

À la carte -ravintoloiden raaka- ainehankintoihin vaikuttavat tekijät

Jemina Kyyrö
Sanni Perko

Opinnäytetyö
Toukokuu 2017
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Restonomi (AMK), Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Kestävä gastronomia

Tekijä(t) Kyyrö, Jemina Perko, Sanni	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Toukokuu 2017
	Sivumäärä 66	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi À la carte -ravintoloiden raaka-ainehankintoihin vaikuttavat tekijät		
Tutkinto-ohjelma Palvelujen tuottaminen ja johtaminen		
Työn ohjaaja(t) Kirsi Marjakoski		
Toimeksiantaja(t)		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, mitkä tekijät vaikuttavat à la carte -ravintoloiden kotimaisten raaka-aineiden hankintoihin ja miten ravintoloiden kuluttamien raaka-aineiden kotimaisuusaste saataisiin kasvamaan Etelä-Savon ja Keski-Suomen alueilla. Tutkimuksessa selvitetään ravintoloiden hankintaprosessia ja mitä ravintolat kokevat tarvitsevana, jotta kotimaisia raaka-aineita kulutettaisiin enemmän.</p> <p>Työ toteutettiin monistrategisena tutkimuksena hyödyntäen sekä määrällisen että laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Määrällisen tutkimuksen menetelmänä käytettiin survey-tutkimusta ja laadullisena menetelmänä teemahaastattelua. Survey-tutkimuksella pyrittiin saamaan suurempi otanta Etelä-Savon ja Keski-Suomen à la carte -ravintoloiden raaka-ainehankinnoista. Teemahaastattelun tarkoituksena oli saada syvällisempiä vastauksia tutkimuskysymyksiin. Sähköinen kysely toteutettiin Webropol-palvelimen avulla, ja kyselyn linkki lähetettiin sähköpostitse noin 80 ravintolalle. Vastauksia kertyi 26 kappaletta. Kyselyn lisäksi toteutettiin teemahaastattelut neljän à la carte -ravintolan kanssa.</p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli koota ravintoloiden ajatuksia hankintaprosessien kehittämistä koko ketjun osalta. Tutkimustuloksista kävi ilmi, että tiedon puute ja tuottajien sekä ravintoloiden välinen yhteistyö koettiin haastaviksi. Mikäli tuottajien löytäminen ja tieto paikallisista tuottajista sekä tuotannosta paranisivat, ravintolat käyttäisivät enemmän kotimaisia raaka-aineita.</p> <p>Jotta raaka-aineiden kotimaisuusastetta saataisiin nostettua ravintoloissa, tulisi ravintoloiden keskittyä lähiruoan ja pientuottajien sijasta koko maan tuotantoon.</p>		
Avainsanat (asiasanat) ravintola, à la carte, raaka-aine, hankinta, kotimainen elintarvike, elintarvikejalostus, kotimainen		
Muut tiedot		

Author(s) Kyyrö, Jemina Perko, Sanni	Type of publication Bachelor's thesis Number of pages 66	Date May 2017 Language of publication: Finnish Permission for web publication: x
Title of publication The factors affecting the purchase of ingredients for À la carte restaurants		
Degree programme Hospitality Management		
Supervisor(s) Kirsi Marjakoski		
Assigned by		
Abstract <p>The aim of the thesis was to study what factors affected the acquisition of À la carte restaurants' domestic ingredients and how to increase the consumption of the domestic ingredients in Southern Savonia and Central Finland. The purchasing process of the restaurants was examined, as well as what factors the restaurants required so that domestic ingredients would be consumed more.</p> <p>The study was executed as a multiple strategic research, exploiting both quantitative and qualitative researches methods. The method of the quantitative research was survey while the method of the qualitative research was theme interview. The objective of the survey was to get as large a sampling as possible of the ingredient acquisition in the À la carte restaurants in Southern Savonia and Central Finland. The aim of the theme interviews was to gain deeper answers to the research questions. An online questionnaire was implemented by the Webropol online service and the link of the questionnaire was sent by email to 80 restaurants of which 26 restaurants responded. In addition to the questionnaire, theme interviews were held at four À la carte restaurants.</p> <p>The aim of the research was to gather together thoughts about developing ingredient acquisition through the whole process. The results showed that the lack of information and co-operation between the producers and restaurants seemed to be complicated. If finding producers, and information about local products and production would improve, the restaurants would use more domestic ingredients.</p> <p>In order to increase the domestic content of the ingredients, the restaurants should concentrate on domestic production instead of the local production and small producers.</p>		
Keywords/tags restaurant, à la carte, ingredient, acquisition, domestic foodstuff, food processing, domestic		
Miscellaneous		

Sisältö

1	Askel kohti kotimaisempaa.....	3
2	Monistrateginen lähestyminen.....	5
	2.1 Tutkimusmenetelmät.....	6
	2.2 Analyysimenetelmät.....	8
	2.3 Luotettavuus.....	9
3	Kotimaisen raaka-aineen hankinta.....	11
	3.1 Kotimaisten raaka-aineiden hankintaan vaikuttavat tekijät.....	14
	3.2 Kotimaisuus.....	19
	3.3 Ravintoloiden elintarvikehankinnat.....	23
	3.4 Alueiden elintarvike- ja ravintolatarjonta.....	29
4	Helputuksia hankintaprosessiin.....	32
5	Tiedon puute.....	47
6	Ajatuksia kotimaisuudesta.....	50
	Lähteet.....	54
	Liitteet.....	61
	Liite 1. Sähköinen kyselylomake.....	61
	Liite 2. Teemahaastattelun runko.....	66

Kuviot

Kuvio 1. Suomen maatilat lkm, tilakoko ha/tila, uudisrakentamisen volyyymi-indeksi ja viljelyala. (Rautelin 2016.).....	11
Kuvio 2. Tukea saaneiden tilojen tuotantosuuntauksien jakautuminen alueellisesti 2014. (Ahlstedt & Niemi 2015.).....	12
Kuvio 3. Hyvää Suomesta –merkki (Ruokatietoyhdistys Ry 2017).....	20
Kuvio 4. Avainlippu –merkki (Suomalaisen Työn liitto 2017).....	20
Kuvio 5. Organisaation ostoprosessin vaiheet (Bergestöm & Leppänen 2015).....	26

Kuvio 6. Arvioikaa ravintolanne käytössä olevien raaka-aineiden (myös puolivalmisteiden) kotimaisuusaste (Etelä-Savo ja Keski-Suomi). Vaakatasolla kotimaisuusaste-%	35
Kuvio 7. Arvioikaa ravintolanne käytössä olevien raaka-aineiden (myös puolivalmisteiden) kotimaisuusaste (Osa ketjua ja yksittäinen toimija).....	35
Kuvio 8. Mitä seuraavista raaka-aineista kokisit löytäväsi alueesi paikallisilta tuottajilta? (Keski-Suomi ja Etelä-Savo)	36
Kuvio 9. Mitä kautta hankitte keskeisimmät raaka-aineenne? (Etelä-Savo ja Keski-Suomi)	37
Kuvio 10. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat kotimaisten raaka-aineiden hankintaan, asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Keski-Suomi ja Etelä-Savo)	38
Kuvio 11. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat ulkomaalaisten raaka-aineiden hankintaan asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Keski-Suomi ja Etelä-Savo)	39
Kuvio 12. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat kotimaisten raaka-aineiden hankintaan asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Osa ketjua ja yksittäinen toimija)	43
Kuvio 13. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat ulkomaalaisten raaka-aineiden hankintaan asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Osa ketjua ja yksittäinen toimija)	43
Kuvio 14. Kuinka paljon seuraavat tekijät mahdollistavat raaka-ainehankintojanne asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Keski-Suomi ja Etelä-Savo)	44
Kuvio 15. Kuinka paljon seuraavat tekijät mahdollistavat raaka-ainehankintojanne asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Osa ketjua ja yksittäinen toimija).....	45

1 Askel kohti kotimaisempaa

Suomen liityttyä Euroopan Unioniin vuonna 1995 on maatalojen määrä vähentynyt 41 prosenttiyksiköllä vuoteen 2015 mennessä (Ahlstedt & Niemi 2015, 13-15). Tämän kehityksen on ennustettu jatkuvan (Andersson 2003, 115-136), sillä huoli maatalojen toiminnan jatkuvuudesta on nostettu esille äkillisten muutosten ja niihin varautumisen, pidemmän aikavälin sopeutumisen ja järjestelmämuutoksiin liittyvien ongelmien vuoksi. Äkillisillä muutoksilla tarkoitetaan markkinamuutoksia ja satotasojen vaihtelua. Pidemmän aikavälin ongelmiksi maataloilla ovat osoittautuneet jatkuvuuden haasteet, joita ovat esimerkiksi sukupolven muutokset, tilojen velkaantuneisuus ja maatalojen toiminnan tulevaisuuden näkeminen positiivisena. Muita haasteita maataloille tuovat ilmastonmuutos, jonka seurauksia ei osata vielä edes hahmottaa täysin, alueellisten ja paikallisten ruokajärjestelmien toimivuus sekä tarve kokonaisvaltaiseen ja aktiiviseen ruokapolitiikkaan. (Puupponen 2017.)

Globalisoituminen tuo maataloudelle ja kotimaisille raaka-aineille niin haasteita kuin mahdollisuuksia. Kansainvälistyminen sitoo Suomen osaksi kansainvälisiä markkinoita (Paulaniemi 2017) ja lisää elintarviketeollisuuden monipuolisuutta. Globalisoitumisen myötä kotimaiset elintarvikealat pyrkivät vahvistamaan asemaansa, kannattavuuttaan sekä tuotantonsa jatkuvuutta kotimaassa (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 16), sillä globalisoitumisen myötä osa tuoretuotteiden, kuten hedelmien ja marjojen, käyttö on mahdollista ympäri vuoden (Maavirta 2009, 121–124). Kansainvälistyminen on näin ollen myös kasvattanut ruoan alkutuotannon ja loppukuluttajan välimatkaa, varsinkin tuotteiden tullessa eksoottisemmista maista (Brom 2000, 128-129). Globalisoituminen on myös toisaalta kasvattanut kotimaisten elintarvikkeiden arvostusta, joka on hieman rajoittanut raaka-aineiden tuontia ulkomailta (Järvelä, Koistinen, Latvala, Peltoniemi & Yrjölä 2011, 9).

Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK kertoo kotimaisen ruoan olevan lähellä tuotettua, maukasta ja turvallista ruokaa (Kotimainen ruoka tekee hyvää 2015). Kansanedustaja Kärnän (2017) mukaan eettisintä ruokaa suomalaiselle on kotimainen, lähellä tuotettu ruoka. Hän myös painottaa, kuinka tärkeää meidän olisi suosia

kotimaisia raaka-aineita luonnon vuoksi. Taloustutkimuksen Suomi syö -2012 mukaan suomalaisten arvostus kotimaista ruokaa kohtaan on ollut nousussa, sillä kaksi kolmasosaa suomalaisista suosii kotimaista ruokaa jäljitettävyyden vuoksi (Nurro 2016a). Lisäksi kotimaisuus koettiin parhaaksi takaajaksi, niin turvallisuuden kuin laadun vuoksi. Moni koki kotimaisen elintarvikkeen puhtaammin tuotetuksi kuin esimerkiksi luonnonmukaisesti tuotetun elintarvikkeen. (Arvola & Lähteenmäki 2003, 35.) Termiä kotimainen ruoka kuitenkin sekoittaa se, että se on yritetty korvata vuosina 2000 - 2010 lähiruoka-käsitteellä (Kurunmäki, Ikäheimo, Syväniemi & Rönni 2012, 24-25). Lähiruoan suosio onkin vakiinnuttanut paikkansa trendistä ilmiöksi. Lähiruoan kysyntää vahvistavat kuluttajien eettiset vaatimukset, poliittiset vaikutukset kestävästä kehityksestä ja maatalouden tulevaisuudesta. Lisäksi lähiruoan kuluusta ohjaa enemmän sen saatavuus kuin hinta, sillä sen koetaan olevan laadukkaampaa ja tuoreempaa. Suurin osa kuluttajista olisi halukas ostamaan enemmän lähellä tuotettua ruokaa, jos sen saatavuus olisi parempi. (Trendistä valtavirtaan n.d.)

Vaikka kotimainen ruoka ja lähiruoka ovat nousseet suomalaisten kuluttajien kulutusketjun ylimmälle tasolle, eivät ravintolat vastaa aina kuluttajien vaatimuksiin. Monet ravintolat käyttävät edelleen paljon ulkomaisia tuotteita niiden helppouden ja saatavuuden vuoksi, sillä ulkomaalaiset tuotteet takaavat raaka-aineiden ympärivuotisen saannin. Kuitenkin lähiruoan noustua trendiksi kuluttajien keskuudessa ravintolakulttuuri on ottanut vaikutteita kulutuskäyttäytymisestä ja lähtenyt mukaan kuluttajien arvostamaan lähiruokatrendiin. Kotimaisten raaka-aineiden käyttö on kasvanut ravintoloissa ainakin hetkellisesti, mutta monille ravintoloille se on vain myyntivaltti, jolla saadaan luotua hyvää imagoa. Tästä hyvänä esimerkkinä on toiminut suomalainen hampurilaisketju Hesburger, joka pitkään mainosti käyttävänsä pihveissään 100%:isesti suomalaista naudanlihaa, mutta markkinoinnin loputtua kävi ilmi, että naudanlihapihvit eivät olekaan täysin kotimaisia. Kuitenkin kuva suomalaisuudesta ja kotimaisista raaka-aineista on jäänyt kuluttajien mieleen.

Opinnäytetyön aihe muotoutui, kun keskustelimme kotimaisen ruoan ja maatalouden tilanteesta. Pohdimme, miksi päivittäistavara-kaupoissa kotimaisten satokausituotteiden hintoja kilpailutetaan ulkomaisilla tuontituotteilla ja näkyykö tämä toiminta ravintoloissa. Huoli ei noussut esille ensimmäistä kertaa, joten päätimme lähteä tutkimaan, miten kotimaisia raaka-aineita kulutetaan ravintoloissa. Aihetta on tutkit-

tu aiemmin jo opinnäytetöiden, pro gradujen ja muiden tutkimuksien kautta, mutta tutkimukset on tehty enemmän lähiruoan näkökulmasta. Haluamme saada vastauksia, miksi kotimaisen ruoan käyttö koetaan haasteelliseksi ja mikä mahdollistaisi kotimaisten tuotteiden käyttöä.

2 Monistrateginen lähestyminen

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia à la carte -ravintoloiden raaka-ainehankintoja, eli kuinka paljon ravintolat kuluttavat kotimaisia raaka-aineita ja mitkä tekijät vaikuttavat niiden hankintaan. Tutkimuksen päämääränä on selvittää vaikuttavimmat tekijät sekä haasteet kotimaisten raaka-aineiden hankinnalle ja miten kotimaisuusastetta voitaisiin parantaa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on vastata tutkimuskysymyksiin, jotka ovat:

- Mitkä tekijät vaikuttavat kotimaisen raaka-aineen hankintaan ja sen kulutukseen?
- Millaisia tarpeita ravintoloilla on kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa?

Näihin kysymyksiin etsittiin vastauksia keräämällä materiaalia kvantitatiivisella kyselylomakkeella ja kvalitatiivisilla teemahaastatteluilla. Opinnäytetyö pyrkii löytämään vastauksia näihin kysymyksiin, sillä tuloksilla pyritään parantamaan ravintoloiden raaka-aineiden kotimaisuusastetta.

Opinnäytetyössä käytetään sanaa ravintola, jolla tarkoitetaan à la carte -ravintolaa. À la carte -ravintolalla tarkoitetaan ravintolaa, jonka ruokalistan kaikki annokset on hinnoiteltu erikseen. Työ keskittyy à la carte -ravintoloihin, sillä suurinta osaa henkilöstöravintoloista ohjaavat ravitsemussuositukset ja suurtalouskeittiöiden linjaukset. Raaka-aineella tarkoitetaan elintarvikeraaka-aineita, joita kulutetaan à la carte -ravintoloissa ja jotka voivat olla jonkinasteisesti jalostettuja. Opinnäytetyössä käytetään sanaa hankintaprosessi, jolla viitataan ravintoloiden raaka-aineiden ostopäätösprosessiin. Opinnäytetyössä puhutaan paljon lähiruoasta, jolla tarkoitetaan kotimaista ruokaa, sillä lähiruoan määritelmä on hyvin häilyvä.

2.1 Tutkimusmenetelmät

Tässä tutkimuksessa käytetään kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusmenetelmää eli monistrategista tutkimusta, jotta vastaukset tulisivat olemaan mahdollisimman kattavia tutkimuskysymyksiin. Hirsjärven ja Hurmeen (2009) mukaan monistrategista menetelmää käyttämällä pystytään lisäämään validiutta eli luotettavuutta usean teorian ja menetelmän käytön avulla. Jotkut tutkijat korostavat tutkimusmenetelmää valitessaan teoriaosuuden tärkeyttä ja korostavat, että mikäli tutkimuksessa on erityyppisiä kysymyksiä, voidaan tutkimusmenetelmiä yhdistää. (Mts. 26-27). Tutkimuksessa käytetään strukturoitua kyselylomaketta suuren otannan keräämiseksi ja teemahaastattelua syventävien vastauksien saamiseksi. Tutkimuksella on tarkoitus löytää syy-seuraus-suhteita sekä etsiä vastauksia tutkimusongelmaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 130, 134, 188.) Tutkimusongelmana on kotimaisen raaka-aineen käyttö ravintoloissa ja mitä tulisi tehdä, jotta ravintolat kuluttaisivat kotimaisia raaka-aineita enemmän. Tutkimuksella pyritään saamaan vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin: Mitkä tekijät vaikuttavat kotimaisen raaka-aineen hankintaan ja sen kulutukseen ja millaisia tarpeita ravintoloilla on kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa? Tutkimusmuotona on survey-tutkimus, jossa tietoa kerätään standardoidussa muodossa ihmisjoukolta, jotka muodostavat otteen perusjoukosta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 130, 134, 188).

Kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella tarkoitetaan tutkimustyyppiä, jossa johtopäätökset tehdään aikaisempien tutkimusten ja teorioiden pohjalta korostaen syiden ja seurauksien lakeja (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 136) sekä antaen kokonaiskuvan muuttujien välisistä suhteista ja eroista (Vilka 2007, 13). Kvantitatiivisen tutkimuksen keskeisiä piirteitä ovat muun muassa käsitteiden määrittelemine, hypoteesien esittäminen ja havainnointiaineiston soveltaminen määrälliseen eli numeraaliseen mittaamiseen (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2007, 136). Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa tiedot strukturoidaan tai operationalisoidaan. Strukturoimisella tarkoitetaan tutkittavan asian ominaisuuksien järjestelmällistä suunnittelua ja vakiointia. Operationalisoinnilla tarkoitetaan puolestaan teoreettisten asioiden muokkaamista muotoon, jotta tulokset voidaan ymmärtää perustietämyksellä. (Vilka 2007, 14.)

Tutkimustulosten keräämiseksi ja mahdollisimman suuren otannan saamiseksi tutkimuksessa käytetään strukturoitua kyselylomaketta, joka on laadittu Webropol-palvelimella. Tutkimukseen kartoitetaan Etelä-Savon ja Keski-Suomen alueiden ravintolatarjonnasta à la carte -ravintolat, joille sähköinen kysely suunnataan. Strukturoidun kyselylomakkeen käyttäminen on yksi survey-tutkimuksen keskeinen menetelmä (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 188). Kysely on tutkimustulosten keruutapa, jossa kysymykset on vakioitu eli standardoitu. Vakioinnilla tarkoitetaan, että jokaiselta vastaajalta kysytään samat kysymykset, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla muotoiltuna. (Vilka 2007, 28.)

Kvalitatiivisella eli laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan Creswellin (1994) mukaan prosessia, joka tarkastelee useaa yhtäaikaista tekijää, jotka vaikuttavat lopputulokseen. Prosessi etenee induktiivisesti eli yksityisestä yleiseen. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 25.) Päämääränä on pystyä kuvaamaan todellista elämää, jolloin kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kattavasti. Laadullisen tutkimuksen avulla pyritään löytämään uusia tosiasioita ennemmin kuin todentamaan jo olemassa olevia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 157.) Gleshnen ja Peshkin (1992) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen muuttujia on vaikea mitata, sillä ne ovat monimutkaisia ja toisiinsa liittyviä. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoitus on etsiä säännönmukaisuutta ja monipuolisuutta. Tutkimuksen kautta pystytään selvittämään käyttäytymisen merkitys esimerkiksi menneisyyden tai kehityksen tekijöiden kautta. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 25, 27.)

Tutkimuksessa käytetään laadullisena tutkimusmenetelmänä teemahaastattelua, jolla tarkoitetaan Mertonin, Fiskin ja Kendallin (1956, 3-4) mukaan kohdennettua haastattelua. Haastattelurunko on rakennettu ilmiön osien, rakenteiden ja prosessin kautta saatuihin oletuksiin. Teemahaastattelun vastaajat ovat kaikki läpikäyneet samankaltaisen tilanteen, ja heiltä halutaan kokemuksia tutkittavasta tilanteesta tai ilmiöstä, jonka tutkimuksen laatija on ennalta analysoinut. Haastattelu on jaettu teemoihin eli aihealueisiin, joista keskustellaan. Kysymyksiä ei ole siis rakennettu yksityiskohtaisesti, vaan haastattelu etenee vapaammin teemojen mukaisesti, jolloin haastattelijalla ei tuo näkyviin omia näkemyksiään vaan kuuntelee haastateltavien tulkintoja. Teemahaastattelu eroaa Mertonin, Fiskin ja Kendallin kohdistetusta haastattelusta hieman, sillä teemahaastattelussa oletetaan, että haastateltavien kaikkia ko-

kemuksia, uskomuksia ja tunteita voidaan käsitellä tämän tutkimuksen avulla eikä niitä tarvitse varmentaa kokeellisesti. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu, sillä teemat, aihepiirit ja näkökulma ovat kaikille haastateltaville samat. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 48.)

2.2 Analyysimenetelmät

Kvantitatiivinen sähköinen kysely tehdään Webropol-palvelimen avulla. Analysoinnissa käytetään Webropol-palvelimen 3.0 raportointityökalua. Analysoinnissa käytetään saatujen vastauksien keskiarvoa alueiden ja yritysmuotojen välillä kuvaamaan tutkittavaa ilmiötä. Keskiarvolla saadaan helposti havainnollistettua eroja vertailtavien välillä. Keskiarvojen eroja havainnollistetaan palvelimen avulla tehdyillä kaavioilla, jotka selitetään sanallisesti lukijalle. Kyselyssä on yksi kysymys, johon pystytään vastaamaan myös avoimella vastauksella ja vastauksista nostetaan esille yleisesti puuttuvat raaka-aineet. Sähköisen kyselyn vastauksia analysoidaan suurimmaksi osaksi Etelä-Savon ja Keski-Suomen alueiden sekä myös yksityisten toimijoiden ja osana ketjua toimivien välillä. Saadut vastaukset jäsenellään kolmeen eri pääteemaan: vastanneet yritykset, raaka-aineet ja hankinta, johon liitetään myös teemahaastattelusta saadut vastaukset, jotta analyysistä saadaan yhtenäinen kokonaisuus kuvaamaan raaka-ainehankintoihin vaikuttavia tekijöitä.

Vatanen (2016, 315-316) kirjoittaa kirjassa Keskusteluanalyysi Seppäsen (1997) maininneen litteroinnin olevan hyvä keskustelun tarkkailun menetelmä. Litterointi on keskustelujen siirtämistä, niin sanotusti hidastamista paperille. Vatanen (2016) viittaa Ochs (1979) kirjoittaneen, että litterointia pidetään osana itse analyysityötä ja että litterointi on keskeinen osa keskusteluntutkimusta, sillä litteroinnin pohjalta tehdyt ratkaisut voivat vaikuttaa ratkaisevasti tutkimustuloksiin (Mts. 316).

Teemahaastattelut analysoidaan aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla. Tuomen ja Sarajärven (2012, 108-112) teoksessa Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi kerrotaan aineistolähtöisen sisällönanalyysin etenemisestä. Aluksi haastattelut kuunnellaan ja kirjoitetaan auki sanatarkasti. Sen jälkeen lukemalla haastattelua ja perehtymällä sisältöön etsitään aineistosta pelkistyksiä kysymällä aineistolta tutkimuskysymyksiä. Tätä kautta aineistoa tiivistetään tai pilkotaan osiin. Tätä vaihetta kutsutaan

redusoinniksi eli pelkistämiseksi. Redusoinnin jälkeen seuraa klusterointi eli aineiston ryhmittely. Tällöin aineistosta etsitään pelkistettyjen lauseiden avulla yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Ryhmittely voi tapahtua esimerkiksi jaotteleamalla samanlaisuuksia eri luokitteluyksiköihin, joita voivat olla tutkittavan ilmiön ominaisuus, piirre tai käsitys. Pelkistetyt ilmaukset jaotellaan alaluokiksi, jotka yhdistyessään luovat yläluokkia, ja yläluokkia yhdistelemällä pääluokkia. (Hämäläinen 1987; Dey 1993 & Cavanagh 1997.) Aineiston klusteroinnin jälkeen tehdään aineiston abstrahointi eli karsitaan tutkittavan ilmiön kannalta epäolennainen tieto pois, ja muodostetaan olennaisesta tiedosta teoreettisia käsitteitä. Aineistolähtöisen sisällönanalyysin avulla saadaan vastaus tutkimuskysymykseen, kun käsitteitä on yhdistelty tarpeeksi. (Lähdesmäki, Oinonen, Sandgren & Sarajärvi 2000.)

2.3 Luotettavuus

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on saada luotettavaa tietoa ravintoloiden raaka-ainehankintoihin vaikuttavista tekijöistä sekä mitä tarpeita ravintoloilla on, jotta ravintola kuluttaisi enemmän kotimaisia raaka-aineita. Tutkimuksen luotettavuutta tutkitaan validiteetin ja reliabiliteetin käsittein, jotka molemmat tarkoittavat luotettavuutta. (Kananen 2011, 118.)

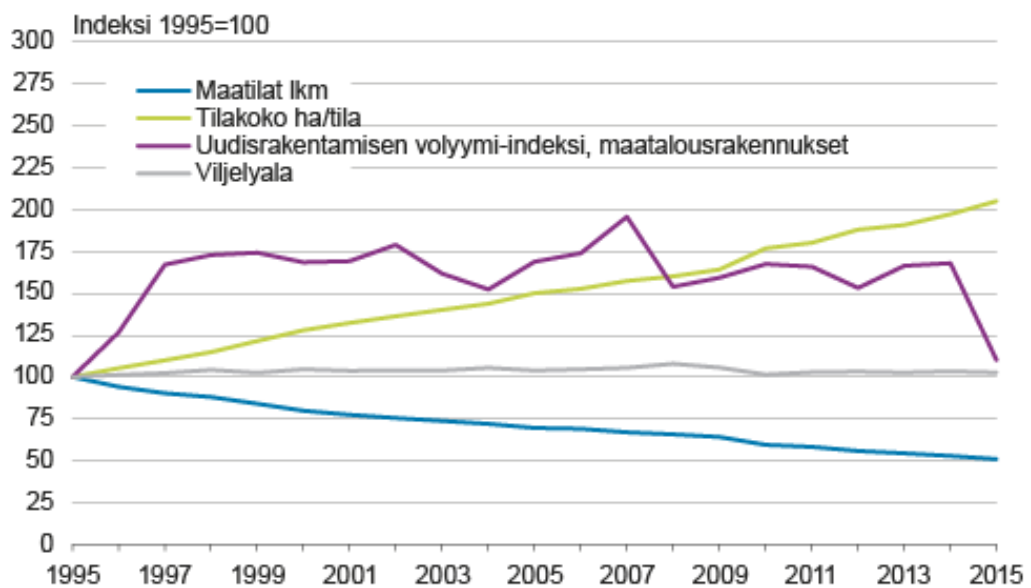
Luotettavuus syntyy reliabiliteetista eli mittausten pysyvyydestä sekä validiteetista eli mittausten pätevydestä. Reliabiliteetilla tarkoitetaan, etteivät tutkimustulokset ole sattumanvaraisia vaan toistettaessa saadaan samat tutkimustulokset. Reliabiliteetti voidaan jakaa kahteen eri osatekijään, stabiliteettiin sekä konsistenssiin. Stabiliteetilla mitataan mittareiden pysyvyyttä ajassa, kun taas konsistenssilla tarkoitetaan yhtenäisyyttä. Tällöin mittarin osatekijät mittaavat samaa ja saavat mittauksesta samat tulokset. Tutkimuksen validiteetilla tarkastellaan tutkimuksen pätevyyttä eli mitaanko oikeaa asiaa. Validiteetilla arvioidaan tutkimuksen hyvyttä, jolla on monta eri alalajia. Näitä alalajeja ovat muun muassa rakennevaliditeetti, kriteerivaliditeetti, ennustevaliditeetti, face-validiteetti, sisältövaliditeetti, sisäinen validiteetti ja ulkoinen validiteetti. Tämän tutkimuksen tuloksia tarkastellaan sisältövaliditeetin ja ulkoisen validiteetin näkökulmista. Sisältövaliditeetissa tarkastellaan, mitaanko oikeaa asiaa ja löytyvätkö mittarit teoriapohjasta, kun taas ulkoisessa validiteetissa tarkas-

tellaan saatujen tulosten yleistettävyyttä. Reliabiliteetti ja validiteetti taataan dokumentoimalla tarkasti kaikki työn vaiheet. (Kananen 2011, 119-124.)

Kananen (2008) kirjoittaa teoksessaan Kvali kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden olevan haasteellisempaa tarkastella reliabiliteetin ja validiteetin avulla, sillä luotettavuuden näkökulmat on suunnattu kvantitatiiviselle tutkimukselle. Validiteettia on vaikea arvioida kvalitatiivisessa tutkimuksessa, sillä tutkijan omat kokemukset voivat vaikuttaa aineiston tulkintaan. Reliabiliteetti ymmärretään ajallisena pysyvyytenä, jolloin sen alalaji stabiliteetti mittaa pysyvyyttä ajassa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei voida yleistää toistuvuutta reliabiliteetin avulla, vaan sitä tulee tarkastella aineiston riittävyyden, kattavuuden ja arvioitavuuden sekä toistettavuuden avulla. (Kananen 2008, 123-124.)

3 Kotimaisen raaka-aineen hankinta

Toisen maailmansodan jälkeen koko Euroopan maatalous on kokenut muutoksia, joita ovat muun muassa tilojen lukumäärien vähentyminen, tilakokojen suureneminen sekä harvinaisempien kasvilajikkeiden ja eläinrotujen kasvattaminen (Uusikylä 2012, 34). Vuonna 2014 Suomessa oli 56 000 tukea hakenutta maatilaa, mikä oli 2,7 % vähemmän kuin edellisvuonna. EU-jäsenyyden (1995-2013) aikana maatalojen määrä on laskenut yli 41 %. (Ahlstedt & Niemi 2014 13-15.)

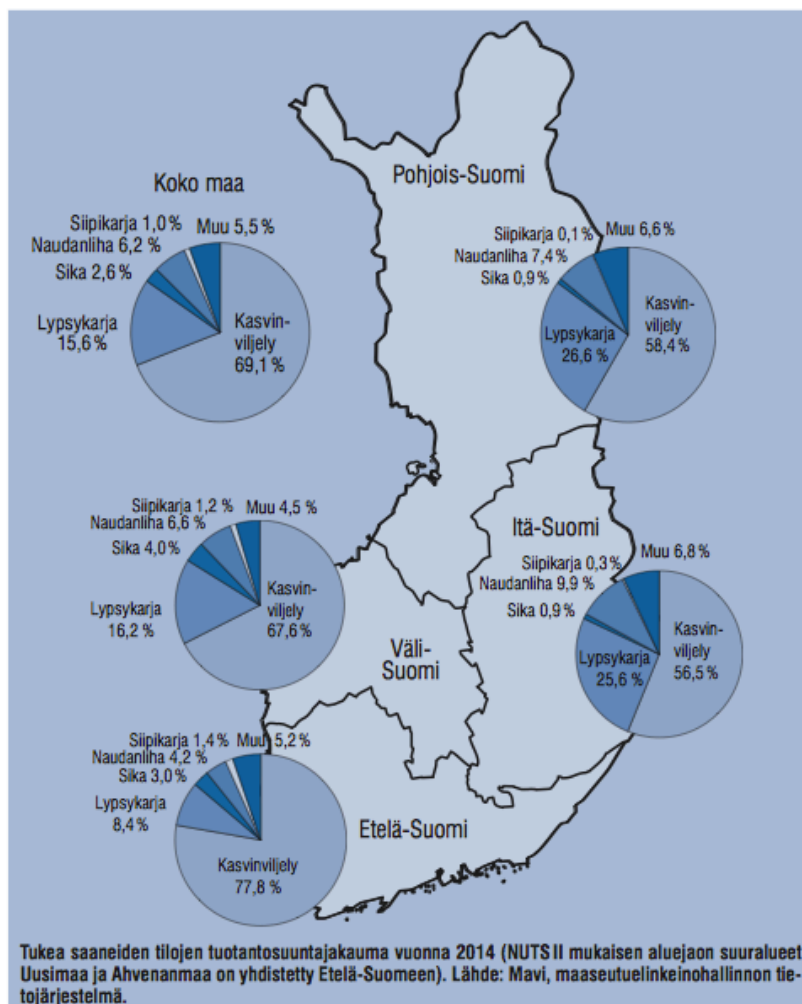


Kuvio 1. Suomen maatilat lkm, tilakoko ha/tila, uudisrakentamisen volyyymi-indeksi ja viljelyala. (Rautelin 2016.)

Suhteellisesti tilamäärät ovat vähentyneet eniten Itä-Suomessa (43 %) ja vähiten Pohjois-Suomessa (35 %). Kuvio 1 havainnollistaa, miten tilamäärien vähenemisen seurauksena tilojen koot ovat keskimääräisesti kasvaneet lähes 79 %. Euroopan Unionin jäsenyyden aikana tilakokojen kasvu on tapahtunut peltoja vuokraamalla. (Ahlstedt & Niemi 2015, 13-15.)

Vuonna 2014 lypsykarjatiloja oli Suomessa noin 8 700 kappaletta, joista suurin osa sijaitsee Itä- ja Pohjois-Suomessa. Verrattuna muihin tuotantosuuntauksiin lypsykarjatilat ovat jakautuneet tasaisemmin joka puolelle Suomea. (Ahlstedt & Niemi 2015, 15-16.) Itä-Suomen alue on tunnettu maito- ja lihatuotteistaan, sillä myös jalostusta tapahtuu samalla alueella (Ruokatietoyhdistys Ry 2017). Naudanlihaa tuottavia tiloja oli kaikista tukia saaneista tiloista 6,2 %, joka on noin 3 500 kappaletta (Ahlstedt &

Niemi 2015, 15-16). Naudanlihantuotantoon erikoistuneita tiloja löytyy lypsykarjatilojen tavoin koko maasta. Sianlihatuotanto on keskittynyt Etelä- ja Länsi-Suomeen, ja koko maan tuotannosta sianlihaa tuottaa 2,6 % tukea hakeneista tiloista. (Ahlstedt & Niemi 2015, 15-16.) Vuonna 2014 siipikarjan tuotanto Suomessa oli suhteellisen pientä, vain 1 % tukea saaneista tiloista. Tilojen määrä on vähentynyt 74% Suomen liittyttyä Euroopan Unioniin 1995. Siipikarjatilosta 48 % oli erikoistunut kananmunatuotantoon. Sianlihaan erikoistuneiden tilojen tavoin siipikarjatilat sijoittuvat Etelä- ja Länsi-Suomeen. Yleisesti kotieläintalouksien määrä on ollut laskussa. (Ahlstedt & Niemi 2015, 15-16.) Kuvio 2 havainnollistaa tuotantosuuntauksien jakautumista Suomessa alueellisesti.



Kuvio 2. Tukea saaneiden tilojen tuotantosuuntauksien jakautuminen alueellisesti 2014. (Ahlstedt & Niemi 2015.)

Suomessa kalat kasvavat puhtaissa vesistöissä ja niiden matka ruokapöytään on suhteellisen lyhyt (Viljeltävät kalalajit 2016). Silti Suomessa yli 70 % syödyistä kaloista

tuodaan ulkomailta (Uusikylä 2012, 47). Kalojen jalostukseen erikoistuneita yrityksiä sijaitsee eniten Varsinais-Suomessa ja Satakunnassa (Turun Yliopisto & Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2014). Tällä hetkellä päätoimeentulonsa kalastuksesta saa vain 8 % kaikista Suomen ammattikalastajista. Tulevaisuudessa kotimaisen kalan saanti on epävarmaa, sillä eläköityvien kalastajien tiloille ei ole tarpeeksi uusia tulokkaita. (Kalastaja n.d.)

Suomessa viljellään ja tuotetaan Euroopan puhtaimmassa ympäristössä, sillä talven pakkaset tappavat taudit ja tuholaiset, mutta viileät ja valoiset kesät antavat viljelmille makua. Suomen laatutyön ja laatuketjun rakentamisen ”pelosta pöytään” myötä ruuan alkuperän jäljitettävyyks on kasvanut. (Turvallista ruokaa kestävin menetelmin 2016.)

Vuonna 2014 kasviviljelytiloja oli 31 800 kappaletta, mikä on 3,9 % enemmän kuin vuonna 1995. Suomi on maailman pohjoisin maa, jossa tuotetaan viljaa. Suomessa viljellään eniten ohraa, jota käytetään suoraan tiloilla rehuksi. Suomen toiseksi viljeltyin kasvi on kaura, jonka viennin merkitys on kasvanut EU-jäsenyyden aikana. Vehnän viljelyn merkitys on kasvanut jatkuvasti, sillä se on leipäviljoista tärkein, mutta sen käyttö on yleistynyt myös rehuteollisuuden puolella. (Vilja- ja öljykasvitilat 2015.) Kasvinviljelytiloista suurin osa sijaitsee Etelä-Suomessa ja noin neljäsosa Väli-Suomen suuralueilla, mutta tilojen määrä on noussut huomattavasti Itä- ja Pohjois-Suomessa (Ahlstedt & Niemi 2015, 15-16).

Yleisen elintarvikeasetuksen ((EY) N:o 178/2002, 3 art.) mukaan Suomessa alkutuotannon eli tuotannon, kasvatuksen, viljelyn, sadonkorjuun ja kaikki eläintuotannon vaiheet ennen teurastusta, sekä metsästyksen, kalastuksen ja luonnonvaraisten tuotteiden keräämisen (Evira 2016) lisäksi raaka-aineiden käytettävyyttä säätelee myös niiden jalostus ja jakelu. Suomessa alkutuotettujen ja jalostettujen kotimaisten tuotteiden käyttö on suhteellisen korkea, 82 %. Elintarvikkeita valmistavat toimialat ovat jakautuneet kaikkialle Suomeen. Lihan teurastukseen ja -jalostukseen erikoistuneita yrityksiä on eniten Länsirannikon alueella etelästä pohjoiseen. (Elintarviketeollisuus Suomessa 2017.) Maidon jatkojalostusta tapahtuu eniten Uudellamaalla, Pirkanmaalla ja Pohjois-Pohjanmaalla (Turun Yliopisto & Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2014). Suuret elintarvikeyritykset pyrkivät suuriin markkinaosuuksiin, kun taas pien-

yrietykset keskittyvät löytämään uusia markkinarakoja (Elintarviketeollisuus Suomessa 2017).

Paikallisuuden suosio on kasvanut Suomessa valtavasti viime vuosien aikana. Paikallista ja lähiruokaa tarkoitetaan lähellä kasvatettua tai viljeltyä raaka-ainetta, joka on myös jalostettu, markkinoitu ja kulutettu samalla alueella. Tuote auttaa paikallista taloutta, ruokakulttuuria ja työllisyyttä. Paikallisuus on hyvin riippuvainen lyhyistä jakeluketjuista ja jalostuspaikoista. (Hyrylä 2016, 12-35.)

3.1 Kotimaisten raaka-aineiden hankintaan vaikuttavat tekijät

Vuosien varrella ruokavaliossamme ovat lisääntyneet tyydyttyneet rasvat, sokerit ja prosessoidut ruokatuotteet. Täten lähiruoka on noussut esille kansanterveyden sekä kestävyden näkökulmista. (Uusitalo, Wuori, Rikkonen, Veijola & Jauho 2016, 4.)

Osalle lähiruoka on Suomessa tuotettua ruokaa, kun taas osa mieltää lähiruoksi vain oman maakuntansa tuotteet. Syitä lähiruokan kuluttamiseen on monia; alkuperätuntemus, jäljitettävyyden, tuoreus, maku, turvallisuus ja lyhyet kuljetusmatkat. (Heikkilä, Korhonen & Rikkonen n.d.)

Kiviluoman (2011, 30) mukaan Arolaakso (2007) on tehnyt selvityksen vuosina 2000 - 2006 lähiruokahankkeista, joiden myötä lähiruoka oli tullut suurkeittiöille tutuksi, mutta lähiruokan käyttö taantui yleensä hanketta edeltävään vaiheeseen. Lähiruokan käyttöön vaikutti muun muassa tiedon puute lähiruokan saatavuudesta, hinnoista, henkilökunnan vähyydestä, toimitusvarmuudesta, hankintalaista sekä hankintarekisteristä. Canadian restaurant and food service associationin (CRFA) mukaan ravintoloiden paikallisen ruoan kuluttaminen on tuonut esille paljon hyötytekijöitä. Paikallisen ruoan kulutus ravintoloissa kehittää julkisia suhteita, tukee paikallisia tuottajia, takaa parempia, tuoreempia ja turvallisempia tuotteita, tukee paikallista taloutta, ja mahdollistaa pienten määrien tilauksen kerralla sekä kehittää parempaa asiakastytyvyyttä. (Roy, Hall & Ballantine 2016, 256.)

Lähiruokan valttikortteja sanotaan olevan muun muassa tuoreus, kotimaisuus sekä paikallisten yritysten tukeminen. Lähiruokasta on helppoa selvittää sen alkuperä, joka on kuluttajille tärkeää sekä lisää tuotteen laatua. Tuottajan tunteminen, ja ruokaketjun läpinäkyvyys lisää tuotteiden kulutusta. (Kiviluoma 2011, 47.) Esimerkkinä vuonna

2012 Helsinkiin avattu Spis- ravintola arvostaa maukkautta, ekologisuutta, käsityötä ja pohjoismaalaisuutta. Ravintolan työntekijät näkevät paikallisen kausiruoan kestäväksi suuntautumisiksi, joka tulevaisuudessa voi toimia kilpailuetuna. He hankkivat raaka-aineensa pieniltä, mahdollisimman läheltä tuotetuilta tiloilta, jotta he tietävät, miten raaka-aine on kasvatettu kestävän kehityksen periaatteita kunnioittaen. Heille on todella tärkeä tietää, että liha, jota he myyvät asiakkailleen on elänyt hyvän elämän lajille luontaisissa oloiloissa. (Uusikylä 2012, 168.)

Lähiruoan kuluttamisen esteeksi on koettu sen haasteellinen saatavuus. Tutkimusten mukaan pienet kunnat käyttävät eniten lähiruokaa ja isojen hankintapiirien koetaan olevan uhka lähiruoalle. Jotta lähiruoan saaminen tulevaisuudessa olisi helpompaa, on esitetty parannusehdotelmia lähiruokatukuista sekä -lähettämöistä, joka parantaisi etenkin logistiikan infrastruktuuria. Lähiruoka selvityksiä on tehty monta vuotta, mutta ongelmista ei kuitenkaan päästä eteenpäin. Yhdeksi ongelmaksi on myös todettu olevan kuluttajan huono kuva siitä mitä on lähiruoka. (Kiviluoma 2011, 48.) Eronen (2011) kirjoittaa Isokankaan ym. (2010) maininneen, että lähiruoan määritelmän puuttumisen vuoksi sitä käytetään synonyyminä kotimaiselle ruoalle (Mts. 56).

Käyhdy (2011) tekemän kvalitatiivisen tutkimuksen mukaan haastateltavat mainitsivat Suomessa tuotetun ruoan nostattavan voimakkaita tunteita, jotka kertovat, että tekijät uskovat omaan toimintaansa. Tuottajien, kuluttajien sekä jakelijoiden tulisi parantaa yhteistyötä kotimaisen ruoan saatavuuden parantamiseksi. (Mts. 77-78.)

Asiakaskysyntä

Kuluttajat vaativat tänä päivänä tietoa ruokaketjuista sekä ruoan alkuperästä. Tämän vuoksi ruoan tulee olla läpinäkyvää sekä jäljitettävää. Läpinäkyvyys on yläkäsite jäljitettävyydelle. Kuluttajille läpinäkyvyys merkitsee sitä, että tuotteesta saatava tieto on riittävää sekä helposti löydettävissä. Jäljitettävyydellä puolestaan tarkoitetaan ruokaa, joka on turvallista sekä laadukkaista raaka-aineista valmistettua. Kotro, Jalakanen, Latvala, Kumpulainen, Järvinen & Forsman-Hugg (2011) kirjoittavat, että MTT:n raportissa mainitaan, että jäljitettävyyys on määritelty Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksessa (178/2002), jonka mukaan kuluttajilla tulee olla mahdollisuus jäljittää kulutetun raaka-aineen valmistamiseen käytetty rehu, elintarvike, tuotan-

toon käytetty eläin tai valmistusaine. Kaikki mitä käytetään missä tahansa jalostuksen vaiheessa tulee olla selvitettävissä (Kotro ym. 2011, 11).

Suomalaiselle kuluttajalle kotimaisten tuotteiden kulutuksen takana on yleensä myös ajatus tuotantoketjusta ja sen tuomasta lisäarvosta. Kotro ym. (2011, 27-28) tutkivat raportissaan kuluttajaryhmän näkemyksiä ruokaketjusta, jonka perusteella kuluttajat ovat entistäkin valveutuneempia ja tiedonhaluisempia. Raportissa tulkitaan kuluttajien vastauksia vastuullisuuden tärkeydestä, sekä mitkä tekijät osoittautuvat kuluttajille tärkeimmiksi vastuullisuuden tekijöiksi. Kysely tehtiin yhteistyössä lihankulutukseen liittyvän hankkeen kanssa. Tutkimuksessa listattiin tekijöitä, joiden tärkeyttä mitattiin kuluttajien keskuudessa. Näitä olivat ruoan terveellisyys, tuoteturvallisuus, eläinten hyvinvointi, paikallisten raaka-aineiden käyttö, tulonjaon oikeudenmukaisuus ruokaketjun toimijoiden kesken, tuotannon ympäristövaikutukset sekä työntekijöiden hyvinvointi. Tärkeimmäksi näistä osoittautui ruoan terveellisyys. (Mts. 27-28.)

Ravintolat itsessään kokevat lähiruokien kuluttamisen sekä hankinnan ongelmalliseksi, sillä maksujen suorittaminen tuottaa ongelmia, tieto lähituottajista on minimaalista, tilausten tekeminen ja tilausten saapuminen tapahtuu epäsuotuisiin aikoihin, saatavuus ja tilausmäärät ovat rajallisia, tuotteilla ei ole kiinteää hintaa, paketointi ja raaka-aineiden käsittely ei ole suotuisaa, ravintoloilla ei ole päätäntävaltaa valita tuotteiden kuljetuksia, puutteelliset jakelukanavat sekä kommunikaatio (Roy, Hall & Ballantine 2016, 256).

Logistiikka

Lähiruoan saatavuuden isoimmaksi haasteeksi nousi Käyhdyn (2011, 78, 80) tekemässä tutkimuksessa yhteistyö ja sen puute. Yhteistyö vaikuttaa lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamiseen, runko- ja jakelukuljetusten sujuvuuteen, lainsäädännön vaikutuksiin ja asiakaslähtöisyyteen. Toisin kuin runkokuljetuksissa, jakelukuljetuksissa eli kuljetus varastolta tuotteen kuluttajalle tai jälleenmyyjälle (Maantiekuljetukset – termistöä n.d.), koetaan ongelmaksi toimitustarkkuuden menettäminen ja asiakasyytyväisyyden ylläpitäminen. Tämä ajaa ahtaalle ajatuksen yhteisistä jakelukuljetuksista ja niiden onnistumisesta. Idea yhteiskuljetuksista on hyvä, mutta ravintolat vaativat tarkkoja toimitusaikoja (Käyhty 2011, 81). Joillekin ravintoloitsijoille on toimivaa, että ravintolassa tarjotaan tuotteita sen mukaan, joita tukkurilla on tarjota, toi-

sille taas on sopivampaa mennä samalla tai muutamalla tukkurilla, joilta saa mahdollisimman montaa tuotetta samalla kuormalla. Eräällä ravintolalla on puolestaan noin kymmenen eri tuottajaa, jolta ravintola saa kaikki tuotteensa. Toiminta toimii hyvässä yhteistyössä tuottajien kanssa, jotka toimittavat omat tuotteensa suoraan ravintolalle, sillä ravintoloitsija luo tuottajiin henkilökohtaisen kontaktin ja pystyy kommunikoimaan tuotteista suoraan tuottajien kanssa. (Käyhty 2011, 82.)

Toimivana tekijänä Käyhdy (2011, 80) tekemässä tutkimuksessa nousi kalan ja lihan runkokuljetukset. Runkokuljetuksella tarkoitetaan kahden päävarastointipisteen välisiä kuljetuksia (Maantiekuljetukset – termistöä n.d.). Tutkimuksessa kävi ilmi, että runkokuormia ei ajeta turhaan tyhjinä eikä kausituotteita lähdetä hakemaan varta vasten. Lihan ja kalan toimituksessa on vain kaksi välikättä ennen kuljettajaa, kuten metsästysseura tai kalastusosuuskunta. Tukkurit tekevät yhteistyötä lihan ja kalan kuljetuksissa teurastamoiden kanssa tilatessaan ruhoja. (Käyhty 2011, 80.)

Tuottajat

Käyhdy (2011) tekemässä tutkimuksessa ravintoloitsijat kokevat haasteellisena löytää maataloustuottajia, sillä tuottajat eivät markkinoi itseään. Tutkimuksessa kävi ilmi, että tuottajat eivät omatoimisesti keskustele kehitystä edistävien tahojen kanssa. Ravintoloitsijat näkevät ongelmallisena tuottajien välisen kommunikaation puutteen ja tätä kautta mahdollisuudet yhteistyöhön, sillä tuottajat eivät halua tehdä yhteistyötä kilpailijoiden kanssa. (Mts. 83-85.)

Jotta tuotteiden saatavuutta ja hankintaa voitaisiin kehittää, tuottajille voitaisiin järjestää systemaattisia koulutuksia, jotka kehittäisivät jakelua sekä alaa. Samalla koulutuksella voitaisiin lisätä tuottajien kykyä markkinoida sekä kehittää tarjontaa, jotta tuottajien tuotteiden saavutettavuus olisi asiakkaille helpompaa. Tuottajat, jotka ovat nähneet esimerkkejä toimivista malleista lähtevät helpommin mukaan uuteen toimintaan ja ovat avoimempia mahdollisuuksille. Myös ravintoloiden puolella on hyvä kehittää ja kouluttaa henkilökuntaa logistiikkaan sekä hankintoihin. (Käyhty 2011, 83-85.)

Käyhdy (2011, 93) tekemän tutkimuksen johtopäätöksissä käy ilmi, että tehty työ tuottaa tulevaisuudessa tulosta. Lähiruoka-alalle on nousemassa tulevaisuudessa paljon nuoria toimijoita, jotka lisäävät tuotteiden kilpailutusta. Nuorten toimijoiden

nouseminen alalle muuttaa myös logistiikkaa, eikä voida enää mennä vanhan kaavan mukaan vaan on kehitettävä uusia toimintamalleja.

Välikädet

Kun puhutaan lähiruoasta, odotetaan sen olevan mahdollisimman tuoretta, puhdasta sekä mahdollisimman vähän välikäsiä omaavaa ruokaa. Välikäsien määrää ei voida vähentää muuten kuin suorilla toimituksilla ravintoloille, mutta tässä tulee kuitenkin lainsäädäntö vastaan. Kun tuotteita ostetaan suoraan kalastajalta tai lihatukkurilta, tuotteiden saamiseksi ravintolaan, välissä on joko leikkaamo tai kalastajakohtainen elintarvikehuoneisto, jossa tuote esikäsitellään. Tutkimuksessa käy ilmi, että ravintoloista tai halleista ostetuissa tuoretuotteissa ei ole ylimääräisiä välikäsiä, mutta suurien tukkujen välikäsien määrää on vaikea selvittää. Ravintolat ovat tottuneet ilmaiseen logistiikkaan, mutta eivät ole ajatelleet, että pienten tukkumäärien hintoihin sisältyvät kuljetusmaksut. Mahdollisimman vähäisten välikäsien vuoksi tuottajille jää enemmän rahaa tuotteistaan, jolloin he pystyvät myymään tuotteitaan järkevämpään hintaan, sillä rahaa ei kulu tukkureille eikä logistiikkaan. (Käyhty 2011, 85-87.)

Lainsäädäntö

Laki 13.1.2006/23 määrittelee elintarvikelain:

1) varmistaa elintarvikkeiden ja niiden käsittelyn turvallisuus sekä elintarvikkeiden hyvä terveydellinen ja muu elintarvikemääräysten mukainen laatu; 2) varmistaa, että elintarvikkeista annettava tieto on totuudenmukaista ja riittävää eikä johda harhaan; 3) suojata kuluttajaa elintarvikemääräysten vastaisten elintarvikkeiden aiheuttamilta terveysvaaroilta ja taloudellisilta tappioilta; 4) varmistaa elintarvikkeiden jäljitettävyyden; 5) turvata korkealaatuinen elintarvikevalvonta; ja 6) osaltaan parantaa elintarvikealan toimijoiden toimintaedellytyksiä.

Elintarvikelakia tulee soveltaa kaikilla aloilla, joilla käsitellään elintarvikkeita kaikissa tuotanto-, jalostus- ja jakeluvaiheissa (L 23/2006, 1§). Lailla pyritään takaamaan elintarvikkeiden turvallisuus sekä se, että tiedot elintarvikkeista ovat paikkaansa pitäviä. Myös ravintoloiden tulee seurata kyseistä lakia elintarvikkeiden hankinnassa. (Elintarvikelainsäädäntö 2016.)

Mielipide elintarvikelainsäädännön vaikutuksesta tuotteiden laatuun ja tuotteisiin on ristiriitainen. Tukkurit pitävät lainsäädäntöä hyvin tärkeänä tuotteiden laadun ja kil-

pailuedun takaamiseksi, kun taas ravintoloitsijat kokevat lainsäädäntöjen heikentävän tuotteiden laatua sekä tuoreutta. Ravintoloitsijat syyttelevät Eviraa raaka-aineiden saannin hankaloittamisesta, vaikka pitävätkin lainsäädäntöä melko selkeänä (Käyhty 2011, 87-88). Käyhty (2011, 89) kirjoittaa Eviran vastanneen ravintoloitsijoiden sekä tukkureiden kommentteihin ongelmaksi, että tukkurit tai ravintoloitsijat eivät osaa tulkita lainsäädäntöjä oikeaoppisesti, joka voi johtaa siihen, että tukkurit tai ravintoloitsijat eivät kykene toimimaan lainsäädännön vaatimalla tavalla.

3.2 Kotimaisuus

Kotimainen raaka-aine ja kotimaisuusaste

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto MTK määrittelee kotimaisen ruoan ytimekkäästi ruoaksi, joka on tuotettu Suomessa. Osa ruokatuotteista määritellään kotimaiseksi, vaikka ruoan kaikki raaka-aineet eivät olisikaan kotimaisia, sillä Suomessa ei tuoteta tai kasvateta tarpeeksi raaka-aineita kattamaan kotimaisen kulutuksen. (Nurro 2016a.) Kotimaisen ruoan tuottaa vain muutama prosentti koko Suomen työvoimasta, mutta tämä muutama prosentti tuottaa 80 % Suomessa syötävästä ruoasta (Kotimainen ruoka tekee hyvää 2015). Tästä 80 prosentista Suomessa tuotetusta ruoasta on 80 prosenttia valmistettu kotimaisista raaka-aineista. Suomi on hyvin omavarainen kananmunien ja viljojen tuottaja sekä lähes omavarainen maitotuotteiden sekä sian- ja naudanlihan suhteen. (Nurro 2016a.)

Suomalaisille tutut merkit kertovat pakkauksissa ruokien kotimaisuusasteen. Hyvää Suomesta -merkki (Kuvio 3) kertoo kuluttajalle, että ostettavan tuotteen raaka-aineista liha, kala, kananmuna sekä maito ovat 100 % suomalaisia sekä yhden raaka-aineen tuotteet ovat aina 100 % suomalaista, esimerkiksi vehnäjauhot. Valmisruoissa 75 % kokonaisuudesta tulee olla suomalaista alkuperää, mutta tällä hetkellä Hyvää Suomesta -merkin alla olevat valmisruoat omaavat 95 % kotimaisuusasteen. Tuotemerkkiä valvotaan tekemällä tarkastuskäyntejä joka kolmas vuosi. (Apua merkkivii-dakkoon! 2016.)



Kuvio 3. Hyvää Suomesta –merkki (Ruokatietyhdistys Ry 2017)

Toinen tunnistettava merkki suomalaisesta ruokatuotteesta on Avainlippu –merkki (Kuvio 4). Avainlippu -merkin omaavassa tuotteessa ei ole erillistä vaatimusta kotimaisen raaka-aineen määrästä, mutta vaatimuksena on, että tuote valmistetaan Suomessa. Merkin saa tuotteeseen, kun 50 % omakustannusarvosta on kotimaista. Omakustannusarvo määritellään muun muassa raaka-aineiden, osa- ja puolivalmisteiden, pakkausaineiden sekä tarvikkeiden kustannuksista. Tuotemerkkiä varten ei tehdä erillisiä valvontakäyntejä, mutta sitä seurataan markkinointivalvonnan avulla. Merkin voi uusua kolmen vuoden välein. (Apua merkiviidakkoon! 2016.)



Kuvio 4. Avainlippu –merkki (Suomalaisen Työn liitto 2017)

Suomessa on noin 2 850 yritystä, jotka tuottavat elintarvikkeita. Näistä tuottajista vain muutama sata on suurempia yrityksiä, kuten esimerkiksi Helsingin Mylly, jonka tuotteita jaetaan ympäri maata. Muut tuottajat ovat pienyrityksiä, jotka jakavat tuotteitaan vaan lähipiireihin, kuten Goodio -suklaa Helsingin Suklaatehdas Oy:lta. Suu-

rinta osaa yrityksistä yhdistää se, että kaikkien raaka-aineet ovat pääosin lähellä tuotettuja. Esimerkiksi Valiolle tuotetun maidon keskimääräinen etäisyys tilalta Valion tehtaalle on noin 74 kilometriä, lyhyimmillään 30km ja pisimmillään 122km. (Nurro 2016b.)

Suomalaiset kuluttajat haluavat enemmän kotimaista lähiruokaa, mutta ristiriita näkyy kuluttajien ostokäyttäytymisessä. Suomalaiset arvostavat ruokamme kotimaista, sen eettisyyttä sekä tuotannon ekologisuutta. Kuluttajien ostopäätökseen vaikuttaa kuitenkin vielä enemmän tuotteiden hinta. Kuluttajien valintoihin vaikuttaa myös ruoan alkuperän epätietoisuus ja sen selvittämisen vaikeus. (Halmeenpää 2016.)

Vuonna 2012, suomalaisten kuluttajien kuluttamasta ruoasta 72 % oli kotimaista. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tämä 72 % olisi tuotettu Suomessa ja loput 25 % tuotu ulkomailta, vaan tähän prosenttiin on laskettu mukaan myös muun muassa tuotantopanokset. (Lehtonen 2015.) Tuotantopanoksilla tarkoitetaan muuttuvia lähteitä, joiden avulla pystytään tuottamaan lopullinen tuote. Tällaisia lähteitä ovat muun muassa maataloustuotannolle lannoitteet sekä rehut, joita tuotetaan tuotantopanosteollisuudessa. (Yhteiskuntavastuu elintarvikeketjussa 2005, 10.) Tutkimusten mukaan 71 % suomalaisista valitsee useimmiten kotimaassa valmistetun elintarvikkeen (Hyrylä 2015, 7).

Sesonkituotteet

Lähellä tuotettujen raaka-aineiden suosiminen toimii yhteistyössä sesonkivaihteluiden kanssa (Uusikylä, M. 2012, 164). Kun puhutaan sesongissa olevista viljelykasveista, tarkoitetaan niillä yleensä kasveja, joiden sadonkorjuu tapahtuu siihen aikaan vuodesta, kun sille suotuisat olosuhteet ovat parhaimmillaan. Olosuhteisiin vaikuttavat muun muassa leveysaste, jossa kasvia viljellään, ilmasto, maaperä sekä muut kasvuun vaikuttavat tekijät. (Freishtat 2007.) Sesonkiruoka on vaikea määritellä, sillä määritelmiä on monia (Astikainen 2015, 5). Astikainen (2015, 5) mainitsee pro gradussaan DEFRA:n (eng. Department of Environment, Food and Rural Affairs, DEFRA) (2012) määrittelevän sesongin mukaisen ruokavalion kahdella tapaa, tuotantopaikan mukaan, sekä missä ruoka tuotetaan ja kulutetaan. Tuotantopaikan mukainen ajattelu keskittyy tuottamaan ruokaa kasvu- ja tuotantokautta noudattaen, kun taas ruoan

tuottamista ja kuluttamista mukaileva määritelmän ehtoina on, että ruoka tuotetaan ja kulutetaan samoilla ilmastovyöhykkeillä ruoan kasvu- ja tuotantoaikana.

Suomessa on neljä selkeää vuodenaikaa, mutta olemme tottuneet, että ruokahyllyiltä löytyvät samat raaka-aineet ympäri vuoden. Emme kuitenkaan ole oppineet seuraamaan sesonkeja, milloin raaka-aineet ovat parhaimmillaan. (Valikointia ja mukavaa odottelua – näin syöt ruokasesonkien mukaa 2013.) Vielä noin 70 vuotta sitten suomalaiset ovat olleet pääsääntöisesti omavaraisia ruoantuotannon suhteen ja olemme eläneet itse kasvattamiemme raaka-aineiden parissa. 1900-luvulla teknologian kehittymisen ja ruokavallankumouksen myötä suomalaisten ruokailu- sekä kulutustottumukset ovat muuttuneet, ja olemme kadottaneet ymmärryksen satokausituotteista. (Astikainen, H. 2015, 2.) Suomalaiset kuitenkin tietävät, ettei marraskuussa syötävä mansikka maistu enää miltään verrattuna kesän auringon kypsyttämiin mansikoihin. Kotimainen kausiruoka on parempi valinta niin ympäristön kuin herkullisuudenkin suhteen. (Uusikylä, M. 2012, 164.)

Satokausikalenteri on noussut tutuksi ihmisille ympäri Suomea mm. yhteistyökumppanina S-ketjun kanssa. Satokausikalenterin perustaja Samuli Karjula mainitsee, että satokausi- ja sesonkiajattelu on ollut suomalaisilla kadoksissa, mutta palaamassa takaisin. Satokausikalenterin tarkoituksena on tuoda suomalaisille vinkkejä ja tuotetietoja kauden kasviksista sekä hedelmistä. (S-ryhmä ja Satokausikalenteri haastavat suomalaiset monipuoliseen kasvisten käyttöön 2015.)

Ulkomainen raaka-aine tarjonta

Elintarvikkeita tuodaan Suomeen vuosittain kasvavissa määrin. Elintarviketuonnilla tarkoitetaan elintarviketuotannossa sekä -jalostuksessa käytettäviä tuotteita, joita löydetään myös kaupan hyllyiltä. (Elintarvikemarkkinoiden tuonti jatkaa kasvua 2015.) Elintarviketuotannon arvo on kasvanut viimeisen kymmenen vuoden aikana 2,3 miljardista eurosta yli neljään miljardiin euroon (Elintarvikkeiden tuonti Suomeen lähes tuplaantunut vuosikymmenessä – Vienti rojahti 2015). Suurimpia tuontiryhmiä Suomeen ovat viljoista ruis, soijavalkuainen, siemenet, raakakahvit, hedelmät, vihannekset sekä kasvikset. Suomeen tuotiin vuonna 2012 pelkästään elintarvikemarkkinoille raaka-aineita 8,7 miljardin euron edestä. Tutkimus osoittaa, että vuosina 2003 - 2012 raaka-aineiden tuonti on kasvanut vuosittain 0,7 %. (Lehtonen 2015.) Suo-

meen tuodaan enemmän ruokaa kuin viedään (Demos Helsinki n.d., 9), mutta Suomen sijainti itsessään luo ulkomaankauppaan sekä kuljetusten sujumiselle haasteita, sillä sijainti saattaa altistaa äkillisille tuonnin häiriöille (Elintarvikemarkkinoiden tuonti jatkaa kasvua 2015).

Kotimaisuudella tarkoitetaan Suomessa tuotettua ruokaa eli kotimaisen elintarviketeollisuuden valmistamaa ruokaa kotimaisista raaka-aineista. Tässä ei kuitenkaan oteta huomioon, että kotimaiseen tuotantoon sisältyy aina tuontipanoksia. Tämä tarkoittaa sitä, että Suomessa valmistetut elintarvikkeet eivät ole täysin kotimaisia. Suomalaisessa elintarviketuotannossa käytetään paljon suomalaisia sekä ulkomailta tuotuja tuontipanoksia. Tuontipanoksia käytetään ruokatuotannossa koska kotimaista tarjontaa ei ole tarpeeksi tai lähes ollenkaan. Suomalaisten raaka-aineiden käyttöön vaikuttavat myös raaka-aineiden tuonnin hintasuhteet, laatu sekä saannin epävarmuus. (Knuuttila, Vatanen, Jansik & Niemi 2012.) Tuontiruoan hinta antaa usein etulyöntiaseman, kun hintaa verrataan esimerkiksi lähi- tai luomuruokaan (Heikkilä, L. 2014, 22).

3.3 Ravintoloiden elintarvikehankinnat

Ravintolat voidaan jaotella joko yksittäiseksi toimijaksi, osaksi ketjua tai franchising ravintolaksi. Ketju- ja franchising ravintoloiden valttina ovat tunnetut ravintolabrändit sekä suuret markkinointibudjetit, joilla he saavat näkyvyyttä. Yksityiset yritykset taas erottuvat yleensä tuotteillaan ja palvelullaan sekä sillä, että asiakkaat voivat olla helposti suoraan yhteydessä ravintolan omistajaan. (Lynn 2000, 7-8.)

Ravintolat tekevät yhteistyötä muutamien toimittajien kanssa, jolloin ravintolan ja toimittajien välillä on luotettava suhde. Tämä säästää aikaa tilausten tekovaiheessa sekä auttaa arvioimaan muuttuvia kuluja menujen uudistuessa ja raaka-ainetilausten vaihtuessa. Ravintoloiden tilaamiin raaka-aineisiin vaikuttaa millaisina ravintola ne tilaa, esimerkiksi tilataanko raaka-aine kokonaisena, pilkottuna, pakattuna tai jäädytettynä. Lisäksi raaka-aineen hintaan vaikuttaa sesonki ja raaka-aineen saatavuus. The National Restaurant Associations's Foodservice Purchasing Managers Executive Study Group suosittelee ravintoloita keskittymään ja luomaan hyvän yhteistyön vain

muutaman toimittajan kanssa. Tämä edesauttaa ennakoimaan tulevaisuuden tarjonnan saatavuutta ja hinnan muutoksia. (Walker 2008, 264-266.)

Ravintoloiden raaka-ainehankinnat alkavat ruokalistasta, joka määrittelee ruoan standardit, joita markkinat vaativat. Tässä vaiheessa ravintolan tulee miettiä haluatko he esimerkiksi vihannekset tuoreena vai pakastettuina, millaisena ja miten leikkattuna liha kannattaa tilata mihinkin menunsa liha-annokseen. (Walker 2008, 266.) Ruoan laatu on asetettu tietynlaisiin markkinoihin, jolloin ravintolat tarjoavat tuotteensa tuoreena, ja mikäli tuoretta raaka-ainetta ei ole saatavilla, he eivät tarjoa tuotetta lainkaan. Toiset ravintolat taas esimerkiksi päätyvät pelkkiin pakastettuihin tuotteisiin. (Walker 2008, 269.) Seuraava vaihe on kehittää tuotemäärittely, jossa avataan yksityiskohtaisesti tuotteen tietoja ja vaalitaan tuotteen saatavuustietoja, sekä valitaan toimittaja sen luotettavuuden, palvelun, hinnan ja rehellisyyden perusteella. Tuotemäärittelyn jälkeen tulee valita ravintolan sisältä henkilö tai henkilöitä, jotka hoitavat ja vastaanottavat tilaukset. Ravintolan tulee olla tietoinen heidän varastotilasta ja sen täydellisestä hyödyntämisestä. Seuraava vaihe on vakiinnuttaa tarvittu raaka-ainemäärä sekä asettaa jonkinlainen inventaariosysteemi. Raaka-ainehankinnoissa kannattaa miettiä hankintojen määrää, sillä se vaikuttaa myös kustannuksiin ja tilausten käsittelytehokkuuteen. (Walker 2008, 266-268.)

Walkerin (2008, 269) mukaan tavallisessa ravintolassa hankintoja hoitaa ravintolapäällikkö, yhteistyössä kokin ja muiden avainihmisten kanssa. He tekevät tuotemäärittelyn, valitsevat toimittajat sekä huolehtivat varastoista ja uudelleen tilauksista. Ihminen, jolla on selkeä ymmärrys ruoan kustannuksista sekä markkinoista tulisi käsitellä ruokahankintasysteemiä ravintolan sisällä. Toimittajien liiketoiminta perustuu ruoan ja alkoholin myyntiin sekä tuotteisiin, jotka liittyvät ravintolaan sekä yhteistyön luomiseen ravintolan kanssa.

Ostopäätösprosessi

Suomessa yritykset lajitellaan kirjanpitolainsäädännön mukaan kolmeen kokoluokkaan. Yritykset, joiden liikevaihto on 700 000 euroa vuodessa ja henkilöstön määrä tilikauden aikana on noin 10 ihmistä, kutsutaan mikroyrityksiksi. Mikroyritystä suurempi yritys on nimeltään pieni yritys, jolloin liikevaihto vuodessa liikkuu 700 000

euron ja 12 miljoonan euron välissä. Yritykset, joiden liikevaihto ylittää 12 miljoonan euron vuositulon ovat nimeltään suuryrityksiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö n.d.)

Yritysmarkkinoilla tarkoitetaan yritysten välillä käytäviä markkinoita, jotka sisältävät hyödykkeitä, joita myydään, vuokrataan tai toimitetaan muille. Yritysmarkkinoilla liikkuu enemmän tuotteita sekä rahaa verrattaessa asiakasmarkkinoihin (Kotler & Keller 2012, 205-206), sillä hyödykkeitä ostetaan tyydyttämään useampien jälleenyymyjien tarpeita (Bergestöm & Leppänen 2015, 111).

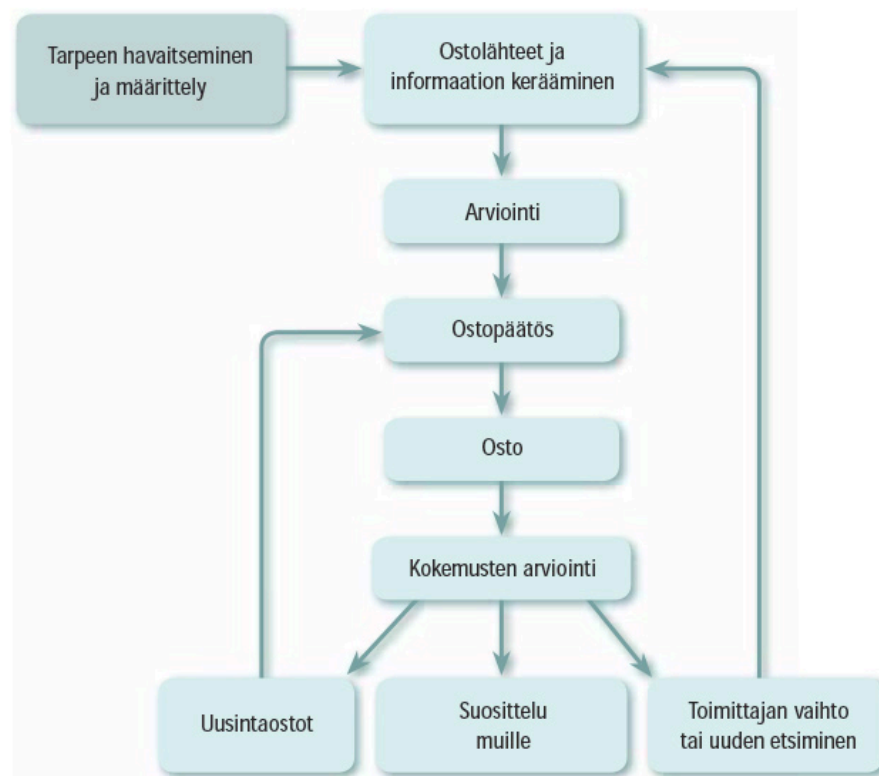
Kotlerin ja Kellerin (2012, 205) tekemän teoksen Marketing Management mukaan Webster ja Wind (1972) määrittelevät organisaation ostamisen päätöksentekoprosesseiksi, joissa organisaatiot perustavat tarpeen tuotteille ja palveluille sekä arvioivat ja valitsevat eri toimittajien välillä.

Yritysmarkkinat kohtaavat paljon samoja haasteita kuin asiakasmarkkinat. Tällaisia haasteita ovat muun muassa asiakastarpeiden sekä arvojen ymmärtäminen. Webster ja Wind (1972) kutsuvat yrityksen päätöksentekoyksikköä ostokeskukseksi, joka sisältää kaikki yrityksen yksittäiset henkilöt sekä ryhmät, jotka osallistuvat yrityksen ostopäätöksen tekoprosessiin, jakavat yhteisiä tavoitteita sekä tekevät mahdollisia riskejä liittyen valintoihin. Tällaisia henkilöitä ja ryhmiä ovat itse tuotteen tai palvelun käyttäjät, ostoprosessin käynnistäjät, muut asiantuntijat ja vaikuttajat, päättäjät, hyväksyjät, ostajat ja portinvartijat. Tuotteiden ja palveluiden käyttäjiä ovat henkilöt, jotka määrittelevät tuotteen tai palvelun vaatimukset. Muilla asiantuntijoilla ja vaikuttajilla tarkoitetaan henkilöitä tai ryhmiä, jotka millään tavalla vaikuttavat ostopäätösprosessiin. Tuotteiden, palveluiden ja toimittajien valinta suuntautuu päättäjille. Ostajat ovat valtuutettuja tekemään lopullisen ostopäätöksen eri toimittajien keskuudesta, joilla on erilaisia tiedonkulkua kontrolloivia portinvartijoita, kuten sihteereitä. (Kotler & Keller 2012, 206,)

Yrityksen sisällä jokaisella henkilöllä tai ryhmällä ei ole pakosti vain yhtä vastuualuetta, vaan jollain henkilöstöstä voi olla monipuolisempi työrooli. Ostokeskuksessa on yleensä useita osallisia, joilla on eri mielenkiinnonkohteita, erilaisia auktoriteetteja ja statuksia sekä eriäviä kriteerejä päätöksenteossa. Heillä voi olla myös persoonallisia motivaatio-, näkökulma- ja mieltymyseroja päätöksenteosta riippuen iästä, tuloista, koulutuksesta, työasemasta, persoonallisuudesta, riskinsietokyvystä ja kulttuurista.

Yritykset eivät osta pelkästään tuotteita, vaan ratkaisuja organisaation taloudellisiin ja strategisiin ongelmiin sekä yksittäisten henkilökohtaisten tarpeiden tyydyttämiseen. Organisaation ostaminen käsittää organisaation, että yksilön tarpeet, joten ostopäätösprosessi on niin rationaalinen kuin emotionaalinen. (Kotler & Keller 2012, 210-211.)

Yritystojat etsivät aina parhaita hyötysuhdetta (taloudellinen, tekninen, poliittinen ja sosiaalinen) suhteessa markkinoiden tarjontaan. Yritystojat näkevät eron ostossa saavutettujen hyötyjen ja kustannusten välillä, jolloin he voivat keskittyä tarjoukseen, jolla on erityinen arvo tavoiteostajille. Tällöin markkinoiden tulee varmistaa, että asiakkaat ymmärtävät tuotteen tai palvelun eroavaisuuden ja paremmuuden, sekä olla ajanhermolla asiakkaiden osto-, kulutus- että omistamiskäyttäytymisen sekä tarpeiden suhteen. (Kotler & Keller 2012, 216.)



Kuvio 5. Organisaation ostoprosessin vaiheet (Bergestöm & Leppänen 2015)

Organisaation ostoprosessi rakentuu samankaltaisista piirteistä kuin kuluttajien ostoprosessi (Kuvio 5). Organisaation ostoprosessi on kuitenkin systemaattisempaa, jolloin päätöksenteossa ilmenevät vaiheet voi rekisteröidä helpommin. Muita selkeitä eroja organisaation ostopäätösprosessissa ovat kommunikaation lisääntyminen ostajan ja myyjän välillä sekä harvinainen kivijalkamyymälässä asiointi. Yllä oleva ku-

va havainnollistaa, kuinka organisaation ostoprosessi alkaa jonkin tuote- tai palvelutarpeen synnyttyä, esimerkiksi silloin, jos jokin tuote loppuu, hajoaa tai markkinat luovat ärsyksen uudelle tarpeelle. Seuraavassa vaiheessa ostaja määrittelee tuotteen vaatimukset sekä tarpeellisen määrän. Tuotteen oleellisiin piirteisiin voivat vaikuttaa erinäiset tahot organisaation sisällä, kuten tuotanto sekä organisaation ulkopuolella, kuten lopulliset ostajat ja kuluttajat. Kolmas prosessin vaihe on etsiä varteenotettavia toimittajia, jolloin kartoitetaan heidän tarjoamien tuotteiden hintoja, saatavuutta ja analysoidaan eri vaihtoehtoja. Lopulliseen päätökseen voi vaikuttaa se miten aktiivisia markkinoijat ovat, mutta pääsääntöisesti hankintalähteeksi valitaan toimittaja, joka auttaa parhaiten yritystä saavuttamaan tavoitteensa. Virallisesti osto on tapahtunut vasta, kun ostaja on tehnyt tilauksen, ja yhteistyössä myyjän kanssa he ovat määritelleet tilauksen perusteellisesti. Viimeinen vaihe on ostoksen jälkipuinti, jossa arvioidaan onnistumista, toimivuutta sekä myyjän suoriutumista. Onnistuneesta kaupasta asiakkaalle jää hyvä mieli, jolloin hän mahdollisesti palaa uudestaan asioimaan saman toimittajan kanssa sekä mahdollisesti suosittelee tätä jatkossa muillekin. Organisaation ostopäätösprosessin lopulliseen muotoon vaikuttavat ostotyyli, eli onko osto rutiiniosto, harkittu uusintaosto vai ensimmäinen uusi osto. Mikäli kyseessä on rutiiniosto, prosessi menee sanojen mukaisesti ”rutiininomaisesti”, jolloin osa vaiheista ohitetaan kokonaan. Tällöin yritys on esimerkiksi luonut onnistuneen suhteen myyjän kanssa yhteistyön toimivuuden, tuotteiden halpuuden tai vaatimusten täytyessä, jonka vuoksi se käyttää samaa toimittajaa useita kertoja eikä harkitse uusia hankintavaihtoehtoja. (Bergestöm & Leppänen 2015, 113-114.)

Ravintolan hankintakanavat

Ennen raaka-ainetoimittajien valinta perustui hintaan, makuun, toimittajan sijaintiin ja mieltymyksiin, mutta nykyään hallinnon ja alan panostettua enemmän ruoan turvallisuuteen ja laatuun, raaka-ainetoimittajien vertailu ja valinta on vaikeutunut huomattavasti. Valitsemalla oikeanlaisen toimittajan, ravintola voi vahvistaa brändiään laadukkaiden raaka-aineiden avulla. (Eldridge 2012.) Ravintolan tulee ymmärtää monitahoiset suhteet ruokapalveluiden laadussa (fyysinen ympäristö, ruoka ja palvelu), ravintolan imagossa, asiakkaan kokemassa arvossa, asiakastyytyväisyydessä ja ravintola-alan käyttäytymismuutoksissa (Ryu, K. Lee, H. & Kim, W. 2012, 200-223). Pidemmällä tähtäimellä on järkevää valita toimittajakseen

yrittäjä, joka osaa vastata asiakkaan kysyntään parempilaatuisilla raaka-aineilla vaikka ne maksaisivatkin hieman enemmän (Eldridge 2012). Yrityksen on nimittäin ymmärrettävä, että asiakkaat usein ovat brändi- tai tuoteuskollisia ja näin ollen heidän tulee valita itselleen kuluttajan näkökulmasta tärkeitä tuotteita (Jansson-Boyd, 2010, ss. 131–132). Niemen (2015, 55) tekemässä Pro gradu -tutkielmassa tällaisia tuotteita voisivat esimerkiksi olla kotimaiset tuotteet, joita moni kuluttaja pitää eettisesti kestävämpinä valintoina. Yksityisomistuksessa oleville ravintoloille raaka-aineiden ostaminen lähituottajilta voi olla helpompaa kuin ketjuun kuuluvissa ravintoloissa, jossa volyyymi on usein paljon suurempaa, jolloin lähituottajien tuotantomäärät eivät riitä. (Kurumäki ym. 2012, 31.)

Ravintolat voivat käyttää erilaisia hankintakanavia tilatessaan raaka-aineita. Yhdysvalloissa eniten tilauksia tehdään ruokajakelijoiden kautta, joilla on laaja tarjonta elintarvikkeita ravintoloitsijan tarpeisiin. (Walker 2008, 273.) Suomessa suurin ravintola-alan tukkukauppias on Kespro. Kespron kautta ravintolat pystyvät tilaamaan tuoretuotteita, elintarvikkeita, pakastetuotteita, alkoholia, panimotuotteita, kattaukseen liittyviä tuotteita sekä astioita. (Kespro Oy 2012.) Tukun laaja valikoima helpottaa ravintoloitsijaa, sillä hän voi tehdä koko tilauksen yhdestä paikasta. Tämä säästää aikaa niin hintavertailulta kuin jokapäiväiseltä tilaukselta, sillä tilaukset tehdään yleensä verkossa ja laskutus on yksinkertaistettu. (Walker 2008, 273.)

Vaihtoehtoinen kanava mitä kautta ravintolat voivat hankkia raaka-aineitaan ovat voittoa tavoittelemattomat järjestöt, joista vastaa vapaaehtoistyöntekijät. Toimituksesta otetaan vain sen verran rahaa, mitä yhteistyön kattamiseen menee. Tätä kautta ravintoloiden on esimerkiksi mahdollista hankkia joitakin raaka-aineita halvemmalla kuin voittoa tavoittelevilta yrityksiltä. (Walker 2008, 273.) Suomessa tällainen myynti- ja jakelumalli on esimerkiksi REKO-renkaat (Rejäl konsumtion – Reilua kuluttamista), missä kuluttajat tilaavat tuotteita suoraan tiloilta (Reko n.d.). Jotkut ravintolat ostavat esimerkiksi tuoreet hedelmät ja vihannekset suoraan torilta, joilla itse tuottajat myyvät tuotteitaan tai suoraan tilalta, jolloin ravintolat voivat suosia sesongissa olevia erikoisuuksia. Jotkut ravintolat käyttävät erilaisia jakelukeinoja saadakseen tuoretuotteita mikäli eivät itse pääse hakemaan niitä suoraan tiloilta. (Walker 2008, 274.) Jos yritys on keskittynyt paikallisiin

tukkukauppoihin ja tuottajiin, ravintolan tulee rahan sijasta keskittyä järjestelmän toimivuuteen esimerkiksi jakeluaikojen suhteen (Restaurant MBA n.d.). Ravintolan on kuitenkin ymmärrettävä, että pienten erien suuret kuljetuskustannukset lisäävät niin ravintolan kustannuksia, kuin loppukuluttajan ruoan hintaa (Heikkilä 2014, 17).

Internetin kautta ravintolat pystyvät myös tilaamaan raaka-aineensa joko suoraan tilan omilta internetsivuilta, lähiruokamyymälästä, joka on koonnut eri tilojen tuotteita yhdelle sivustolle tai kokonaisvaltaisen palveluntuottajan kautta, mikä tarjoaa esimerkiksi lähiruokakaupakassipalveluita. Internetin kautta toimiva raaka-aineiden tilaaminen säästää fyysisiä kuluja ja kustannuksia, kun toiminta ei ole sidottu aikaan eikä paikkaan. Tätä kautta raaka-ainetilausten tekeminen luo yrityksen ja toimittajan välille helpon kanavan olla vuorovaikutuksessa. Kuitenkin haasteeksi koetaan kuljetuskustannukset sekä tietoisuuden puute verkkoalustoilta löytyvistä toimittajista ja lähiruokamyymälöistä. (Heikkilä 2014, 18.)

Toimittajan valinta alkaa oman ruokalistan kehittämisestä mielenkiintoiseksi, houkuttelevaksi ja kestäväksi. Tärkeintä on löytää luotettava ja varma toimittaja, joka pystyy toimittamaan säännöllisesti korkealaatuisia tuotteita. Toimittajan tulee vertailla hintoja ja tehdä paljon taustatyötä löytääkseen heidän toimittajiltaan korkeinta laatua parhaaseen hintaan, jota he pystyvät myymään yhteistyökumppaneilleen. Yrityksen ja toimittajan välillä yhteistyön on oltava vuorovaikutteista, koska niin ravintolan sekä toimittajan varastotila on rajoitettua. Ravintolan on oltava tietoinen mitä, ja miten paljon raaka-aineita kulutetaan, sekä mitkä annokset ovat muita suositumpia, ja tätä kautta toimittajien on helpompi pitää varastossa perusraaka-aineita toimituksia varten. (Restaurant MBA n.d.)

3.4 Alueiden elintarvike- ja ravintolatarjonta

Elintarviketuotanto ja -jalostus Etelä-Savossa

Etelä-Savo tunnetaan vahvasta alkutuotannosta sekä monipuolisesta jalostuksesta, joka on sidonnainen alueen matkailuun. Etelä-Savo tarjoaa puhtaita, lähellä tuotettuja raaka-aineita sekä paikallisten jalostamia elintarvikkeita. Verrattaessa muihin maakuntiin, Etelä-Savossa on luomuviljelyyn ja luomuvalmisruokien valmistukseen perustavia yrityksiä suhteellisen paljon. (Luomun ja lähiruoan maakunta 2015.) Maatiloista

luonnonmukaisia tiloja on 256 kappaletta, joista eläintuotantotiloihin lukeutuu 56 kappaletta (Kohti kestävä ja menestyvä ruokaketju. 2015, 12). Vuonna 2013 suurin elintarviketeollisuuden toimiala oli leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistukseen erikoistuneet yritykset, joita oli 107. Seuraavaksi suurimmat toimipaikat Etelä-Savossa olivat kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä sekä teurastus, lihan säilyvyyskäsittely ja lihatuotteiden valmistus. (Luomun ja lähiruuan maakunta 2015.) Etelä-Savossa toimii 5,6 % koko Suomen maatiloista, joista noin 1400 kappaletta on erikoistunut viljan viljelyyn, lähes 200 avomaatuotantoon, 40 kasvihuonetuotantoon ja vajaa 900 muuhun viljelyyn, esimerkiksi nurmiviljelyyn. Viljaa viljellään pääsääntöisesti kotieläintalouksia varten tai rehuksi. (Kohti kestävä ja menestyvä ruokaketju 2005, 13.)

Etelä-Savossa merkittävä työllistäjä on maitotuotanto, sillä Suomen maito- ja luomumaitotuotannosta 5 % tuotetaan Etelä-Savossa (Kohti kestävä ja menestyvä ruokaketju 2005, 13), josta luomumaidon jalostus on lähtöisin (Etelä-Savo n.d.). Naudanlihantuotanto on lihatuotannon suuntauksista suurin, jota harjoittaa reilu 200 yritystä (Kohti kestävä ja menestyvä ruokaketju 2005, 13).

Ravintolatarjonta Etelä-Savossa

Etelä-Savon runsaiden järvien ansiosta järvikala, kuten muikku on savolaisten yksi perinneruoista. Alueelle tyypillistä on myös runsaan rukiin käyttö, niin hapanleivän, ruispuolukkapuuron kuin mustikkakukon pohjana. (Etelä-Savo 2017.) Vaikkakin Etelä-Savo on saanut paljon vaikutteita monesta suunnasta, sen ruokakulttuuri on vahvasti sidonnainen alueen kartanoiden keittiöihin, sosiaalisiin tilanteisiin, perinneresepteihin sekä valmistustapoihin, kuten uunissa pitkään hauduttamiseen (Tuominen, R. n.d.).

Mikkelin seutu on tunnettu sen lähi- ja luomuruoasta. Saimaan puhtaasta ympäristöstä on vaalittu raaka-aineita, kuten marjoja, sieniä sekä kaloja, joita on hyödynnetty ympäri vuoden Mikkelin ruokaravintoloissa. Useimmat alueen ravintoloista hankkivat raaka-aineita alueen pientuottajilta tai maanviljelijöiltä. Asiakkaat voivat löytää sesongin parhaita makuja kesäravintoloista, kuten Ravintola Niinipuusta Puumalasta tai Hirvensalmen Ravintola Kissakoskesta. (Puhdasta ruokaa, lähialueen herkkuja n.d.) Visit Pieksämäki Ravintolat -sivuston mukaan Pieksämäki tarjoaa ruokapalveluja

kahviloista tilausravintoloihin. Ruokatarjonta on kuitenkin enemmän lounas-, kahvila- ja tilausravintolapainotteista sesonkiajan ulkopuolella. (Ravintolat n.d.) Savonlinnan ruokaravintoloiden menut perustuvat, samoin kuin Mikkelissä, puhtaisiin lähiruokiin ja etenkin Puruveden muikkuun. Paikallisten ravintoloiden lisäksi tarjontaa löytyy myös torilta, kahviloista ja kansainvälisistä ravintoloista. Visitsavonlinna.fi -sivusto toivottaakin lukijat tervetulleeksi maistelemaan niin paikallisia kuin kansainvälisiä herkkuja Savonlinnaan ja sen lähiseuduille. (Savonlinnan herkut ja Savonlinna shopping n.d.) Aivan kuten Mikkelin seutu, myös Savonlinna elävöityy kesäisin, kun kesäravintolat ja terassit avautuvat (Savonlinnan kesäravintolat n.d.).

Elintarviketuotanto ja -jalostus Keski-Suomessa

Määttä ja Törmän (2012) mukaan raportissa ”Keski-Suomen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvitys” Matilda (2012) ilmaisee, että vuonna 2011 Keski-Suomen alue kattoi 5% koko Suomen maataloista. Maatilojen työllistetyistä yksi kolmasosa on erikoistunut viljanviljelyyn, neljännes muuhun kasvintuotantoon ja noin yksi viidesosa lypsykarjatalouteen. Keski-Suomen maitotuotannon omavaraisuus on noin 90%, mikä kertoo alueen vahvasta maitotuotteiden jalostuksesta. Lisäksi Keski-Suomessa tuotetaan 5% koko Suomen maidoista. Keski-Suomi on maamme kuudenneksi suurin naudanlihan tuottaja (6%) ja 11. suurin sianlihan tuottaja. Viljoista eniten viljellään kauraa (3,69% koko maan sadosta) ja ohraa (2,33% koko maan sadosta). (Aitoja makuja Keski-Suomesta n.d.)

Kuten myös Etelä-Savossa, Keski-Suomen suurin elintarviketeollisuuden toimialana toimii leipomotuotteiden, makaronien yms. jalostaminen. Näihin erikoistuneita yrityksiä Keski-Suomesta löytyy 56 kappaletta. Muita suuria suuntauksia ovat hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä (22 toimipaikkaa) sekä teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus (21 toimipaikkaa). (Määttä & Törmä 2012 12-14.)

Ravintolatarjonta Keski-Suomessa

Keski-Suomessa ravintoloihin päätyy aromikkaita puhtaista raaka-aineita valmistettuja ja jalosteita ja raaka-aineita omasta maakunnasta (Keski-Suomi 2017). Keski-Suomen ruokakulttuuri on saanut vaikutteita niin idästä kuin lännestä ja lähiseutukuntien ruokakulttuureista. Perinteisimpinä ruokapöydän antimina on pidetty järvikaloja sekä leipää, joka on ajansaatossa saanut täydennystä myös maitotuotteista ja marjoista.

Keski-Suomen ravintolat sekä maaseutuyritykset käyttävät lähituottajien juureksia, kuten perunaa, porkkanaa ja sipulia, sekä kesän marjoja, kuten mansikkaa, mustikkaa, herukoita sekä vadelmia. Ruokakulttuuri ja perinneruuat elävät sesongin mukaan, jonka vuoksi syksyllä tarjotaan sieni- sekä hirviruokia, kun taas kesällä ruokalistojen ykkösvalinta on uudet perunat ja hauki. (Aitoja makuja Keski-Suomesta n.d.)

Makukokemukset vaihtelevat paljon kaupunkien ja maaseudun välillä, sillä kaupungeissa on paljon laajempi tarjonta ravintoloiden suhteen kuin maaseuduilla (Tarnanen, S. 2011, 43). Visit Jyväskylä –sivujen mukaan Jyväskylän ydinkeskustan alueelta löytyy yhteensä 49 ravintolaa, sisältäen ruoka- ja tilausravintolat, mutta pois lukien etniset ruokaravintolat. Kokonaisuudessaan Jyväskylän alueella, mukaan lukien Hankasalmen, Laukaan, Toivakan, Muuramen, Uraisen ja Petäjäveden kunnat, on 103 ruoka- ja tilausravintolaa (Ravintolat & kahvilat n.d.). Jämsän alueelta löytyy monipuolinen valikoima niin lounas- kuin á la carte ravintoloita. Perinteisiä makuja pääsee maistelemaan maaseutujen ravintoloissa, joissa perinneruokien lisäksi tarjotaan paikallisia viinejä. (Kahvilat ja ravintolat n.d.) Visit Keuruu.fi –sivujen mukaan Keuruun alueella on yhteensä noin 17 ravintolaa lounasravintoloista, pizzerioista ja kahviloista lähtien á la carte- ja tilausravintoloihin (Keurusselän seutu 2015). Saarijärvellä ruokailijan on helpompi suunnistaa kohti lounastarjontaa, sillä alueen yhdeksästä ravintolakahvilasta vain viidessä on tarjolla ajoittain listalta valittavia aterioita. Pääasiainen tarjonta tapahtuu kuitenkin lounaspöydistä tai kahviloista. Lisäksi alueelta löytyy juhliin sopivia tilausravintoloita 13 kappaletta. (Ravintolat, kahvilat ja pitopalvelut Saarijärvellä n.d.) Viitasaaren lomaseudulta löytyy ravintolatarjontaa moneen makuun. Viitasaaren alue tarjoaa kahviloiden ja pizzerioiden lisäksi myös á la cartea, mutta iltaruokailu on helpompi järjestää paikallisella grillillä tai tilausravintolan puitteissa, joita alueelta löytyy useampiakin. (Ruokapaikat n.d.)

4 Helpotuksia hankintaprosessiin

Opinnäytetyötä on aloitettu suunnittelemaan vuoden 2016 kesän sekä syksyn aikana, jolloin myös idea yhteisestä opinnäytetyöstä varmistui. Työn aihe ja painopisteet asettuivat paikoilleen syksyn aikana, jolloin opinnäytetyö aloitettiin. Syvällisempi panostus työhön aloitettiin vuoden 2017 tammikuussa. Työn aiheena on ravintoloiden raaka-ainehankintoihin vaikuttavat tekijät ja työ keskittyy à la carte ravintoloihin Kes-

ki-Suomen ja Etelä-Savon alueilla. Tutkimus pyrkii vastaamaan kysymyksiin: ”mitkä tekijät vaikuttavat kotimaisen raaka-aineen hankintaan ja sen kulutukseen?” sekä ”millaisia tarpeita ravintoloilla on kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa?” Työssä keskitytään tutkimaan ravintoloiden raaka-ainehankintoihin vaikuttavia tekijöitä sekä etsitään eroja yksityisten toimijoiden sekä osana ketjua olevien ravintoloiden raaka-ainehankinnat välillä. Työssä käydään läpi myös alueellisia eroja.

Työn teoriaviitekehys valmistui helmikuussa, jonka pohjalta rakensimme kvantitatiivisen kyselylomakkeen ravintoloille koskien raaka-ainehankintoja. Lähetimme sähköisen kyselyn linkin sähköpostitse 80 eri à la carte ravintolalle Keski-Suomen ja Etelä-Savon alueilla. Alueet valikoituivat omien taustojemme vuoksi. Kysely pidettiin auki vastaajille noin kolmen viikon ajan, jolloin ravintolat pystyivät vastaamaan kyselyyn. Karhusimme eli lähetimme muistutussähköpostit ravintoloille kaksi kertaa noin viikon välein, jotta kyselyyn saataisiin mahdollisimman monta vastausta. Sähköisen kyselyn lisäksi toteutettiin teemahaastatteluja. Teemahaastattelurunko rakennettiin kvantitatiivisen kyselylomakkeen pohjalta, sillä teemahaastattelujen tarkoituksena oli saada syvällisempiä vastauksia kyselylomakkeessa esiintyneisiin kysymyksiin. Teemahaastattelu keskittyi kolmeen eri teemaan, jotka olivat itse yritys, raaka-aineet sekä ostoprosessi. Teemahaastattelut toteutettiin neljän eri à la carte ravintolan kanssa maaliskuun aikana. Haastattelimme opinnäytetyöhön niin yksittäisiä toimijoita kuin ketjuravintoloita, joiden hankintaprosesseissa uskomme olevan eroavaisuuksia. Ravintoloiksi valikoitui lähiruoka ravintola Bistro Vilee Mikkelistä, lähiruoka sekä kausiravintola Niinipuu Puumalasta sekä ketjuravintolat Revolution ja Trattoria Aukio Jyväskylässä. Teemahaastatteluista kertyi materiaalia yhteensä noin kaksi ja puoli tuntia, jotka litteroitiin.

Tutkimustulokset, sekä sähköisestä kyselystä että teemahaastattelusta, saatiin kokoon maaliskuun loppuun mennessä, jonka jälkeen saadut vastaukset purettiin Webropol -palvelimen raportointi 3.0 -ohjelman sekä sisällönanalyysin avuin. Tutkimustulokset jaoteltiin teemahaastattelurungon mukaisesti kolmeen eri kategoriaan: vastanneet yritykset, raaka-aineet sekä hankintaan vaikuttaviin tekijöihin, jotta analysoinnista tulee mahdollisimman yhtenäinen kokonaisuus. Tutkimustuloksia analysoidessa esille nousi paljon johtopäätöksiä, joita analysoitiin omassa kappaleessa.

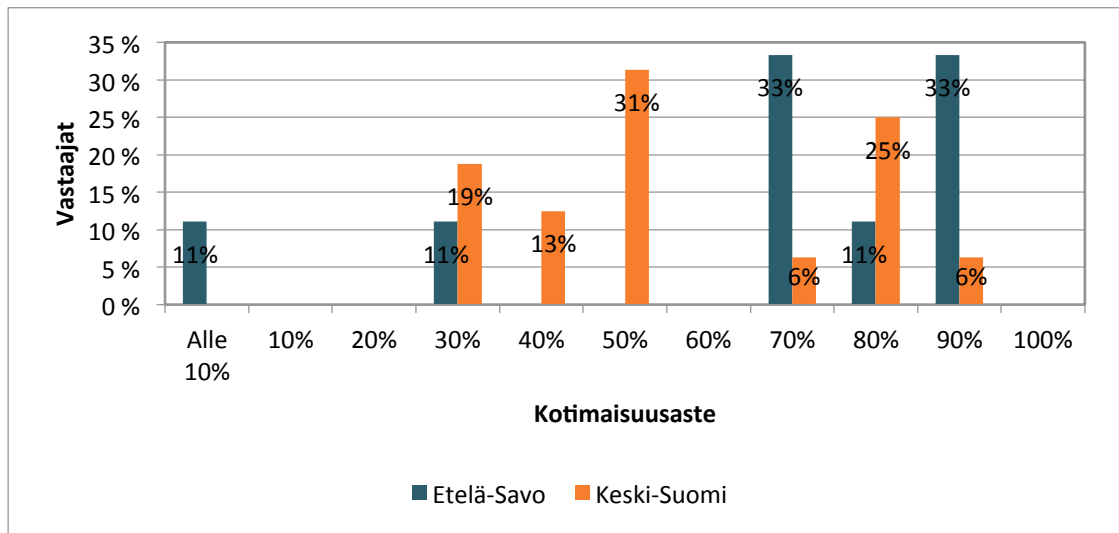
Kappaleet Tietoisuuden puute sekä Ajatuksia kotimaisuudesta muodostuivat huhtikuun alussa, jonka jälkeen keskityimme opinnäytetyön viimeistelyyn. Viimeistelyssä kirjoitimme kuvailulehdet sekä keskityimme hiomaan tekstiviitteitä, lopullisen aineiston muotoilua sekä opinnäytetyön rakennetta. Opinnäytetyö palautettiin esitarkastuksiin huhtikuun puolessa välissä, jonka jälkeen meillä oli aikaa tehdä korjaukset ennen lopullisen työn palautusta toukokuun alkupuolella. Lopullisen työn arviointi oli kesäkuussa 2017.

Tutkimukseen osallistuneet ravintolat

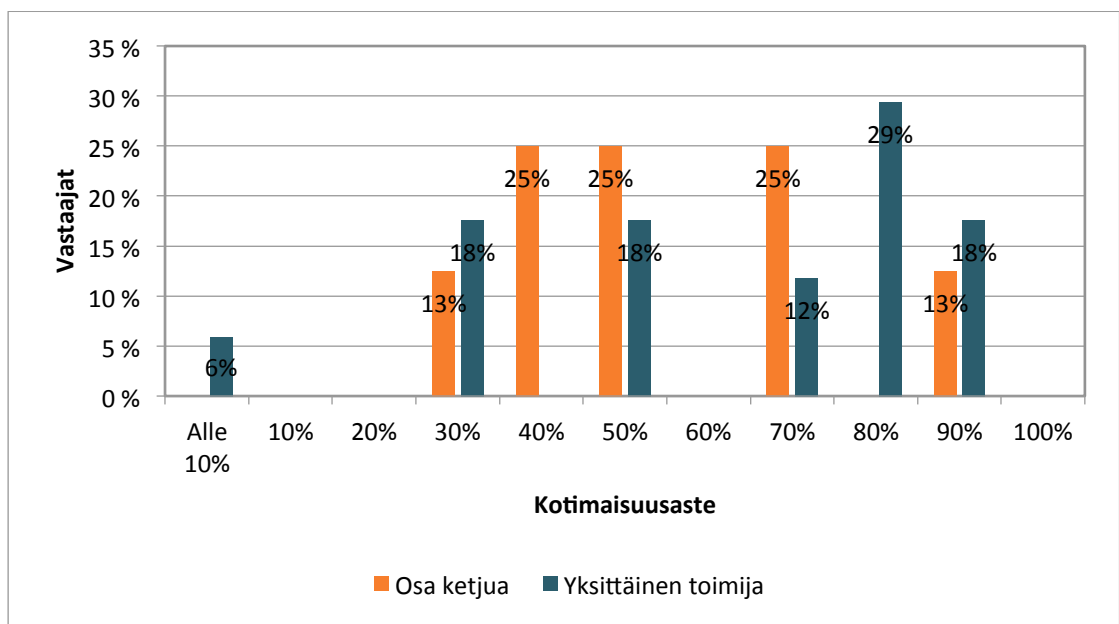
Lähetimme tutkimuksen sähköisen verkkokyselyn 80:een à la carte ravintolaan Keski-Suomen sekä Etelä-Savon alueilla. Tutkimuksen Webropol -sähköiseen kyselyyn vastasi 80:sta ravintolasta 26 ravintolaa, joista yksi ravintola sijaitsi alueiden ulkopuolella. Suodatimme alueen ulkopuolelta vastanneen ravintolan tuloksista pois. 25:stä vastaajasta yhdeksän ravintolaa sijaitsi Etelä-Savossa ja 16 Keski-Suomessa, joista 78% oli yksittäisiä toimijoita ja 22 % osa ketjua. 67 % vastanneista ravintoloista on mikroyrityksiä ja loput pieniä yrityksiä, lukuun ottamatta Keski-Suomen kolme suur yritystä. Sähköisen Webropol -kyselyn lisäksi tehtiin teemahaastatteluita, joihin osallistui kaksi yksittäistä toimijaa Etelä-Savosta sekä kaksi ketjuravintolaa Keski-Suomen alueelta. Teemahaastatteluihin valikoitui yksittäiset lähiruokatoimijat Bistro Vilee Mikkelistä sekä ravintola Niinipuu Puumalasta, jotta saataisiin näkökulmia lähiruokaravintoloiden raaka-ainehankintojen toimivuudesta. Raaka-ainehankintojen vertailtavuuden saamiseksi, Keski-Suomen alueelta teemahaastatteluihin osallistui kaksi SOK-yhtymän ketjuravintolaa, ravintola Revolution sekä Trattoria Aukio.

Raaka-aineet

Kotimaisuusasteen vaihtelevuus Etelä-Savossa on suurempi kuin Keski-Suomessa, sillä Etelä-Savosta löytyi yksi ravintola, joka arvioi omaa kotimaisuusastettaan alle 10 % sekä kolme ravintolaa, jotka arvioivat sen olevan 90 %. Keski-Suomessa kotimaisuusasteen hajonta on 30 %:sta 90 %:iin. Suurinosa Keski-Suomen alueen ravintoloista vastasi kotimaisuusasteensa olevan noin 50 %. Myös ketjuravintolat Revolution sekä Trattoria Aukio arvioivat oman kotimaisuusasteensa olevan noin 50-60 %.



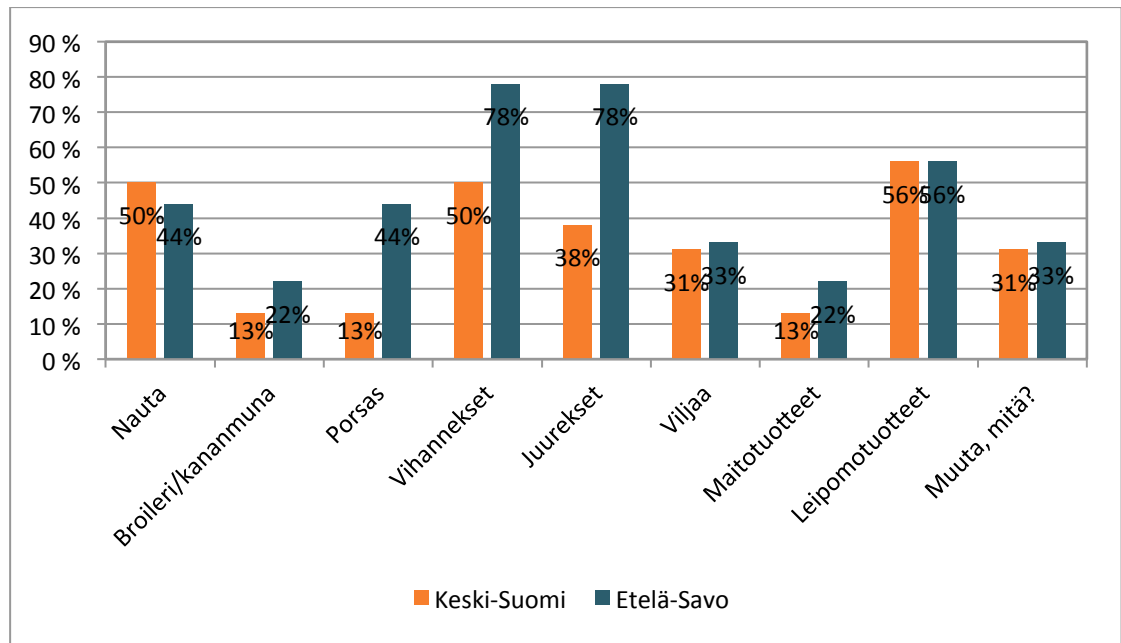
Kuvio 6. Arvioikaa ravintolanne käytössä olevien raaka-aineiden (myös puolivalmisteen) kotimaisuusaste (Etelä-Savo ja Keski-Suomi). Vaakatasolla kotimaisuusaste-% Vastauksista käy ilmi, että ketjuravintolat määrittelevät kotimaisuusasteensa olevan keskimäärin 55 % kun taas yksittäisten toimijoiden kotimaisuusaste on keskimäärin 62,4 %, mikä on myös kaikkien vastauksien keskiarvo. Teemahaastattelun tulokset vahvistavat vastauksia.



Kuvio 7. Arvioikaa ravintolanne käytössä olevien raaka-aineiden (myös puolivalmisteen) kotimaisuusaste (Osa ketjua ja yksittäinen toimija)

Ensimmäinen raaka-aineisiin esitetty kysymys oli ravintoloiden tärkein pääraaka-aine. Etelä-Savon ravintoloista 33 % ja Keski-Suomen ravintoloista 75 % vastasi lihan olevan heidän tärkein pääraaka-aineensa. Etelä-Savon alueiden ravintoloiden

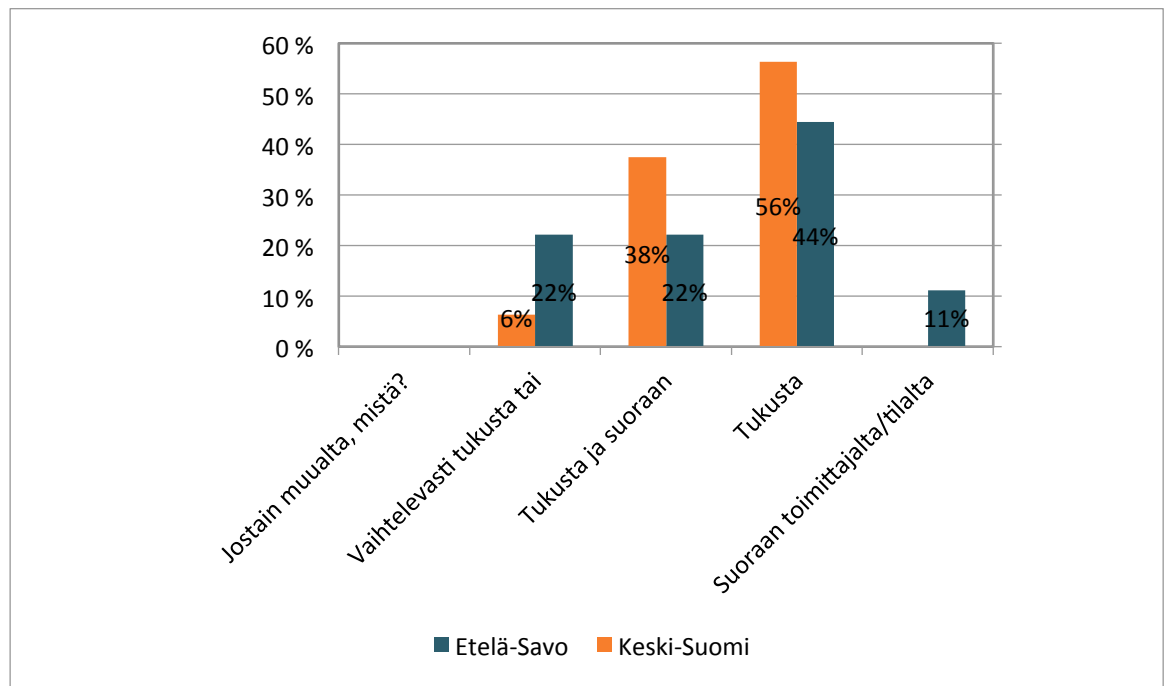
teemahaastateltavat, ravintola Niinipuu ja ravintola Bistro Vilee, mainitsevat pääraaka-aineensa olevan kala. Vaikka liha onkin tärkein pääraaka-aine Etelä-Savon ravintoloissa, on pääraaka-aineiden kirjo suuri. Keski-Suomen alueen ravintoloiden sähköisen kyselyn tulosta vahvistavat ravintola Revolutionin ja Trattoria Aukion vastaukset, koska niiden pääraaka-aine on liha.



Kuvio 8. Mitä seuraavista raaka-aineista kokisit löytäväsi alueesi paikallisilta tuottajilta? (Keski-Suomi ja Etelä-Savo)

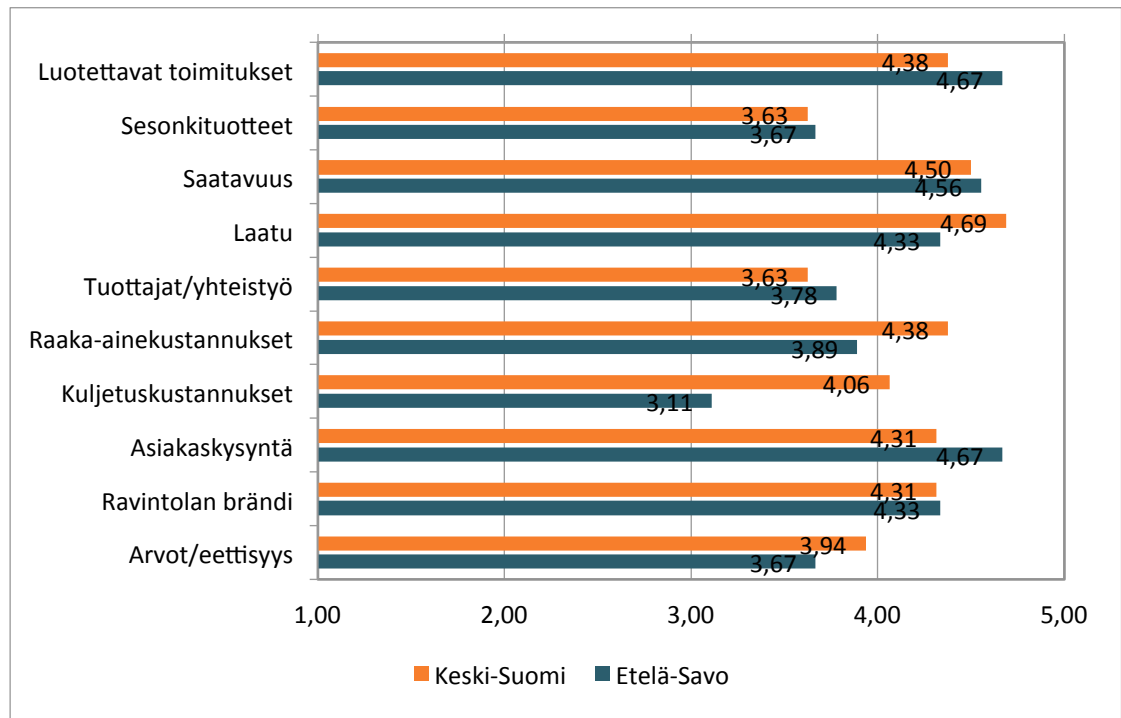
Yllä olevasta kaaviosta voidaan päätellä, että Etelä-Savon ravintoloitsijat kokevat löytävänsä paikallisilta tuottajilta vihanneksia, juureksia, leipomotuotteita, nautaa ja porsasta. Bistro Vilee kokee, että Etelä-Savon alueella on paljon pientuottajia, mutta mainitsee, että alueelta puuttuvat kaikki erikoisemmat kasvikset ja yrtit. Toinen teemahaastateltava Etelä-Savon alueelta, ravintola Niinipuu, mainitsee, että haastavimmat tuotteet löytää lähialueelta ovat kananmunat ja lampaanliha. Keski-Suomen ravintolat kokivat löytävänsä paikallisilta tuottajilta leipomotuotteita, nautaa, vihanneksia ja juureksia. Keski-Suomen alueen ketjuravintolat Trattoria Aukio ja Revolution mainitsevat, että mahdollisuudet erikoisempiin tuotteisiin, niin tuottajakirjon kuin ulkomaalaisten raaka-aineiden suhteen, olisivat paremmat pääkaupunkiseudulla. Kyselyssä avoimiin vastauksiin oltiin eritelty alueilta saatavan myös kalaa, marjoja, sieniä ja kartisaa.

Hankintaan vaikuttavat tekijät



Kuvio 9. Mitä kautta hankitte keskeisimmät raaka-aineenne? (Etelä-Savo ja Keski-Suomi)

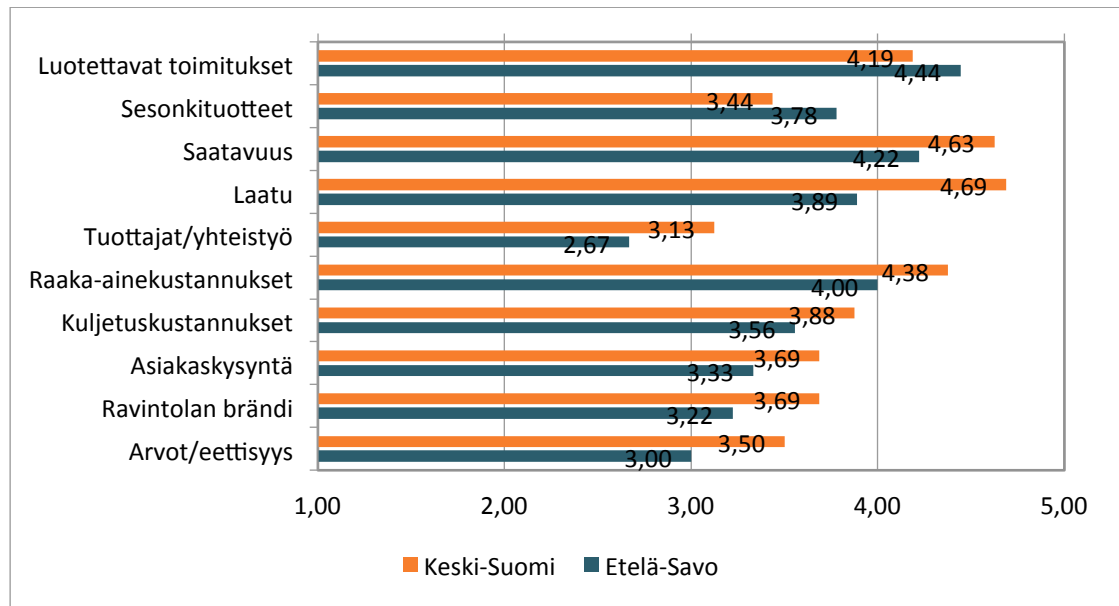
Sähköisen kyselyn mukaan Etelä-Savossa suurin osa (44 %) ravintoloista tilaa raaka-aineensa vain tukusta, mutta joukosta löytyy myös yksi ravintola, joka toimii vain yhteistyössä suoraan tilojen ja toimittajien kanssa. Keski-Suomessa 57 % ravintoloista tilaa tuotteensa tukun kautta, mutta 38 % vastaajista käyttää molempia vaihtoehtoja eli tukkua sekä suoraan tilalta tai toimittajalta. Vastaajista 6 % käyttää vaihtelevasti tukkua tai tuottajia, mutta kukaan vastaajista ei tilaa tuotteitaan ympärivuotisesti suoraan tiloilta. Teemahaastatteluista nousee esille, että muun muassa ravintola Bistro Vilee tilaa kaikki pääraaka-aineensa suoraan lähituottajilta. Ravintola Niinipuu mainitsee tukusta tulevan ainoastaan bulkkivaraa. Bulkkivaralla tarkoitetaan tukkutavaraa, esimerkiksi väkiviinaetikkaa ja kaljamaltaa, joita ravintola Niinipuu tilaa tukusta suuria määriä. Ketjuravintolat Revolution ja Trattoria Aukio kertovat, että niiden tulee SOK-yhtymän suosituksien takia käyttää Meira Novaa tukkukauppanaan. Kuten ketjuravintolat Trattoria Aukio ja Revolution, myös sähköiseen kyselyyn vastanneista ketjuravintoloista 63 % tilaa tuotteensa tukuista.



Kuvio 10. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat kotimaisten raaka-aineiden hankintaan, asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Keski-Suomi ja Etelä-Savo)

Kysyimme sähköisen kyselyn avulla, kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat kotimaisten raaka-aineiden hankintaan, asteikolla 1-5, jossa 1=Ei ollenkaan ja 5=Erittäin paljon. Tutkimuksen mukaan kotimaisten raaka-aineiden hankintaan vaikuttavat Etelä-Savon alueella muun muassa luotettavat toimitukset. Kaikkien vastauksien keskiarvoksi muodostui 4,67, joka tarkoittaa, että luotettavat toimitukset on merkittävä tekijä kotimaisten raaka-aineiden hankinnan kannalta. Keski-Suomen alueen ravintoloiden keskiarvoksi nousi 4,38, joka kertoo luotettavien toimituksien olevan myös Keski-Suomen alueella merkittävä tekijä. Ravintola Trattoria Aukio mainitsee teema-haastattelussa, että luotettavat toimitukset eivät vaikuta hankintapäätöksiin, sillä tukkukauppa Meira Nova varmistaa tuotteiden saatavuuden. Trattoria Aukio mainitsee myös, että se haluaisi käyttää enemmän lähituottajia, mikäli toimitusvarmuus olisi taattu. Bistro Vilee mainitsee luotettavilla toimituksilla olevan suuri merkitys myös raaka-aineen laadulle, sillä ravintoloitsija luottaa kasvotusten tehtyyn sopimukseen. Luotettavat toimitukset nousivat keskiarvoltaan molemmilla alueilla paljon vaikuttavaksi tekijäksi myös ulkomaalaisten raaka-aineiden hankinnassa. Bistro Vilee mainitsee teema-haastattelussa, ettei luota ulkomaalaisten raaka-aineiden toimituk-

siin, sillä ravintoloitsija ei pysty varmistamaan, millaisessa kunnossa raaka-aine saapuu ravintolaan.



Kuvio 11. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat ulkomaalaisten raaka-aineiden hankintaan asteikolla 1-5? (1= Ei ollenkaan, 5= Erittäin paljon) (Keski-Suomi ja Etelä-Savo)

Tutkimuksen mukaan sesongilla ei ole niin paljon merkitystä kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa kuin luotettavilla toimituksilla, mutta kummallakin alueella sesonki vaikuttaa kuitenkin keskimäärin lähes paljon. Niin Etelä-Savossa kuin Keski-Suomessakin sesongin vaikuttavuuden keskiarvo on noin 3,65. Trattoria Aukiossa sesonki vaikuttaa kotimaisten raaka-aineiden saatavuuteen, sillä kotimaisten kasvien kasvukausi on lyhyt. Sesonki vaikuttaa myös vaihtuvaan kausilistaan, jossa kausituotteiksi valikoituvat joko kotimaisen tai ulkomaisen sesongin tuotteet. Molemmilta alueilta yhdet vastaajat kertoivat, ettei sesonki vaikuta ollenkaan raaka-ainehankintoihin. Teemahaastattelussa ravintola Niinipuu kertoo, ettei sesonki vaikuta, sillä ravintola on auki pääsääntöisesti vain kesällä eli parhaan kotimaisen sesongin aikaan. Talvella ravintola käyttää tilausillallisille kesän tuotteita pakastettuina. Bistro Vilee kertoo teemahaastattelussa, että sesongilla on erittäin paljon vaikutusta raaka-ainehankinnoissa, sillä se tilaavat aina sesongin parhaita tuotteita niin kotimaasta kuin ulkomailta. Sesonki vaikuttaa lähes saman verran ulkomaisten raaka-aineiden hankintaan kuin kotimaistenkin.

Sähköisen kyselyn mukaan saatavuus on erittäin merkittävä tekijä Etelä-Savossa ja Keski-Suomessa. Molemmilla alueilla keskiarvoksi muodostui kyselyn mukaan noin 4,50, joka kertoo saatavuuden merkityksestä. Kummallakaan alueella kukaan vastaajista ei vastannut, ettei saatavuudella olisi minkäänlaista vaikutusta kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa. Myös ulkomaalaisten tuotteiden hankinnassa saatavuus on erittäin paljon vaikuttava tekijä keskiarvolla 4,43. Ravintola Revolution mainitsee haastattelussa, että raaka-aineiden saaminen on helppoa, sillä Meira Nova tekee raaka-ainehankinnat varastoon ravintoloiden tarpeiden mukaan, jotka toimitetaan itse ravintolalle. Haastattelussa nousi myös esille, että ulkomaalaisten raaka-aineiden saatavuus on parempi, sillä tuotanto on suurempaa. Erikoisimmat raaka-aineet Revolution tilaa itse erinäisiltä tuottajilta tai jälleenmyyjältä. Lähiruokaravintola Bistro Vilee mainitsee käyttävänsä, jopa sataa eri tuottajaa, jotta raaka-aineiden saatavuus olisi taattua ympäri vuoden.

Laadun vaikutus kotimaisiin raaka-ainehankintoihin on hyvin merkittävä molemmilla tutkittavilla alueilla. Keski-Suomessa laadun keskiarvo, 4,69, painottuu erittäin paljon vaikuttavaan tekijään, kun taas Etelä-Savossa keskiarvo 4,33 jää lähemmäksi vaikuttavaa tekijää. Ulkomaalaisten raaka-aineiden hankinnassa laatu vaikuttaa enemmän Keski-Suomen ravintoloissa, 4,69, kuin Etelä-Savon ravintoloissa, jossa keskiarvo on 3,89. Teemahaastatteluissa laatu nousi esille monessa eri asiayhteydessä. Ravintolat kokevat laadun eri tavalla. Ravintola Revolution mainitsee, että raaka-ainehankinnoissa hinta-laatusuhde määrittelee hankintaprosessia hyvinkin pitkälle. Bistro Vilee näkee laadun myös tuotteissa, missä muut eivät näe, kuten esimerkiksi kaupan hyllyille sopimattomat mittasuhteiltaan väärän kokoiset porkkanat, jotka hän itse mainitsee olevan parhaimpia. Bistro Vilee mainitsee myös, että itse raaka-aineen laatuun vaikuttaa myös itse pakkaus, tuotteen toimitus ja laskutus sekä tilausten vastaanotto eli koko tapahtumaketju tuottajan kanssa.

Erytisesti lähiruokaravintolat Bistro Vilee sekä kesäravintola Niinipuu mainitsevat, että tuottajien kanssa tehtävä yhteistyö on sekä haastavaa, että palkitsevaa yhtä aikaa. Bistro Vilee kertoo, että tärkeintä yhteistyössä on luottamus sekä itse ravintoloitsija Arvolan mukaan ”naamatakuu”. ”Naamatakuulla” Arvola tarkoittaa, että kun käy kauppa tuottajan kanssa kasvotusten raaka-aineen hyvä laatu on melko taattua. Yhteistyön pohjalla on myös tärkeää, että ruoka tuodaan ravintolalle suoraan ilman

minkäänlaisia välikäsiä, jotta tiedot raaka-aineista kulkeutuvat ravintolalle asti. Kuitenkin sähköisestä kyselystä saaduista tuloksista selviää, että molemmilla alueilla tuottajat ja yhteistyö vaikuttavat vain jonkin verran, Etelä-Savossa 3,78 ja Keski-Suomessa 3,63. Hajonta on molemmilla alueilla erittäin vaikuttavasta tekijästä, ei lähes ollenkaan vaikuttavaan tekijään. Ulkomaalaisten raaka-aineiden hankinnassa tuottajat ja yhteistyö eivät vaikuta lähes lainkaan Etelä-Savon ravintoloissa, kun taas Keski-Suomen ravintoloissa jonkin verran.

Keski-Suomen alueella yhdeksän vastaajaa 16:sta vastaajasta vastasi raaka-ainekustannuksien olevan merkittävä tekijä, 4,38, kun taas Etelä-Savon alueella suurin osa vastaajista mainitsi sen olevan melko paljon vaikuttava tekijä keskiarvolla 3,89. Kaksi vastaajaa Etelä-Savon alueella vastasi raaka-ainekustannuksien olevan vain vähän vaikuttava tekijä, kun taas Keski-Suomen alueella kaikki vastaajat vastasivat raaka-ainekustannuksien vaikuttavan edes jonkin verran. Ravintola Revolution mainitsee ostavansa kalat ulkomailta, sillä raaka-ainekustannukset ovat täten huomattavasti pienemmät. Myös ravintola Niinipuu mainitsee, että raaka-ainekustannukset olisivat jopa 30-40 % vähemmän, jos ravintola hankkisi raaka-aineensa ulkomailta kuin suoraan tuottajilta. Ravintola Revolution haluaisi ostaa raaka-aineita suoraan tuottajilta, mutta kokevat tuottajien hinnoittelevan itsensä ylihintaisiksi. Keski-Suomen ravintolat Revolution sekä Trattoria Aukio käyttävät tukku-kauppanaan Meira Novaa SOK-yhtymän suosituksena sekä ravintoloiden keskittäessä tilauksensa Meira Novalle, volyymien kasvaessa hintoja saadaan alennettua.

Teemahaastattelussa Trattoria Aukio tuo esille, ettei kuljetuskustannuksilla ole suurta vaikutusta raaka-ainehankinnoissa, kunhan tuotteet toimitetaan ravintolalle. Ravintola Niinipuu välttyy suurimmalta osalta kuljetuskustannuksilta, sillä he käyvät itse hakemassa raaka-aineet tuottajilta ympäri Puumalaa, mutta kaikilta kuljetuskustannuksilta ei voida välttyä, sillä tukusta tilataan yleisimmät elintarvikkeet, kuten väkiviinaetikka. Bistro Vilee ihmettelee kuinka kuljetuskustannukset lähituottajilta maksavat enemmän kuin monien välikäsien kautta saapunut tukkutilaus, mutta ajattelee sen johtuvan tukkujen saamasta tuesta. Sähköisen kyselyn mukaan Etelä-Savossa kuljetuskustannukset vaikuttavat kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa jonkin verran, 3,11, kun taas Keski-Suomessa ne vaikuttavat paljon, 4,06. Ulkomaalaisten raaka-aineiden hankinnassa kuljetuskustannukset vaikuttavat enemmän Etelä-Savossa

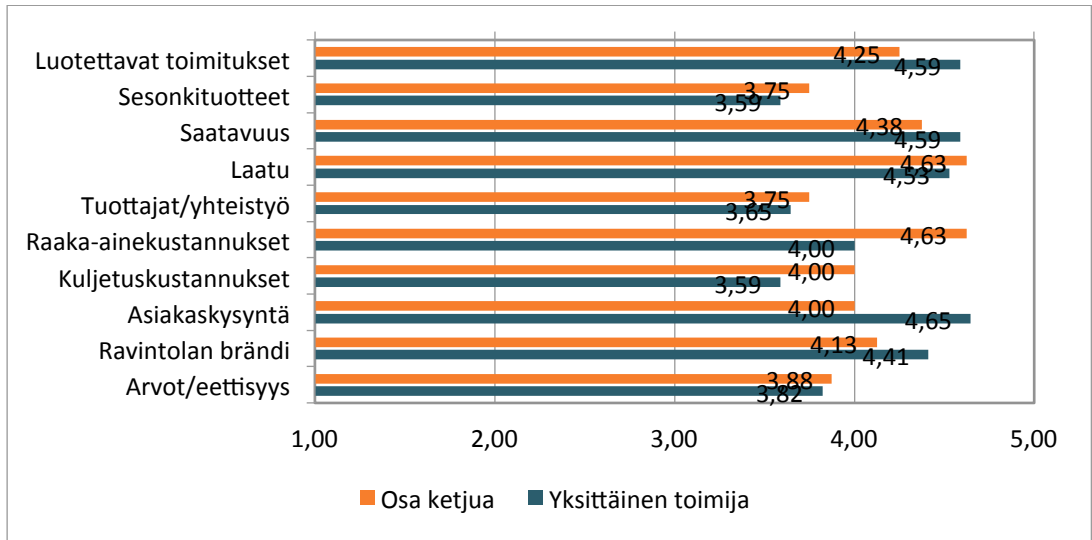
kuin kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa, 3,56. Keski-Suomessa ulkomaalaisten raaka-aineiden kuljetuskustannukset painottuvat paljon vaikuttavaan tai erittäin paljon vaikuttavaan tekijään, 3,88.

Etelä-Savon ravintoloissa asiakaskysyntä on erittäin paljon vaikuttava tekijä, 4,67 kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa, mutta ulkomaalaisten raaka-aineiden hankintaan se vaikuttaa vain jonkin verran 3,33. Keski-Suomessa kotimaisten ja ulkomaalaisten raaka-aineiden hankinnassa asiakaskysyntä vaikuttaa paljon, 4,31. Teemahaastatteluissa ravintola Niinipuu mainitsee asiakkaidensa olevan valveutuneita raaka-aineiden alkuperästä ja läpinäkyvyydestä, jonka vuoksi ravintola tarjoaa lähiruokaa asiakkailleen. Ravintola Revolution kertoo, että ottavat asiakkaiden toiveet huomioon, mutta painottavat, että haluavat tehdä sitä mikä heistä tuntuu hyvältä. Ravintola Revolutionin keittiömestari itse kertoo, ettei haluaisi käyttää annoksissa broilerinrintaa, mutta suuren asiakaskysynnän vuoksi sitä on pakko tarjota.

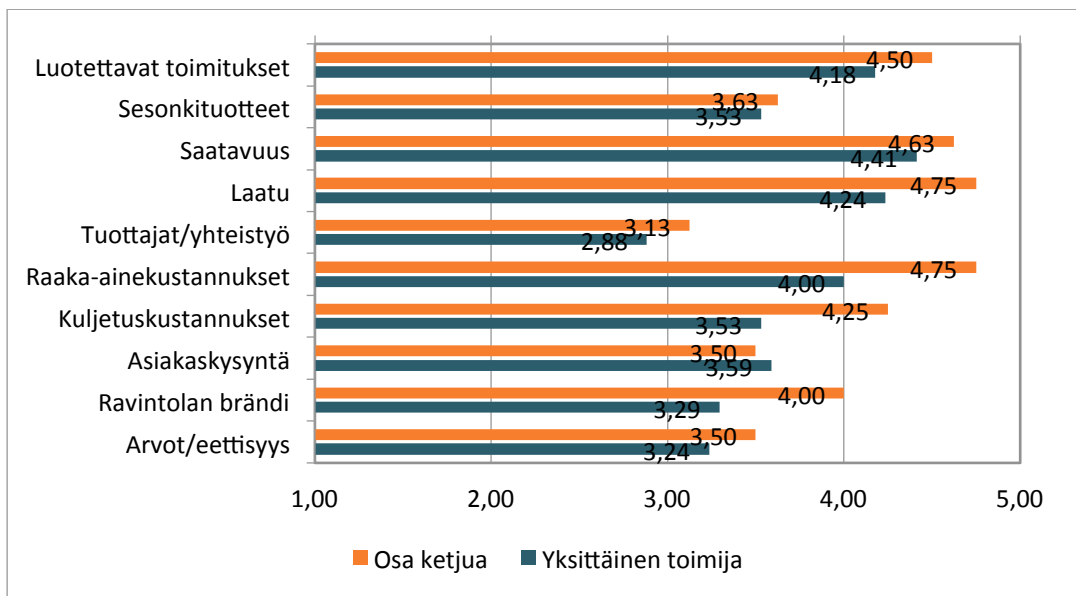
Ravintoloiden brändi määrittelee itsessään jo paljon mitä raaka-aineita ravintoloihin tilataan. Alueiden välillä ei ole juurikaan eroa brändin vaikutuksesta kotimaisten raaka-aineiden hankintoihin, keskiarvon ollessa alueilla 4,33 ja 4,31 eli paljon vaikuttava tekijä. Ulkomaalaisten raaka-aineiden hankintaan brändi vaikuttaa vain jonkin verran molemmilla alueilla. Ravintola Niinipuu mainitsee ravintolansa brändin rakentuneen lähialueen raaka-ainetarjonnan pohjalle. Keski-Suomen alueen ravintola Revolution mainitsee brändinsä olevan niin sanottua ”cross kitchenia” skandinaavisella twistillä, joka tarkoittaa Revolutionille sitä, että raaka-aineita joutuu tilaamaan ulkomailta, jotta ruokiin saadaan kansainvälisiä vaikutteita. Bistro Vileen brändi on rakentunut vahvasti ravintoloitsijan omien arvojen ympärille, ja itse ravintoloitsija Arvola haluaa tarjota ylpeänä paikallisia tuotteita asiakkailleen. Bistro Vileen brändi muovautuu myös haluun palata vanhoihin ruoanlaiton metodeihin ja tarjota vanhoja reseptejä uudella twistillä.

Arvot ja eettisyys ohjaavat ihmisten jokapäiväisiä valintoja, joka näkyy myös ravintoloiden brändissä ja toiminnassa. Osa ravintoloista tuo arvonsa helpommin esille, kuten lähiruokaravintolat Bistro Vilee ja Niinipuu, heidän korostaessaan sesonki- ja lähituotteita kertomalla raaka-aineiden alkuperästä. Teemahaastatteluissa Trattoria Aukio mainitsee asiakkaiden eettisien ajatusten sekä arvojen vaikuttavan ravintolan valmiuteen vastata raaka-aineiden alkuperästä, mutta tämä ei vaikuta suorasti raaka-

ainehankintoihin. Tutkimuskyselyn mukaan Etelä-Savon alueelta löytyi yksi vastaaja, jonka kotimaisten raaka-aineiden hankintaan ei vaikuta lainkaan arvot tai eettisyys. Muuten Etelä-Savon alueen ravintolat vastasivat arvojen ja eettisyyden olevan paljon vaikuttava tekijä keskiarvolla 3,67. Keski-Suomessa vastanneiden kesken on huomattavissa suurempi hajonta, mutta vastaukset painottuvat kuitenkin arvojen ja eettisyyden olevan paljon vaikuttava tekijä keskiarvolla 3,94. Molemmilla alueilla ulkomaisen raaka-aineen hankintaan arvot ja eettisyys vaikuttivat vain jonkin verran.

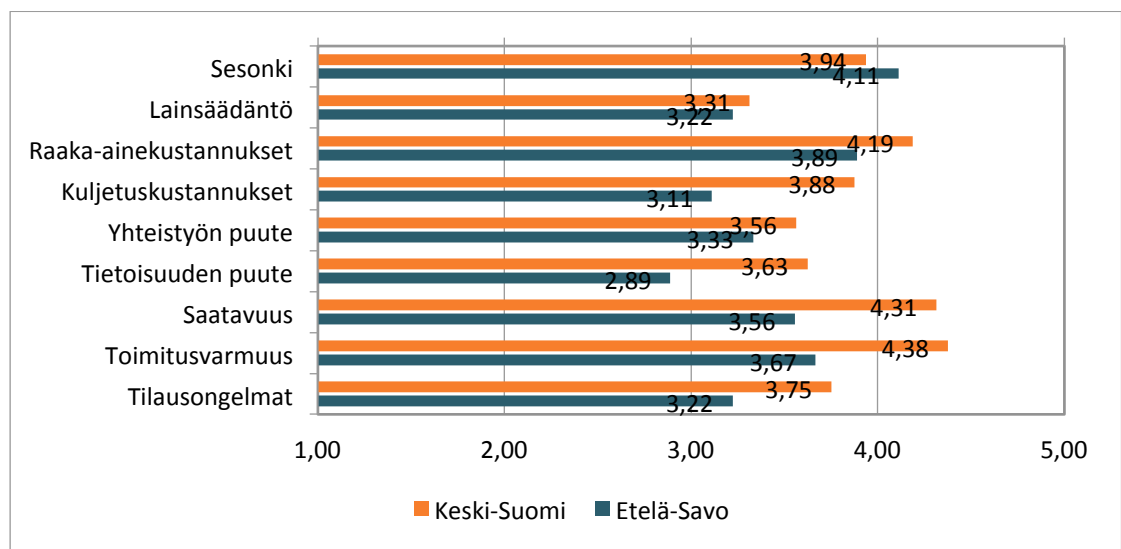


Kuvio 12. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat kotimaisten raaka-aineiden hankintaan asteikolla 1-5? (1= Ei ollenkaan, 5= Erittäin paljon) (Osa ketjua ja yksittäinen toimija)



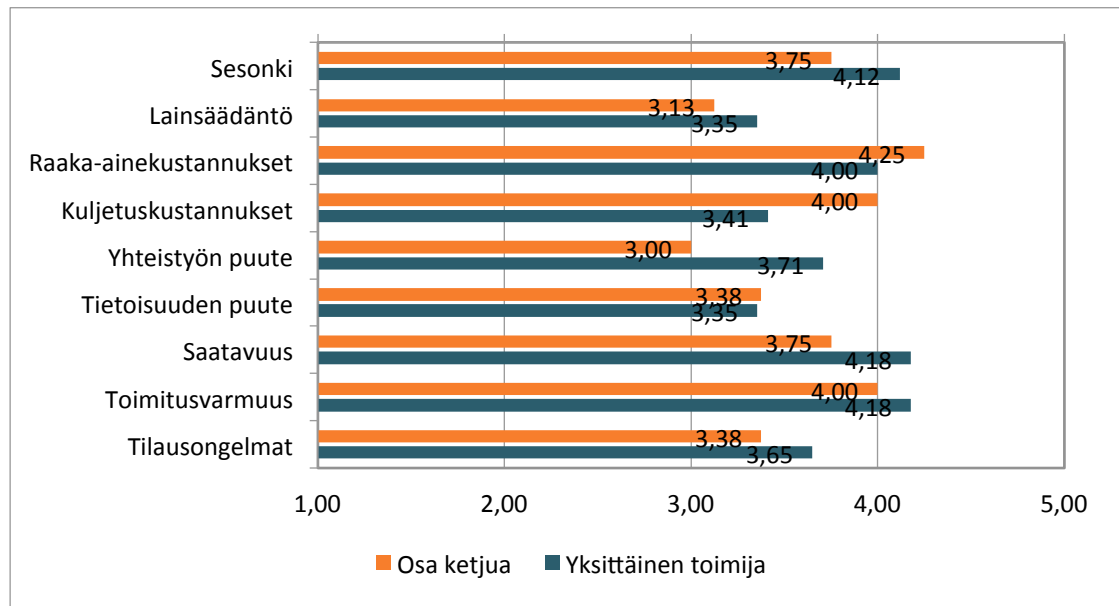
Kuvio 13. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat ulkomaalaisten raaka-aineiden hankintaan asteikolla 1-5? (1= Ei ollenkaan, 5= Erittäin paljon) (Osa ketjua ja yksittäinen toimija)

Ketjujen sekä yksityisten toimijoiden välillä ei ole huomattavissa suuria eroja kotimaisten raaka-aineiden hankintoihin vaikuttavista tekijöistä. Suurimmat erot ovat keskiarvojen mukaan raaka-ainekustannuksissa ketjuravintoloissa keskiarvolla 4,63 ja yksittäisillä toimijoilla 4,0. Myös kuljetuskustannuksissa löytyy ketjujen sekä yksittäisten toimijoiden välillä pieni ero keskiarvojen ollessa 4,0 ja 3,59. Yksityisillä toimijoilla asiakaskysyntä on erittäin paljon vaikuttava tekijä keskiarvon ollessa 4,65 kun taas ketjuilla se jää 4,0. Kun puhutaan ulkomaisten raaka-aineiden hankinnasta, suurimmat erot yksityisten toimijoiden sekä ketjuravintoloiden välillä näkyvät raaka-aine- sekä kuljetuskustannuksissa, jossa kustannukset ovat huomattavasti merkittävämpi tekijä yksityisille toimijoille kuin ketjuravintoloille. Tämän lisäksi ravintolan brändi vaikuttaa ulkomaalaisten raaka-aineiden hankintoihin osana ketjua toimivilla ravintoloilla enemmän kuin yksittäisillä toimijoilla.



Kuvio 14. Kuinka paljon seuraavat tekijät mahdollistavat raaka-ainehankintojanne asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Keski-Suomi ja Etelä-Savo)

Sähköisessä kyselyssä ravintoloilta kysyttiin, mitkä tekijät mahdollistavat raaka-ainehankintoja. Vastaukset annettiin vastaamalla asteikolla 1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon ja vastaukset on tulkittu keskiarvon perusteella. Molemmilla alueilla yhteisesti paljon mahdollistaviksi tekijöiksi osoittautui sesonki sekä raaka-ainekustannukset. Kun taas suurimmat erot näkyivät alueiden välillä toimitusvarmuudessa, saatavuudessa, tilausongelmissa sekä kuljetuskustannuksissa. Kaikkien näiden tekijöiden alueiden välinen ero oli vähintään 0,5 ja enintään 0,77.



Kuvio 15. Kuinka paljon seuraavat tekijät mahdollistavat raaka-ainehankintojanne asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) (Osa ketjua ja yksittäinen toimija)

Vertailussa yksityisten toimijoiden ja ketjujen välillä raaka-ainehankintoihin mahdollistaviksi tekijöiksi nousi yhteisesti sesonki, raaka-ainekustannukset, saatavuus sekä toimitusvarmuus. Ketjuravintoloilla esille nousi myös kuljetuskustannukset paljon mahdollistavaksi tekijäksi. Suurin eroavaisuus yritysmuotojen väillä näkyy kuljetuskustannuksissa.

Teemahaastatteluisissa raaka-ainehankintoihin mahdollistavia tekijöitä nousi monia. Ravintola Trattoria Aukio mainitsee esimerkiksi, että tuottajilla tai toimittajilla olisi yhteinen sivusto, josta löytäisi kaikki alueen mahdolliset vaihtoehdot raaka-ainehankintoja ajatellen. Lisäksi ravintola kokee, että tuottajien ja toimittajien tulisi markkinoida itseään sekä tuotteitaan paremmin. Ravintola Revolution painottaa, että tuottajien tulisi tulla ravintoloita vastaan tarjoamalla laadukkaita tuotteita alhaisemmillä hinnoilla, sekä markkinoimalla itseään esimerkiksi tuomalla näytteitä suoraan ravintoloihin. Revolution pohdiskelee myös, että tuottajien tulisi kartoittaa heidän kykyään vastata ravintoloiden kysyntään ennen kuin tarjoavat tuotteitaan ravintoloihin. Ravintola Niinipuu puolestaan kaipaisi alustaa, joka lisäisi eri tuottajien tuotteiden sekä hintojen vertailtavuuden helppoutta. Lisäksi hän painottaa, että mikäli asiakkaat vaatisivat enemmän kotimaisia raaka-aineita, useammat ravintolat myös ottaisivat niitä enemmän käyttöönsä. Lähiruokaravintola Bistro Vileellä on voimakas näkemys kotimaisten raaka-ainehankintojen mahdollistavista tekijöistä, joita tulisi

kehittää ketjun alkupäästä lähtien. Bistro Vilee painottaa, että ketjua pellosta pöytään pitäisi saada jouhevammaksi, jotta työn määrä itse ravintoloitsijoilla helpottuisi. Hänen kehittämideoita olisi muun muassa tiedon ja koulutuksen lisääminen kaikissa ketjun vaiheissa, sekä tuoda kilpailua alalle esimerkiksi uusien myyntiväylien kautta. Isommalla mittakaavalla Bistro Vilee mainitsee, että hankintaprosessia voitaisiin helpottaa niin lainsäädännöllisesti kuin verotuksellisestikin, jotta esimerkiksi tuottajille olisi kannattavaa tehdä suoramyyntiä yksityisille asiakkaillekin.

Mitkä tekijät vaikuttavat kotimaisen raaka-aineen hankintaan ja sen kulutukseen?

Teemahaastattelun sisällönanalyysistä selvisi, että kotimaisten raaka-aineiden hankintaan ja kulutukseen vaikuttaa raaka-aineiden hinta suhteessa sen laatuun, asiakaskysyntä sekä ruokatrendit. Lisäksi kulutukseen vaikuttavat erot kotimaisten ja ulkomaisten raaka-aineiden välillä. Suomen kasvisten kasvukauden ollessa lyhyt, talvisin koetaan saatavan maukkaampia ja edullisempia kasviksia ulkomailta, jolloin niitä myös kulutetaan enemmän. Sesongilla ei ole suoraa vaikutusta lihan hankintaan. Yleisesti kuitenkin ajatellaan, että Suomesta saadaan puhtaampia raaka-aineita kuin ulkomailta. Osa ravintoloista ei nähnyt eroa kotimaisen ja lähiruoan määritelmien välillä, vaan kokevat koko Suomen tuotannon olevan lähiruokaa, kun taas osa ravintoloista määrittelee lähiruoan alueellisesti tarkemmin. Sijainnin vaikutus nähtiin hyvin erilaisena, osalle oma sijainti on rikkaus, kun taas osa ravintoloista haaveili sijainnin olevan Helsingissä parempien raaka-aineiden saatavuuden sekä laajemman kirjon vuoksi.

Millaisia tarpeita ravintoloilla on kotimaisten raaka-aineiden hankinnassa?

Jotta pystytään kartoittamaan ravintoloiden tarpeita raaka-ainehankinnoissa, tulee tietää ravintoloiden tämän hetkinen hankintaprosessi. Tuloksista selvisi, että tilaukset tehdään tukkuihin netin kautta, kun taas tuottajiin tai toimittajiin otetaan yhteyttä puhelimitse tai sähköpostin välityksellä. Tukkua käytetään raaka-aineiden saatavuuden ja toimitusvarmuuden takia, mutta ravintolat valitsevat yksittäisen tuottajan tai toimittajan paremman laadun sekä erikoistuotteiden vuoksi. Tavarantoimittajan tai tuottajan valintaan vaikuttavat sijainti, kunnossa oleva logistiikka sekä hyvät henkilökohtaiset suhteet toimivuuden takaamiseksi. Tietoisuuden puute vaikeuttaa uusien paikallisten toimittajien sekä tuottajien löytämistä, mutta niiden löytämistä edis-

tävät puskaradio ja internet. Kotimaisten raaka-aineiden hankintaa helpottaa pitkäjänteinen yhteistyö ravintoloiden ja tuottajien tai toimittajien välillä. Yhteistyöstä huolimatta hankintoja vaikeuttavat kotimaisten raaka-aineiden saatavuus, hinta, pienempien tuottajien tuotantomäärät ja tiedon puute. Sisällönanalyysistä selvisi, että ravintolat tarvitsisivat tulevaisuutta ajatellen yhtenäisen nettialustan tai tietopankin, josta voitaisiin löytää alueellisten tuottajien tuotteita sekä tehdä hintavertailua. Jotta ravintolat kuluttaisivat vieläkin enemmän kotimaisia raaka-aineita, ravintolat kannustavat tuottajia tekemään enemmän markkinointia tuotteistaan suoraan ravintoloille.

5 Tiedon puute

Tutkimustuloksista selvisi, että Etelä-Savossa on suurempi kotimaisuusaste kuin Keski-Suomessa. Tämä ei ole yllättävä tulos, sillä Etelä-Savo tunnetaan vahvasta alkutuotannosta sekä yhteistyöstä ravintoloiden ja tilojen välillä. Suurin osa Etelä-Savon ravintoloista olikin vastannut kotimaisuusasteensa olevan yli 60 %.

Etelä-Savossa ja Keski-Suomessa tuotetaan ja jalostetaan paljon naudanlihaa, mikä voi vaikuttaa siihen, että molemmilla alueilla ravintolat vastasivat pääraaka-aineensa olevan liha. Lisäksi ravintola Niinipuu sekä Bistro Vilee kertovat, että Saimaan sijainti vaikuttaa voimakkaasti pääraaka-aineen eli kalan valintaan. Kalan saannin vaikeus nousi esille haastatteluissa, sillä sen saaminen ei ole niin helppoa kuin voisi luulla. Ravintolat haluavat kuitenkin pitää kalan pääraaka-aineenaan, sillä monet asiakkaat tulevat nimenomaan suomalaisen järvikalan vuoksi ravintolaan. Suomalaista järvikalaa on vaikea löytää nykyisin ravintolatarjonnasta, sillä ammattikalastus on ajettu ahdinkoon erilaisin säädöksin ja kalastajien eläköityessä tilalle ei ole tulossa löytyä uutta sukupolvea. Osa ravintoloista kertoo, ettei käytä kuin ulkomailta tuotua kalaa, sillä kotimainen kala on liian kallista. Samat ravintolat kuitenkin painottavat, että keskittämällä ostokset tiettyyn tukkuun saadaan volyymien takia hintoja alemmas. Näin voisi toimia myös kotimaisen kalan hankinnassa.

Yllättävää oli, että vain muutama ravintola kummaltakin alueelta oli valinnut maitotuotteet paikallisiksi tuotteiksi, vaikka teorian mukaan niin Etelä-Savo kuin Keski-Suomikin tunnetaan vahvana maidontuottaja-alueena. Keski-Suomen maidontuotannon omavaraisuus on noin 90 %, sillä Keski-Suomessa tapahtuu

maidon alkutuotantoa sekä jatkojalostusta. Hyvänä esimerkkinä toimii Valio, jolta löytyy tehdas Jyväskylästä, jonne maito toimitetaan keskimäärin noin 74km säteeltä. Lisäksi harva mieltää suurten yritysten tuotteet paikallisiksi tuotteiksi, ja maito on pääosin aina suuren yrityksen tuottamaa. Etelä-Savo on tunnettu etenkin luomumaidon tuotannosta ja jatkojalostuksesta. Etelä-Savossa suurin elintarviketeollisuuden toimialat ovat leipomotuotteisiin, makaroneihin ym. keskittyneet yritykset, sekä suuri osa viljelystä on avomaaviljelyä, joten vihannesten, juuresten ja leipomotuotteiden paikallisuus käy käsikädessä alueen alkutuotannon ja jalostuksen kanssa. Keski-Suomessa tuotetaan eniten viljaa, kasvatetaan lypsykarjaa ja harjoitetaan kasviviljelyä, joten vihannesten, juuresten, naudan ja leipomotuotteiden löytäminen paikallisilta tuottajilta ei yllätä.

Myös ravintoloiden brändi vaikuttaa raaka-ainehankintoihin, sillä osa ravintoloista kokee tarvitsevansa erikoisempia raaka-aineita, joita ei löydy kotimaisesta tarjonnasta. Kuitenkin megatrendien keskittyessä lähiruokaan sekä paikallisiin raaka-aineisiin, asiakkaat vaativat ravintoloilta tietoa raaka-aineiden alkuperästä. Tämä lisää lähiruokaravintoloiden erottautumista muista ravintoloista sekä vaatii brändiltään erilaisten ravintoloiden lisäämään raaka-aineiden kotimaisuusastettaan, jotta trendien perässä kulkevat asiakasvirrat tulisivat myös näihin ravintoloihin. Kotimaisuusasteen lisääntyminen näkyy varsinkin ketjuravintoloissa, tästä hyvänä esimerkkinä teemahastateltu ravintola Revolution, joka mainitsi lisäävänsä tulevaan menuseen uusien kotimaisten yhteisyökumppaneiden tietoja.

Megatrendien vaikutus asiakkaisiin on ollut hyvä tie ravintoloille alkaa miettiä minkälaisia raaka-aineita he valitsevat käyttöönsä. Kotimaisten raaka-aineiden käytön lisäämisellä on paljon hyötyä muidenkin kuin vain ravintolan kannalta. Lähiruokaa käyttämällä asiakkaat saavat ravintorikasta ja puhdasta ruokaa, raha menee suoraan tuottajalle ilman välikäsiä sekä ruoka valmistetaan asiakkaille käsityönä alusta loppuun, joka puolestaan työllistää useamman henkilön.

Mielestämme ketjuravintolat perustelevat raaka-ainehankintojaan erikoisin perustein, sillä mainitsevat, etteivät tuottajien volyymit riitä kattamaan heidän tarpeitaan. Mikäli ketjuravintolat eivät tilaisi kaikkea tukkukaupan kautta näkisimme, että he voisivat löytää hinta-laatusuhteeltaan sellaisen yhteistyökumppanin, joka pystyy vastaamaan heidän volyymeihinsa. Ketjuravintolat myös painottavat, että lähituottajien

hinnat ovat korkeat ja samaan aikaan kertovat, että keskittämällä ostoksensa yhteen toimijaan, voidaan saada tuotteiden hintoja alas. Mielestämme esimerkiksi SOK-yhtymän Keskimaan toimipisteet voisivat tehdä yhteisen sopimuksen paikalliselle lihatalolle, joka varmistaisi alueen ravintoloiden saatavuuden, jolloin osuuskunta voisi neuvotella yhteistyökumppanin kanssa heille sopivat hinnat.

Koemme, että kotimaisten raaka-aineiden hankintaan ja käyttöön vaikuttaa miten ymmärretään kotimaisen ruoan sekä lähiruoan ero. Ketjuravintolat eivät näe eroa määritelmien kanssa, jolloin heille alueellinen tarjonta ei tuo lisäarvoa. Yksi lähiruoan merkittävimmistä tekijöistä on se, että tuotteet tulevat ravintolalle ilman minkäänlaisia välikäsiä, jolloin raaka-aineiden tieto säilyy tuottajalta ravintolan asiakkaille asti. Koemme itse, että lähiruoan määritelmään kuuluu ilman välikäsiä tehty ostopapah-tuma, jolloin rahat menevät suoraan tuottajille.

Laadulla nähtiin olevan paljon vaikutusta ravintoloiden ostopäätöksessä. Ketjuravin-toloille raaka-aineiden valinta perustuu pääosin hinta-laatusuhteeseen, johon ei vai-kuta raaka-aineen alkuperä. Lähituottajia käytettäisiin enemmän, mikäli hinta-laatusuhde olisi parempi kuin ulkomaalaisissa raaka-aineissa. Tämän perusteella voi-daan todeta, että osa ravintoloista kokee saavansa jopa laadukkaampiakin tuotteita ulkomailta kuin Suomesta. Lähiruokaravintoloille laatu rakentui pääosin siitä, että raaka-aine tulee ilman välikäsiä oikeanlaisessa muodossa ravintolaan. Lisäksi lähiruo-karavintolat olivat valmiita tekemään enemmän töitä sen eteen, että saavat laaduk-kaita raaka-aineita, kun taas ketjuravintoloille hinta ja helppous ovat isompia tekijöi-tä. Itse koemme saavamme laadukkaampia tuotteita kotimaasta kuin ulkomailta, sillä Suomessa tuotanto ja markkinat ovat suppeampia, jolloin keskitytään tuottamaan markkinoille sopivia määriä, jonka takia koemme laadun olevan parempaa.

Sesonki on tullut tutkimuksessa esille useaan kertaan kotimaisten kasvien saata-vuuden ollessa heikkoa sesongin ulkopuolella. Tällöin kotimaisten raaka-aineiden hinta koetaan liian kalliiksi sekä tuotteet mauttomiksi ja näin ollen turvaudutaan ul-komaisiin raaka-aineisiin. Lisäksi tutkimuksesta selvisi, että paikallisten tuottajien raaka-aineet ovat kalliimpia kuin monen välikäden kautta tulevat tukkutuotteet. Yh-tenä hyvänä esimerkkinä toimii Ravintola Revolutionin maininta, ettei näe järkeä ottaa porkkanaa lähituottajalta, sillä saa kuoritut, pakatut ja pestyt porkkanat hal-veimmalla esimerkiksi Virosta. Täten loogisesti ajateltuna hintojen tulisi olla halvem-

mat, mikäli tuote tulee lyhyen matkaa ilman välikäsiä suoraan tuottajalta ravintolalle. Ihmettelemme, miksi Suomeen on rakennettu systeemi, joka tukee tukkukauppiaita, sillä kaikki tuotanto sekä kustannukset ovat asetettu palvelemaan isoja tukkureita. Tämä painostaa tuottajia tuottamaan raaka-aineita tai tuotteita, joita tukut ostavat ja tästä rakentuu iso välikäsien kierre. Lainsäädäntöä ja verotusta keventämällä ravintoloiden olisi helpompi tilata tuotteita suoraan lähituottajilta. Bistro Vilee kertoo, miten maataloustukisysteemi tulisi purkaa, jotta tuottajat saisivat rahansa siitä, mitä ja kuinka laadukkaita raaka-aineita he tuottavat. Oletuksena olisi, että Suomessa keski-tyttäisiin tuottamaan alueelle sopivampia ja erikoisempia tuotteita. Uskomme kuitenkin, että näin isoa ja pitkään rakennettua järjestelmää ei tulla purkamaan.

Tutkimuksesta selvisi, että Suomeen tarvittaisiin auttavia tekijöitä, jotta ravintoloissa kulutettaisiin vieläkin enemmän kotimaisia raaka-aineita. Bistro Vilee kaipaa kaikkia ketjun osia pellolta pöytään jouhevammaksi. Tätä voisi helpottaa näkemys nettialustasta, jossa voitaisiin tehdä hintavertailua, saada tietoa tuotteista ja toimitusajoista. Trattoria Aukiolle riittäisi edes yksi sivusto, jossa olisi niin sanottu tietopankki Keski-Suomeen toimittavista henkilöistä tai alueen tuottajista. Tämä lisäisi yhteistyötä, sillä se helpottaisi suunnittelua ja tavaran tilausta. Bistro Vileen mukaan maatalousalalle tulisi lisätä tietoutta ja kouluttaa maataloutta. Tämä tarve ilmeni myös teoriassamme aikaisempien tutkimuksien tuloksista, jotka oli julkaistu vuonna 2011. Viimeisen kuu- den vuoden aikana asiaa ei olla kehitetty, sillä koulutuksen puute nousee esille vielä tänäkin päivänä. Kuten mainitsimme jo aikaisemmin tuottajien markkinoinnin puut- tumisesta, niin tässäkin ilmenee, että tuottajien tulisi etsiä uusia myyntiväyliä lisätäk- seen kilpailukykyä.

6 Ajatuksia kotimaisuudesta

Opinnäytetyömme tarkoitus oli saada vastauksia à la carte ravintoloiden raaka- ainehankintoihin vaikuttavista tekijöistä sekä mitä tarpeita tai tekijöitä ravintolat kaipaisivat lisää, jotta he kuluttaisivat enemmän kotimaisia raaka-aineita. Rajasimme ravintoloiden sijainnit Etelä-Savon sekä Keski-Suomen alueille.

Opinnäytetyöllämme haluamme herättää ravintoloiden huomion siihen, miten tärke- ää on kuluttaa kotimaisia raaka-aineita ja tukea kotimaista taloutta. Ajatus ravinto-

laiden hankintapäätöksistä ja siitä, mikä vaikuttavaa raaka-aineiden hankintaan, toi meille idean koota ravintoloiden ajatuksia hankintaprosessin kehittämistä.

Oletuksemme oli, että tutkimustuloksista nousisivat tärkeimmiksi ravintoloiden arvot ja tämän hetkinen tilanne maailmalla, jotka voisivat vaikuttaa eettisempiin valintoihin ostopäätösprosessissa. Vastauksista saatu ravintoloiden kotimaisuusaste kertoo, että ravintolat pääsääntöisesti valitsevat kotimaisia raaka-aineita. Saimme teemahaastatteluista vastauksia siihen, että lähiruokaravintolat ajattelevat enemmän ruokien eettisyyttä ja jäljitettävyyttä. Hankintaan vaikuttavien tekijöiden hypoteesina oli, että varsinkin suurissa yrityksissä hinnat ja logistiikka määräävät valintoja, ja ne nousivatkin esille sähköisessä kyselyssä sekä teemahaastatteluissa. Lisäksi oletimme, että suuret yritykset ja ketjuravintolat käyttävät pääsääntöisesti tukkukauppoja, kun taas yksittäiset toimijat käyttävät tuottajia tukkukauppojen lisäksi. Teemahaastattelut ja kvantitatiivinen kysely vahvistivat oletuksemme hankintakanavista, joten emme olleet yllättyneitä vastauksista. Oletimme, että ravintolat tarvitsevat lisää tietoa kotimaisista raaka-aineista ja niiden löydettävyydestä. Arvelimme, että kotimaisia raaka-aineita kulutettaisiin niiden laadun ja puhtauden takia. Osasimme odottaa, että löytyisi myös ravintoloita, joille raaka-aineiden alkuperä ei olisi tärkeä tekijä, eivätkä ne koe tarvetta kuluttaa enemmän kotimaisia tuotteita. Kuten osasimme odottaa, vastauksista käy ilmi, että ruoan laatu on tärkeä asia, mutta kotimaisen ruoan puhtaus nousi esille vain yhden teemahaastattelun yhteydessä. Teemahaastatteluissa saimme myös vahvistusta sille, että ravintolat arvostavat kyllä kotimaisia raaka-aineita, mutta kun laatu ja hinta kohtaavat, ei raaka-aineen alkuperällä ole niin suurta merkitystä.

Koemme, että saamamme vastaukset sekä kyselystä että teemahaastattelusta pohjautuvat hyvin rakentamaamme teoriaviitekehukseen. Kvantitatiivisen kyselyn luotettavuus kärsi, sillä emme tavoittaneet kyselyllä oikeita ihmisiä. Lähetimme sähköpostit ravintoloiden yleisiin sähköposteihin, ja ne eivät päätyneet oikeille ihmisille vastattaviksi. Tämän vuoksi sähköisen kyselyn vastausprosentti jäi pieneksi, 32,5%. Työmme validiteetti kohtaa sisältövaliditeetin kriteerit, sillä mitattavien asioiden mittarit löytyvät teoriapohjastamme. Analysoidessamme teemahaastattelujen tutkimustuloksia, olemme pyrkineet sivuuttamaan omat kokemuksemme sekä mielipiteemme, jotta se ei vaikuttaisi analysointiin, mutta tuomme omat näkemyksemme esille johtopäätök-

sien sekä pohdinnan yhteydessä. Pidämme kvalitatiivisen tutkimuksen tuloksia luotettavina, sillä saamamme tulokset ovat esiintyneet jo aikaisemmissa tutkimuksissa.

Tutkimuksestamme nousi uutena asiana teemahaastatteluiden pohjalta, miten paljon vaaditaan aikaa sekä pitkäjänteisyyttä ravintoloilta tehdäkseen yhteistyötä suoraan tuottajien kanssa. Tuottajat eivät myöskään tuo esille omaa tarjontaansa, mikä taas haastaa ravintoloita löytämään läheltä hyviä raaka-aineita. Ravintolat toivovatkin, että tuottajat markkinoisivat itseään sekä tuotteitaan enemmän, sillä monet ravintolat eivät tiedä mitä raaka-aineita tai tuotteita voi löytää lähialueilta. Haastateltavilla ravintoloilla oli yhteinen näkemys siitä, että hankintaprosessit ovat liian aikaa vieviä sekä haastavia. Kehitysideana oli muun muassa yhteinen nettialusta tuottajille, jossa voitaisiin tehdä muun muassa tuotteiden hintavertailua. Ravintolat halusivat myös, että yhteistyötä sekä molemminpuolista tietoisuutta saataisiin jouhevammaksi. Meille uutena asiana nousi myös, miten paljon asiakkaiden kysyntä vaikuttaa ravintoloiden raaka-ainehankinnoissa, kuten esimerkiksi ravintola Niinipuun valtti tarjota paikallista kalaa asiakkaiden houkuttelemiseksi. Huolestuttava huomio, joka nousi tutkimuksen jälkeen esille, on teoriapohjassamme mainitut kehitettävät osa-alueet hankintojen kannalta. Nämä kehitettävät osa-alueet, jotka on nostettu ilmoille aikaisemmissa tutkimuksissa, nousee edelleen kehityskohteiksi eli asiat eivät ole muuttuneet viimeisten vuosien aikana paremmaksi tukemaan tuottajia eikä ravintoloita. Huomioitavaa on myös se, että teemahaastatteluista nousi lähiruoan lisääminen ravintoloihin eikä kotimaisen. Lähiruoka on kotimaista ruokaa, mutta ravintolat kokevat tärkeämmäksi trendien kannalta mainostaa lähiruokaa kuin kotimaista. Itse näemme, että jos suomalainen maatalous haluttaisiin saada nousuun sekä saada kotimaisten tuotteiden kulutus kasvuun, ei ravintoloiden tulisi keskittyä kuluttamaan ainoastaan paikallisia tuotteita vaan keskittyä kokonaisuudessaan kotimaiseen tuotantoon, myös massavalmisteiden osalta.

Opinnäytetyömme muotoutuminen on ollut yhteisen tekemisen aikaansaannos, johon olemme molemmat panostaneet tasaisesti. Tiedonhankinta oli suurin prosessi, jotta saimme koottua mahdollisimman kattavan teoriapohjan työllemme. Saimme muodostettua tutkimuskysymykset, kvantitatiivisen kyselyn sekä kvalitatiivisen teemahaastattelun helposti, kootun teorian pohjalta. Tutkimusaineiston perusteella saadut tutkimustulokset ja niistä tehdyt johtopäätökset antavat pohjaa tulevaisuu-

den tutkimuksia ajatellen. Työmme pohjalta voitaisiin tulevaisuudessa kehittää ravintoloiden kaipaama nettialusta, jossa voitaisiin vertailla eri tuottajien tuotteita sekä hintoja sekä tehdä siihen liittyvä jatkotutkimus, onko alusta ollut tarpeellinen ja toimiva ravintoloille.

Lähteet

Andersson, K. 2003. Regional Development and Structural Fund Measures in two Finnish Regions. Teoksessa: Andersson, Kjell & Eklund, Erland & Granberg, Leo & Marsden, Terry (toim.): Rural Development as Policy and Practice. The European Umbrella and the Finnish, British and Norwegian Contexts. Helsinki: University of Helsinki, 115-136.

Aitoja makuja Keski-Suomesta. N.d. Aitojamakuja.fi – auttaa löytämään paikalliset elintarvikeyritykset eri puolilta Suomea. Viitattu 4.1.2017.

http://www.aitojamakuja.fi/rm_keski-suomi.php?v=ruokamatkailu

Ahlstedt, J. & Niemi, J. 2014. Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2014. Taloustutkimus. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus. Viitattu 22.11.2016.

https://portal.mtt.fi/portal/page/portal/mtt/mtt/julkaisut/suomenmaatalousjamaaseutuelinkeinot/jul115_SM2014.pdf

Ahlstedt, J. & Niemi, J. 2015. Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2015. 2. Korjattu painos. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 25/2015. Luonnonvarakeskus. Viitattu 22.11.2016.

http://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/486005/luke-luobio25_2015.pdf?sequence=1

Apetit Oyj. N.d. Apetit. Viitattu 5.1.2017.

http://www.apetitgroup.fi/fi/default2.asp?active_page_id=224

Apua merkkiviidakkoon! 2016. Viitattu 22.11.2016

<http://www.hyvaasuomesta.fi/katso-myos-nama/merkkivertailu>

Arvola, A. & Lähteenmäki L. 2003. Kuluttajien mielikuvat jalostetuista luomutuotteista. Tietoa markkinalähtöisen tuotekehityksen pohjaksi. Valtion teknillinen tutkimuskeskus (VTT). Espoo: Otamedia.

Astikainen, H. 2015. "Sesonki on sesonki!" – Yliopisto-opiskelijoiden käsityksiä sesonkiruoasta oman ruokatalouden hoidossa. Pro-gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto, kotitalousopettajan koulutusohjelma, käyttäytymistieteellinen tiedekunta. Viitattu 5.1.2017.

https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/155003/sesonki_ha.pdf?sequence=5

Demos Helsinki, N.d. Luomutalous tuo uutta kasvua. Viitattu 30.11.2016.

http://luomuinstituutti.fi/wp-content/uploads/sites/2/2015/09/Luomutalous_tuo_uutta_kasvua_tutkimuspohjainen_ideapaperi_20.8.2015.pdf

Eldridge, B. 2012. Supplier Management: Six Steps to Selecting the Right Supplier. FoodSafety magazine. Viitattu 24.1.2017.

<http://www.foodsafetymagazine.com/magazine-archive1/augustseptember-2012/supplier-management-six-steps-to-selecting-the-right-supplier/>

Elintarvikemarkkinoiden tuonti jatkaa kasvua. 2015. Luke – Luonnonvarakeskus.

Viitattu 15.12.2016. <https://www.luke.fi/uutiset/elintarvikemarkkinoiden-tuonti-jatkaa-kasvua/>

Elintarviketeollisuus Suomessa. 2017. Ruokatieto Yhdistys ry. Viitattu 5.1.2017.
<http://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokaketju-ruuan-matka-pelloilta-poytaan/elintarviketeollisuus/elintarviketeollisuus-suomessa>

Elintarvikkeiden tuonti Suomeen lähes tuplautunut vuosikymmenessä – Vienti rojahti. 2015. Talouselämä. Viitattu 4.1.2017.
<http://www.talouselama.fi/uutiset/elintarvikkeiden-tuonti-suomeen-lahes-tuplautunut-vuosikymmenessa-vienti-rojahti-3486424>

Elintarvikelainsäädäntö. 2016. Evira. Viitattu 7.2.2017.
<https://www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/lainsaadanto/>

Eronen, K. 2011. Lähiruoka-asiakkaiden tarpeet ja kokemukset. Julkaisussa: Lähiruoka - pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä. Helsinki: Helsingin yliopisto, taloustieteen laitos.

Etelä-Savo. 2017. Ruokatieto Yhdistys ry. Alueelliset erot ja erikoisuudet. Viitattu 4.1.2017. <http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/paikallista-kulttuuria/maakunnat/etela-savo>

Evira. 2016. Elintarvikkeiden alkutuotanto. Viitattu 14.2.2017.
<https://www.evira.fi/elintarvikkeet/alkutuotanto/>

Freishtat, H. 2007. Seasonal Foods: A New Public Menu for Public Health. Viitattu 5.1.2017. <https://food-hub.org/files/resources/Seasonal%20Foods%20A%20New%20Menu%20for%20Public%20health.pdf>

Halmeenpää, H. 2016. Kotimainen ruoka on yhteiskunnan etu. Maaseudun Tulevaisuus. Viitattu 22.11.2016.
<http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/mielipiteet/lukijalta/kotimainen-ruoka-on-yhteiskunnan-etu-1.147196>

Heikkilä, L. 2014. Ruoka lähellä, kuluttaja kaukana? Näkökulmia lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamiseen. MTT Raportti 154. Viitattu 14.2.2017.
<http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti154.pdf>

Heikkilä, L., Korhonen, K. & Rikkinen, P. N.d. Lähiruoka. Luke - Luonnonvarakeskus. Viitattu 15.12.2016. <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/ruoka-ja-ravitsemus/lahiruoka/>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13., osin uudistettu painos. Helsinki: Kirjayhtymä.

Hyrylä, L. 2016. Elintarviketeollisuus. Toimialaraportti. Viitattu 5.1.2017.
<http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2737/Elintarviketeollisuus2016.pdf>

Hyrylä, L. 2015. Elintarviketeollisuus tähtää kansainvälisille markkinoille, mutta tarvitsee menestyäkseen vahvaa kotimaista kysyntää. Ruoka Suomi - Katsahdus viime ohjelmakautteen - ja vähän nykyiseenkin. 2015, 2, 7. Viitattu 30.11.2016.
<http://www.ruokasuomi.fi/lehti/tiedote-2-2015.pdf>

- Järvelä, K., Koistinen, L., Latvala, T., Peltoniemi, A. & Yrjölä, T. 2011. Kirjallisuuskatsaus kuluttajien ja tuottajien vuorovaikutuksesta elintarvikeketjussa. Viitattu 6.4.2017.
https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/152351/Kirjallisuuskatsaus_kuluttajien_ja_tuottajien_vuorovaikutuksesta_elintarvikeketjussa.pdf?sequence=1
- Kahvilat ja ravintolat. N.d. Jämsä. Viitattu 4.1.2017. <http://www.jamsa.fi/ravintolat>
- Kalastaja. N.d. Ammattinetti. TE-palvelut. Viitattu 21.3.2017.
http://www.ammattinetti.fi/ammattit/detail/408_ammatti
- Kanaen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2011. Kvantti. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Keurusselän seutu. 2015. Syö & Nuku. Visit Keuruu.fi. Viitattu 4.1.2017.
<http://www.visitkeuruu.fi/fi/syo-nuku/ruokailu-ja-kahvilat>
- Keski-Suomi. 2017. Ruokatieto Yhdisty ry. Alueelliset erot ja erikoisuudet. Viitattu 4.1.2017. <http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/paikallista-kulttuuria/maakunnat/keski-suomi>
- Kespro Oy. 2012. Tietoa Kesprosta. Kespro. Viitattu 7.2.2017.
https://www.kespro.com/kespro/pages/show/tietoa_kesprosta?menuIndex=1
- Kiviluoma, A. 2011. Kartoitus lähiruokaa käsittelevistä tutkimuksista ja kehittämishankkeista. Julkaisussa: Lähiruoka - pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä. Helsinki: Helsingin yliopisto, taloustieteen laitos.
- Knuuttila, M., Vatanen, E., Jansik, C. & Niemi, J. 2012. Elintarviketuotannon ja elintarvikemarkkinoiden riippuvuus tuonnista. MTT raportti 61. Viitattu 4.1.2017.
<http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti61.pdf>
- Kohti kestävä ja menestyvä ruokaketju. Etelä-Savon ruoka-alan kehittämissuuntia 2014-2020. 2015. Ekoneum – Elintarvikeosaamiskeskus. Viitattu 5.1.2017.
http://ekoneum.com/wp-content/uploads/2015/10/Kohti_kestavaa_ja_menestyvaa_ruokaketju_verkko.pdf
- Kotimainen ruoka tekee hyvää. 2015. Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK. Viitattu 22.11.2016.
https://www.mtk.fi/maatalous/kotimainen_ruoka/fi_FI/kotimainen_ruoka
- Kotler, P. & Keller, K. 2012. Marketing management. 14th global edition. Harlow: Pearson.
- Kotro, J., Jalkanen, L., Latvala T., Kumpulainen, K., Järvinen, M. & Forsman-Hugg, S. 2011. Mistä suomalainen ruokaketju voi olla ylpeä? – Näkemyksiä suomalaisen ruokaketjun lisäarvotekijöistä. MTT Kasvu 15. Viitattu 31.1.2017.
<http://www.mtt.fi/mttkasvu/pdf/mttkasvu15.pdf>
- Kurunmäki, S., Ikäheimo, I., Syväniemi, A-M. & Rönni, P. 2012. Lähiruokaselvitys. Ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012-2015. Maa- ja metsätalousministeriö mmm. Viitattu 6.3.2017.

http://mmm.fi/documents/1410837/1890227/Lähiruokaselvitys_valmis.pdf/ee29abaf-2a81-41da-834f-634dd022630a

Kärnä, M. 2017. Ruokahaaste vuodelle 2017. Kirjoitus lapinpuolustus-blogissa 2.1.2017. Viitattu 6.3.2017. <http://mikkokarna.puheenvuoro.uusisuomi.fi/228802-ruokahaaste-vuodelle-2017>

Käyhty, M. 2011. Kokemukset lähiruoan hankintakanavista. Julkaisussa: Lähiruoka - pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä. Helsinki: Helsingin yliopisto, taloustieteen laitos.

L 23/2006. Elintarvikelaki. N.d. Finlex. Viitattu 7.2.2017
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060023#L1>

Lehtonen, S. 2015. Suomalaisten syömä ruoka 72-prosenttisesti kotimaista. Maaseudun Tulevaisuus. Viitattu 30.11.2016.
<http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/suomalaisten-sy%C3%B6m%C3%A4-ruoka-72-prosenttisesti-kotimaista-1.135008>

Luomun ja lähiruoan maakunta. 2015. Etelä-Savo ennakoi. Elintarvikeala. Viitattu 5.1.2017. <http://www.esavoennakoi.fi/elintarvikeala>

Lynn, J. 2000. Restaurant and five other food business. Entepreuner press.
<https://janet.finna.fi/>, ProQuest Ebook Central.

Maantiekuljetukset – termistöä. N.d. Logistiikan Maailma. Viitattu 11.1.2017.
http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Maantiekuljetukset_%E2%80%93_termist%C3%B6%C3%A4

Maavirta, T. 2009. Arjen ruoanvalinta ja ruokailu – suomalainen syöminen tutkimuskohteena. Teoksessa Janhonen-Aburuah, H. Kodin arki. 121-132. Helsinki: Yliopistopaino.

Merton, R., Fiske, M. & Kendall, P. 1956. The focused interview. A manual of problems and procedures. Glencoe, IL: Free Press.

Mäkipeska, T. & Sihvonen, M. 2010. Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Sitran selvityksiä 29. Viitattu 22.2.2017. <http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksiä-sarja/Selvityksiä%2029.pdf>

Niemi, H. 2015. "Siis näähän on kallistunut ihan älyttömästi." Kuluttajien ruoan valintaa päivittäistavarakaupan kontekstissa. Pro gradu –tutkielma. Helsingin yliopisto. Viitattu 13.3.2017.
https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/156189/Gradu_Niemi.pdf?sequence=2

Nurro, M. 2016a. Mitä on suomalainen ruoka? Viitattu 22.11.2016.
<http://www.hyvaasuomesta.fi/hyvaa-suomesta-merkki/miksi-valita-suomalaista/mita-suomalainen-ruoka>

Nurro, M. 2016b. Suomalainen ruoka tulee läheltä. Viitattu 22.11.2016.
<http://www.hyvaasuomesta.fi/hyvaa-suomesta-merkki/miksi-valita-suomalaista/suomalainen-ruoka-tulee-lahelta>

Paulaniemi, A. 2017. Havaintoja esipuheesta. Syömmekö vielä huomenna suomalaista ruokaa? Ruokaturvallisuudesta ruokaturvaan –seminaari.

Puhdasta ruokaa, lähialueen herkkuja. N.d. Visitmikkeli. Viitattu 5.1.2017. http://visitmikkeli.fi/syo_ja_juo

Puupponen, A. 2017. Näkökulmia kestävään ruokaturvaan ja suomalaiseen maatalouteen. Syömmekö vielä huomenna suomalaista ruokaa? Ruokaturvallisuudesta ruokaturvaan –seminaari.

Rautelin, M. 2016. Valonpilkahdus viljelijän ahdinkoon. Tieto & Trendit – Talous- ja hyvinvointikatsaus. Viitattu 26.1.2017. <http://tietotrendit.stat.fi/mag/article/178/>

Ravintolat. Visit Pieksämäki. Viitattu 5.1.2017. <http://www.visitpieksamaki.fi/ravintolat/>

Ravintolat & kahvilat. N.d. Visit Jyväskylä. Viitattu 4.12.2017. <http://visitjyvaskyla.fi/majoitu-nauti/ravintolat-kahvilat>

Ravintolat, kahvilat ja pitopalvelut Saarijärvellä. N.d. Visit Saarijärvi ja ympäristö. Viitattu 4.1.2017. <http://visitsaarijarvi.fi/ruoka/>

Reko. N.d. Aitojamakuja.fi - auttaa löytämään paikalliset elintarvikeyritykset eri puolelta Suomea. Viitattu 7.1.2017. <http://www.aitojamakuja.fi/reko.php?sm=1>

Restaurant MBA. N.d. What to Consider when Picking a Food Supplier. Restaurant MBA. Viitattu 24.1.2017. <https://restaurantmba.com/what-to-consider-when-picking-a-food-supplier/>

Roy, H., Hall, C. & Ballantine, P. 2016. Barriers and constraints in the use of local foods in the hospitality sector. Julkaisussa: Food tourism and regional development. Networks, products and trajectories. New York: Routledge.

Ruokapaikat. N.d. Lomaseutu. Viitattu 4.1.2017. <http://www.lomaseutu.fi/fi/herkuttelu/>

Ruokatieto Yhdistys ry. 2017. Suomesta logot. Ruokaa omasta maasta. Viitattu 6.4.2017. <https://www.hyvaasuomesta.fi/kuvapankki/hyvaa-suomesta-logot>

Ryu, K. Lee, H. & Kim, W. 2012. The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 24, 2, 200-223. <https://janet.finna.fi/>, ABI/INFORM

Savonlinnan kesäravintolat. N.d. Visitsavonlinna.fi. Viitattu 5.1.2017. <http://visitsavonlinna.fi/kesaravintolat-ja-terassit/>

Savonlinnan herkut ja Savonlinna shopping. N.d. Visitsavonlinna.fi. Viitattu 5.1.2017. <http://visitsavonlinna.fi/syo-ja-shoppaile/>

S-ryhmä ja satokausikalenteri haastavat suomalaiset monipuoliseen kasvien käyttöön. 2015. S-kanava.fi. Viitattu 5.1.2017. https://www.s-kanava.fi/uutinen/s-ryhma-ja-satokausikalenteri-haastavat-suomalaiset-monipuoliseen-kasvien-kayttoon/2040648_384136

Suomalaisen Työn Liitto. 2017. Uusia Avainlippu-tuotteita ja –palveluita. Viitattu 6.4.2017. <http://suomalaintyoy.fi/2017/02/09/uusia-avainlippu-tuotteita-ja-palveluita-5/>

Tarnanen, S. 2011. Keski-Suomalainen ruokakulttuuri. Selvitys Keski-Suomalaisesta ruokakulttuurista ja sen muutoksista. Viitattu 4.1.2017. <http://ruokacentria.com/wp-content/uploads/2013/09/Ruokakulttuurifinalscreens.pdf>

Trendistä valtavirtaan. N.d. Luomu- ja lähiruoka. Sitra. Viitattu 5.3.2017. <https://www.sitra.fi/aiheet/luomu-ja-lahiruoka/#ajankohtaista>

Turvallista ruokaa kestävin menetelmin. 2016. Luke, maataloustilastot.fi. MTK. Viitattu 28.11.2016. https://www.mtk.fi/maatalous/maatilat_suomessa/fi_FI/maatilat_suomessa/

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2012. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 9., uudistettu painos. Vantaa: Tammi.

Tuominen, R. N.d. Muikkuja, mustikoita ja muita herkkuja Etelä-Savosta. Aitojamakuja.fi – auttaa löytämään paikalliset elintarvikeyritykset eri puolilta Suomea. Viitattu 4.1.2017. http://www.aitojamakuja.fi/rm_esavo.php?v=ruokamatkailu

Turun Yliopisto & Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä. 2014. Elintarvikeyritykset toimialoittain 7/2014. Ruoka-Suomi. Viitattu 31.1.2017. http://www.aitojamakuja.fi/tilastot/taulukko_elintarvikeyritykset_toimialoittain_2014.pdf

Työ- ja elinkeinoministeriö. Yrityssuomi.fi. N.d. Yrityksen koko. Viitattu 16.2.2017. <https://www.yrityssuomi.fi/yrityksen-koko>

Uusikylä, M. 2012. Slow Food - Hyvää, puhdasta ja reilua ruokaa. Espoo: Info plus.

Yhteiskuntavastuu elintarvikeketjussa. Selvitys vastuullisista toimintatavoista ja käytännöistä kotimaisessa elintarvikeketjussa. 2005. Elintarviketeollisuusliitto ry. Viitattu 10.1.2017. http://www.opetin.fi/wp-content/uploads/2013/11/yhteiskuntavastuu_elintarvikeketjussa.pdf

Valikointia ja mukavaa odottelua – näin syöt ruokasesonkien mukaan. 2013. Yle. Viitattu 4.1.2017. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2013/06/03/valikointia-ja-mukavaa-odottelua-nain-syot-ruokasesonkien-mukaan>

Vatanen, A. 2016. Keskustelunanalyttinen tutkimusprosessi. Julkaisussa: Keskustelunanalyysi. Kuinka tutkia sosiaalista toimintaa ja vuorovaikutusta. Tampere: Vastapaino.

Vilja- ja öljykasvitilat. 2015. MTK. Viitattu 30.11.2016. https://www.mtk.fi/maatalous/maatilat_suomessa/viljatilat/fi_FI/vilja_ja_oljykasvitilat/

Viljeltävät kalalajit. 2016. Suomen Kalankasvattajaliitto ry. Viitattu 30.11.2016. <http://www.kalankasvatus.fi/kalanviljely/archives/>

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Tammi.

Vuorinen, T. & Åström-Kupsanen, M. 2016. Mistä ravintolaketjujen lihat tulevat? Viitattu 22.11.2016. <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/04/09/mista-ravintolaketjujen-lihat-tulevat>

Walker, J. 2008. The Restaurant. From concept to operation. 5. painos. John Wiley & Sons, Inc. Kanada.

Liitteet

Liite 1. Sähköinen kyselylomake

Ravintoloiden raaka-ainehankintoihin vaikuttavat tekijät

Hei,

Olemme kaksi Jyväskylän ammattikorkeakoulun palvelujen tuottamisen- ja johtamisen koulutusohjelman restonomiopiskelijaa. Teemme opinnäytetyötä Etelä-Savon ja Keski-Suomen alueiden ravintoloiden raaka-ainehankintoihin vaikuttavista tekijöistä. Toivoisimme, että teillä olisi aikaa vastata lyhyeen kyselyyn. Kysely toteutetaan täysin anonyymina.

Kiitos jo etukäteen!

Terveisin Jemina Kyyrö ja Sanni Perko

1. Missä ravintolanne sijaitsee? *

- Etelä-Savossa
- Keski-Suomessa
- Jossain muualla

2. Onko ravintolanne *

- yksittäinen toimija?
- osa ketjua?

3. Paljonko on ravintolanne vuosittainen liikevaihto? *

- Alle 700 000€ (Mikroyritys)
- 700 000€-12 000 000€ (Pieni yritys)
- Yli 12 000 000€ (Suuryritys)

4. Mitkä ovat ravintolanne keskeisimmät raaka-aineet? Valitse seuraavista kolme (3) tärkeintä. (1=Tärkein, 2=Toiseksi tärkein, 3=Kolmanneksi tärkein) *

	1	2	3
Kala- ja äyriäiset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Riista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vihannekset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juurekset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sienet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marjat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hedelmät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vilja- ja leipomotuotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Mitä kautta hankitte keskeisimmät raaka-aineenne? *

- Suoraan toimittajalta/tilalta
- Tukusta
- Tukusta ja suoraan toimittajalta/tilalta
- Vaihtelevasti tukusta tai suoraan toimittajalta/tilalta
- Jostain muualta, mistä?
- _____

6. Mitä seuraavista raaka-aineista kokisit löytäväsi alueesi paikallisilta tuottajilta?

*

- Nauta
 - Broileri/kananmuna
 - Porsas
 - Vihannekset
 - Juurekset
 - Viljaa
 - Maitotuotteet
 - Leipomotuotteet
 - Muuta, mitä?
-

7. Arvioikaa ravintolanne käytössä olevien raaka-aineiden (myös puolivalmisteiden) kotimaisuusaste *

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

8. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat kotimaisten raaka-aineiden hankintaan asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) *

	1	2	3	4	5
Luotettavat toimitukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sesonkituotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saatavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuottajat/yhteistyö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Raaka-ainekustannukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuljetuskustannukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaskysyntä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ravintolan brändi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arvot/eettisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat ulkomaalaisten raaka-aineiden hankintaan asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) *

	1	2	3	4	5
Luotettavat toimitukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sesonkituotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saatavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuottajat/yhteistyö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Raaka-ainekustannukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuljetuskustannukset	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Asiakaskysyntä	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Ravintolan brändi	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Arvot/eettisyys	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

10. Kuinka paljon seuraavat tekijät mahdollistavat raaka-ainehankintojanne asteikolla 1-5? (1=Ei ollenkaan, 5=Erittäin paljon) *

	1	2	3	4	5
Sesonki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lainsäädäntö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Raaka-ainekustannukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuljetuskustannukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteistyön puute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tietoisuuden puute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saatavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimitusvarmuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilausongelmat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kiitos ajastanne. Kysely on täysin anonymi, mutta mikäli haluatte osallistua teuttamaamme syvähaastatteluun jatkattehan seuraavalle sivulle jättämään yhteystietonne.

Liite 2. Teemahaastattelun runko

1. Itse ravintola.
 - a. Kerro itsestäsi, toimenkuvastasi, ravintolasta
 - b. Liikevaihto
 - c. Ravintolan päätoimi
 - d. Brändi

2. Raaka-aineet. Kerro ravintolanne raaka-aineista?
 - a. Vaikuttajat tekijät kotimaisen raaka-aineen hankintaan ja kulutukseen
 - b. Ravintolan tärkeimmät pääraaka-aineet (kotimainen – ulkomaalainen)
 - c. Kotimaisten ja ulkomaalaisten raaka-aineiden käyttö
 - d. Sesongin vaikutus
 - e. Sijainnin vaikutus
 - f. Lähiruoan ja kotimaisen ruoan ero

3. Hankinta. Kerro teidän hankintaprosessista?
 - a. Raaka-aineiden hankintakanavat
 - b. Vaihtoehtoinen hankintakanava
 - c. Vaikuttavat tekijät tavarantoimittajan/tuottajan hankintaan
 - d. Uusien tuottajien/toimittajien löytäminen
 - e. Tuontikatkon vaikutus raaka-aineeseen
 - f. Valikoituneet toimittajat/tuottajat
 - g. Kotimaisten raaka-aineiden hankinnan toimivuus/haasteet
 - h. Lisätarpeet kotimaisten raaka-aineiden kulutukseen tulevaisuudessa