

Marknads- och distributionskanalsanalys för Famifarm Oy

Case: att sälja örter via blombutiker

Jan Grönholm

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Företagsekonomi
Identifikationsnummer:	13365
Författare:	Jan Grönholm
Arbetets namn:	Marknads- och distributionskanalsanalys för Famifarm Oy Case: att sälja örter via blombutiker
Handledare (Arcada):	Linn Hongell
Uppdragsgivare:	Famifarm Oy
<p>Detta är ett projekterat examensarbete som är gjort för Famifarm Oy. Syftet med arbetet är att reda ut om det för Famifarm lönar sig att föra Järvikyläs örter till en ny marknad. Denna marknad är blombutiker på huvudstadsregionen. I teoridelen behandlas blomsterhandeln i Finland och dess storlek. Livsmedelslagstiftningen beskrivs enligt det som är relevant för ämnet. Dessutom beskrivs transport i Finland och olika distributionskanaler. Transportteorin omfattar vägtransport. I teorin behandlas också de örter som undersökningen behandlar. Som undersökningsmetod har det använts först intervjuer och sedan enkäter. Först har blombutiksägare och -personal intervjuats. På grund av dessa resultat har frågorna omformulerats till ett format som passar bättre till enkäter. Både intervju- och enkätresultaten finns beskrivna och visualiserade. Det resultat som arbetet har lett till är att det för Famifarm Oy skulle löna sig att börja sälja örter i blombutiker. För att detta skulle vara ekonomiskt hållbart får företaget inte göra för stora investeringar. Behovet är i stort sätt säsongsbetonat och branschen relativt liten vilket betyder att försäljningen inte är stor.</p>	
Nyckelord:	Famifarm, Järvikylä, Projekterade examensarbeten, Logistik, Transport, Företagsekonomisk undersökning
Sidantal:	64
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	12.12.2013

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Bachelor of Business Administration
Identification number:	13365
Author:	Jan Grönholm
Title:	Market and distribution channel analysis for Famifarm Oy Case: selling herbs in florist shops
Supervisor (Arcada):	Linn Hongell
Commissioned by:	Famifarm Oy
<p>This is a commissioned degree thesis that has been made for Famifarm Oy. The purpose of this thesis is to clarify if it would be profitable for Famifarm to bring Järvikylä brand herbs to a new market. This market is floristry shops in the greater Helsinki area. The theory part covers the floristry industry and it's size in Finland. The legislation about foodstuff is described accordingly to what is relevant for this subject. Transportation and distribution channels are covered as well. The theory of transportation is focused on road transportation. The herbs that are part of this study are also covered in the theory section. Both interviews and questionnaires have been used to complete this research. Firstly owners and employees of floristry shops have been interviewed. The results of these interviews have been used to modify the questions to be more suitable for a questionnaire. Both the interview- and questionnaire results are described in text and visualised with charts. The result of this research shows that it would in deed be profitable for Famifarm Oy to sell their herbs in floristry shops. However for this to be economically sustainable the company cannot do any large investments. As it is now, the demand for herbs in floristry shops is only seasonal and the trade relatively small which means that sales are not large.</p>	
Keywords:	Famifarm, Järvikylä, Commissioned degree thesis, Logistics, Transportation, Business administrative research
Number of pages:	64
Language:	Swedish
Date of acceptance:	12.12.2013

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Yhtiötalous
Tunnistenumero:	13365
Tekijä:	Jan Grönholm
Työn nimi:	Markkina- ja jakelukanavananalyysi Famifarm Oy:lle Yrttien myynti kukkakaupoissa
Työn ohjaaja (Arcada):	Linn Hongell
Toimeksiantaja:	Famifarm Oy
<p>Tämä on hankkeistettu opinnäytetyö joka on tehty Famifarm Oy:lle. Työn tarkoituksena on selvittää jos Famifarmin kannattaa viedä Järvikylän yrtejä uudelle markkinalle. Tämä markkina on pääkaupunkiseudulla sijaitsevat kukkakaupat. Teoriaosuudessa käsitellään kukkakauppaa ja sen kokoa suomessa. Aineelle asiaankuuluvaa elintarvikelainsäädäntöä käsitellään. Tämän lisäksi käsitellään kuljetusta ja eri jakelukanavia suomessa. Kuljetus osiossa käsitellään tieliikennekuljetuksia. Teoriassa käsitellään myös niitä yrtejä jotka ovat mukana tutkimuksessa. Tutkimusmetodina on käytetty ensin haastatteluja ja sitten lomakkeita. Ensin kukkakauppojen omistajia ja henkilökuntaa on haastateltu. Näiden haastattelujen lopputuloksien perusteella kysymykset on muotoiltu niin että ne sopivat lomakekäyttöön. Sekä haastattelu- että lomakevastaukset löytyvät sekä kirjallisessa muodossa ja visualisoituna. Tutkimus on johtanut siihen lopputulokseen että Famifarmin kannattaisi myydä yrtejään kukkakaupoissa. Tämän kannattavuus edellyttää että Famifarm ei saa tehdä suuria investointeja. Kysyntä on suurimmaksi osaksi kausiluonteista ja liikeala on suhteellisen pieni.</p>	
Avainsanat:	Famifarm, Järvikylä, Hankkeistettu opinnäytetyö, Logistiikka, Kuljetus, Yhtiötaloudellinen tutkimus
Sivumäärä:	64
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	12.12.2013

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	7
1.1	Problemformulering och syfte	7
1.2	Avgränsningar.....	8
2	Blomsterhandeln i Finland	9
3	Livsmedelslagstiftningen	11
3.1	Syfte	11
3.2	Krav på livsmedel.....	12
3.3	Krav på informationen om livsmedel	12
3.4	Livsmedelslokaler och primärproduktionsställen	13
3.5	Krav i fråga om hantering, förvaring och transport av livsmedel.....	14
3.6	Allmänna krav i fråga om livsmedelsföretagares ansvar.....	15
3.7	Livsmedelshygienisk kompetens	15
4	Transport i Finland och olika distributionskanaler	16
4.1	Infrastruktur	16
4.2	Transport.....	17
4.2.1	Vägtransport	17
4.3	Distribution	20
4.3.1	Grossister	20
5	Produkterna i fråga	21
5.1	Oregano.....	21
5.2	Rosmarin	22
5.3	Salvia	22
5.4	Timjan	22
5.5	Stark Mynta.....	23
5.6	Vetegrodd.....	23
6	Metod	23
6.1	Kvantitativ forskning.....	24
6.2	Kvalitativ forskning	25
6.3	Intervjuer.....	26
6.3.1	Att genomföra intervjuer.....	27

6.4	Uppbyggandet av frågeschemat.....	Error! Bookmark not defined.
6.5	Formandet och verkställandet av enkäten	Error! Bookmark not defined.
7	Analys	Error! Bookmark not defined.
7.1	Intervjuresultaten.....	Error! Bookmark not defined.
7.2	Enkätresultaten	Error! Bookmark not defined.
7.3	Min åsikt.....	Error! Bookmark not defined.
8	Diskussion.....	Error! Bookmark not defined.
9	Källor	29
10	Elektroniska källor	30
11	Bilagor	Error! Bookmark not defined.
11.1	Bilaga nr. 1, Frågeschema	Error! Bookmark not defined.
11.2	Bilaga nr. 2, Intervjuresultat	Error! Bookmark not defined.
11.3	Bilaga nr. 3, Enkätfrågorna.....	Error! Bookmark not defined.
11.4	Bilaga nr. 4, Enkätresultat	Error! Bookmark not defined.

Figurförteckning

Figur 1	De på landsvägar godkända mått i Finland och EU (Logistiikanmaailma 2013).....	19
---------	--	----

1 INLEDNING

Som studerande vid Arcada Nylands svenska yrkeshögskola har jag fått till uppgift att göra en marknads- och distributionskanalsanalys för Famifarm Oy. Analysen kommer att behandla Järvikyläs örter som ägs av Famifarm Oy. Famifarm Oy är intresserade av att föra dessa örter in på en ny marknad; inhemska blombutiker. Arbetet kommer att vara mitt examensarbete. Eftersom arbetet utförs som ett examensarbete ska det utföras efter både Arcadas skrivregler och de etiska regler som gäller för akademiska arbeten i högskolor. Det intresse som min uppdragsgivare Famifarm Oy har i detta arbete är att få svar på de frågor som presenteras i stycket som behandlar arbetets syfte.

Järvikyläs herrgård har en lång tradition av att producera jordbruks produkter. De började så tidigt som år 1674. Verksamheten kunde inte ha kunnat fortsätta utan konstanta förändringar och förbättringar. Då de letade efter sätt att förbättra sin produktion såg de en ny möjlighet. Det handlade om ett nytt sätt att odla krukgrönsaker. Som ett resultat av detta grundades Famifarm Oy år 1987. Famifarm började sälja sina nya krukgrönsaker under varumärket Järvikylä.

I dag har Järvikylä en av Finlands bredaste utbud inom branschen. Förutom de vanliga kruksalladerna erbjuder Järvikylä också en hel del specialsallader. Produkterna är tillgängliga året om vilket garanterar att Finländarna får krukörter och -sallader när de än behövs. Inom produktionen följer man flera standarder av vilka dessa kan nämnas: Bureau Veritas, 2007, Global GAP och standarden ISO 9001:2008. Dessa används för att försäkra sig om att produktionen sker enligt kvalitetsförsäkrande regleringar.

1.1 Problemformulering och syfte

Famifarm Oy är intresserade av att sälja Järvikyläs örter i blombutiker. Deras idé är att sälja redan existerande örter i en annan form på en ny marknad. Den nya formen är en större och mer hållbar version. Den nya marknaden är blomsteraffärer i huvudstadsregionen. De anser att det inte är lönsamt för dem i början att försöka sig på hela inhemska

marknaden. Den egentliga problematiken inom detta är att Famifarm inte vet om det finns ett intresse att sälja örter inom blomsterhandeln.

Efter att det har kartlagts om det finns intresse inom blombutikerna vill de också veta vilken distributionskanal eller vilka distributionskanaler som skulle vara de passligaste för deras syfte. Jag har tillsammans med Järvikyläs representant kommit överens om att det bästa sättet att utföra denna analys är med hjälp av intervjuer och enkäter. Eftersom frågorna kommer att göras specifikt till detta syfte kommer den insamlade data också vara den bästa möjliga, nämligen primärdata. Jag kommer att intervjua blombutiksägare och personal i Helsingfors och därefter kommer jag att utarbeta ett frågeformulär. Frågeformuläret kommer att basera sig på de resultat som kommer fram under intervjuerna. Detta frågeformulär kommer jag att skicka till blombutiker i Helsingfors, Vanda, Esbo, Tammerfors och Åbo. Blombutiker från dessa städer vill Järvikyläs representant ha med i analysen.

Famifarm har inte gjort någon tidigare undersökning angående detta och därför skulle det vara ytterst viktigt att samla in så mycket information som bara möjligt under denna undersökning. Genom arbetet hoppas jag få svar på följande frågor:

1. Finns det ett intresse från blomsteraffärernas sida att sälja större örter
2. Vilken distributionskanal är den som bör användas vid distribution av örter till blomsteraffärer
3. Ger produktens inhemska ursprung tilläggsvärde

1.2 Avgränsningar

Teorin kommer att innehålla bara sådant som jag anser att är relevant för ämnet. Jag kommer att beskriva blomsterhandeln i Finland kort. Jag kommer också att ta upp relevanta paragrafer från livsmedelslagstiftningen och beskriva deras betydelse för min uppdragsgivare. Jag kommer att beskriva transport i Finland och olika distributionskanaler. Jag kommer inte att beskriva någon annan transportform än biltransport eftersom så gott som all transport inom dagligvaru- och blomsterhandeln sker med bil i Finland. Jag kommer inte att beskriva andra distributionsformer än grossister eftersom Famifarm

inte använder sig av någon annan form. Efter detta kommer jag att beskriva den metodik som kommer att användas i undersökningen. Jag kommer att beskriva kvantitativ- och kvalitativforskning. Dessutom kommer jag att beskriva metodiken angående intervjuer och enkäter. Jag kommer inte att beskriva andra forskningsmetoder eftersom dessa inte är relevanta i detta arbete. Efter detta analyserar jag resultaten från både intervjuer och enkäter. I det avslutande stycket kommer jag att beskriva koppling mellan teori och empiri. I detta stycke kommer också en avslutande diskussion.

Undersökningen kommer att utföras personligen bara i Helsingfors. Till blombutiker som finns i andra städer kommer jag att skicka en enkät per e-mail. Enkäten kommer att vara webbaserad och uppbyggd med hjälp av en service som heter Question Pro. Jag gör detta på grund av att kostnaderna för intervjubesöken skulle bli orimligt höga och man kan via enkäter komma till ett reliabelt svar.

Jag kommer att kartlägga de existerande distributionskanalerna genom intervjuerna och enkäterna. Jag beskriver hur de går att integreras med Famifarms redan existerande distributionskanaler och beskriva min åsikt om vilket/vilka som skulle vara bäst. Jag kommer att inkludera en fråga angående blombutikernas åsikter angående förpackning men jag kommer inte att analysera ämnet på djup. Jag kommer inte att göra någon form av beslut. Min uppgift är att samla in så mycket nyttig fakta som möjligt. Jag skall också framställa dessa data på ett systematiskt sätt men själva beslutet om hur Famifarm tar sig till väga är upp till dem.

2 BLOMSTERHANDELN I FINLAND

Statistiken som kommer att användas i denna beskrivning är i stort sett från år 2011 men jämförs också med tidigare års statistik. De data som finns tillgänglig på statistikcentralens sidor är indelad i tre olika grupper. Grupperna är blommors detaljhandel, blomkiosker och trädgårdsbranschens detaljhandel. Information kommer i vissa fall att generaliseras för grupperna och i somliga fall tas det en närmare titt i detalj.

Mängden företag inom detaljhandel för blommor och blomkiosker har minskat från år 2007 till 2011. År 2007 fanns det 902 företag inom detaljhandeln för blommor medan det år 2011 var 827. Mängden blomkiosker har också sjunkit från 63 (2007) till 49 (2011). Inom detaljhandel för blommor handlar det alltså om en minskning på ca 9 % eller 75 företag. Bland blomkioskerna handlar minskningen om ca 29 % eller 14 kiosker. Inom trädgårdsbranschen har mängden på företag ökat från 177 (2007) till 195 (2011). Ökningen handlar om 18 företag eller ca 20 %.

Ovan nämnda information betyder också att mängden anställda inom de olika branscherna har förändrats en del. Inom detaljhandel för blommor har personalen minskat från 1644 (2007) till 1539 (2011). Bland blomkioskerna har personalmängden minskat från 73 (2007) till 58 (2011). Inom trädgårdsbranschen har behovet på personal ökat med mängden affärer. Den har stigit från 581 (2007) till 679 (2011), vilket betyder att storhandeln har fått 98 nya anställda på fyra år.

Företagens omsättning mellan åren 2007 och 2011 har inom detaljhandeln sjunkit från 135,4 miljoner euro till 130,3 miljoner euro. Blomkioskernas omsättning har sjunkit från 5,2 miljoner euro till 4,7 miljoner euro mellan åren 2007 och 2011. Inom trädgårdsbranschen har följande ökning skett: 88,8 miljoner euro (2007) till 116 miljoner euro (2011). Det handlar om en ökning på ca 31 % eller 27,2 miljoner euro. Då man tittar på omsättningen per företag har det skett en ökning i alla grupper.

För trädgårdsbranschen är ökningen störst eftersom det har skett en egentlig ökning i både omsättningen och i mängden företag. Omsättningen i denna bransch har alltså stigit från 502 000€ till 595 100€. Detta betyder en ökning på ca 18,5 % under de senaste åren. Man kan lätt säga att branschen håller på att växa. Denna information gäller hela Finland. Det finns inte tillgång till geografiskt mer specifik information, något som inte i detta fall är nödvändigt. Även om undersökningen kommer att utföras i Helsingfors och andra större städer kan man räkna med att städerna följer hela landets trender.

I nästa kapitel kommer jag att behandla den finska livsmedelslagstiftningen. Jag kommer att gå in på bl.a. syftet med lagen, krav på livsmedel och andra paragrafer som jag

anser att är relevanta. Dessutom kommer jag att inkludera en kort diskussion om hur paragrafen i fråga påverkar Famifarms produkter.

3 LIVSMEDELSLAGSTIFTNINGEN

Örter är en form av livsmedel och för livsmedel finns det alltid speciella krav som måste uppfyllas gällande t.ex. hantering och transport. För att få en bättre uppfattning om dessa gäller det att se på livsmedelslagstiftningen. All information som följer är tillgänglig på Finlex och är alltså finska lagen som hela tiden uppdateras för att uppfylla t.ex. EU standarder. Nedan kommer jag att behandla lagstiftningen som berör Famifarms näringsgren och även kommentera hur denna lagstiftning påverkar företaget.

3.1 Syfte

Paragraf 1 är gjord till att visa syftet med livsmedelslagstiftningen. Man måste förstå varför lagen är gjord för att kunna följa den. De sex olika delarna av paragraf 1 är:

- 1) trygga livsmedelssäkerheten och en säker livsmedelshantering samt att säkerställa en god hälsomässig livsmedelskvalitet och annan kvalitet enligt livsmedelsbestämmelserna,
- 2) säkerställa att informationen om livsmedlen är sanningsenlig och tillräcklig och att den inte är vilseledande,
- 3) skydda konsumenten från hälsofaror och ekonomisk förlust som uppstår till följd av livsmedel som inte motsvarar livsmedelsbestämmelserna,
- 4) säkra livsmedlens spårbarhet,
- 5) säkra en högklassig livsmedelstillsyn, och
- 6) förbättra verksamhetsbetingelserna för livsmedelsföretagare.

(Finlex 2013, Livsmedelslag)

För min uppdragsgivare, Famifarm Oy, har denna paragraf inte en inverkan som leder till åtgärder. Ändamålet med denna paragraf är att klargöra vad syftet med livsmedelslagen är. Genom att veta vad paragraf 1 innebär kan företaget få en bild om vad annat lagen innehåller.

3.2 Krav på livsmedel

Paragraf 7 i livsmedelslagen handlar om allmänna krav på livsmedel. I den finns beskrivet de grundbestämmelser som alla livsmedel i Finland måste uppfylla. Detta utdrag beskriver i stort sätt de krav som finns på livsmedel: [Livsmedel skall till sin kemiska, fysikaliska, mikrobiologiska och hälsomässiga kvalitet, till sin sammansättning samt till andra egenskaper vara lämpade som människoföda. Livsmedlet får inte orsaka fara för människors hälsa och inte heller vilseleda konsumenterna.] (Finlex 2013, Livsmedelsslagen)

Denna paragraf beskriver kort och tydligt det som krävs från ett livsmedel. För Famifarm gäller det att försäkra sig om att deras produkter uppfyller de krav som anges i denna paragraf. Med andra ord måste de se till att deras produkter inte på något sätt förorsakar skada för människor och de måste vara lämpliga som människoföda. Famifarms produkter är alla naturligt odlade och jag ser ingen orsak till varför de kunde orsaka skada för människor. Om det används gift vid odlingen måste den vara godkänd.

3.3 Krav på informationen om livsmedel

Paragraf 9 i livsmedelslagstiftningen visar att förutom de olika kraven som finns på livsmedel, finns det också krav på informationen om dem. Detta utdrag beskriver de krav som finns:

På en livsmedelsförpackning, i en broschyr, i reklam eller i andra marknadsföringssammanhang

1) skall sanningsenlig och med hänsyn till 1 § 1, 3 och 4 punkten tillräcklig information ges om livsmedlet,

2) får inte ges vilseledande information om livsmedlet,

3) får inte uppges att livsmedlet skulle ha egenskaper som hänför sig till förebyggande, behandling eller botande av människors sjukdomar och får inte heller hänvisas till sådana uppgifter, om inte annat föreskrivs någon annanstans i lagstiftningen.

(Finlex 2013, Livsmedelslag)

För Famifarm innebär denna paragraf att de måste på sina förpackningar ha tillräckligt information om produkten och den skall vara sanningsenlig. I reklamer eller på broschyrer får de heller inte ange information som inte är sann. Även om Famifarm på sina hemsidor har beskrivit att vissa örter har använts till att bota sjukdomar förr i världen, påstår de inte att detta är korrekt. Dessutom beskrivs inget dylikt på förpackningarna eller i broschyrerna.

3.4 Livsmedelslokaler och primärproduktionsställen

Paragraf 10 (30.12.2008/1137) beskriver de krav som ställs på livsmedelslokaler och primärproduktionsställen. I följande utdrag framställs de existerande bestämmelserna:

Livsmedelslokaler och primärproduktionsställen ska planeras, placeras, konstrueras och utrustas, underhållas och vårdas samt verksamheten ordnas så, att säkerheten hos de livsmedel som produceras, tillverkas, förvaras eller hanteras där inte äventyras och så, att livsmedlen, livsmedelslokaler och primärproduktionsställen också i övrigt uppfyller de krav som ställs i denna lag. Livsmedelslokaler och primärproduktionsställen får inte användas för boende eller för något annat ändamål på sådant sätt att hälsofara kan uppkomma. Livsmedelslokalen och primärproduktionsstället ska ha arbetslokaler som är tillräckligt stora med tanke på verksamheten.

(Finlex 2013, Livsmedelslag)

För Famifarm betyder denna lagparagraf att deras primärproduktionsställe som är Järvikyläs gård skall uppfylla de krav som ställs. Det innebär att produktionsstället skall konstrueras och underhållas på ett sätt som försäkrar att säkerheten på de produkter som produceras där inte skall äventyras. Detta betyder att de hela tiden måste kontrollera att allt sker hygieniskt. Produktionslokalerna måste också vara tillräckligt stora för den

verksamhet som där sker. Famifarm har alltså vid konstruerandet av lokalerna haft en hel del krav att uppfylla. Dessutom har de antagligen varit tvungna att renovera faciliteterna till att uppfylla förnyade krav.

För blombutiker kan det vara så gott som omöjligt att uppfylla dessa krav. Lokalerna är i allmänhet små och har mycket produkter som inte är hygieniska. Dessutom är inte blombutikerna på något sätt planerade, placerade, konstruerade eller utrustade så, att säkerheten hos de livsmedel som förvaras eller hanteras där inte äventyras, så som livsmedelslagen kräver. Jag anser att det för blombutiker skulle bli väldigt svårt att följa de normer och krav som finns för livsmedelslokaler. För blombutiker som säljer enbart blommor är detta inte ett problem men ifall de vill sälja örter som klassificeras som livsmedel kan det uppstå problem. Det är konstigt att flera blombutiker redan har örter i sitt sortiment. Den ända logiska förklaringen, som jag kan komma på med, till detta är att örterna inte säljs som livsmedel utan som dekorativa växter.

3.5 Krav i fråga om hantering, förvaring och transport av livsmedel

Paragraf 11 (8.4.2011/352) är en beskrivning om krav i fråga om hantering, förvaring och transport av livsmedel. Den är kort och beskrivs som följande utdrag framställer: "Livsmedel ska hanteras, förvaras och transporteras så att livsmedlens goda hygieniska kvalitet inte äventyras." (Finlex 2013, Livsmedelslag)

För Famifarm betyder denna paragraf att de måste ha en form av förpackning som skyddar produkterna från hygienrisker under transporten. Dessutom måste lager och transportfordon uppfylla hygienkrav. Produkterna förvaras i olika grossisters lager och transporteras till butiker med deras fordon. Detta betyder att grossisterna också måste uppfylla dessa krav.

3.6 Allmänna krav i fråga om livsmedelsföretagares ansvar

Paragraf 16 i livsmedelslagen beskriver de skyldigheter som livsmedelsföretagare har. De krav som ställs handlar i princip om att livsmedelsföretagare skall följa lagen. Följande utdrag beskriver detta: [Livsmedelsföretagaren skall i all sin verksamhet iaktta tillräcklig omsorgsfullhet för att livsmedlen, livsmedelslokalen och primärproduktionsstället samt förhållandena i anslutning till förvaringen, transporten och hanteringen av livsmedel skall uppfylla kraven i denna lag.] (Finlex 2013, Livsmedelslag)

Syftet med paragraf 16 i livsmedelslagen är att visa att Famifarm och andra företag inom denna bransch ska veta vad lagen innebär. Då de vet vad lagen innebär kan de följa den fullständigt. Famifarm ska göra allt enligt livsmedelslagstiftningen.

3.7 Livsmedelshygienisk kompetens

Paragraf 27 (30.12.2008/1137) hävdar att det är på livsmedelsföretagarens ansvar att de som denne har anställt har den kompetens som behövs till att jobba med livsmedel. Följande utdrag framställer detta:

Livsmedelsföretagaren ska på egen bekostnad se till att de som arbetar med att hantera oförpackade och lättfördärliga livsmedel i en livsmedelslokal som ska vara anmäld eller godkänd enligt denna lag har ett intyg över livsmedelshygienisk kompetens (*kompetensintyg*) enligt en modell godkänd av Livsmedelssäkerhetsverket, om personen i fråga har arbetat med uppgifter som förutsätter hantering av oförpackade och lättfördärliga livsmedel i en eller flera livsmedelslokaler under sammanlagt minst tre månader.

(Finlex 2013, Livsmedelslag)

Famifarm ska på egen bekostnad försäkra att de anställda som arbetar med oförpackade eller lätt fördärliga produkter ska ha den kompetens som krävs till detta. Denna kompetens kan försäkras med hjälp av ett kompetensintyg. Kompetensintyget följer en modell som godkänns av Livsmedelssäkerhetsverket. Detta gäller inte säsongarbetare eller andra som arbetar en kortare tid. Kompetensintyget krävs av någon som har jobbat sammanlagt över tre månader med lätt fördärliga livsmedel.

I följande stycke kommer transport i Finland och olika distributionskanaler att behandlas. Stycket är indelat på ett sätt där transport och distribution behandlas skilt. I transport delen behandlas enbart vägtransport.

4 TRANSPORT I FINLAND OCH OLIKA DISTRIBUTIONSKANALER

Transport i Finland är lite speciellt på grund av våra långa och kalla vintrar som förorsakar vissa svårigheter. Vintern har största effekten på sjötransporten där isbrytare krävs. Vintern har också en effekt på all annan trafik som sker inom landet; på spår, med lastbil och med flyg. På vägarna är vår infrastruktur öppen och den används mycket för privatbruk. De andra transportformerna utnyttjas mer av logistikföretag som erbjuder transport av varor och människor. I detta arbete kommer jag inte att behandla andra transport sätt förutom vägtransport eftersom dessa inte är relevanta. (Ritvanen et al. 2011 s.108)

4.1 Infrastruktur

För att få en bild av hur infrastrukturen ser ut är det av intresse att se på siffror som har att göra med den allmänna infrastrukturen i Finland. I en handbok i logistik (Ritvanen et al. 2011 s.108) beskrivs de följande avstånden: 78 200km landsväg varav 700km motorväg, 8 600km och andra vägar finns det totalt 68 900km. Olika privata vägar finns det 350 000km, av planvägar och gator finns det 26 500km. På kusten finns det 10100km av farleder och av inlandsvattenvägar 9 700km. Det finns över 50 hamnar som tar hand om utrikeshandeln. Av tåg spår finns det 5 900km av vilka 3 100km är eldrivna.

4.2 Transport

Transport i Finland går att delas in i fyra olika grupper. Dessa fyra är: vägtransport, sjötransport, bantransport och flygtransport. Innan jag tar en närmare titt på biltransport är det av intresse att se statistik som är insamlad av finska Trafikverket:

- En finländare reser i medeltal 41 kilometer per dygn.
- Transportverket har ansvar för ca 78 000km landsväg.
- I inlands sjötrafik görs 4 resor årligen.
- Antalet sjötransporter på östersjön stiger.
- År 2011 transporterades 11 miljoner ton i den inhemska sjötransporten.
- Finländarna reser med tåg nästan 70 miljoner resor per år.
- Med järnvägen fraktas ca 35 miljoner ton gods årligen.

(Trafikverket: Suomen liikenne lukuina)

4.2.1 Vägtransport

Då vi talar om transport finns det en hel del lagstiftning och andra styrande relaterade saker som styr verksamheten. Eftersom Finland är en EU-medlem finns det en hel del direktiv som vi måste följa men det är ändå staten och riksdagen som svarar för nationell trafikpolitik. Den myndighet som har största påverkan då det handlar om genomförandet av praktiska ärenden är kommunikationsministeriet (på Finska: Liikenne- ja Viestintäministeriö). Hit hör också alla byråer och faciliteter som är under ministeriet. De statliga verk som har hand om vägtrafiks relaterade frågor är Trafikverket (Liikennevirasto) och TraFi. (Pöllänen, Markus; Mäntynen, Jorma. 2002)

TraFi är namnet av det finska trafiksäkerhetsverket. Som namnet också beskriver, är TraFis uppgift att utveckla transportsystemets säkerhet och för att göra transportsystemet mer ekologiskt. Förutom detta har TraFi ansvar för de myndighetsuppgifter som angår transportsystemet. TraFi beviljar de lov, godkännanden och beslut som angår branschen. TraFi har ansvar av att ordna undersökningar. Dessutom sköter den beskattning och registreringsfunktioner, samt att det finns tillförlitliga datatjänster.

(TraFi - Trafiksäkerhetsverket 2013)

För att kunna idka godstrafik i Finland finns det vissa förordningar och tillstånd som man skall ta i beaktande. Närings- Trafik- och miljöcentralen framställer dessa på följande sätt: "Godstrafiken i Finland regleras av EU:s förordning (EG) 1071/2009 om trafikidkare, EU:s förordning (EG) 1072/2009 om godstrafikstillstånd och den nationella godstrafiklagen (lag om kommersiell godstransport på väg 693/2006)." Det finns tre olika typer av godstrafikstillstånd. Dessa är: inrikes trafikstillstånd, tillstånd för trafiktraktor eller ett gemenskapstillstånd. Inrikes trafikstillstånd och tillstånd för trafiktraktor ger dig rättigheten att idka godstrafik i hela Finland förutom Åland. Gemenskapstillståndet ger dig rätten att idka godstrafik såväl i Finland som utomlands. Godstrafikstillståndet beviljas för fem år åt gången. (Närings- Trafik- och miljöcentralen 2013)

Utvecklingen av infrastruktur och teknologi har lett till nya möjligheter. Dessa möjligheter har resulterat i en utveckling av transportutrustningen. En annan faktor som har bidragit i utvecklingen är efterfrågan av olika former av transportutrustning. Historiskt sett har transportekonomin varit den centrala drivkraften i fråga om utveckling. Transportekonomin är fortfarande den viktigaste men nu har andra faktorer kommit fram allt mer. Dessa faktorer är bl.a. miljö- och säkerhets frågor och förebyggandet av kriminalitet och terrorism. Även sociala frågor har börjat tas allt mer och mer i beaktande. Då man mäter ekonomiska aspekter på de olika transportformerna tar man i beaktande lastkapaciteten, lastutrymmets volym, transporthastighet och energieffektivitet. (Ritvanen et al. 2011 s.115)

Det finns olika former av transportutrustning som används i Finland. De mest allmänna av dessa är skåp- och lastbilar. Fordonskombinationer är också väldigt allmänna, till dem hör semitrailers och långtradare. Då det handlar om semitrailers och långtradare finns det en dragbil (traktor) med 2-3 axlar. Dessa bilar har en viktig roll särskilt i transporter på glesbebodda områden. (Ritvanen et al. 2011 s.116)

De olika fordonsklasserna som är avsedda för varustransport definierade av fordonslagen:

- Skåpbil = en bil som används till varustransport, totalmassa högst 3500 kg.

- Lastbil (N2) = en bil som används till varutransport, totalmassa över 3500 kg men högst 12000 kg.
- Lastbil (N3) = en bil som används till varutransport, totalmassa över 12000 kg.

Med totalmassa menar man summan av en bils chassi, kaross, bränsle utrustning och last. Fordonens och fordonskombinationernas mått är noggrant kontrollerade på både nationell och internationell nivå. Tanken bakom de enhetliga måtten är att kontrollera produktionen, trafiksäkerheten, uppbyggandet av infrastrukturen och standardisering av transportmarknadernas konkurrens. Figur 1 beskriver de olika mått och vikter som gäller både nationellt som internationellt (EU), dessa värden gäller landsvägar. (Ritvanen et al. 2011 s.116)

Jouko Santala hävdar i en grundbok i logistik (Ritvanen et al. 2011) att utvecklingen som har skett i bilars lastutrymme och lasthanteringsutrustningen har varit konstant. Det finns ett enormt antal av redskap som har utvecklats inom branschen. Bland annat olika kaross strukturer, lastutrymmen, temperaturregleringsutrustning, lastlyftningsutrustning och bakgavellyft har utvecklats för att fylla de behov som har uppstått. Tack vare dessa framsteg är det nuförtiden möjligt att beställa en bil som är noggrant skräddarsydd till att uppfylla de behov som man har. Enligt TraFis statistik fanns det år 2009 ca 92 000 lastbilar och 22 000 trailers.

	Hemlandstrafik	Internationell trafik (EU)
Bredd	2,60 m *	2,60 m
Höjd	4,20 m	4,20 m
Längd		
Lastbil	12,00 m	12,00 m
Semitrailer	16,50 m	16,50 m
Långtradare	22,00 m	18,75 m
Modulkombination	25,25 m	(gäller även i Sverige)
Totalmassa		
Lastbil (beroende av axelmängden)	18-38 t	18-32 t
Fordonskombination (semitrailer eller långtradare)	60 t	44 t

* Över 22 m långa kombinationer 2,55 m breda, värmeisolerade karosser 2,60 m

Figur 1 De på landsvägar godkända mått i Finland och EU (Logistiikanmaailma 2013)

4.3 Distribution

De produkter som denna undersökning behandlar är i princip dagligvaror som man vill föra in i en ny nisch, blombutiker. P.g.a. det är det av intresse att se på distribution för dagligvaror.

Den typiska distributionsmodellen för dagligvaror kan se ut som detta: Producenten levererar till grossisterna, grossisterna levererar till affärerna där kunderna handlar varorna. Denna modell passar bra för dagligvaror som tål lagring t.ex. toalettpapper, djupfrysta varor och färska grönsaker flyttas denna väg. Vissa varor levereras direkt från producenterna till affärerna. Hur varan distribueras beror på flera faktorer. En av dessa faktorerna är varans hållbarhet. Färskvaror behöver en snabb hantering medan torra varor som t.ex. frukostflingor kan förvaras i flera månader. Storleken på butikens inköp är också en faktor som kan påverka butikens val av distributionskanal. (Handel 2000. 2002)

4.3.1 Grossister

I Finland finns det ca 1300 företag som håller på med dagligvarors grosshandel. Majoriteten av dessa är små företag men det är de stora grossisterna som har största volymen. Den största grossisten är Inex Partners Oy med en omsättning på 3404,5 miljoner euro. På andra och tredje plats kommer Ruokakesko Oy med en omsättning på 3286, miljoner euro och Tuko Logistics Oy med en omsättning på 764,3 miljoner euro. Alla värden är från år 2010. Dagligvarors grosshandel har specialiserat sig på leverans av livsmedel, dryckes, och tobaks grosshandel. Deras kunder är i allmänhet dagligvaruaffärer, kiosker, restauranger och caféer. (Konkurrensverket 2012)

Inex Partners Oy är S-gruppens inköps och logistikföretag. Företaget är SOK:s dotterbolag. Inex köper in och distribuerar en stor del av S-gruppens butikers konsumtions- och dagligvaror. Företaget har ca 2300 anställda som jobbar med inköp och logistik. Inex Partners Oy äger hälften av Finnfrost Oy, andra hälften ägs av Tuko Oy. Finnfrost har hand om gruppens djupfrysta varor. S-gruppen är marknadsledaren i den finska de-

taljhandeln med en marknadsandel av 44 %. S-gruppen är uppbyggd av 22 regional andelshandel och SOK med sina dotterbolag. (Inex Partners Oy 2013)

Kesko Oy är Finlands näst största grossist med en marknadsandel på 34,7 %. Kesko är K-gruppens inköps och logistikföretag. Kesko har mat-, konsumtions-, järn-, bil- och maskinvaruhandel. Hela K-gruppen har ca 4500 anställda. Liksom Inex har Kesko också egna brands. Förutom de 2000 affärer som finns i Finland har Kesko verksamhet också i Sverige, Norge, Estland, Lettland, Litauen, Ryssland och Vit-Ryssland. (Kesko Oy 2013)

Nästa stycke kommer att behandla de produkter som jag utför undersökningen om. Med andra ord de produkter som Famifarm skulle vara intresserade att föra i blombutiker. Alla beskrivningar är hämtade från Järvikyläs sidor eftersom de har en kort och saklig beskrivning av sina produkter.

5 PRODUKTERNA I FRÅGA

Undersökning kommer inte att beröra alla örter i Järvikyläs sortiment. Från Famifarm har jag fått en lista på de örter som önskas vara med i undersökningen. Jag kommer att kort beskriva dessa örter med hjälp av den information som finns tillgänglig på Järvikyläs hemsidor. Jag anser att genom att använda Järvikyläs egna hemsidor som källa kan jag få en klarare bild om hur min uppdragsgivare ser de olika produkterna. Något som kommer att vara relevant då jag utför undersökningen.

5.1 Oregano

Oreganos latinska namn är *Origanum vulgare*. Örten har rödaktiga blommor och en mycket fin arom. Aromen har drag av både timjan och mejram. På grund av detta är det inte onormalt att oregano förväxlas med mejram som har liknande blad men är mindre och har en mer karakteristisk smak. I Finland kan man stöta på oregano i naturen endast i de sydvästra delarna av landet. I Europa och Asien är växten mer spridd. Växten används också som läkemedel. Oregano kan användas till att bota hosta, infektioner och

gasbildning. Vi känner oregano som den mest normala pizzakryddan. Oregano används mest i Italienska, Grekiska och Mexikanska maträtter. (Järvikylä Oregano)

5.2 Rosmarin

Rosmarins latinska namn är *Rosmarinus officinalis*. Örten har hårda och smala blad som liknar barr. Dess doft liknar tallbarr och skvattram. Smaken kunde beskrivas som en blandning av *salvia* och timjan. I naturen går rosmarin att hittas i medelhavsområdet där den växer på torra backar nära havet. Dess distinkta lukt kan märkas till och med ute på havet. Rosmarin har varit en viktig medicin- och magiväxt. Man har trott att den tillbringar lycka. Förutom i matlagning används örten också i bad och olika krämer som en verksam substans. Rosmarin används mest som en krydda till lamm- och viltkött. (Järvikylä Rosmariini)

5.3 Salvia

Salvians latinska namn är *Salvia officinalis*. Dess blad är silveraktiga och dess blommor blå-violetta. Dess smak liknar mynta men den är mycket starkare och mer karakteristisk. Salvia kommer från medelhavsområdet men den är också populär i Kina. I Kina används *salvia* till te. Till Norden kom *salvia* med klosterväsendet. Den har använts som läkemedel bl.a. till att bota hosta och sänka högt blodsocker. Den används också i tandpasta. Salvia är passande till så gott som alla köträtter. Speciellt bra passar den med lamm. (Järvikylä Salvia)

5.4 Timjan

Timjans latinska namn är *Thymus vulgaris*. Timjan har en starkt aromatisk smak som är populär runt hela jorden. Örtens blad är små och rödaktiga. I naturen växer timjan i medelhavsområdet. I Finland går växten att odlas men den klarar sig inte vild i naturen. Timjan är en av världens äldsta krydd- och medicinväxter. Även i Finland har timjan använts till att bota hosta och medicinindustrin använder den i hostmediciner. Timjan kan användas som ett botemedel på flera olika sätt. Förutom eterisk olja innehåller tim-

jan växtflavonoider. I matlagning kan timjan användas till olika maträtter och på olika sätt. Dess blommor går även att användas som prydnader. (Järvikylä Timjami)

5.5 Stark Mynta

Stark mynta saknar ett latinskt namn. Till smaken liknar den pepparmynta. Detta innebär att den är starkare än traditionell mynta. Växten har en stadig stjälk och starka blad. Den är i allmänhet en tålig växt. Örten används till bl.a. att krydda lamm och vilt rätter. Mynta används också i olika drycker, bl.a. cocktailen mojito görs med mynta. (Järvikylä Vahva minttu)

5.6 Vetegrodd

Vetegroddens latinska namn är *Tricum aestivum*. Den är full av vitaminer, aminosyror och mineraler. Speciellt mycket finns det vitaminer från grupperna A-, B-, C- och E. I vetegroddarnas saft finns det mycket olika sorters mineraler som bl.a. kalium, magnesium, järn, mangan, selen, natrium, zink, jod, koppar och svavel. Groddsaff används till att ytligt motverka hud problem och anemi. Vetegroddar används som näringstillägg på grund av dess stora mängd näringsämnen. Den går även att ges till husdjur som t.ex. hundar och katter. (Järvikylä Vehnänoras)

Nästa stycke behandlar metoden som har använts till att utföra undersökningen. I stycket kommer jag att beskriva skillnaden mellan kvalitativ och kvantitativ undersökning. Stycket behandlar också frågeformulering och uppbyggandet av både intervjuer och enkäter.

6 METOD

Forskningsmetoder kan delas in i två grupper, kvalitativa och kvantitativa. Eftersom denna undersökning kommer att innehålla bägge två, är det av intresse att se närmare på de olika metoderna. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

6.1 Kvantitativ forskning

Kvantitativ forskning går allmänt sett ut på insamling av numerisk data. De huvudsakliga stegen i en kvantitativ undersökning kan delas i 11 punkter:

1. Teori
2. Hypotes
3. Undersökningsdesign
4. Utformning av mått för begreppen
5. Val av plats(er) där forskningen ska göras
6. Val av respondenter (undersökningsspersoner)
7. Tillämpning av undersökningsinstrumentet för datainsamling
8. Bearbetning av data
9. Analys av data
10. Resultat och slutsatser
11. Formulering av resultat och slutsatser

Forskning sker sällan i en så enkel form som de olika stegen beskriver men de ger dock en bild av de huvudsakliga faserna. Med **steg 1** vill man visa att en kvantitativ forskning handlar om ett deduktivt synsätt på relationen mellan teori och forskning. Deduktiv teori representerar den normala tolkningen av förhållandet mellan teori och praktik (empiri). Forskaren använder tidigare fakta till att deducera eller härleda en eller flera hypoteser. Dessa hypoteser kommer att utsättas för en empirisk granskning. Teorin och hypoteserna är de faktorerna som styr datainsamlingen. **Steg 2** kommer ofta tydligare fram i anknytning till experimentella undersökningar. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

Steg tre, undersökningsdesign, går ut på att välja ett forsknings- eller undersökningsdesign. Det finns ett antal olika frågeställningar som styrs av valet av design. En av dessa är resultatens externa validitet och forskarens förmåga att visa orsaksförhållandet i resultaten. **Steg 4** handlar om utformningen av de begrepp som forskaren är intresserad av. Dessa är olika former av tillvägagångssätt som kommer till användning då man mäter ett begrepp, som t.ex. temperatur eller hastighet. **Stegen 5-6** gäller valet av den plats där man utför forskningen och valet av de personer som skall ingå i forskningen (respondenter). Då det handlar om en surveyundersökning är skapandet av rätt miljö det

första man skall tänka på. Denna process innefattar flera olika beslut. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

Steg 7 står för hanteringen eller administreringen av forskningsinstrumenten. Då det handlar om en surveydesign intervjuas de utvalda respondenterna med hjälp av ett strukturerat intervjuschema och också en enkät som fylls i. I **Steg 8** omvandlas den samlade informationen till data. Då det handlar om kvantitativa undersökningar betyder detta att man ser till att informationen kan kvantifieras. Då det handlar om respondenternas ålder, inkomst och hur lång utbildning de har, är detta relativt enkelt. För andra variabel betyder det att man måste omvandla (kodar) informationen till siffror (koder). **Steg 9** går ut på att analysera data. Här kan forskaren använda olika tekniker till att exempelvis minska mängden av insamlad data. Forskaren kan också pröva relationen mellan olika variabler m.m. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

I **steg 10** gör forskaren en tolkning av analysresultaten. I detta skede kommer de egentliga forskningsresultaten fram. Här ser forskaren också om de hypoteser som denne ställt upp får något stöd. **Steg 11** heter formulering av resultat och slutsatser. Om inte resultaten av undersökningen publiceras, har den ingen betydelse. Den kan tillfredsställa en enskild forskares nyfikenhet men inget mer. Undersökningen kan publiceras som t.ex. ett konferensinlägg, ett examensarbete, en tidskriftsartikel eller en bok. Forskarens uppgift är inte enbart att framställa sina resultat utan också att övertyga läsarna om att forskningen är betydelsefull och hållbar. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

6.2 Kvalitativ forskning

Skillnaden mellan kvantitativa och kvalitativ forskning är att i kvalitativ forskning samlar man ord i stället för siffror. Den kvantitativa forskningsmetoden har en deduktiv syn på förhållandet mellan teori och forskning medan den kvalitativa har en induktiv syn. Med induktiv syn mellan teori och forskning menas att man huvudsakligen skapar teorier. Med en deduktiv syn menas att man prövar på redan existerande teorier. De viktigaste stegen i en kvalitativ forskning kan framställas i 6 huvudgrupper:

1. Generella frågeställningar (problemformulering)
2. Val av relevanta platser och undersökningsspersoner

3. Insamling av relevant data
4. Tolkning av data
5. Begreppsligt och teoretiskt arbete
6. Rapport om resultat och slutsatser

(Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

I **steg 1** vill man komma fram med frågor som man vill få svar på i sin undersökning. Antalet frågor är inte bestämt, det är helt beroende på forskaren och ämnet. Syftet med **steg 2** är att ordagrant välja en eller flera relevanta platser att utföra undersökningen på och att välja personer som skall undersökas. Det finns ett antal olika faktorer som skall tas i beaktande då man bestämmer dessa t.ex. är personerna lämpliga att svara på de frågor som man vill ha svar på. **Steg 3** går ut på att samla den data som man kommer att använda till att komplettera undersökningen. Det finns olika sätt att samla in relevanta data men observationer och intervjuer är bland de mest använda. Då man har kommit till **steg 4** ska man analysera den data som har samlats in. Det finns flera teoretiska former som kan användas som riktlinjer i utförandet av detta steg. **Steg 5** går ut på att bearbeta och bygga upp det som man hittills samlat in. I det sista steget, **steg 6**, finns det i själva verket ingen skillnad mellan kvalitativ och kvantitativ forskning. Med andra ord är det samma huvudpoäng som gäller: Forskarens uppgift är inte enbart att framställa sina resultat utan också att övertyga läsarna om att forskningen är betydelsefull och hållbar. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

6.3 Intervjuer

Intervjuer förekommer ofta i den sociala världen och de förekommer i flera olika former. Alla arbetande individer har högst antagligen råkat ut för en arbetsintervju. Dessutom sker intervjuer dagligen på radio och i TV. Den form av intervjuer som avskrivet är intresserade i är forskningsintervjuer. Det finns vissa saker som är oberoende av typen på intervju, t.ex. att viss information skall utväxlas mellan parterna, att det finns regler som styr formaliteten som förekommer i intervjun och det verkliga utförandet av intervjun. Målet med en intervju är att få den intervjuade (respondenten) att framföra den information som intervjuaren är intresserad i. Det finns flera olika sätt att bygga upp en

forskningsintervju men den vanligaste inom kategorin surveyundersökning är den strukturerade intervjun. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

I min undersökning kommer jag att utföra strukturerade intervjuer och därför koncentrerar jag mig på dem i teorin om intervjuer. I en strukturerad intervju (kallas också för standardiserad intervju) ställer intervjuaren frågor från ett i förväg fastställt intervju- eller frågeschema. Målet är att innehållet i alla intervjuer ska vara likadan. Man siktar på att få information som kan sammanställas på jämförligt sätt, vilket är möjligt endast om frågorna är helt lika. Intervjuaren skall följa frågeschemat till fullo, d.v.s. uttrycka frågorna på samma sätt och följa ordningen som är framställt på schemat. Frågorna kan vara väldigt specifika och ge respondenterna olika svarsalternativ. Svar av denna typ kallas vanligtvis för slutna, förkodade eller frågor med fasta svarsalternativ. I surveyundersökningar är strukturerad intervju den vanligast förekommande intervjuformen. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

6.3.1 Att genomföra intervjuer

I detta stycke kommer genomförandet av intervjuer att behandlas. Det kommer att delas i flera understycken som börjar med fettad stil. Tyngden är fortfarande på strukturerade intervjuer.

Ha en klar bild av frågeschemat. Man skall kunna de frågor som man kommer att ställa väldigt väl. Även om det inte finns fler än en intervjuare är det viktigt att kunna frågorna så gott som utantill. Det är stressande att ställa att vara intervjuare vilket gör risken för misstag större. Däremot genom att känna till frågeschemat är risken av att man t.ex. tappar bort en fråga eller ställer fel fråga mindre. **Beskriv undersökningens syfte.** Man måste övertyga respondenterna om orsaken varför de skall svara på intervjun. Respondenterna ska få en övertygande orsak att svara på intervjun därför att de möjligtvis lägger sin värdefulla tid till att svara. Den information som man presenterar för respondenterna kan vara antingen muntlig eller skriftlig. **Skapa en tillitsfull relation.** Ofta menas det att det är viktigt för en intervjuare att skapa en bra relation till respondenterna och att detta måste ske snabbt. Man skall skapa en villighet i respondenten att svara på frågor. Om man inte intervjuaren lyckas med detta kan det ske att respon-

denten börjar med intervjun men slutför den inte på skäl av t.ex. att denne inte vill svara på frågorna eller att intervjun blir för lång. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

Att ställa frågor. Som det tidigare har nämnts är det viktigt att ställa exakt samma fråga till alla respondenter. Formuleringens olikheter och avvikelser i sättet att ställa frågor kan orsaka felkällor vid surveyforskning. Tanken bakom en strukturerad intervju är att bl.a. minska risken av detta men intervjuaren kan ändå ställa en uppföljningsfråga eller formulera sig på ett sätt som inte finns beskrivet i intervjuschemat. Registrering av svar skall också ske på ett enhetligt och korrekt sätt. Svaren skall skrivas ner så exakt som möjligt för att undvika förvrängningar och felkällor. Risken för denna typens fel minskar vid användning av slutna frågor. **Avslutning av intervjun.** Även om det handlar om ett intervjutillfälle får man inte glömma bort normala regler för uppförande. Man skall vara artig och tacka respondenterna för att man har fått använda deras tid till att få svar på frågorna. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

Avslutningsvis är det värt att nämna att det också finns vissa problem med strukturerade intervjuer. Intervjuaren är en faktor som kan orsaka problem och fel. Det kan handla om mänskliga fel eller problem som uppstår på grund av intervjuarens personlighet. Det finns även tecken på att faktorer som t.ex. intervjuarens etniska bakgrund kan ha en inverkan på respondenten. Svarstendenser är en till faktor som kan orsaka problem i strukturerade intervjuer. Med dessa tendenser menas att människors reaktion på en serie av frågor sker på ett konsekvent sätt, som är irrelevant i förhållande till frågan. Social önskvärdhet går att beskrivas som en underkategori av svarstendenser. Med social önskvärdhet menas att respondenten svarar på ett sätt som denne uppfattar vara lämpligt. (Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005)

7 KÄLLOR

Bryman, Alan; Bell, Emma. 2005, *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, 1 uppl., Malmö: Liber Ekonomi, 621s.

Handel 2000. 2002, *Inköp och varuhantering - viktigt för lönsamheten*, 1 uppl., Malmö: Liber Ekonomi, 288s.

Pöllänen, Markus; Mäntynen, Jorma. 2002, *Tampereen teknillinen korkeakoulu, liikenne ja kuljetustekniikka*; Julkaisu 32, 1 uppl., 166 s.

Ritvanen, Virpi; Inkiläinen, Aimo; von Bell, Anders; Santala, Jouko. 2011, *Logistiikan ja toimitusketjujen hallinnan perusteet*, 1 uppl., Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy, 252s.

8 ELEKTRONISKA KÄLLOR

Famifarm, Tillgänglig:

<http://www.jarvikyla.fi/famifarm/> Hämtad 10.3.2013, kl. 20.45

Finlex 2013, Livsmedelslag, Tillgänglig:

[http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2006/20060023?search\[type\]=pika&search\[pika\]=livsmedel](http://www.finlex.fi/sv/laki/ajantasa/2006/20060023?search[type]=pika&search[pika]=livsmedel) Hämtad 16.4.2013, kl. 18.15

Fonecta 2013, Tillgänglig:

<http://www.fonecta.fi/info/tietoa-yrityksesta> Hämtad 4.11.2013 kl. 16.52

Inex Partners Oy 2013, Tillgänglig:

<http://www.inex.fi/yritys/index.php> Hämtad 16.9.2013 kl. 18.00

Järvikylä Oregano, Tillgänglig:

<http://www.jarvikyla.fi/yrtit/?tuote=oregano> Hämtad 2.5.2013 kl. 11.40

Järvikylä Rosmariini, Tillgänglig:

<http://www.jarvikyla.fi/yrtit/?tuote=rosmariini> Hämtad 2.5.2013 kl. 11.38

Järvikylä Salvia, Tillgänglig:

<http://www.jarvikyla.fi/yrtit/?tuote=salvia> Hämtad 2.5.2013 kl. 11.42

Järvikylä Timjami, Tillgänglig:

<http://www.jarvikyla.fi/yrtit/?tuote=timjami> Hämtad 2.5.2013 kl. 11.41

Järvikylä Vahva Minttu, Tillgänglig:

<http://www.jarvikyla.fi/yrtit/?tuote=vahva+minttu> Hämtad 2.5.2013 kl. 11.44

Järvikylä Vehnänoras, Tillgänglig:

<http://www.jarvikyla.fi/yrtit/?tuote=vehn%E4noras> Hämtad 2.5.2013 kl. 11.45

Kesko Oy 2013, Tillgänglig:

<http://www.kesko.fi/fi/Kesko-yrityksena/Kesko-lyhyesti/> Hämtad 16.9.2013 kl. 18.40

Konkurrensverket 2012, Björkroth Tom; Frosterus Heli; Kajova Milla; Palo Eija

Kilpailuviraston päivittäistavara-kauppaa koskeva selvitys, Tillgänglig:

<http://www.kilpailuvirasto.fi/tiedostot/Kilpailuviraston-Selvityksia-1-2012-PT-kauppa.pdf> Hämtad 16.9.2013 kl. 16.45

Logistiikanmailma 2013 (Tiedosto:Maantie mitat ja painot.png) Tillgänglig:

http://www.logistiikanmailma.fi/wiki/Tiedosto:Maantie_mitat_ja_painot.png Hämtad 13.9.2013 kl. 14.30

Närings- Trafik- och miljöcentralen, Godstrafik och godstrafikstillstånd, Tillgänglig:

<http://www.ely-keskus.fi/sv/web/ely/tavaraliikenne#.Ui3JPrzRytc> Hämtad

9.9.2013 kl. 16.15

Statistikcentralen, Tillgänglig:

http://193.166.171.75/Dialog/varval.asp?ma=060_syr_tau_106_fi&ti=Yritykset+toimialoittain+2007-

[2011++%28TOL+2008%29&path=../Database/StatFin/yri/syr/010_yr_tol08/&lang=3&multilang=fi](http://193.166.171.75/Dialog/varval.asp?ma=060_syr_tau_106_fi&ti=Yritykset+toimialoittain+2007-2011++%28TOL+2008%29&path=../Database/StatFin/yri/syr/010_yr_tol08/&lang=3&multilang=fi) Hämtad 16.4.2013, kl. 21.00

Suomen kuljetusopas, vesiliikennekalusto 2013, Tillgänglig:

<http://www.kuljetusopas.com/kalusto/vesiliikennekalusto/> Hämtad 13.9.2013 kl.

18.30

TraFi - Trafiksäkerhetsverket, Tillgänglig:

http://www.trafi.fi/tietoa_trafista Hämtad 2.9.2013 kl. 18.00

Trafikverket Suomen liikenne lukuina, Tillgänglig:

http://portal.liikennevirasto.fi/sivu/www/f/aineistopalvelut/tilastot/liikenne_lukuina

[a](http://portal.liikennevirasto.fi/sivu/www/f/aineistopalvelut/tilastot/liikenne_lukuina) Hämtad 17.7.2013 kl. 16.00

Question Pro 2013, Tillgänglig:

<http://www.questionpro.com/> Hämtad 4.11.2013 kl. 16.00