDF2PE2CW4zLYInvBuUldZrJ6zwKU-mePDMg_g/viewform?usp=sf_link

Kiitos!

Elin Fagerholm

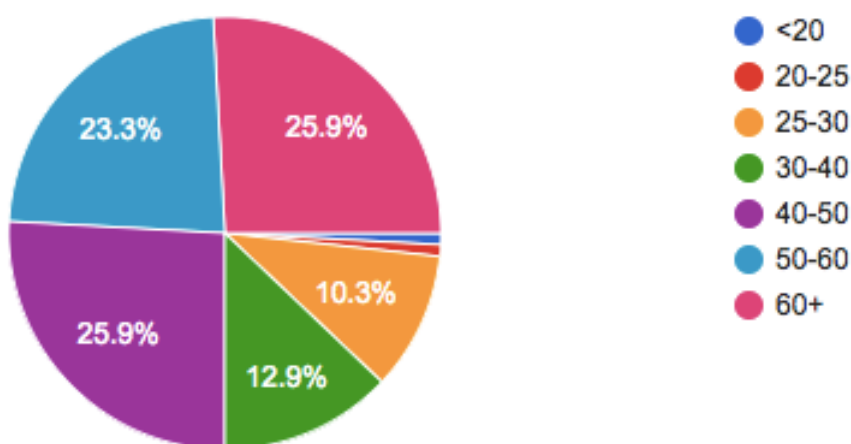
Figur 2 - Finskspråkigt följebrev till enkäterna i REKO-ringarna

9 Resultat

Totalt svarade 129 medlemmar i de tre REKO-ringarna på enkäten. Av det totala medlemsantalet på 6000 stycken är det ungefär 2% som har svarat. Svartsprocenten kunde ha varit högre. På konsumentenkäten svarade 116 personer och på producentenkäten 13 stycken. Därtill skickades det även ut en enkät till administratörerna per privat meddelande. Av dem svarade endast tre stycken.

9.1 Konsumenten

Det var betydligt flera kvinnor än män som svarade på enkäten. 90,5% procent var kvinnor och endast 9,5% män. Åldersfördelningen var mycket jämn (se figur 3). Störst var grupperna 60+ och 40-50 år, efter det kom gruppen 50-60 år. Endast en person under 20 och en person mellan 20-25 har svarat på enkäten.

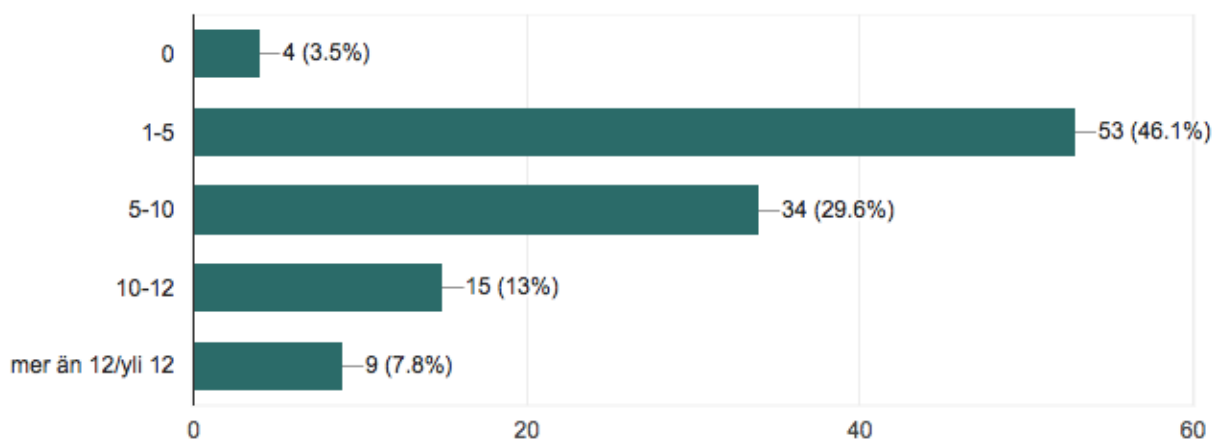


Figur 3 – Åldersfördelningen i konsumentenkäten

9.1.1 Köpbeteende

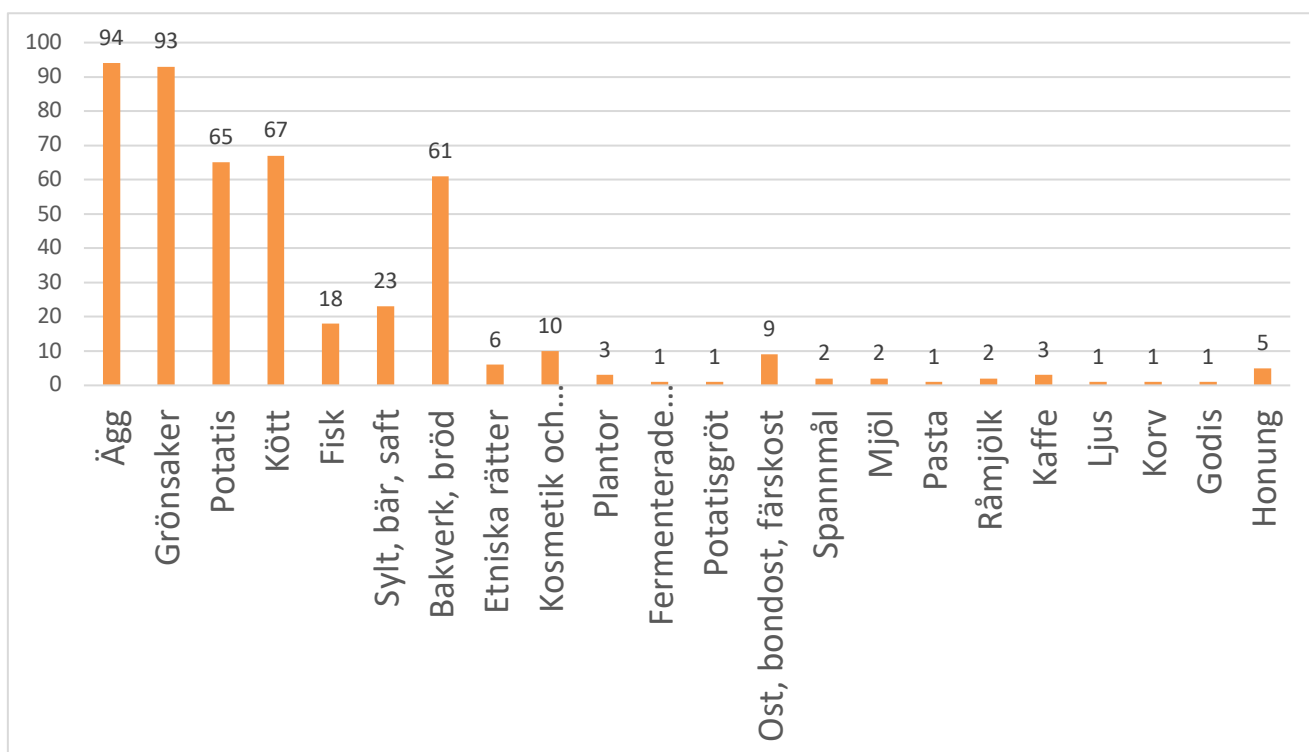
På frågan angående hur aktivt man handlar via REKO har 46,1%, d.v.s. 53 personer, svarat att det handlat en till fem gånger på REKO under de senaste sex månaderna. 29,6%, 34 personer, har svarat att de handlat 5-10 gånger. 13%, alltså 15 personer har handlat mellan 10-12 gånger och nio personer (7,8%) har svarat att de handlat mer än 12 gånger under det senaste halvåret. Detta tyder på att de även deltagit i flera REKO utdelningar under de sex månaderna eftersom utdelningarna sker varannan vecka under vinterhalvåret.

Endast fyra personer (3,5%) har inte handlat en enda gång via REKO under de senaste sex månaderna. Resultatet tyder på att de flesta medlemmarna handlar ganska sporadiskt via REKO. Det kan även vara frågan om att konsumenten handlar efter säsong och då gärna vid högtider eller under sommaren. (se figur 4)



Figur 4 - Hur många gånger konsumenten handlat via REKO under de sex senaste månaderna. Svaret är antal/ sex månader.

På frågan ”Vad brukar du handla via REKO/Mitä yleensä ostat REKOn kautta?” kunde respondenten fylla i flera svarsalternativ eftersom det är vanligt att man handlar utav flera producenter när man besöker REKO. De produkter som är populärast är ägg, då 94 personer har svarat att de köper ägg. På andra plats kommer grönsaker då 93 konsumenter har svarat att de köper grönsaker. Potatis (65 stycken), kött (67 stycken) samt bröd och bakverk (61 stycken konsumenter) är även omtyckta. Då alternativet ”annat” gick att välja har respondenterna fyllt i ett antal specialprodukter som de köper via REKO. Detta är produkter som t.ex. honung, hudvårdsprodukter och kosmetika, ostar, kaffe och spannmålsprodukter (se figur 5).



Figur 5 - Produkter konsumenterna vanligen köper via REKO. (Svaret är i antal konsumenter per 116 stycken, alltså det totala svarsantalet på enkäten)

81,9% av respondenterna tycker att produktutbudet på REKO är tillräckligt. 18,1% tycker att det inte är det. Dock var det många respondenter som svarade på frågan om det är någon produkt som fattas i försäljningen. Exempel på produkter som det finns stor efterfrågan på är fisk, viltkött och ”året-runt-grönsaker”. Det var några som kommenterade att det som säljs via REKO ofta är säsongsvapor så det kan vara svårt att få sina favoriter året om. (se figur 6)

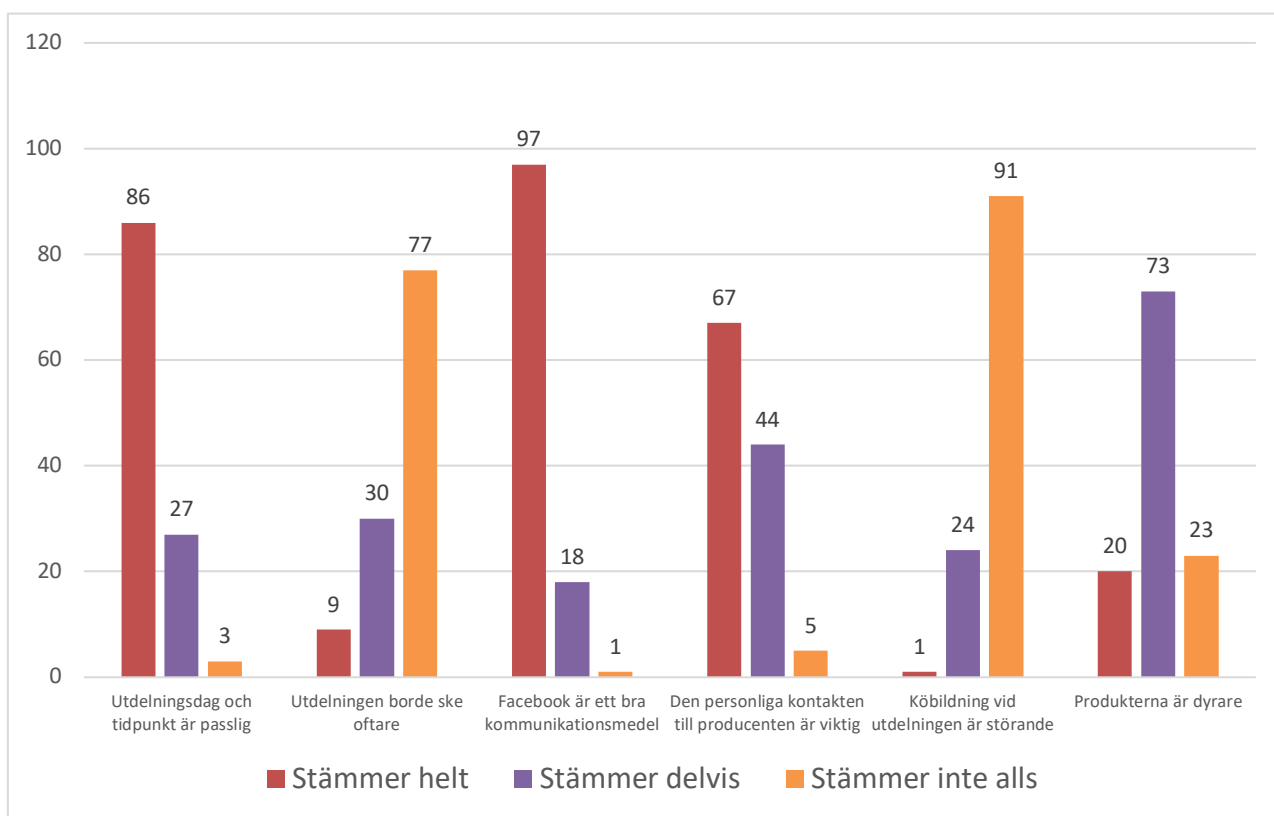
Produkt	Efterfrågan (antal svar)
Fisk	35
Inhemska äpplen	2
Grönsaker även på vintern	5
Surkål	1
Viltkött	4
Fjäderfä	4
Griskött	2
Fårkött	1
Ekologiskt kött	1
Rotfrukter	2
Olika sorters mjöl	2
Smör	1
Plantor	1
Blommor	1
Honung	1
Ost	4
Mysli	2
Bröd	1
Vitlök	2
Bär	2
Sparris	1
Örter och kryddor	2
Munkar	1

Figur 6 - Tabell på efterfrågade produkter

9.1.2 Åsikter

På frågan varför konsumenterna handlar via REKO svarade 87,9% att de vill stöda de lokala producenterna, men endast 25% tycker att det är viktigt med en personlig kontakt till producenten. 76,7% svarade att de handlar på REKO för att varorna är färskare och 71,6% för att produkterna har bra kvalitet. 73,3% använder REKO eftersom de tycker det är viktigt att maten är lokalt producerad och 64,7% vill känna till matens ursprung. Faktorer som att det är trevligt och smidigt att handla via REKO är också något konsumenterna tycker är viktigt. 52,6% tycker att det är trevligt att handla via REKO och 36,2% tycker att det går smidigt till. Två respondenter har tillagt att REKO har ett bra utbud av ekologiska produkter och en respondent anser att REKO erbjuder produkter som man inte annars får i en vanlig mataffär.

REKO:s utdelningsdag och tidpunkt är passlig som den är, 86 respondenter svarade att det stämmer helt. 27 personer tycker att det delvis stämmer och endast tre personer svarade att det inte alls stämmer. 77 personer svarade att utdelningen inte borde ske oftare och nio personer tyckte att den borde det. 30 respondenter anser att REKO utdelningen kunde ske oftare än vad den gör nu. 97 stycken av respondenterna anser att Facebook fungerar bra som kommunikationsmedel endast en person anser att det inte gör det. 111 personer anser att den personliga kontakten till producenten är viktig inom REKO, 5 personer anser att det inte har någon betydelse. 91 personer svarade att köbildning vid utdelningstillfällen inte är störande och endast en person tycker att köbildning är störande. 73 respondenter menar att produkterna till en viss del kan vara dyrare än t.ex. i en vanlig matbutik medan 23 personer anser att de inte är det (se figur 7).



Figur 7 - Konsumenternas åsikter om REKO

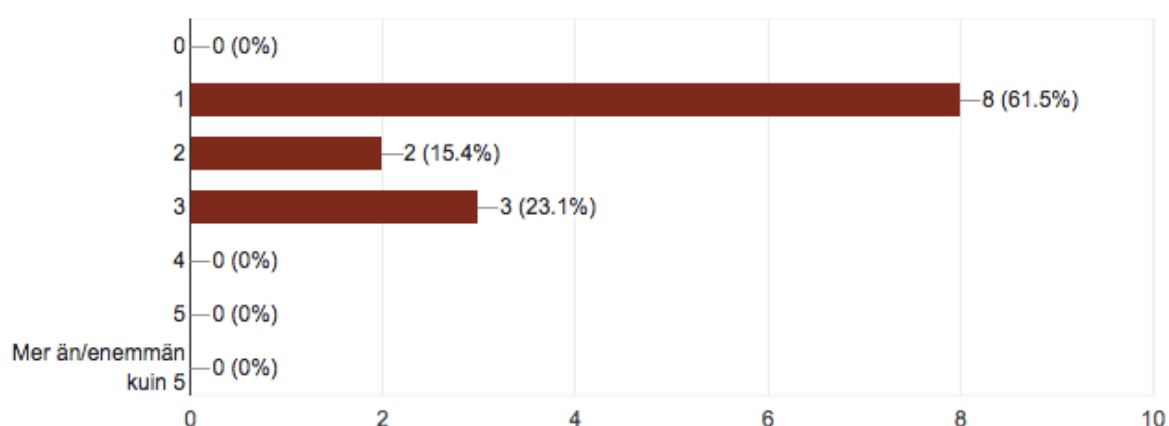
I den avslutande frågan i konsumentenkäten hade respondenterna själva möjlighet att ge svar på utvecklingsmöjligheter och förbättringar. De flesta önskade en tydlig utdelningsplats, det vill säga att producenterna bör ha tydliga skyltar med sig vem de är och använda sig av samma namn på Facebook som på utdelningsstället. Producenterna och konsumenterna bör även parkera på olika platser så att man tydligt ser vem som är där för att sälja produkter och vem som handlar. Utdelningsplatserna bör vara rymliga och ha bra belysning, särskilt vintertid när det är mörkt om kvällarna. Det önskades även att producenterna skulle vara mer regelbundna, alltså inte delta sporadiskt utan vara med på de flesta utdelningarna. Vid bortfall bör producenten meddela om detta på REKO-ringens Facebook sida.

Ett antal respondenter svarade att REKO-ringarna kunde använda sig av ett bättre beställningssystem så att man exempelvis kunde få en lista på de varor man beställt, REKORDER gavs som exempel. Ett flertal tyckte att producenterna bör, redan på Facebook, tydligt skriva hur man kan betala produkterna man köper, även flera betalningssätt så som kort- och kontobetaling efterfrågas. Produkterna bör vara billigare eller i alla fall samma pris som de produkterna som erbjuds i matbutiken, flera personer svarade att eftersom det faller bort mellanhänder borde producenterna inte ha så hög prissättning på produkterna. Det frågas även efter ett större produktutbud, särskilt under vinterhalvåret. Några ansåg att bäst-före datum på produkterna borde finnas, särskilt på sådana produkter som tillverkas hemma så som sylt och bakverk. Även i den här frågan kom det fram att man borde kunna använda sig av något annat än Facebook. Som exempel gavs äldre personer som inte har tillgång till internet och på så sätt inte kan handla via REKO. Det var också många som kritiserade strukturen på Facebook grupperna. Det kan ibland vara otydligt och svårt att hitta de produkter som erbjuds till försäljning, med andra ord vill konsumenterna ha ett bättre upplägg av annonserna.

Flera respondenter efterlyste en annan utdelningsdag, särskilt under sommaren då man t.ex. åker ut till stugan eller har annat program planerat för helgen och åker bort redan innan fredagskvällen. En övrig kommentar som framkom i enkäten var att producenterna borde ha med sig lite extra av sina produkter ifall det är någon som glömt att beställa på förhand.

9.2 Producenten

Största delen av respondenterna i producentenkäten säljer endast via REKO (92,3%). Dock finns det producenter som använder sig av andra försäljningskanaler så som torg (23,1%), direktförsäljning eller gårdsförsäljning (15,4%) och leverans till restauranger (23,1%) och leverans till matbutiker (23,1%). 2 respondenter har tillagt att de även säljer på olika pryltorg på Facebook. Som svar på frågan hur producenten anser att de andra försäljningskanalerna skiljer sig från REKO är lönsamhet och mindre risk för svinn två stora faktorer. Även det att man personligen träffar konsumenten är en viktig del i försäljningen på REKO. 53,8% anser att den personliga kontakten till konsumenten är mycket viktig och 46,2% att den är viktig.

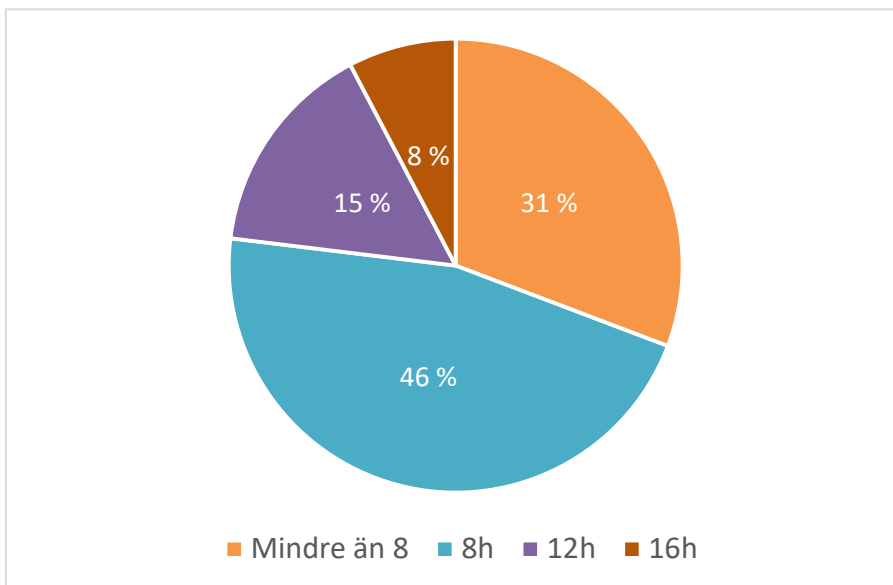


Figur 8 - Hur många REKO-ringar som producenten levererar produkter till
61,5% av producenterna som svarat på enkäten levererar endast till en REKO-ring. 23,1% deltar i tre ringars utdelningar och 15,4% levererar till två REKO-ringar.

På frågan ”Varför har ni valt att sälja via REKO? Miksi myyt REKOssa?” har respondenterna bland annat svarat att det är enkelt och praktiskt att sälja på REKO, man vet på förhand vilken mängd produkter som kommer att gå åt och man kan lätt nå den kundgrupp man söker. Om man som producent redan tillverkar produkten för eget bruk kan det vara enkelt, utan större ansträngning att producera mera och sälja på REKO. Flera har svarat att det passar bra för småskaliga producenter eller då barnen vill tjäna lite pengar.

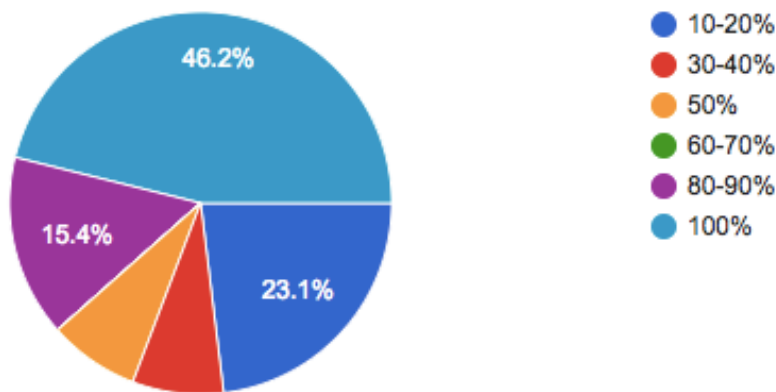
9.2.1 Lönsamhet

Största delen, 46%, av producenterna lägger ungefär 8 timmar arbete på sin REKO-försäljning inför varje tillfälle. Detta är då tid som till exempel läggs ner på förpackning och utdelning av varor. 31% lägger ner mindre än 8 timmar arbete på detta och 15% lägger ner cirka 12 timmar arbete inför varje utdelning. Endast 8% lägger ner 16 timmar arbete inför varje REKO-försäljning. Detta kan tolkas vara en producent som säljer t.ex. bröd eller bakverk och bakar produkterna till försäljning. (se figur 9).



Figur 9 - Arbetstid inför varje REKO-försäljning, svaret är angett i procent.

Extra kostnader som uppstår när man som producent säljer via REKO är till exempel transportkostnader, alltså bränsle. Då man deltar på flera utdelningar händer det även att man stannar på vägen för en kopp kaffe och något tilltugg. Förpackningsmaterial är också en stor utgift för de producenter som packar sina varor väl.



Figur 10 - Producenternas totala försäljningsomsättning från REKO (per år)

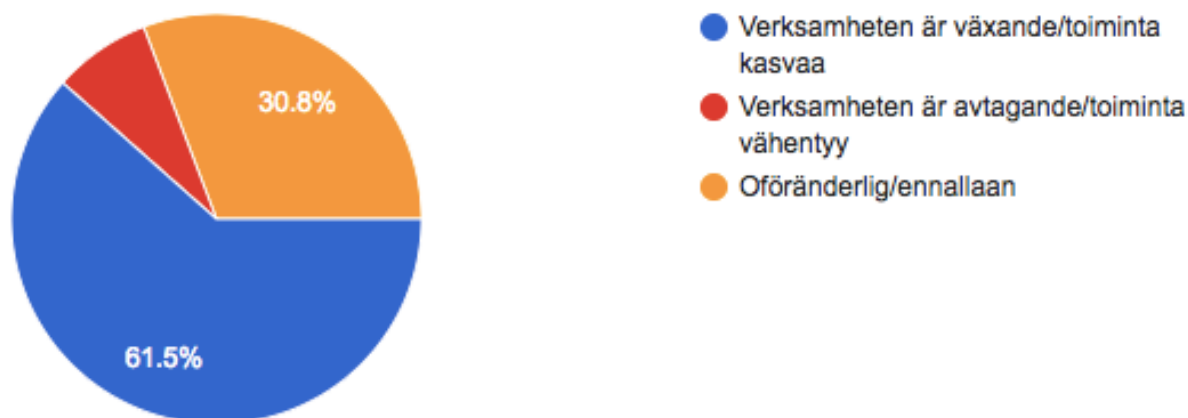
De flesta producenter som svarat på enkäten säljer sina produkter enbart via REKO eftersom 46,2% anser att 100% av deras totala försäljningsomsättning kommer från REKO. 23,1% svarade att 10-20% av försäljningsomsättningen kommer från REKO och 15,4% att 80-90% kommer från REKO. Det är endast en person som har svarat att 30-40% av försäljningsomsättningen kommer från REKO och en person har svarat att ungefär hälften av försäljningens omsättning kommer från REKO (se figur 10).

92,3% av respondenterna anser att försäljning via REKO är lönsamt och endast 7,7% anser att den inte är det. Då följdfrågan ”Varför är REKO lönsamt för dig/Miksi se on kannattava sinulle?” har respondenterna svarat att REKO kräver väldigt små insatser och det lönar sig åt en småskalig hemmaproducent. REKO för inte med sig några andra kostnader än bränsle till bilen och som producent får man själv den maximala vinsten, det finns inga mellanhänder. Försäljning via REKO ses även som en extra inkomst på sidan av annat arbete. Då man svarade att försäljningen inte anses vara lönsam för en skulle man svara på följdfrågan ”Varför tror du att folk väljer att sälja via REKO?/Miksi luulet, että ihmiset haluavat myydä REKOn kautta?”. Där svarade en person att det säkert är lönsamt för de flesta stora och omtänkta producenterna.

Utan en försäljning via REKO ansåg 76,9% av respondenterna att deras försäljning inte skulle vara lönsam. 15,4% svarade att försäljningen nog skulle vara lönsam även utan REKO och 7,7% att försäljningen skulle hållas ungefär den samma om de inte skulle sälja via REKO. Med det här resultaten kan man tyda att de flesta producenterna är småskaliga producenter som kanske har försäljningen som en hobby vid sidan av annat arbete.

9.2.2 Åsikter

12 respondenter av 13 har svarat att Facebook fungerar bra som kommunikationsmedel för REKO. Det var bara en person som svarade att det inte fungerar och gav då någon annan internetsida eller applikation som idé istället för Facebook.



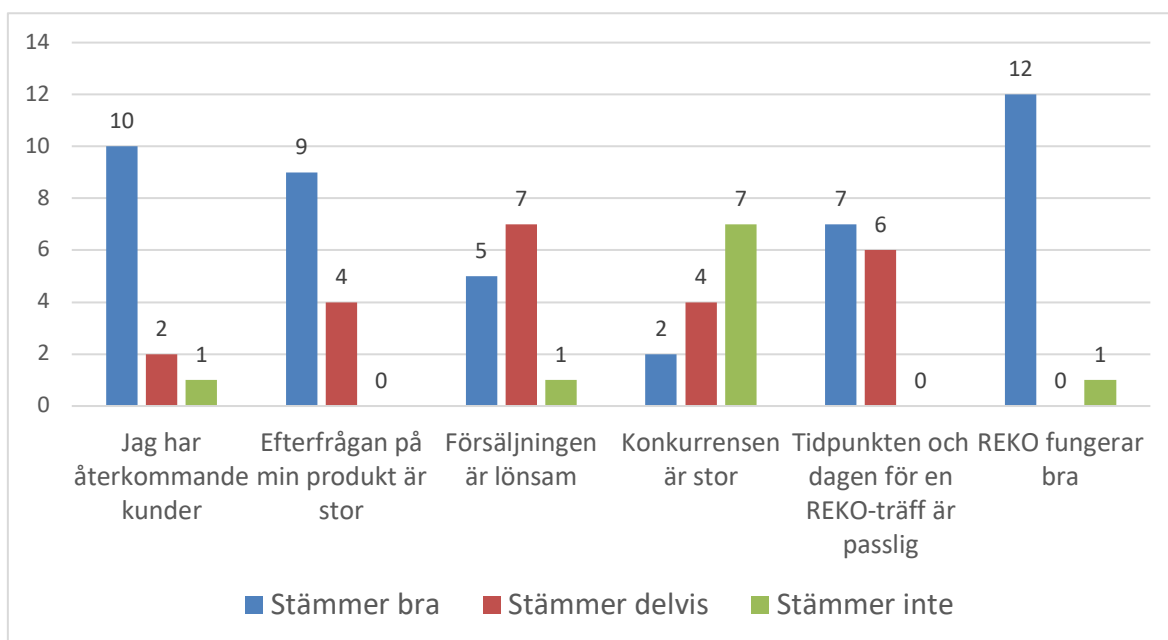
Figur 11 - Hur ser REKO:s framtid ut?

På frågan hur producenterna ser på REKO:s framtid svarade 61,5% att de anser att verksamheten är växande. 30,8% tror att verksamhetens tillstånd inte kommer att ändras och bara en person svarade att verksamheten är avtagande (se figur 11).

Även producenterna hade möjlighet att ge exempel på utvecklingsmöjligheter och förslag på förbättringar för REKO. Som exempel gavs t.ex. förbättring av utdelningsplatserna.

Rymliga och tydliga träffpunkter och bättre belysning för mörka vinterkvällar.

REKO borde satsa mera på de mindre producenterna och förstås försöka locka med sig mera producenter. En respondent kom med idén att REKO kunde försöka skapa en egen betalkanal, det vill säga att man färdigt kan betala produkterna före avhämtningen. Även mera annonsering av konceptet kunde fungera för att locka och aktivera medlemmar.



Figur 12 – Producenternas åsikter om REKO

Enkäten innehöll en fråga var respondenterna skulle kryssa i rätt för olika påståenden angående deras åsikt om REKO. Utav 13 producenter svarade 10 stycken att de anser att de har återkommande kunder på REKO. Två personer svarade att detta påstående delvis stämmer, det vill säga att deras kunder kanske ibland handlar av någon annan och bara en person svarade att denne inte har återkommande kunder.

Nio producenter anser att efterfrågan på deras produkter är stor. Fyra svarade att det delvis är det, vilket tyder på att de kanske tillverkar och säljer någon säsongprodukt som kunderna köper under t.ex. sommaren eller till vissa högtider. Största delen anser att konkurrensen inte stör dem, den är med andra ord inte så stor. Två personer har svarat att konkurrensen är stor och fyra personer har svarat att den delvis är stor. Detta kan variera beroende på utbudet inför varje REKO-tillfälle eftersom det inte alltid är samma producenter som deltar.

Alla producenter är nöjda med den dag och tidpunkt som är utsedd för REKO idag och de tycker även att konceptet fungerar bra. Endast en respondent har svarat att REKO inte fungerar bra (se figur 12).

Slutligen hade producenterna möjligheten att själva kommentera REKO. Alla tycker att REKO är en bra distributionskanal och en bra idé som inte bara gynnar de stora producenterna. På REKO har producenten även möjlighet att lära känna kunden och informera om den produkt man säljer. Trots det här är finns det vissa produkter som en småskalig producent har svårt att lägga ut till försäljning via REKO. Detta kan vara

produkter som bär och svamp. Stora mängder skall plockas i tid och t.ex. jordgubbar mognar i ojämn takt och det är svårt att förutse hurdana mängder det blir. Då blir det ”först till kvarn mal” och när bären är slut blir de andra utan.

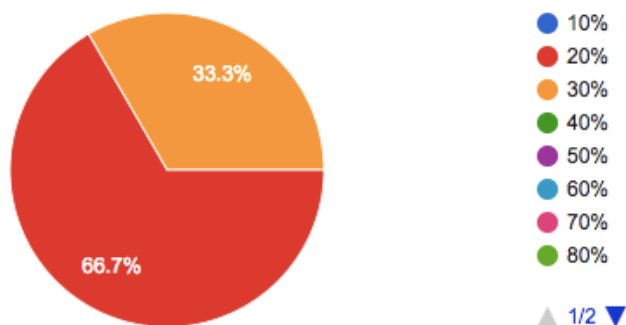
9.3 Administratörernas åsikter

Till administratörerna skickades det en privat enkät per meddelande på Facebook. Endast tre av 11 svarade på enkäten. Administratörerna som svarade på enkäten har alla ett intresse för närmat och matproduktion och vill vara med och möjliggöra direkt handel mellan producent och konsument.

I REKO-grupperna godkänns lokala producenter med närproducerade produkter och ingredienser. Som exempel gavs att producenter inom en radie på 70 km från Karis godkänns som producent i REKO Karis gruppen. Alla anser att den nuvarande dag och tidpunkt är bra eftersom producenterna har möjlighet att sedan fortsätta till följande REKO-träff. Facebook har även hittills fungerat bra som försäljningskanal.

Administratörerna styrker även resultatet från konsumentenkäten då de anser att produkter som ägg, grönsaker, kött och bröd är populärast. Fisk, griskött och glutenfritt bröd är något de anser att saknas i försäljningen.

Som utvecklingsmöjligheter för den egna REKO-ringen vill administratörerna se bland annat fler producenter och nya produkter som även är förädlade. Bär och frukt samt ost kunde det även säljas mera. Dock ansåg en respondent att utdelningarna inte borde bli allt för stora utan att de hellre skulle finnas på många, mindre orter. Väldigt stora utdelningar blir besvärliga för både producenter och konsument. REKO i Västnyland anses vara populärt och intresset ökar ständigt i takt med att konsumenten rår om produktförhållanden och matens ursprung. Dock anser de att endast 20-30% av medlemmarna i ringarna är aktiva (se figur 13), för att aktivera de som inte är så aktiva borde man sprida informationen och ha ett mer varierande produktutbud. I slutändan är det trots allt medlemmarna själva som bör aktivera sig själva, administratörerna och producenterna kan bara bidra med information och utbud av produkter.



Figur 13 - Hur stor procentandel av medlemmarna som är aktiva i REKO

10 Diskussion

10.1 Metodval

Att använda sig av enkätundersökning fungerade bra. Jag valde att formulera ett antal frågor sådana att respondenterna själva hade möjlighet att skriva ett eget svar. Jag anser att man då får ett mer personligt svar och har även chans att få ett sådant svar som annars inte skulle framkomma i enkäten. Enkäten gjordes med hjälp av Google formulär och svaren gick enkelt att sammanställa på Excel.

Jag hade hoppats på ett lite bättre svarsantal från producenternas sida. Det var endast 13 stycken producenter som svarade. Dock är det ungefär 15 till 20 producenter som regelbundet deltar på REKO utdelningarna, så om man ser det från den synvinkeln är svarsantalet bra. Enkäten till administratörerna skickades per privat meddelande på Facebook, det kan vara orsaken till att endast tre stycken svarade på den enkäten, eftersom man inte alltid ser om man har fått ett privat meddelande från en person man inte är Facebook-vän med. Jag valde även att skicka ut den här enkäten till först, vilket är något jag idag skulle ha gjort annorlunda. Det kunde ha varit intressant att sammanställa resultaten från de övriga enkäterna först, för att sedan skicka enkäten åt administratörerna för att få höra deras ställning till resultaten. Då skulle mina frågor kanske varit annorlunda och jag kunde ha fått fler och bättre svar från dem.

Jag valde att göra undersökningen och skicka ut enkäterna i februari eftersom det är tidpunkten på året då det inte händer så mycket annat. Om jag skulle ha gjort undersökningen innan julen skulle jag kanske inte ha fått lika mycket svar, eftersom julstressen kunde ha satt

käppar i hjulet. Ifall undersökningen hade gjorts under sommaren kunde svarsantalet ha sett annorlunda ut då de flesta av REKO-medlemmarna är mer aktiva under sommaren. Antalet svar kunde då ha varit fler.

10.2 Utvecklingsmöjligheter

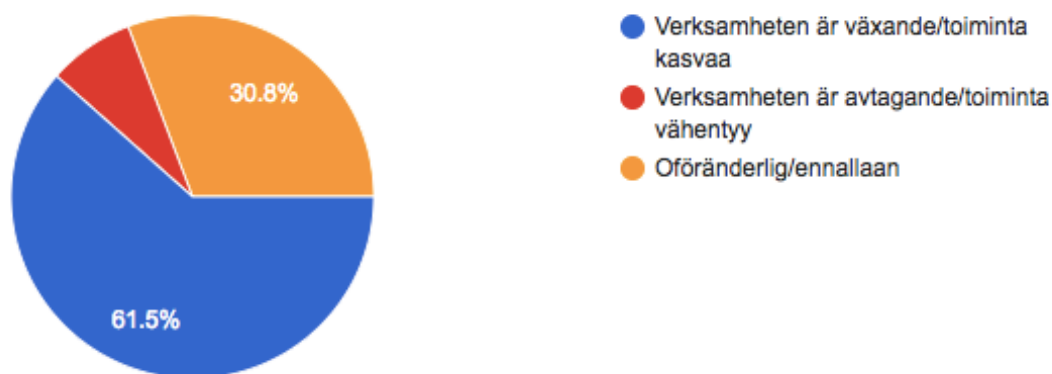
I undersökningen kom en hel del utvecklingsmöjligheter fram. Det var främst konsumenterna som kom med förbättringar och nya idéer men också producenterna och administratörerna hade exempel på dessa.

Konsumenterna efterlyste ett bättre utbud av produkter, även under vinterhalvåret. Detta kan vara svårt eftersom man fokuserar på säsongsbetonade produkter i REKO. Produkterna bör i detta fall vara sådana som går att lagra under en längre tid och även vara fräscha på vintern. Ett bäst-före datum på produkterna önskas även av konsumenterna. Facebook-grupperna kunde utvecklas på det sätt att de skulle vara tydligare och bättre strukturerade. Några konsumenter ansåg att man lätt tappar bort någon annons och det är svårt att hitta den på nytt.

Både producenter och konsumenter föreslog fler betalningsmöjligheter än endast kontantbetalning. Detta kunde locka flera kunder som anser att det är lättare att betala med kort eller på förhand. Man kunde utveckla konceptet med att grunda en egen betalkanal för varje REKO-grupp. På så sätt kan konsumenten på förhand betala för sina varor och inte behöva ha med sig kontanta pengar på utdelningstillfället. Även ett beställningssystem med t.ex. en lista på de varor som man beställt kunde tas i bruk. För tillfället finns rekorder som används av ett antal REKO-grupper i Finland. Rekorder är en kostnadsfri nättjänst som sparar tid både för konsumenten och producenten. Man får en tydlig och helhetlig lista på vad som beställts och programmet sparar även statistik över aktiva medlemmar och utdelningar. (Rekorder, 2017)

10.3 Västnyland vs. Österbotten

Det har gjorts två undersökningen som behandlar några REKO-ringar i Österbotten. Anna Öman undersökte ringarna i Närpes och Kristinestad under hösten 2017. I hennes resultat visade det sig att 43% tror att REKO:s verksamhet håller på att avta. 36% tror att den är oförändrad och 21% svarade att de inte kan säga. Mitt resultat visade något helt annorlunda. Jag frågade producenterna hur de ser på REKO:s framtid. 61,5% anser att verksamheten är växande och 30,8% att verksamheten är oföränderlig. Bara 7% anser att verksamheten är avtagande. (se figur 14) Detta tyder på att medlemmarna i Västnyland har en bättre inställning till REKO än vad medlemmarna har i Österbotten. Man ser REKO som ett fungerande koncept som ännu kommer att växa sig stort.



Figur 14 - Producenternas syn på REKO:s framtid

Enligt administratörerna är endast 20-30% av medlemmarna i REKO-ringarna i Västnyland aktiva. I Anna Ömans undersökning framkommer liknande resultat. I Närpes REKO-ring finns det ca 1700 medlemmar och endast 60-70 medlemmar är aktiva. Detta tyder på att de medlemmar som faktiskt är aktiva deltar ofta på REKO-utdelningarna. De resterande medlemmarna som inte är aktiva i REKO är kanske bara med för nyfikenhetens skull eller så kanske intresset för att handla finns, men det erbjuds inte rätt produkter. Det kan också finnas sådana medlemmar som bara deltar under t.ex. sommaren och inte är aktiva under resten av året.

Konsumenterna i REKO-ringarna i Västnyland handlar främst ägg och grönsaker. Detta är produkter som även är högst på listan i REKO-ringarna i Närpes och Kristinestad. Det är intressant att det är dessa produkter som lockar mest. Grönsaker och ägg är sådana produkter som de flesta använder mycket av och man kan köpa en större mängd på samma gång och de håller att förvara. Kött är också en produkt som är populär både i Västnyland och i Österbotten. Det är enkelt att hitta speciella köttprodukter som inte annars finns i matbutiken.

Även ett större utbud av produkter och fler producenter efterlyses på båda ställen eftersom man som konsument ogärna deltar i REKO bara för att handla en produkt av en producent. Är det bara en eller två producenter som lockar inför varje REKO-utdelning kan man lika bra åka till den vanliga matbutiken och handla produkten där.

Åldersfördelningen för REKO grupperna i Västnyland och i Närpes och Kristinestad skiljer sig stort. I Närpes och Kristinestad visar resultaten att medlemmar över 65 år endast är 15%, i Västnyland är medlemmar över 60 25,9%. Den största gruppen medlemmar i Närpes och Kristinestad är mellan 25 till 40 år. I Västnyland är de två största grupperna 40 till 50 år och 60+, båda grupperna har fått svarsantalet 25,9%. Detta tyder på att ålderskillnaden mellan regionerna är stor. I Österbotten är det yngre medlemmar som är intresserade av och använder sig av REKO, I Västnyland är det de äldre medlemmarna som gör det.

11 Slutsats

Generellt är medlemmarna i REKO-ringarna i Västnyland nöjda med konceptet. Några förbättringar kunde eventuellt göras för att utveckla REKO och för att locka till sig nya medlemmar. Exempel på fler betalningsmöjligheter utöver kontantbetalning och beställningssystem som t.ex. Rekorder gavs som utvecklingsmöjligheter. Även tydligare och bättre strukturerade Facebook-grupper och utdelningsplatser önskas. Mera information och reklam om REKO utöver Facebook skulle gärna få finnas.

Intresset för REKO i Västnyland är stort och medlemmarna ser verksamheten som växande. Detta skiljer sig från ringarna i Närpes och i Kristinestad där majoriteten av respondenterna ansåg att REKO:s verksamhet är avtagande. Bortsett från detta är köpbeteendena från de olika regionerna väldigt lika. De populäraste produkterna är ägg och grönsaker och det är den kvinnliga konsumenten som dominerar.

REKO är lönsamt både för den småskaliga producenten, som för den som producerar mera. Det gäller att hitta den rätta konsumenten. Producenterna anser att REKO är lönsamt eftersom man vet precis hur mycket produkter som kommer att gå åt inför varje utdelning och det uppstår inga andra kostnader utöver förpackning och bränsle. Det finns inte heller några mellanhänder i försäljningen via REKO vilket gör att producenten själv får all inkomst från försäljningen. I medeltal lägger producenten ner cirka 8 timmar inför varje REKO-tillfälle, med andra ord kräver varje utdelning inte särskilt mycket arbete.

Källförteckning

Almark, M., 2014. *Närmat är fortfarande pop* (Online) <https://svenska.yle.fi/artikel/2014/09/25/narmat-ar-fortfarande-pop> (Hämtad 20.03.2018)

Bergman L., 2016. *Fem fakta om reko-ringarna* (Online) <https://svenska.yle.fi/artikel/2016/03/16/fem-fakta-om-reko-ringarna> (Hämtat 13.03.2018)

Bruch, M.L, Ernst, M.D., 2010. *Choosing Direct Marketing Channels for Agricultural Products*. (Online) <https://extension.tennessee.edu/publications/Documents/PB1796.pdf> (Hämtad 20.03.2018)

Colliander-Nyman N., 2017. *Food Hub – en ny modell för distribution av närmat* (Online) http://www.landsbygdensfolk.fi/lf_nyhet.asp?id=5482 (Hämtad 20.03.2018)

Ehrnström-Fuentes M., a) 2017. *Skillnaden mellan REKO och andra lokala matmarknader* (Online) <https://www.foodly.fi/bloggar/the-reko-blogg/skillnaden-mellan-reko-och-andra-lokala-matmarknader> (Hämtat 13.03.2018)

Ehrnström-Fuentes M., b) 2017. *Reko – fyra år av lokal matglädje* (Online) <https://www.foodly.fi/bloggar/the-reko-blogg/reko-fyra-ar-av-lokal-matgladje> (Hämtat 22.03.2018)

EkoNu, *REKO: Köp närproducerat direkt från producenten* (Online) <http://www.ekonu.fi/reko-2/> (Hämtat 05.03.2018)

Facebook - REKO Ekenäs/Tammisaari (Online) <https://www.facebook.com/groups/597370057024580/> (Hämtat 01.03.2018)

Facebook – REKO Karis/Karjaa (Online) <https://www.facebook.com/groups/REKOKaris/> (Hämtat 01.03.2018)

Facebook – REKO Ingå/Inkoo (Online) <https://www.facebook.com/groups/1470836296462753/> (Hämtat 01.03.2018)

Fiskars Village, 2018. *Maalismarkkinat* (Online) https://www.fiskarsvillage.fi/fi/nae_ja_koe/tapahtumat/maalismarkkinat1 (Hämtad 20.03.2018)

Hagman, E., 2014. *Reko började bra* (Online) <http://gamla.ostnyland.fi/lokalt/2014-04-17/595626/reko-borjade-bra> (Hämtat 05.03.2018)

Kvarnström, J., 2015. *Matringen behöver fler producenter* (Online) <http://gamla.vastranyland.fi/lokalt/2015-05-29/757128/matringen-behover-fler-producenter> (Hämtat 12.03.2018)

- Mangs S., 2017. *Intresset för Reko avtar* (Online)
<https://www.vasabladet.fi/Artikel/Visa/148068> (Hämtat 14.03.2018)
- Rautoma H., 2018. *Food Hub prövar nya former för närproducerad mat i Nyland* (Online)
<https://svenska.yle.fi/artikel/2018/03/05/food-hub-provar-nya-former-for-narproducerad-mat-i-nyland> (Hämtad 20.03.2018)
- Rekorder, 2017. *Rekorder – Gratis formulär för REKO-beställningar* (Online)
<https://rekorder.fi/sv/> (Hämtad 28.03.2018)
- Rikkonen P., Korhonen K., Helander A-S., Väre M., Heikkilä L. & Kotro J., 2017. *Onko lähiruokayrittäminen kannattavaa? – yrittäjien kokemuksia jakelukanavista* (Online)
https://www.luke.fi/wp-content/uploads/2017/04/luke-luobio_24_2017.pdf (Hämtad 27.03.2018)
- Slotte, E., 2017. *Närsmatsringen Reko i Ingå flyttar till kyrkbyn* (Online)
<https://svenska.yle.fi/artikel/2017/08/02/narmatsringen-reko-i-inga-flyttar-till-kyrkbyn> (Hämtat 05.03.2018)
- Sundström J., Valtonen M., 2016a. *Karis får en egen reko-ring* (Online)
<https://svenska.yle.fi/artikel/2016/07/29/karis-far-en-egen-reko-ring> (Hämtat 05.03.2018)
- Sundström J., Valtonen M., 2016b. *Också Karisbor vill handla direkt av producenten* (Online)
<https://svenska.yle.fi/artikel/2016/07/16/ocksa-karisbor-vill-handla-direkt-av-producenten> (Hämtat 12.03.2018)
- Sundqvist M., 2016. *Thomas gav lokala livsmedel ett ansikte* (Online)
<http://www.kuriren.net/kuriren/2016/05/25/thomas-gav-lokala-livsmedel-ett-ansikte/> (Hämtat 13.03.2018)
- The Context Network LLC, 2018. *AG Outputs Distribution* (Online)
<https://contextnet.com/market-sectors/ag-outputs-distribution/> (Hämtat 20.03.2018)
- Thomasfolk C., 2015. *Snellman tilldelades Marthaförbundets matkulturpris* (Online)
http://gammal.slc.fi/lf_nyhet.asp?id=4806 (Hämtat 13.03.2018)
- Tydén T., 2012. *Enkätkonstruktion, Institutionen för folkhälso- och vårdvetenskap* (Online)
<https://studentportalen.uu.se/uusp-filearea-tool/download.action?nodeId=1100165&toolAttachmentId=214739> (Hämtat 14.03.2018)
- Äkta smak, *REKO guiden, REKO-direkt från producenten till konsumenten utan mellanhänder* (Online) <http://www.xn--ktasmak-4wa.fi/arkisto/REKO-guide.pdf> (Hämtat 12.03.2018)
- Öman A., 2017. *Producenter och konsumenter inom REKO i Närpes och Kristinestad – Ekonomi och utvecklingsmöjligheter* (Online)

http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/136209/Oman_Ann.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Hämtat 01.03.2018)

Bilagor

Bilaga 1

Enkäten till producenterna som användes i undersökningen.

2018-03-20

Producenter inom Reko i Västnyland/REKOn tuottajat

Producenter inom Reko i Västnyland/REKOn tuottajat

Undersökning av producenternas förhållande till Reko, lönsamhet, samt förslag på utvecklingsmöjligheter.

Enkäten skickas ut till aktiva producenter i Reko-ringarna i Ekenäs, Karis och Ingå.

Resultaten behandlas anonymt och kommer att publiceras i samband med examensarbetet.

Tack för er medverkan! Kiitos osallistumisesta!

Elin Fagerholm

*Required

1. Vilken/vilka försäljningskanaler använder ni er av? /Mitkä myyntikanavia käytät? *

Tick all that apply.

- Direktförsäljning/gårdsbutik - Suoramyynti/Tilakauppa
- Torgförsäljning/Myyn torilla
- Levererar produkter direkt till restauranger/Tuotteiden toimittaminen suoraan ravintoloihin
- Levererar produkter till mataffärer/Tuotteiden toimittaminen kauppoihin
- REKO
- Other: _____

2. Om ni använder er av någon annan försäljningskanal utöver REKO - Hur skiljer sig REKO från den försäljningskanalen? /Jos käytät toista myyntikanavaa - Miten REKO eroaa siitä?

3. Vilka produkter säljer ni? Mitä tuotteita myyt? *

Tick all that apply.

- Grönsaker/Vihanneksia
- Potatis/Perunoita
- Kött/Lihaa
- Fisk/Kalaa
- Ägg/kananmunia
- Bakverk och bröd/Leivonnaisia ja leipää
- Sylt/saft/bär - Hilloa/mehua/marjoja
- Other: _____

2018-03-20

Producenter inom Reko i Västnyland/REKOn tuottajat

4. Hur viktig är den personliga kontakten till konsumenten? Kuinka tärkeää on henkilökohtainen yhteys kuluttajaan? *

Mark only one oval.

- Mycket viktig/Erittäin tärkeä
- Viktig/Tärkeä
- Inte alls viktig/Ei kovin tärkeä

5. Till hur många REKO-ringar levererar ni?/Kuinka moneen REKO-renkaseen toimitat? *

Tick all that apply.

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Mer än/enemmän kuin 5

6. Varför har ni valt att sälja via REKO? Miksi myyt REKOssa? *

Försäljning via en REKO-ring/Myynti REKO-renkaan kautta

7. Hur länge har ni sålt via REKO?/Kuinka kauan olet myynyt REKOn kautta? *

8. Hur mycket tid lägger ni i snitt ner på er REKO-försäljning inför varje försäljningstillfälle? (T.ex. förpackning, utdelning) Kuinka paljon aikaa menee keskimäärin joka kerta kun myyt REKOssa? (esim. jakelu, pakkaus) *

Tick all that apply.

- Mindre/vähemmän kuin 8h
- 8h
- 12h
- 16h
- 24h
- Mer än/yli 32h

2018-03-20

Prodacenter inom Reko i Västnyland/REKOn tuottajat

9. Tillkommer det några extra kostnader med försäljning via REKO? Vilka? Onko lisäkustannuksia REKOn kautta myymisessä? *

10. Hur stor andel av din totala försäljningsomsättning per år kommer från REKO? Kuinka iso prosenttiosuus tuotannostasi per vuosi tulee REKOsta? *

Mark only one oval.

- 10-20%
- 30-40%
- 50%
- 60-70%
- 80-90%
- 100%

11. Tycker ni att försäljning via REKO är lönsamt för er? /Onko REKOn myynti kannattava sinulle? *

Mark only one oval.

- Ja/kyllä
- Nej/ei

12. Om du svarat ja på föregående fråga - Varför är REKO lönsamt för dig?! Jos vastaisit kyllä - Miksi se on kannattava sinulle?

13. Om du svarade nej - Varför tror du att folk väljer att sälja via REKO?! Jos vastasit ei - Miksi luulet, että ihmiset haluavat myydä REKOn kautta?

14. Min försäljning skulle inte vara lönsam utan möjligheten att sälja via REKO?/Toimintani ei olisi kannattava ilman mahdollisuutta myydä REKOn kautta? *

Mark only one oval.

- Försäljningen skulle vara lönsam utan REKO/Myynti olisi kannattava ilman REKOa
- Försäljningen skulle inte vara lönsam/Myynti ei olisi kannattava
- Försäljningen skulle hållas den samma även utan REKO/Myynti olisi sama ilman REKOa

15. Är Facebook bra som kommunikationsmedel? Onko Facebook hyvä viestintäväline? *

Mark only one oval.

- Ja/Kyllä
- Nej/Ei

16. Om du svarade nej på föregående fråga - Vad kunde fungera istället för Facebook?/Jos vastasit ei - mitä voisi toimia Facebookin sijaan?

17. Vad anser du om REKO-ringarnas framtid? Mitä mieltä olet REKOn tulevaisuudesta? *

Mark only one oval.

- Verksamheten är växande/toiminta kasvaa
- Verksamheten är avtagande/toiminta vähentyy
- Oföränderlig/ennallaan

18. Ser du några utvecklingsmöjligheter för konceptet REKO? Onko teillä ehdotuksia REKOn kehitykseen? *

19. Har REKO förändrats under den tid ni har varit med? Hur? /Onko REKO muuttunut sinä aikana, kun olet ollut mukana? Miten? *

2018-03-20

Producenter inom Reko i Västnyland/REKOn tuottajat

20. Kryssa i/Täytä **Mark only one oval per row.*

	Stämmer bra/Pitää paikkansa	Stämmer delvis/Pitää osittain paikkansa	Stämmer inte/Ei pidä paikkansa
Jag har återkommande kunder/Minulla on vakituisia asiakkaita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efterfrågan på min produkt är stor/Tuotteeni kysyntä on hyvä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Försäljningen är lönsam/Myynti on kannattava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konkurrensen är stor/Kilpailu on iso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tidpunkten och dagen för en Reko-träff är passlig/Jakelun päivä ja aika on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konceptet REKO fungerar bra/REKO toimii hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Egna åsikter och kommentarer om REKO/Oma mielipiteesi ja kommenttisi: *

Powered by
 Google Forms

Bilaga 2

Enkäten till konsumenterna som användes i undersökningen.

2018-03-20

Konsumenter inom REKO i Västnyland/ REKOn kuluttajat

Konsumenter inom REKO i Västnyland/ REKOn kuluttajat

Undersökning av konsumenternas användning av REKO. Enkäten har skickats ut till REKO-ringarna i Ekenäs, Karis och Ingå. Svaren behandlas anonymt och kommer att publiceras i samband med examensarbetet.

Tack för din medverkan! Kiitos osallistumisesta!
Elin Fagerholm

***Required**

1. Kön/Sukupuoli

Mark only one oval.

- Kvinna/Nainen
 Man/Mies

2. Ålder/Ikä

Mark only one oval.

- <20
 20-25
 25-30
 30-40
 40-50
 50-60
 60+

3. Hur många gånger har du handlat via REKO under det senaste halvåret? Kuinka monta kertaa olet ostanut REKOn kautta viimeisten 6 kuukauden aikana?

Tick all that apply.

- 0
 1-5
 5-10
 10-12
 mer än 12/ylä 12

4. Varför handlar du via REKO? Miksi ostat REKOn kautta? **Tick all that apply.*

- Jag anser att det är viktigt att maten är lokalt producerad/Minusta on tärkeää että ruoka on lähellä tuotettu
- Jag vill stöda de lokala producenterna/Haluan tukea paikallisia tuottajia
- Jag vill ha en personlig kontakt till producenten/Haluan henkilökohtaisen yhteyden tuottajiin
- Jag vill känna till matens ursprung/Haluan tietää ruoan alkuperän
- Produkterna är av bra kvalite/Tuotteilla on hyvä laatu
- Produkterna är färska/Tuotteet ovat tuoreita
- Det är smidigt att handla via REKO/On kätevää ostaa REKOn kautta
- Det är trevligt att handla via REKO/On mukavaa ostaa REKOn kautta
- Other: _____

5. Vad brukar du handla via REKO?/Mitä yleensä ostat REKOn kautta? **Tick all that apply.*

- Ägg/kananmunia
- Grönsaker/vihanneksia
- Potatis/perunoita
- Kött/lihaa
- Fisk/kalaa
- Sylt, saft, bär/hilloa, mehua, marjoja
- Bakverk, bröd/leivonnaisia, leipää
- Other: _____

6. Är produktbudgeten tillräckligt?/Onko tarjonta riittävä? **Mark only one oval.*

- Ja/kyllä
- Nej/ei

7. Finns det någon produkt som fattas? Vilken? /Puuttuuko joku tuote? Mikä? *

2018-03-20

Konsumenter inom REKO i Västnyland/ REKO:n kuluttajat

8. Din åsikt om REKO/Mielipiteesi REKOsta **Mark only one oval per row.*

	Stämmer helt/Pitää paikkansa	Stämmer delvis/Pitää osittain paikkansa	Stämmer inte alls/Ei pidä paikkansa
Utdelningsdag och tidpunkt är passlig/Jakelu päivä sekä aika on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utdelningen borde ske oftare/Jakelu tulisi olla useammin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook är ett bra kommunikationsmedel/Facebook toimii viestintävälineenä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Den personliga kontakten till producenten är viktig/Henkilökohtainen yhteydenotto tuottajiin on tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Köbildning vid utdelningen är störande/Jonojen synty jakelun yhteydessä häiritsee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produkterna är dyrare/Tuotteet ovat kalliimpia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Finns det någonting som borde förbättras med REKO-ringen? Löytyykö parannettavaa REKO-renkaassa? *

Powered by
 Google Forms

Bilaga 3

Enkäten till administratörerna för respektive REKO-ring som användes i undersökningen.

2018-03-20

Producenter inom Reko i Västnyland - Lönsamhet och utvecklingsmöjligheter

Producenter inom Reko i Västnyland - Lönsamhet och utvecklingsmöjligheter

Undersökning om lönsamheten och utvecklingsmöjligheter inom Reko i Västnyland. Enkäten har skickats ut till alla administratörer inom Reko-ringarna i Ekenäs, Karis och Ingå.

Tack för er medverkan!
Elin Fagerholm

1. För vilken Reko-ring är du administratör?

Mark only one oval.

- REKO Ekenäs/Tammisaari
- REKO Karis/Karjaa
- REKO Ingå - Inkoo

2. Hur länge har du varit administratör för din Reko-ring?

3. Varför vill du vara administratör för en Reko-ring?

4. Hur arbetar ni inom din Reko-ring?

T.ex. Vem får vara medlem? Vem får sälja inom gruppen? Vad får säljas? När ordnas en Reko-träff? Är tidpunkten och dagen för träffen passlig?

5. Är Facebook som försäljningskanal ett bra alternativ? Vad kunde fungera istället för Facebook?

Mark only one oval.

- Ja
- Nej
- Other: _____

6. Hur många aktiva producenter finns det i din Reko-ring?*Tick all that apply.*

- 1-5
 5-10
 10-15
 15-20
 20 +

7. Vilka produkter säljs mest?

8. Finns det någon produkt som saknas i försäljningen? Vilken/Vilka?

9. Hur ser framtiden ut för din Reko-ring? Finns det några utvecklingsmöjligheter?

10. Ser du några utvecklingsmöjligheter för konceptet "Reko"?

11. Hur populärt är Reko i Västnyland? Varför tror du att det är så?

2018-03-20

Producenter inom Reko i Västnyland - Lönsambet och utvecklingsmöjligheter

12. Hur stor procent (%) av medlemmarna i din Reko-ring skulle du säga att är aktiva?*Mark only one oval.*

- 10%
- 20%
- 30%
- 40%
- 50%
- 60%
- 70%
- 80%
- 90%
- 100%

13. Hur kan man aktivera de medlemmar som inte är så aktiva?

Powered by
 Google Forms