

Kajaanin ammattikorkeakoulu

**NAANTALIN KULTARANTA RESORT OY–
lähiruokaa ravintolan ruokalistoille**



Kaisa Väänänen

Opinnäytetyö

Kevät 2017

Matkailun restonomi

Aktiviteettimatkailu



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

TIIVISTELMÄ

Tekijä(t): Väänänen Kaisa

Työn nimi: Naantalin Kultaranta Resort Oy - Lähiruokaa ravintolan ruokalistoille

Tutkintonimike: Matkailun koulutusohjelma, Restonomi (AMK)

Asiasanat: Lähiruoka, ruokakulttuuri, ruokalistasuunnittelu

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Naantalin Kultaranta Resort Oy.

Opinnäytetyön aiheena oli kehittää yritystä hyödyntämään enemmän lähiruokaa ravintolansa ruokalistoilla.

Työn teoriaosuudessa käsiteltiin ruokalistojen suunnittelua, elämyksen tuottamista, lähiruokatuotteen vahvuuksia, lähiruoan tarjoajia Naantalissa ja Varsinais-Suomen ruokakulttuuria.

Opinnäytetyö oli luonteeltaan toiminnallinen. Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää Varsinais-Suomen alueelta mahdollisia lähiruoantuottajia, joita Naantalin Kultaranta Resort Oy voi hyödyntää suunnitellessaan ravintolansa ruokalistoja. Vakioasiakkaille ja henkilökunnalle suunnatussa kartoittavassa haastattelussa selvitettiin heidän näkemyksiään lähiruoasta ja sen merkityksestä yrityksen imagolle.

Kehittämistyön tuloksena syntyi ravintolan käyttöön lista alueen lähiruokatuottajista sekä esimerkkiruokalista siitä, miten ravintola voisi tuoda esille lähiruokatuottajien tuotteita tarinan muodossa ja näin kasvattaa asiakastyytyvää ja luotettavuutta palvelujen tarjoajana. Haastattelun tuloksena oli, että asiakkaat pitivät erittäin tärkeänä lähiruokatuotteiden saatavuutta ravintolan ruokalistoilla.

ABSTRACT

Author(s): Väänänen Kaisa

Title of the Publication: Naantalin Kultaranta Resort Oy - Local food for restaurant menus

Degree Title: Bachelor of Hospitality Management

Keywords: Local food, food culture, menu design

This thesis is commissioned by Naantalin Kultaranta Resort Oy. The subject of this thesis was to support the company to utilize more local food in its restaurant menus.

The theoretical part of the thesis consists of the planning of menus, the production of experiences, the strength of the local food suppliers in Naantali and the Southwest food culture.

The thesis was of a functional nature. The purpose of the thesis was to discover potential local food producers from Southwest Finland, which Naantalin Kultaranta Resort Oy can use when planning their restaurant menus. In a survey interviewing regular customers and staff, they explain their views about the local food and its significance to the corporate image.

As a result of the development work, a list of local food producers in the restaurant was established. At the same time, there was an example list of how a restaurant could bring products from local food producers in the form of a story. This will improve customer satisfaction and reliability as a service provider.

The result of the interview was that customers attach great importance to the availability of local food products in restaurant menus.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	1
2 KULTARANTA RESORT OY: N ESITTELY	3
3 LÄHIRUOKA VARSINAIS-SUOMEN ALUEELLA.....	6
3.1 Lähiruoka – pysyvä ilmiö	7
3.2 Lähiruoka vai luomuruoka	8
3.3 Lähiruokatuotteen vahvuuksia.....	9
3.4 Miten Suomessa markkinoidaan lähiruokaa.....	11
3.5 Ruokakulttuuri Varsinais-Suomessa.....	12
3.6 Lähiruokan tarjonta Naantalissa.....	14
3.7 Lähiruokatuottajia Varsinais-Suomessa	15
4 RUOKALISTOJEN SUUNNITTELU.....	18
4.1 Elämysten tuottaminen.....	19
4.2 Kestävä ruokalistasuunnittelu.....	20
4.3 Ruokalistasuunnittelua vuodenaikojen mukaan.....	21
5 KULTARANTA RESORTIN RUOKALISTAN KEHITTÄMINEN	23
5.1 Tutkimusmenetelmä	24
5.2 Alkukartoitus.....	25
5.3 Suunnittelu	26
5.4 Toteutus	27
5.5 Yhteenveto	28
6 POHDINTA.....	30
LÄHTEET	33

LIITTEET

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoitteena on lisätä Naantalin Kultaranta Resortin ravintolassa lähiruokatuotteiden käyttöä ja tuoda esille ravintolaa sekä markkinoida lähiruokatuotteiden käyttöä näyttävämmin ravintolan ruokalistoilla. Tavoitteena on saada enemmän asiakkaita ja tyytyväisyyttä ravintolan ruokapalveluihin sekä lisätä ravintolan kannattavuutta.

Tuotekehitystyö on erittäin tärkeä osa yrityksen toimintaa, jotta pystytään vastaamaan koveenevaan kilpailuun ja muuttuviin markkinoihin. Tuotteiden pitää olla kilpailukykyisiä alueen muihin ravintolapalveluihin nähden. Asiakkaat pitää tuntea ja ruokatarjonnassa kiinnittää huomiota siihen, mitä tarjotaan kenellekin ja milloin. Ruokalistojen suunnitteleminen on siis erittäin tärkeää sekä hyvin sesonkiluonteista. Tänä päivänä kuluttajat tietävät mitä haluavat ja millaisia ominaisuuksia elintarvikkeilta vaativat. Jos yritys ei pysty vastaamaan kuluttajien vaatimuksiin, on vaarana menettää markkina-asema alueella.

Opinnäytetyössä keskitytään tuotekehitysprosessin eri vaiheisiin. Tuotekehitysprosessi etenee alkukartoituksesta suunnitteluun sekä toteutukseen, minkä pohjalta työ etenee. Teoriaosuudessa käsitellään lähiruokaa myös yleisellä tasolla sekä lähiruokatuotteiden vahvuuksia. Lisäksi tutkin aihetta, millaista ruokakulttuuria ja tarjontaa on Naantalin ja Varsinais-Suomen alueella sekä miten saadaan kehitettyä Kultaranta Resortin ruokalistoja.

Tämä työ on toiminnallinen opinnäytetyö. Työn tarkoituksena on tuottaa lista, mitä lähiruokatuottajia on Varsinais-Suomessa ja Naantalin alueella? Mitkä lähiruokatuottajat ja -tuotteet tukevat parhaiten yrityksen liikeideaa? Mitä mahdollisuuksia uudistukset ruokatuotteessa tuovat ravintolalle? Miten uudistuksista markkinoidaan asiakkaille? Lisäksi kehitystyönä suunnittelen esimerkkiruokalistan, jossa huomioidaan lähiruokatuottajien tuotteet esille. Tarinoilla luodaan mielikuvia ja elämyksiä palveluun, samalla markkinoidaan ruokalistalla yrityksen yhteistyökumppaneita ja saadaan luotettavampi palvelutuote aikaiseksi.

Lähirooka on ajankohtainen, sillä kuluttajat ovat hyvin valistuneita ja ympäristötietoisia nykypäivän trendeistä. Lähirookatuotteiden käyttäminen vähentäisi ilmasto-kuormitusta sekä lisääisi ekologista ajattelutapaa. Lähirookaan liittyy mielikuvia ja ajatuksia sen terveellisyydestä, turvallisuudesta sekä tuoreudesta. Lähellä tuotettuja tuotteita arvostetaan enemmän kuin jalostettuja tuotteita. Ruoan alkuperä kiinnostaa valistuneita kuluttajia yhä enemmän. Tämän takia kannattaa herätä miettimään, mitä pienen yrityksen kannattaa tarjota ruokapalveluissa. Miten saadaan ruokapalvelut toimimaan kannattavasti ja kilpailukykyiseksi markkinoilla? Moni kuluttaja valitsee mieluummin lähirookatuotteita kuin jalostettuja, jos niitä vain on saatavana helposti tai on tarjolla ravintoloissa ruokalistoilla.

Aihetta ovat aiemmin jo tutkineet mm. Rautiola ja Törmä opinnäytetyössään Lähirooka mahdollisuutena, jonka selvityksen perusteella tärkein ostopäätöksiin vaikuttava tekijä on tuotteen tuoreus (Rautiola & Törmä 2011). Mäkipeska ja Sihvonen ovat tehneet teoksen Lähirooka nyt – trendistä maailmalle, jonka selvityksen pääpaino oli, millaisilla konsepteilla tehdään uusia kannattavia liiketoimintamalleja. Millaista lähirooan pitäisi olla, jotta kuluttajat sitä haluavat, ja miten jakelua voisi uudistaa niin, että kuluttajat saavat sitä. (Mäkipeska & Sihvonen 2010.) Maittila, Torrbacka ja Partanen ovat opinnäytetyössään Lähirooka lähemmäksi tehneet selvityksen edistää lähirooan näkyvyyttä ravintolaympäristössä markkinointiviestinnän keinoin. Tuloksena oli, että asiakkaat haluavat nähdä tuottajatarinoita. (Maittila, Torrbacka & Partanen 2011.) TNS-gallup on tehnyt oman selvityksen aiheesta Lähirooka kiinnostaa yhä enemmän – jäljitettävyyys ja kotimaisen ruoan arvostus kasvussa. Tuloksena on kotimaisen ruuan ja lähiruuan arvostuksen kasvu, ollaan palaamassa aitojen makujen ja perinteisten reseptien maailmaan. (Penttilä 2013.)

2 KULTARANTA RESORT OY: N ESITTELY

Toimeksiantajana on Naantalin Kultaranta Resort Oy (Kuva 1, 2.) Omistajina ovat Pekka Jokisuu ja Unto Turunen. Asiakaspaiikkoja ravintolassa on noin 150, ja kesällä terassi tuo 50 asiakaspaiikkaa lisää. Ravintolan pääravintola eli klubitalo on palvellut asiakkaita kahdeksan vuoden ajan. Koko alue on uudelleen rakennettua. Ensin on valmistunut golfkenttä ja sen ympärille on rakennettu ravintolapalveluja tarjoavat klubitalo sekä erilaisia majoitusvaihtoehtoja. Alue on vanhaa maatilaa pohjaa, merellisessä ympäristössä. Tilalle on jätetty vanhan navetan kivijalka, jonka uudisrakentaminen on tehty vanhaa jäljitellen. Miljö on kaunis. Kultaranta Resort toimii ympärivuotisesti, mutta pääsesonki on kesäaikaan. Ravintola on auki talvisin ainoastaan tilauksesta. Pääasiakasryhmät ovat golf-harrastajat, perheet, eläkeläiset, kesämatkailijat ja tilausasiakkaat. (Niinimaa, 2016.) Presidentin kesäasunto sijaitsee lähistöllä, noin 3 km Naantalin keskustan suuntaan, Kultaranta Resortista.

Nykyisellään on lähiruokatuotteita ravintolassa käytetty jonkin verran, mutta sen näkyvyys ja huomioiminen ruokalistoilta on ollut puutteellista. Maininnat raaka-ainesten tuottajista puuttuvat kokonaan. (Niinimaa, 2016.) Lähiruoka-ajattelutapaa ei ole tuotu lähelle asiakasta. Näin asiakkailta ei ole kuvaa, mistä raaka-aineet ovat peräisin.

Aikaisempina vuosina ravintolassa on ollut erilaisia ravintolakonsepteja, kuten esimerkiksi italialaistyypinen ravintola, Fine dining tyylinen ravintola, lounasta ja päivällistä on tarjottu buffeesta ja yhtenä kesänä Kultaranta Resortin ravintola toimi grilliravintolana. (Niinimaa, 2016.) Viime kesänä ravintolassa tarjottiin aamiainen, lounas ja a` la carte annoksia, pääasiassa lautasannoksina. Lisäksi tarjolla oli vitriinituotteita. Kokeilut eivät ole toimineet halutulla tavalla, ja näin haetaan vielä toimivaa käytäntöä ravintolan ruokatarjontaan.

Keskustelussa tammikuussa 2017 ravintolapäällikkö Tom Laaksosen kanssa hän kertoi ravintolan kesäkauden 2017 tulevasta ruokatarjonnasta. Ravintolaa on tarkoitus muuttaa bistrotyyliseksi ravintolaksi, jossa tunnelma olisi rennompi ja ym-

päristö viihtyisämpi kuin aikaisemmin. Ravintolassa tulee olemaan tarjolla aamiaisen ohella à la cartelista, missä tullaan tarjoilemaan ainakin pasta- ja hampurilaisannoksia.



Kuva 1. Kultaranta Resort Oy:n Pääravintola. Kuvaaja Kaisa Väänänen 2016.



Kuva 2. Kultaranta Resort Oy:n Pääravintolan nieriä-annos. Kuvaaja Kaisa Väänänen 2016.

3 LÄHIRUOKA VARSINAIS-SUOMEN ALUEELLA

Tässä luvussa käydään läpi lähiruokaan liittyviä määritelmiä. Avaan myös Varsinais-Suomen ruokakulttuuria sekä esittelen alueen lähiruokatuottajia.

Lähiruokatuottajan alkuperä, niiden tuottajat sekä valmistajat tiedetään. Se on lähellä tuotettua kotimaista ruokaa. Sen tuoreus, puhtaus, turvallisuus sekä lisäaineettomuus ovat erittäin hyvä vaihtoehto. (Mitä on lähiruoka? 2012.) Lähiruokaohjelma sisältää seuraavanlaisen määrittelyn: ”Lähiruokalla tarkoitetaan paikallisesti tuotettua ruokaa, edistäen oman alueen taloutta, työllisyyttä sekä ruokakulttuuria. Ne jalostetaan oman alueen raaka-aineista ja myös markkinoidaan sekä kulutetaan omalla alueella. Lähiruoka ja paikallisuus liittyvät jakeluketjuihin, yhteistyöhön toimijoiden välillä, maantieteelliset sekä sosiaaliset yhteydet tuottajien ja kuluttajien kesken”. (Lähiruokaa – Totta kai! 2013, 5.)

Lähiruokalla hyödynnetään alueellisia ruokaperinteitä sekä suositaan vuodenaikojen sesonkeja. Lähiruokatuottamisella kunnioitetaan ympäristöä ja säästetään luonnonvaroja. Koska tuotteilla on lyhyet kuljetusmatkat, ei näin tule ylipakkamista ja lisäksi elintarvikkeiden ravintoarvot säilyvät paremmin. Tuotteiden rikkoutumisriskit, laatutappiot ja käsittelyvirheet ovat pitkissä kuljetuksissa suuremmat. (Mitä lähiruoka on? 2015.)

Lähiruoka tarjoaa siis monenlaista hyötyä niin kuluttajille kuin tuottajille. Tällä uudella tulemisella asiakkaat innostuvat varmasti eri tavalla ravintoloiden ruokatarjonnasta. Lisäksi lähiruokatuottajat tarjoavat työllistymismahdollisuuksia alueella. Samalla saadaan entiset maaseututilat uudelleen eloon uusien viljelytuotteiden ja -menetelmien myötä.

Kuluttajien tietoisuus lähiruokasta on hyvin olemassa, eikä tänä päivänä hinta ole yksistään ostokriteeri. Puhtaus, tuoreus ja laatu ratkaisevat, mitä kuluttajat haluavat tänä päivänä syödä. Panostetaan omaan hyvinvointiin, jossa ruoan osuus on merkittävä. Lähiruoka voi olla myös elämys matkailijalle, kuten esimerkiksi maakuelämysmatkailu, joka on suosittu konsepti Ranskassa ja Italiassa.

Siellä paikallisesti tuotetut elintarvikkeet sekä ruoan maku kuuluvat oman ruokakulttuurin perinteisiin valmistustapoihin. (Åke 2012, 81–82.)

3.1 Lähiruoka – pysyvä ilmiö

Lähiruoka on trendikästä, ja se on saamassa vahvaa jalansijaa maailmalla sekä kotimaassa. Lähiruoka ei ole pelkästään trendikästä, vaan siitä on muodostumassa pysyvä ilmiö. Pienet tuottajat tuovat markkinoille uusia makuelämyksiä. Lähiruoka-ajattelu tukee pienten ja paikallisten tuotantojen kehittymistä, maaseudun uusia mahdollisuuksia sekä kestävästä kehitystä. Näin saadaan luotua uusia työpaikkoja alueille. Markkinoilla on kasvupotentiaalia, koska lähiruokalle on kova kysyntä. Lähiruoka tarjoaa luonnollisesti tuoreutta ja korkeaa laatua vastineeksi hinnalle. (Luomu- ja lähiruoka, 2011.)

Maa -ja metsätalousministeriö on käynnistänyt Hallituksen lähiruokaohjelman kehittämisen vuoteen 2020 mennessä. Sen tavoitteena on nostaa lähiruoan kysyntää, tuotantoa sekä jalostusastetta. Myös neuvonnan avulla tuetaan elintarvikejalostuksen ja myynnin paranemisen mahdollisuuksia. Tavoitteena on saada aikaan lähiruoan hankintaosaamista sekä laadullisia kriteereitä hankintojen osalta, lisätä alkutuotannon kehittämistä, yhteistyön tiivistämistä sekä toimijoiden arvostusta. Ohjelmassa korostetaan lyhyitä jakeluketjuja sekä lisäksi toimijoiden määrän vähenemistä ketjussa. Lähiruoan raaka-aineet tulevat oman alueen maakunnasta tai pienemmältä alueelta. Elintarvikealan erikoistuotteet ovat merkittävimmät lähialueiden markkinoilla. (Lähiruokaa – totta kai! 2013, 7.)

Kulutuskäyttäytyminen näkyy lähiruoan ostokäyttäytymisenä. Lähiruokaa suosivat erilaiset eettisen kulutuksen ryhmät sekä kuluttajat, jotka aikovat lisätä lähiruoan kulutustaan tulevaisuudessa. Markkinoiden nopeampi kasvu, saatavuus ja tunnettavuus edellyttävät merkittävien toimijoiden ja vahvojen brändien aseman vahvistumista markkinoilla. (Luomu- ja lähiruoka, 2011.) Lähiruokakulttuurin kehittäminen mahdollistaa erityisen merkityksen markkinoilla. Siihen tarvitaan innovatiivisia, trendikkäitä sekä intohimoisia makuelämyksien tuottajia ja viestinnän ammattilaisia Suomessa. Lähiruoan tulisi olla saatavilla kaikille suomalaisille kuluttajille,

eikä vain tietyille pienryhmille. Lähiruoan lisäämistä sekä neuvontaa siirtämällä kulluttajille saadaan erilaisia näkökulmia ruokavalinnoille. (Åke 2012, 83.)

Ulkomaalaiset ovat kiinnostuneita suomalaisesta lähiruoasta, varsinkin kalasta, marjatuotteista ja riistasta. Turistit arvostavat suomalaista perinne- ja lähiruokaa. Matkailuyrittäjän kannattaa tuotteistaa palvelunsa pidemmälle ja verkostoitua paikallisten yritysten kanssa. (Suomalainen lähiruoka houkuttaa turisteja 2013.)

RUOKA & MATKAILU -hankkeessa on selvitetty, kuinka tärkeää on ruokamatkailu ja miten tähän tulee panostaa. Ruoka on nouseva trendi, johon on hyvä liittää meidän neljä vuodenaikaamme. Ravintoloiden tulisi keskittyä siihen, mitä osataan parhaiten, ja luottaa yksinkertaisuuteen sekä hyvään makuun. Unohdamme välillä, että suomalaisuuteen kuuluvat myös puurot ja kiisselit, järvikaloista puhumattaakaan. Näiden käyttöä tulisi hyödyntää enemmän. Kala on suosittua niin lapsiperheissä, kuin kaikissa matkailijaryhmissä. Ruoan terveellisyyteen ja turvallisuuteen luotetaan. Pitää uskaltaa tarjota päivittäin vaihtuvia menuja ja tehdä sitä, mitä saadaan keittiöön. Jos matkailukohteessa on jokin teema, sen pitää myös näkyä kaikessa, ruoan esille laitossa, miljöössä, ruoassa itsessään sekä kattauksessa. Pitää muistaa antaa asiakkaille sitä "wow"-elämystä. Tärkeimpänä pidetään ruoan makua, se pitää muistaa. Ruokaan yhdistetään lisäksi ruokajuomat, näihin kannattaa panostaa sekä muistaa ohjata asiakkaita päätöksissä. Juomat liitetään ruokakulttuuriimme voimakkaasti. (HAAGA-HELIA tuottaa Suomelle ruoka & matkailu strategian, 2014.)

3.2 Lähiruoka vai luomuruoka

Lähiruoka tuotetaan paikallisesti, se on puhdasta ja tuoretta, eikä siinä ole lisäaineita. Lähiruoalla ei ole tarkkaa määritelmää. Se voi olla luomua sekä luomu voi olla lähiruokaa. Lähiruoka kuvastaa, missä tuotetaan, ja luomu, miten tuotetaan. Luomutuotannon kriteerit määrittelee EU, eikä tuotannossa käytetä kemiallisia torjunta-aineita, lannoitteita eikä lisäaineita. Lähiruoan katsotaan olevan lähellä tuotettua ruokaa, koska virallista määritelmää ei ole. Kuitenkin sen tulee noudattaa kestävän kehityksen periaatteita. Ominaista lähiruoalle on sen kausiluonteisuus,

mitä on tarjolla, sitä syödään. Lähiruoka on ekologista, se on lähellä tuotettua, eikä kuljetusmatkat ole pitkiä. (Lähiruoka ja luomu 2015.)

Luomutuotannossa tuotetaan luonnonmukaisin valmistusmenetelmin maataloustuotteita, jotka eivät ole ihmisen terveydelle eikä hyvinvoinnille vaarallista. Lisäksi kasvit, eläimet sekä ympäristö eivät vaaranna luomutuotannossa. Turvatakseen peltojen kasvisuojelun ja ravinnetaseen käytetään eloperäisiä lannoitteita. Luomumerkkiä saa käyttää, mikäli vähintään 95 % on luonnonmukaisesti tuotettuja raaka-aineita. Evira valvoo ja ohjaa luomutuotantoa, sekä tuottajia että toimijoita. (Mitä luomu on? 2017.)

Eroavaisuudet liittyvät luomun ja lähiruoka tuotannon sijaintiin läheisesti. Sijainti ei ole merkitsevä tuotannossa, vaan keskeistä on luonnonmukaisuus tuotantomenetelmissä. Aluetaloudellinen näkökulma liittyy vahvasti lähiruoka-ajatteluun, se ei voi tulla maan rajojen ulkopuolelta. Varallisuus kuluttajilla on lisääntynyt, ja tietyt kuluttajat etsivät kulttuurista yhteyttä maaseutuun, esimerkiksi eettisen kulutuksen ryhmät. Kuluttajien tietoisuus lisääntyy, käytetään enemmän turvallista lähiruokaa sekä tehdään tietoisia elintarvikevalintoja. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6.)

3.3 Lähiruokatuotteen vahvuuksia

Lähiruoka vahvuutena on kotimaisuus, johon yhdistetään paikalliset raaka-aineet ja tuotteet. Kuluttajia kiinnostaa tänä päivänä lähiruoka, luomu, terveellisyys, lisäaineettomuus sekä ympäristö. Taloustutkimus on tehnyt Suomi Syö 2010 -tutkimuksen, jonka mukaan 67 % pitää lähiruokaa kotimaisena. Lisäksi tuotanto on kuluttajan lähellä, toimintatavat sekä tuotteiden alkuperä tunnetaan. Elintarviketeollisuudella ja paikallisella raaka-ainetuotannolla on työllisyyttä edistävä vaikutus alueella. Suomessa elintarvikeyrityksiä on noin kaksituhatta, joista pieniä paikallisia toimijoita on 85 %, ja ne työllistävät alle kaksikymmentä henkilöä. Teollisuudessa on kolmekymmentäviisituhatta ja elintarvikeketjussa kolmesataatuhatta työntekijää, nämä ovat merkittäviä työllistäjiä Suomessa. Yli 80 % tuotteiden raaka-aineista on kotimaista alkuperää. Tällä varmistetaan elintarvikeketjun me-

nestyminen kotimaisessa alkutuotannon jatkumisessa. Kuluttajat tekevät vastuullisia päätöksiä, valitaanko kotimaisia tuotteita. Yhdellä lisäeurolla syntyy maamme tuhat viisisataa uutta työpaikkaa vuodeksi. Kaupoille on tärkeää pienet tavarantoimittajat sekä monipuolinen tarjonta. Lähtökohtana on lähiruokatuotteessa sen herkullinen maku, tuotannon eettisyys sekä ympäristöarvot. Nykyään on pieniä kuluttajaryhmiä, jolle ruoan alkuperällä on merkitystä. (Paikallisuus käsittelee yhteisön hyvinvointia lähiruokaa laajemmin 2017.) Elintarvikealan asiantuntija ETM Minna Kanten on arvioinut keväällä 2011 lähiruoan päivittäistavara-kaupan myynnin osuuden olevan 8 %, joka tarkoittaisi vuositasolla 960 miljoonan euron myyntimäärää. (Luomu- ja lähiruoka 2013).

Lisäarvoa laatutyöstä -hankkeessa, joka oli toteutettu 2008 – 2010, tehtiin kysely, jossa oli selvitetty vastuullisuuden tärkeyttä sekä ruokaketjun toimijoille että kuluttajille. Kyselyyn vastanneista yli 90 % oli pitänyt tärkeänä, että Suomessa on tulevaisuudessakin kotimaista lihantuotantoa. Melkein saman verran vastaajista tukee elävää maaseutua ostaessaan kotimaista ruokaa. Lisäksi lähialueen elintarvikkeita käyttää noin kolme neljästä kyselyyn vastanneista. (Paikallisuus käsittelee yhteisön hyvinvointia lähiruokaa laajemmin 2017.)

Vahvuudeksi voidaan luokitella ruokamatkailu. Siinä päämotiivina on elämysten tavoittelu. Se tarjoaa mahdollisuuden tutustua kulttuureihin, makuihin ja elämäntapoihin. Paikallisruoka tulee nähdä mahdollisuutena oman maakunnan profiloitumisessa. Matkailuyritysten sekä matkailukohteiden tulisi nähdä ruoka osana kokonaislaatua. Usein matkailijat arvioivat matkakohteita ruoan kautta, vaikka kyseessä ei olisikaan ruokamatkailu. Eri alojen toimijat, kuten ruoka, luovat alat, matkailu, hyvinvointiyrittäjyys sekä elämysteollisuus, tukevat hyvin toisiaan. Samalla lähiruoka toimisi eri toimialojen yhdistävänä tekijänä. (Lähiruokaa – totta kai! 2013, 16.)

Suomi tunnetaan puhtaista luonnonvaroista. Täällä tuotetaan laadukasta ja puhdasta ruokaa. Elinkeinotoiminnassa ovat luonnontuotteet kestävän kehityksen mukainen mahdollisuus. Maaseudun vahvuuksiin perustuvat luonnontuotteiden talteenotto sekä jatkojalostus. Useista luonnontuotteista on löydetty arvokkaita ominaisuuksia ja niistä on kehitetty uustuotteita. Mutta kaikkea ei ole vielä osattu hyö-

dyntää kunnolla. Marja, sieni- ja yrttilajeja on monipuolisesti, ja ne tarjoavat mahdollisuuksia lähiruokaan, erikoistuotemarkkinoille sekä matkailupalveluihin. Ruokakulttuurimme antaa vahvaa lisäarvoa ruokaketjulle, sillä kuluttajien arvostus nousee lähiruoan ja sen tekijöiden keskuudessa. Ravitsemus- ja ruokakasvatus luovat pohjaa elämän kestäville ruokavalinnoille. (Lähiruokaa – totta kai! 2013, 23.)

3.4 Miten Suomessa markkinoidaan lähiruokaa

Jakeluun, tuotantoon ja markkinointiin tarvitaan innovaatioita, vaikka malleja on jo kehitetty. Tuottajia löytyy internetin välityksellä, esimerkiksi Osta tilalta. LähiPro Oy, Viestilehdet ja MTK ovat pyrkineet edistämään lähiruoan jakelua ja markkinointia kehittämällä Ruokaa Suomesta -sivuston. Markkinoinnissa ja lähiruoan saatavuudessa on vielä kehittämistä. (Lähiruoan markkinointiin uusia innovaatioita, n.d.)

Lähiruokaa tuodaan esille kokemusten ja elämysten kautta. Maaseutumatkailussa pitäisi hyödyntää paremmin tuotteistamisen elämysajattelua. Lähi tuotteiden hyödyntäminen vaatisi lisää strategisia kumppaneita ja elintarvikeyrityksiä aktiiviseen vuorovaikutukseen sekä paikallisten ruokatuotteiden esille tuomista maaseutumatkailussa. Maaseutumatkailuun on liitetty erityisesti luonnontuotteet, hyvä maku sekä ruokaketjun läpinäkyvyys. Lähi tuotteita hyödynnetään jossain määrin maaseutumatkailussa, mutta markkinointimahdollisuus on vähäistä. (Lähiruoan markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittiöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin 2003.)

Vähittäiskauppa on haasteellisin markkinointikanava, sillä siinä joutuu markkinoidaan tuotetta ensin vähittäiskauppaan ja sitten vielä kuluttajille. Logistiikka on tärkeässä roolissa, mutta ei vielä ole niin toimiva. Se nostattaa markkinoinnissa monia kysymyksiä esille. Suurkeittiöt sekä kunnalliset ateriapalvelut ovatkin potentiaalisempia markkinointikanavia pienyrityksille. Lisäksi suurilla myymälöillä ovat paremmat mahdollisuudet ottaa valikoimiin paikallisia erikoistuotteita. (Lähiruoan markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittiöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin 2003.)

Verkostoinnilla saadaan logistinen ketju toimivaksi. Mahdollisuuksia löytyy lähiruuan tukkutoiminnan uudelleenjärjestämisestä. Toiminnalla on tarkoitus saada toimitusvarmuutta sekä volyymia riittävästi, ja se toteutuu ainoastaan tuottajayhteisön kautta. Lisäksi on kehitteillä logistiikkajärjestelmiä, joihin myös verkko-kauppa ja kotiinkuljetus on yhdistetty. Samalla vähenevät välikädet paikallisilta ja seudullisilta toimijoilta. Tällä saavutetaan kustannustehokkaita pientilojen toimituksia sekä jakelua. Suomessa on tarvetta lisätä markkinointi- ja liiketoimintaosaamista tuotannosta kuluttajaan. Kaksi uudenlaista liiketoimintakonseptia vuonna 2011 on Sitra tuonut markkinoille. Tällä pyritään helpottamaan kuluttajien lähestymistä lähiruokatuotteisiin. Samalla pyritään ratkaisemaan logistiikan ja jakelujärjestelmien haasteita. Suomen Aitokauppa on ensimmäisenä avattu vuonna 2011 Helsinkiin. Sitran toinen liiketoimintakonsepti on Suomen Luomutukku Oy. Se tarjoaa ammattikeittiöiden hankintaan helpottavia palveluja. (Luomu- ja lähiruoka 2013.)

3.5 Ruokakulttuuri Varsinais-Suomessa

Jokaisella maakunnalla on oma ruokakulttuurinsa. Nykypäivänä sen esille tuominen on erittäin tärkeää. Matkailijat, kotimaiset sekä ulkomaalaiset, haluavat kokea jotain ikimuistoista matkasta. Se voi hyvin olla ruokamuisto. Ihmisillä on halu kokea uusia elämyksiä, kuulla tarinoita sekä tietää, mistä ruoka tulee ja miten se on tehty.

Ruokakulttuurin professori, Johanna Mäkelä Kuluttajatutkimuskeskuksesta, kertoo oman näkemyksensä ruokakulttuurista. Ruoka on kulttuuria, se kertoo miten ja mitä syömmme Suomessa. Suomalaiseen kulttuuriin kuuluvat osana ruoka ja kansakunnan historia. Ruoka on siirtynyt sukupolvelta toiselle ja se on jokapäiväistä elämää. Elämme erilaisista ruokakulttuurin tuotteista. Näihin tuotteisiin kuuluvat ruoka, syömisen käytännöt ja ruoan valinnat unohtamatta identiteettiä. Erilaisia näkökulmia on yhtä paljon kuin toimijoita tai alaa tutkivia tieteenaloja ruokakulttuurissa. Suomalaiseen ruokakulttuuriin syömiseen ja ruokaan liittyviä erilaisia näkemyksiä on, mutta ne elävät sopusoinnussa. Kaikki muutokset, joita yhteiskunnassamme tapahtuu, vaikuttavat myös ruokatottumuksiin ja ruokatapoihin. Muutoksia tulee ja menee, joten se on ikuista. Samalla ruokakulttuurimme muuttuu ja elää.

Sitä on modernisoitava, luotava uutta, käytettävä luovuutta ja kekseliäisyyttä sekä halua kokeilla. Näin perinteet ja uusi sekoittuvat keskenään. (Ruoka on kulttuuria 2010, 2–16.)

Suomalaisen ruokakulttuurin määritelmä on laaja-alainen, persoonallinen sekä elävä kokonaisuus. Omilla ruokavalinnoilla luodaan ruokakulttuuria. Kaikki se, mitä ja miten syödään, kuvaa meidän historiaa, kulttuuria, identiteettiä, yhteiskuntaa sekä suomalaista luontoa. Suomalaisia ruoan makuja saadaan lukuisista yhdistelmistä sekä maailmalta saapuvista uusista tuulista. Ruokien makua ilmaistaan eri tavoin. Toiset pitävät pohjoisen puhtaista luonnon mausta ja toiset taas ilmaisevat ne mauttomaksi mössöksi, ääripäitä ilmaisevia sanontoja on. Tarinoiden lähteitä syntyy erilaisista juoma -ja ruokakulttuureista, alueellisista kulttuureista, juhlista ja sesonkiajoista, ruokalajeista sekä pöytätaivoista. Voimme itse olla tarinoiden kertojia ja rakentajia. Vaikutamme kuluttajina, ruokien valmistajina, keskustelijoina, sekä ravintoloiden asiakkaina suomalaiseen ruokakulttuuriimme. Luodaan kokonaisvaltaisia elämyksiä, joita raaka-aineista valmistamme, ostettavia sekä syötäviä tuotteita. On ruoka-alan ammattilaisia, jotka välittävät ja tuottavat tietoa ja taitoa ruokakulttuuriimme. (Ruoka on kulttuuria 2010, 17–25.)

Vuodenajat antavat oman rikkautensa suomalaiseen ruokakulttuuriin. Aterian sisältö, ja ruuan laatu, kertovat arvoista ja varallisuudesta. Miten Suomessa syödään, milloin ja mitä kertoo meidän kulttuurista, sijainnista, historiasta, luonnosta, yhteiskunnasta sekä identiteetistä. Kulttuurille ominaista ovat perusraaka-aineet, erilaiset mausteet sekä valmistustavat. Ruokaan kuuluu vahvasti sosiaalisuuden merkitys, yhdessä oleminen. Sukupolvelta toiselle annetaan tietoa, taitoa, ja tapaa luoda omaa ruokakulttuuria. (Mistä ruokakulttuuri koostuu? 2017.)

Varsinais-Suomi sijaitsee lounaisessa Suomen kolkassa Saaristomeren rannikolla. Näistä kahdestakymmenestäseitsemästä kunnasta suurimpia ovat Turku ja kesäisin Naantali. Varsinais-Suomi toimii Suomen porttina länteen, sijaintinsa nähtäessä, ja on tärkeä kansainvälinen tekijä Itämerellä. (Maakunta, n.d.) Varilimppua valmistetaan Varsinais-Suomessa, se on myös Varsinais-Suomen maakuntaleipä, jota on leivottu aiemmin juhlapyhiksi. Satojen vuosien ajan ovat maanviljelys ja kalastus luoneet ruokataloudelle pohjaa. Maakunnan viljelijät aloittivat ensimmäisten joukossa sokerijuurikkaan, rypsin, tomaatin, kasvihuonekurkun, mansikan,

sekä varhaisvihannesten viljelyn. Varsinais-Suomalainen ruokakulttuuri on saanut vaikutteita myös Ruotsista, Tanskasta ja Saksasta. Varsinais-suomalaisten ruokapöydissä silakka on kuulunut ruokavalioon. Silakkaa on laitettu suolattuna, paisuttuna, perunoiden päällä keitettynä sekä hiillostettuna. Muita kaloja on käytetty kalasopassa, kuten haukea, ahventa ja siikaa. Syksyisin on tehty silakka-omeletteja. Kalanviljely on nykyäänkin merkittävä elinkeino Varsinais-Suomen saaristossa. Kirjolohi, jota merialtaissa kasvatetaan, on löytänyt suomalaisten ruokapöytiin. (Maakuntien ruokaperinteitä 2015.)

Varsinais-Suomalaista ruokaperinnettä kunnioitetaan 13 – 15.4. teemapäivillä. Silloin on päiväkodeissa ja kouluissa perinteiset raaka-aineet ja maut esillä. Teemapäivinä ruokalistoilla on sianlihaa eri muodoissa, silakkaa, viljatuotteita sekä kotimaisia juureksia. Asiakkaille esitellään perinteisiä makuja sekä muistutetaan, millaisella ruoka-alueella he asuvat. Varilimpun tilalle on noussut tumma ja makea saaristolaisleipä. Erilaiset leivät ovat parhaimmillaan alueellista perinnettä. Ruokakulttuuri on muuttunut aikojen saatossa, ja sitä halutaan uudistaa monin tavoin. Ruokien nimet eivät välttämättä viittaa perinneruokiin, mutta niissä on käytetty varsinaissuomalaisia elementtejä, kuten esimerkiksi piparjuurta. (Varsinaissuomalaista ruokaperinnettä kunnioitetaan teemapäivillä 2016.)

3.6 Lähiruoan tarjonta Naantalissa

Tässä luvussa olen selvittänyt, mitä kilpailijoita Naantalin Kultaranta Resortin ravintolalla on lähialueella. Naantalin rantaravintolat sijaitsevat Kultaranta Resortista neljän kilometrin päässä. Rantaravintoista Trapi kertoo ruokalistoillaan olevien kalaruokien pääraaka-aineen tulevan Rymättylästä ja Airiston saaristosta. Alueella oleva Höyrylaiva s/s UkkoPekka markkinoi kotisivuillaan toisenlaisesta ruokaelämyksestä. Risteilyllä on mahdollisuus nauttia saaristolaisherkkuja sekä savukalaa. (Naantalin virallinen matkailusivusto, n.d.) Ravintola Pohjakulma sijaitsee Kultarannasta 15 minuutin ajomatkan päässä Rymättylän suuntaan. Se tarjoaa ravintolassaan saariston lähiruokaa, luomuperunoita ja saaristolaislimppuja sekä perinteisin reseptein kotiruokaa. (Ravintola Pohjakulma 2017). Louhisaaren kartano tarjoaa perinneruokalounasta, leivonnaisia sekä Louhisaaren juomaa. Kartanon

ravintola sijaitsee Naantalın Kultaranta Resortista 20 kilometrin päässä. (Louhisaaren kartano 2014.)

3.7 Lähiruokatuottajia Varsinais-Suomessa

Olen koonnut muutamia lähiruokatuottajia Varsinais-Suomen alueelta, tästä on Liite 1. erillisenä taulukkona. Tämä sisältää sellaisia alueen lähiruokatuottajia, joista Naantalın Kultaranta Resort Oy voisi parhaiten hyötyä omassa ravintolan liiketoiminnassaan.

Koskis – Kosken kartano, luomukarjatila, josta saa lihalajitelmat ja makkarat. Tuotteita saa tilalta 2 – 3 kertaa viikossa, perjantaisin tai haluamasi viikoppäivänä. Tuotteita saa joko noutamalla itse tilalta tai ne kotiin kuljetetaan. Yritys sijaitsee Naantalın Kultaranta Resort Oy:stä noin 120 km Tammisaaren suuntaan. (Koskis-Kosken Kartano, 2015.)

Meinikkalan tila, varhaisperuna, kesä- ja syysperuna. Päätuotteiden lisäksi on laaja valikoima juureksia, kuten porkkanaa, palsternakkaa, punajuurta, sipulia, keltajuurta, lanttua sekä naurista. Tuotteita on saatavilla koko sesongin ajan. Suuremmat tilaukset toimitetaan perille aina Turun alueelle asti, tai noudetaan paikan päältä, vähintään kaksi tuntia tilauksesta. Tila sijaitsee Naantalın Kultarannasta 26 kilometriä Rymättylän suuntaan. (Meinikkalan tila – sydämellä tuotettu 2013.)

Saariston savutuote Oy, yritys valmistaa omin reseptein lämmin- ja kylmäsavukalatuotteita. Kalat Saariston savutuote hankkii paikallisilta kalastajilta sekä kalastamista. Tuotteita on saatavilla Markon Herkkulaavusta perjantaisin, lauantaisin ja sunnuntaisin. Tuotteet haetaan paikan päältä. Markon Herkkulaavu sijaitsee Naantalın Kultaranta Resortista noin 1,5 km päässä päätien risteyksessä. (Saariston Savutuote Oy, n.d.)

Livonsaaren leipomo, saa luomua ja lisäaineetonta käsintehtyä leipää. Ruisleipää, ranskalaistyylistä vaaleaa levain-leipää, saaristolaisleipää, pähkinäistä

spelttileipää, runsaasti siemeniä sisältävää Puolukkapoika vuokaleipää, Tattarainen luomuleipää sekä super- suosittua Tattarinäkkileipää. Leipiä saa paikallisilta K- sekä S-marketeista, joiden tiedot löytyvät helposti omilta nettisivuilta. Lisäksi voit tilata Tattarinäkkileipää Ruokaa Suomesta -verkkokaupasta. Yritys sijaitsee Kultaranta Resortista 23 kilometrin päässä Merimaskussa. (Livonsaaren leipomo 2017.)

Oy Roberts Ab on suomalainen yli 100 vuotias elintarvikealan perheyrittäjä Turussa. Yritys on erikoistunut korkealaatuisiin marjatuotteisiin, hilloihin, marmeladeihin sekä täytteisiin. Robertsberrie sarjaan kuuluvat Päivän supermarjat, Päivän tehomarjat sekä Päivän muumimarjat. Robertsberrie tuotteet valmistetaan puhtaista Suomen pohjoisen marjoista. Tuotteita voit tilata suoraan myyntipalvelusta tai yrityksen omilta verkkosivuilta. Tuotteet toimitetaan postin kautta, lisäksi voit aloittaa jälleenmyyjäksi ja edustajaksi tuotteille. (Roberts n.d.)

Hanhialan tila, päätuotteita ovat savustettu kalkkuna, kalkkunafilerulla, kalkkunamakkara, kalkkunanakki, sekä kalkkunahyytelö. Lisäksi tilalla on kausiluonteisesti tarjolla herneitä sekä perunaa, lisäksi sokerimaissia. Tuotteiden tilaaminen käy helposti puhelimella tai verkkolomakkeen kautta joulun aikaan. Tila sijaitsee Paimion keskustan tuntumassa Preitilässä, johon on Kultaranta Resortista matkaa 48 kilometriä. (Hanhialan Tila 2016.)

Salmensuun tila tarjoaa Sauvossa kasvatettua lihakarjaa. Siitä saadaan maukasta pihvilihaa. Päärotu tilalla on Hereford, mutta risteyksissä käytetään Aberdeen Angus -rotua. Päärotu Herefordit viettää kesänsä luonnonsuojelu- ja natura-alueilla. Tilalla on oma tilapuoti, josta tuotteita myydään. Kesäkaudella kesäkuusta elokuuhun avoinna klo 13 – 18 sekä syyskaudella syyskuusta toukokuun loppuun klo 16 – 18. (Salmensuun tila 2017.)

Mikkolan lammastila tuottaa karitsanlihaa ympäri vuoden. Lampaat ovat suomenlampaita, ja tuotannossa käytetään texelpässiä isärotuna. Lampaat laiduntavat suojavaiohyökköillä ja apilanurmilla. Lisäksi on saatavilla Lammassbratwurstia. Tilaukset ja tiedustelut tehdään sähköpostin kautta. Tila sijaitsee Naantalissa Kultaranta Resortista 67 kilometriä Salon suuntaan. (Mikkola n.d.)

REKO – Lähiuokarengas, löytyy useista kunnista, myös Naantalissa on oma pisteensä. Tämän kautta saat lähiuokatuotteita suoraan tuottajilta, ilman välittäjiä. Tilaukset tehdään suljetun Facebook-ryhmän kautta, nouto pisteeltä sovittuna ajankohtana. (REKO-lähiuokarengas, 2017.)

4 RUOKALISTOJEN SUUNNITTELU

Ruokalistojen suunnitteluun vaikuttaa yrityksen liiketoiminnan perusta, jonka pitää vastata kenelle, mitä ja miten. Idean tulee olla kannattavaa ja vastata omistajien, ympäristön sekä asiakkaiden tarpeisiin. Ruokalistojen suunnittelu on jatkuvaa tuotekehitysprosessia, mikä mahdollistaa laadukkaan ruokapalvelun asiakkaalle sekä keittiölle tehokkaan toiminnan. Pohjana käytetään yleensä ravitsemussuosituksia, asiakaspalautteita, vakioruokaohjeita sekä aiempia ruokalistoja. Asiakkaita voidaan ohjata täyttämään ravitsemussuositukset syömällä oikein. (Ruokalistasuunnittelu 2006.)

Ruokalista on liiketaloudellinen kohde, jolla ravintola yrittää kasvattaa ruokamyyntiä, varmistamaan kannattavuutta sekä tuottavuutta. Siihen on kätkeyty ravintolan liikeidea. Ruokalistan päämääränä on viestiä ravintolan sekä kuluttajien välillä. Samalla se toimii asiakkaiden houkuttelun välineenä, sekä markkinointi- että myyntivälineenä. Oli ruokalista millainen tahansa, se tarjoaa asiakkaille tarinoilla sekä informaatiolla viihteellistä sisältöä. Ruokalistoista heijastuu ja tiivistyy ravintola-henkilökunnan osaaminen. Yleensä se on keittiömestarin ideoima. Se on voinut syntyä ulkomaan matkalta tai vanhasta reseptikirjasta, samalla se ylittää paikallisuuden sekä ajallisuuden. Ruokalistan voi laatia yhdessä keittiöpäällikkö sekä ravintolapäällikkö. (Heikkinen 2012, 48–49.)

Suunnittelussa tärkeimmät lähtökohdat ovat terveelliset raaka-aineet, oikeat valmistustavat, ruokalistakierto, asiakasryhmän tunteminen ja asiakaslähtöisyys. Asiakkaat luottavat siihen, että ammattikeittiöt tekevät terveyttä edistävää ruokaa. Myös ruokalistojen kierto on järkevää suunnitella hyvin, jotta saadaan tarjontaan vaihtelua. Ruokalistasuunnittelussa olisi hyvä huomioida juhlapyhät ja vuodenajat. Ateriat tulisi suunnitella maun, värin ja rakenteen mukaan niin, että ne ovat houkutteleva kokonaisuus. (Ruokalistan suunnittelu, n.d.)

Suomalainen ruokakulttuuri tunnetuksi, Suomen ruokatietojen julkaisussa (2006) on koottu työn helpottamiseksi ajatuksia menu suunnitteluun, kattaukseen, ko-

koustarjoiluun sekä esimerkkejä ruokatarinoista. Houkuteltavuutta pöytään saadaan erilaisilla väreillä, kuten oransseilla ja vaalean punaisilla, ruskeilla ja vaalean vihreillä sekä keltaisilla väreillä. (Ruokalistasuunnittelu 2006.)

4.1 Elämysten tuottaminen

Elämys on enemmän kuin mukava ja miellyttävä. Se on tuotteistettu kokemus, joka on suunniteltu asiakaslähtöisesti ja räätälöitävissä asiakkaiden yksilöllisten tarpeiden mukaan. Elämyksellisestä tuotteesta löytyy aitoutta, tarinoita, vastakohtia, moniaistisuutta, vuorovaikutusta sekä yksilöllisyyttä. Näillä saadaan asiakkaille omien kokemusten, kiinnostuksen ja oppimisen kautta luotua elämyksiä. Samalla se tarjoaa hyviä henkilökohtaisia oppimiskokemuksia. Tärkeintä palvelussa on, mitä ja miten tarjotaan sekä millaista kokemusta halutaan saada aikaan asiakkaalle. (Palvelusta elämykseksi työkalut 2010.)

Elämyksiä luodaan tarinoiden avulla. Jokainen asiakas kokee elämyksen eri tavalla. Kilpailijoihin nähden etuna on se, että on toteutettu ja luotu hyvä ja aito tarina tuotteen ympärille. Elämyksen antamisessa on tuotteen ainutlaatuisuus ja ainutkertaisuus, tarinat tekevät palvelusta elämyksen, joka vetoaa tunteisiin. Palvelumuotoiluun ja matkailupalvelujen tuottamiseen liittyvät tarinat ja elämykset. Elämyskolmio LEO auttaa suunnittelemaan yrityksellesi oikean tarinan. (Miten luodaan elämyksiä? 2011.) Tarinoissa voi käyttää esimerkiksi alueen historiaa ja siihen kuuluvia entisajan henkilöitä.

Ravintoloilla ja matkailuyrityksillä on valtavat mahdollisuudet tuoda esille sadullista ruokaelämystä. Matkailuyrittäjillä on lupa tuoda omia kokemuksiaan, tositarinoita sekä henkilökohtaisuutta esille tarinan muodossa, esimerkiksi ruoan esillepanossa. Tarinoilla tuodaan esille aitoutta, inhimillisyyttä ja merkitystä sekä samaisutetaan kokemukseen. Lisäksi tarinat voivat kertoa lähiruoan nostalgiaa ja perinteistä. Tarinoiden elementteinä voi olla puhtaus ja ekologisuus, sekä luonto että maaseutu. Yrittäjän omat kimmellukset ja työ voivat olla osa tarinaa. (Tarinallistamalla tehdään lähiruosta elämys 2012.)

Aitoja makuelämyksiä saadaan paikallisista kausivihanneksista ja kasviksista. Ihminen tunnistaa ja arvostaa elintarvikkeita, jotka ovat luonnollisia tuotteita. Perusaistimme, näkö, kuulo, tunto, haju ja maku, ovat aistiherkkiä. Perusaistien käytön säilyttäminen on erittäin tärkeää makumieltymysten kehittymisen takia. Jos emme tiedä, miltä perusraaka-aineet maistuvat, kuinka osaamme vaatia luonnollisia elintarvikevaihtoehtoja. Erotammeko teollisesti valmistetut raaka-aineet sekä niiden maut? On syytä jo pienille lapsille opettaa aistinvaraisia kokemuksia. Globalisaatio myös muuttaa luonnollisen maailmamme värejä, tuoksuja sekä kasvillisuutta, myös ilmasto saastuu sen mukana. (Åke 2012, 84–85.)

4.2 Kestävä ruokalistasuunnittelu

Kestävässä ruokalistasuunnittelussa tulee ottaa huomioon ympäristövastuullista ruokahävikin vähentämistä sekä valmistusmenetelmien ympäristövaikutuksia. Nämä saadaan toteutettua, kun parannetaan työmenetelmiä. Suositaan raaka-aineita, joilla on lyhyt toimitusketju, ja suunnitellaan ruokalistakierto niin, että raaka-aineita on mahdollista käyttää seuraavilla aterioillakin. Samalla vähennetään jätemääriä sekä kaikkia ympäristövaikutuksia. Pitkälle jalostetuilla energiapitoisilla tuotteilla on korkea ympäristökuormitus, ja näitä ei suosita terveydenkään kannalta. (Kestävä ruokalistasuunnittelu 2014.)

Kestävän ruokalistasuunnittelun monipuoliset raaka-aineet edistävät ravitsemusta ja luonnon monimuotoisuutta. Kestävässä ruokasuunnittelussa hyväksytään luonnollinen kausivaihtelu ruokatarjonnassa. Vuoden jokaisena päivänä ei ole kaikkia raaka-aineita tarjolla, vaan ruokalistat suunnitellaan vuodenaikaisia sesonkeja noudattaen. Tarjonnalla ja viestinnällä korostetaan aitoa vuoden kiertoa ruokapalveluissa ja vahvistetaan ymmärrystä tuotannon ja luonnonolosuhteiden välisestä riippuvuudesta asiakkaille. (Kestävän ruokalistan suunnittelun periaatteet 2014.)

Keittiön ympäristövaikutuksia voi vähentää ruoan menekin ja asiakasmäärien suunnittelulla sekä huomioimalla valmistusmenetelmät, laitteiden optimaalinen käyttö, vakioimalla ympäristövastuulliset reseptit ja mittaamalla raaka-aineet tar-

kasti. Suositeltavin vaihtoehto ympäristön kannalta on kuivavarastointi, sen jälkeen tulee vasta kylmävarastointi ja kaikista huonoin vaihtoehto on pakastaminen. Esimerkiksi tuoreet porkkanat aikaansaavat pienemmän ilmastokuormituksen kuin pakastettuina olevat porkkanakuutiot. (Ruokatuotannon toteutuksen ympäristövaikutukset 2014.)

Laadukkaiden ja tuoreiden sekä maistuvien raaka-aineiden käyttäminen vähentää hävikkiä sekä lisää ruoan terveellisyttä. Kustannukset ovat kalliimmat pitkälle jalostetuilla tuotteilla, sekä ne käsittävät paljon tuotantotekijöitä. Jalostetuilla tuotteilla on suurempi ympäristökuormitus ja enemmän työvaiheita. (Ruokatuotannon toteutuksen ympäristövaikutukset 2014.) Ruoan ympäristövaikutukset sekä eettisyys kiinnostavat asiakkaita yhä enemmän. Vastuullinen toiminta ammattikeittiöillä vaikuttaa kilpailuetuun asiakkaista. Kustannussäästöt ja tuottavuus lisääntyvät keittiöillä, kun ympäristöasioihin panostetaan. (Ruokapalvelut ja ympäristö 2014.)

4.3 Ruokalistasuunnittelua vuodenaikojen mukaan

Suomessa on neljä upeaa vuodenaikaa, joiden raaka-ainetarjontaa kannattaa hyödyntää, samalla saa vaihtelua ruokalistoihin. Puhtaat ja ajankohtaiset raaka-aineet tuovat esille myös Suomen omaa kulttuuria ja luonnon omaa tuotantoa. Sesonkiruoka tuo vaihtelua ja iloa ruuanlaittoon sekä ruokapöytään. Raaka-aineet vaihtelevat kauden mukaan, jolloin niiden maku on virheetöntä ja hinta asiallinen. Ruokien valmistusmenetelmiin ja varastointiin kannattaa kiinnittää huomiota. Puolivalmisteiden käyttöä kannattaa pohtia etukäteen, koska ne jalostetaan muualla. Näin myös jätteet jäävät muualle. (Miltä sinun sesonkisi maistuu? 2014.)

Sesonkikalenteri auttaa jäsentämään, milloin raaka-aineita valitaan käyttöön. Keivällä ovat korvasienet, nokkonen, villivihannekset, raparperi ja retiisi. Lisäksi lahna sekä hauki. Kesällä taas ovat varhaisperunat, salaatit, kurkut, tomaatit, herneet ja porkkanat. Mansikat, sipulit, yrtit sekä kesäkurpitsa kuuluvat kesään. Lisäksi on vadelmia, mustikoita, puna- ja mustaviinimarjoja. Syksyllä on riistaa ja erilaisia sieniä, juureksia, purjoa ja perunoita. Karpalo, lakka, omena, mustikka ja

puolukka sekä luumu kuuluvat syksyn satoon. Perinteiset kurkut ja tomaatit jatkavat kauttaan, sekä kurpitsa, ja tuoreet pavut. Talvella on kauden peruna, kaali, erilaiset juurekset, kuivatut pavut sekä herneet, idut ja riista. Vastuullinen kuluttaja valikoi raaka-aineet kauden mukaan. Kasvukaudella aikaansaadut kasvikset vievät lisäenergiaa ja lannoitteita vähemmän. Tällöin tuotantokustannukset ovat pienemmät kuin kasvukauden ulkopuolella tuotetuilla kasviksilla. (Sesonkikalenteri helpottaa kausiruokailua 2017.)

Kun osa ruokatuotteista kiertää ja vaihtuu kausittain, ei pääse syntymään liian samankaltaista ruokatuotantoa. Kierto on suhteellisen nopea, ja tarvitaan vain pieniä eriä kerralla. Ruokatuotteet pysyvät tuoreina, eikä ongelmia synny varastoinnin kanssa. Samalla asiakkaiden mielenkiinto säilyy ruokapalveluita kohtaan. He haluavat testata erilaisia ruokia, ja saada uusia makuelämyksiä kauden sesongeista. Tämä luo pohjaa tyytyväisille kuluttajille, jotka tulevat suosimaan ruokapalveluita, joissa ekologisuus huomioidaan. Kannattaa suosia vuodenaikojen kausituotteita.

5 KULTARANTA RESORTIN RUOKALISTAN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyöni tavoitteena on lisätä Naantalın Kultaranta Resortin ravintolassa lähiruokatuotteiden käyttöä ruokalistoilla. Lisäksi selvittää toimeksiantajalle Varsinais-Suomen ja Naantalın alueen lähiruokatuottajat ja -tuotteet sekä toimitusajat. Tavoitteena saada lisää Kultaranta Resort Oy:lle lähiruokatuotteita ravintolan ruokalistoille ja näin kannattavuutta ravintolan toimintaan sekä tyytyväisyyttä ravintolan ruokapalveluihin. Samalla esimerkkiruokalista toimii myös markkinoinnin välineenä yritykselle.

Tämän hetkinen toimintatapa ruokalistojen suunnittelussa on ollut seuraavanlainen: Pääravintolassa tarjotaan aamiainen, lounas sekä a` la carte annoksia. Keittiöpäällikkö suunnittelee aamiaisen, joka tarjoillaan lautastarjoiluna. Lounasvaihtoehtoja on kolme, jotka ovat koko sesongin ajan tarjolla. Yksi lounasvaihtoehtoista on paneroitu porsaanleike perunamuusilla tai ranskalaisilla, lisäksi annos sisältää lämpimät kasvikset. Tuotteet tulevat Metro tukusta puolivalmisteina. Lisäksi ovat ravintolan vitriinituotteet, jotka ovat erilaiset täytetyt leivät sekä makeat leivonnaiset. Leivonnaiset ovat myös tukun valikoimaa. A` la carte annokset ovat tarjolla heinäkuusta elokuun alkuun. Lounasruoka tehtiin tukutuotteista tai tukusta ostetuista puolivalmisteraaka-aineista. A` la carte annosten sekä muiden annosruokien suunnittelusta vastaa keittiöpäällikkö. Osittain on lähiruokatuotteita käytetty ravintolan ruokatarjonnassa, mutta ruokalistoilla ei ole näkynyt, mistä tuotteet tulevat. Lähiruokatuottajat olisi hyvä näkyä ruokalistalla, kun valintaa ruoka-annoksesta tehdään. Tällä tavalla ravintola antaa itsestään paremman ja luotettavamman kuvan, kun yhteistyökumppanit ovat esillä. Samalla huomioidaan luonnonmukaisuus ja ekologisuus, jotka ovat tänä päivänä valttikortti ravintolatoiminnalle.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tässä opinnäytetyössä käytän toiminnallista menetelmää, joka on yksi vaihtoehto ammattikorkeakoulun tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus sekä raportointi tutkimusviestinnän menetelmin. Toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista tai toiminnan järjeistämistä. Alasta riippuen voi toteutustapana syntyä ohje, kirja, opas tai vaikka kotisivut. Toiminnalliseen opinnäytetyöhön kuuluu lisäksi kirjallinen osuus, jossa aihetta käsitellään. (Airaksinen & Vilkkä 2003, 9.)

Yksilöhaastatteluna käytän aineiston keräämiseen sähköistä haastattelua. Haastattelu tarkoittaa teorian kautta eräänlaista keskustelua, joka tapahtuu tutkijan aloitteesta, jossa esitetään kysymyksiä haastateltavalle. Haastattelun idea on yksinkertainen ja järkevä, kun haluamme tietää ihmisestä, mitä hän ajattelee tai millaisia motiiveja hänellä on. (Eskola & Suoranta 2001, 85–86.) Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille samat, mutta haastateltava vastaa niihin omin sanoin. (Eskola & Suoranta 2001, 85–86). Haastattelutapa tulee valita sen mukaan, millaista ja miten tarkkaa tietoa toiminnallisen opinnäytetyön tueksi tarvitaan. Usein riittää suuntaa antava tieto. Aineiston keräämisessä on erittäin tärkeää, että se kuvaa kattavasti ongelmaa, jota on lähdetty ratkaisemaan selvityksen avulla. Kartoitan haastattelun avulla asiakkaiden ja ravintolan henkilökunnan ajatuksia lähiruoasta, sen tärkeydestä sekä saatavuudesta ravintoloissa. Alkukartoitus tehdään kvalitatiivisella eli laadullisella menetelmällä, jossa aineistoa kerätään puolistrukturoidulla haastattelulla. Tällä laadullisella tutkimusmenetelmällä toteutuu kohderyhmän näkemyksiin tukeutuva idea sekä se toimii suuntaa antavana tietona opinnäytetyölleni. (Airaksinen & Vilkkä 2003, 63–64.)

Teoriassa tarkoitetaan, että puolistrukturoitua haastattelua nimitetään teema-haastatteluksi. Haastattelu kohdistuu valittuihin teemoihin. Teemahaastattelu sopii hyvin silloin, kun kohteena ovat arat aiheet, joissa halutaan selvittää heikosti tiedostettuja asioita, kuten arvostuksia, perusteluja sekä ihanteita. (Metsämuuronen, 2006, 115.)

Puolistrukturoidussa haastattelussa käytetään lomaketta, jossa kaikilta kysytään samassa muodossa sekä järjestyksessä avoimia kysymyksiä teemaan liittyen. Haastatteluaineiston keräämisessä oli tärkeää, että aineisto kuvasi kattavasti ongelmaa, jota oli lähdetty ratkaisemaan selvityksen avulla. Sähköisessä haastattelussa vastaajilta kysyttiin samassa muodossa sekä järjestyksessä avoimia kysymyksiä, jotka olen laatinut. Haastattelulomake lähetettiin muutamille vakioasiakkaille ja henkilökunnalle huhtikuun 2017 aikana sähköisessä muodossa. ((Airaksinen & Vilkkä 2003, 63–64.)

Tutkimus antaa pohjaa lähiruoka-ajattelulle ravintoloiden ruokapalvelujen tarjonnassa. Tämä haastattelu auttaa opinnäytetyötäni ja antaa pohjaa siihen, pidetäänkö lähiruoan saatavuutta tärkeänä ravintoloissa sekä mielipiteitä ja ajatuksia lähiruoasta.

5.2 Alkukartoitus

Naantalin Kultaranta Resortin raaka-aineet hankitaan Metro tukusta ja Heimon tukusta ja joitakin lähialueen tuottajilta. Asiakkaiden mielipiteet ravintolan ruokatarjonnasta eivät ole olleet kovin myönteiset. Ravintolan rajalliset tuotteet sekä epäsuotuisat elintarvikevalinnat eivät ole tukeneet ravintolan kannattavuutta sesongin aikana. Raaka-aineiden tuoreus ja sesongin raaka-aineet eivät ole olleet nähtävillä ruokatarjonnassa.

Tavoitteena on saada lisää Kultaranta Resort Oy:lle lähiruokatuotteita ravintolan ruokalistoilta ja näin kannattavuutta ravintolan toimintaan sekä tyytyväisyyttä ravintolan ruokapalveluihin. Kehittämistyönä on, miten saadaan lähiruokatuotteita lisättyä tarjontaan Naantalin Kultaranta Resortin ruokalistalle. Pyrin tällä opinnäytetyöllä saamaan johdon ymmärtämään lähiruoan merkityksen ja mitä tällä tavoitellaan. Lähiruoalla tuodaan positiivisempaa imagoa yritykselle, luotettavuutta ruokapalvelujen tarjoajana sekä syyn tulla ravintolaan nauttimaan hyvää lähiruokaa. Pitää koettaa vastata tämän päivän kovaan kilpailuun. Kuluttajat ovat hyvin selvillä tämän päivän ruokatarjonnassa, mihin he haluavat panostaa omassa hyvinvoinnissaan. Hyvinvointi on kokonaislaatuista kehon huolehtimista, jossa ruoan osuus

on merkittävimpiä. Hyvinvointi alkaa ruoasta, ilman sitä emme voi elää. Jotta eläisimme pitkään ja terveyttä riittäisi, juuri ruokavalinnoilla tehdään siitä itsellemme mahdollisuus.

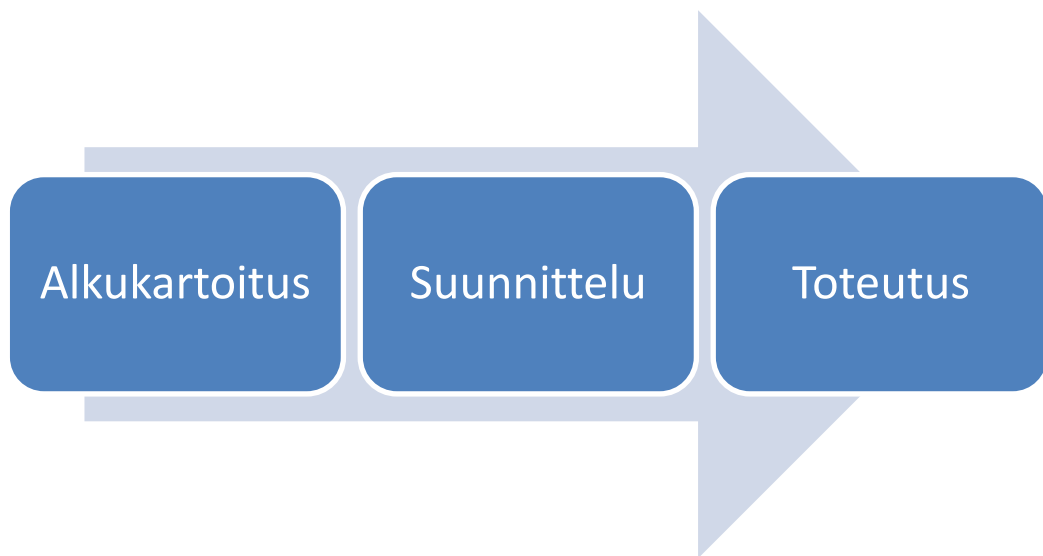
Kehittämistyössä edetään tuotekehitysprosessin mukaisesti. Lähtökohtien alkukartoitus: selvitän Naantalien ravintoloiden lähiruokatarjontaa sekä etsin tietoa Naantalien ja Varsinais-Suomen alueiden lähiruokatuottajista, jotka tukevat parhaiten ravintolan toimintaa. Suunnittelu: keskustelut toimeksiantajan kanssa tulevan sesongin tuotteista, suunnitellaan kysymykset asiakkaille ja henkilökunnalle, jotka antavat pohjaa opinnäytetyön toteutukselle. Toteutus: suunnittelen esimerkkiruokalistan tarinan muodossa, jossa käytän lähiruokatuottajien raaka-aineita, lisäksi kokoan listan lähiruokatuottajista, heidän tuotteista ja toimitustavoista. Haastattelun tulokset antavat pohjaa, mitä mieltä vastaajat ovat lähiruoasta ja sen saatavuudesta ravintoloissa sekä millaisia ajatuksia ja mielipiteitä lähiruoka vastaajissa herättää.

Työn tärkeimpänä tavoitteena olisi saada enemmän asiakkaita ja tyytyväisyyttä ravintolan ruokapalveluihin sekä lisätä ravintolan kannattavuutta. Kehittämistyöhön liittyi myös etsiä Naantalien ja Varsinais-Suomen alueelta lähiruokatuottajat, heidän tuotteensa ja toimitusajat. Laadullinen tutkimusmenetelmä toimii tässä opinnäytetyössä parhaiten, koska on vain muutama avoin kysymys asiakkaille, jonka perusteella analyysia teen. Kysymyksiin vastaamiseen menee vain muutama minuutti, joka helpottaa vastaajia antamaan omat mielipiteensä asioista. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on tarkoituksena tuoda esiin tosiasioita. Analysoitaessa haastatteluaineistoa haastattelun tulokset kerään yhteen, jolloin nähdään, mitkä yhteiset asiat nousevat eniten pinnalle. Haastattelu antaa vastauksia tutkimuskysymyksiini.

5.3 Suunnittelu

Aluksi olivat keskustelut toimeksiantajan kanssa tulevan sesongin ruokalistan uudistuksista, joita on jo suunniteltu tulevalle kesäkaudelle 2017. Suunnittelin avoimet kysymykset asiakkaille ja henkilökunnalle, jotka ovat pohjana opinnäytetyön

toteutukselle. Kysymykset oli mietittävä tarkkaan, jotta haastattelun tekemiseen ei menisi liian kauan aikaa. Suunnittelin lähiruokatuottajien listan niin, että lähiruokatuottajat sekä -tuotteet tukevat parhaiten yrityksen liikeidea ja ovat helposti saatavissa. Lähiruokatuotteita on helppo tuoda ruokatarjontaan mukaan ja vaihtaa tukusta ostettujen raaka-aineiden tilalle paikallisia lähiruokatuotteita käyttäen. Esimerkkiruokalistan suunnittelin näistä lähiruokatuottajien tuotteista. Ravintolapäällikkö Tom Laaksonen kertoi tammikuussa 2017 tulevasta ruokatarjonnasta, jossa burger- että pasta-annokset tulevat ainakin olemaan listalla.



5.4 Toteutus

Kokosin listan lähiruokatuottajista, heidän tuotteistaan sekä toimitustavoista, jotka tukisivat parhaiten Naantalın Kultaranta Resortin ravintolapalveluiden toimintaa. Suunnittelin esimerkkiruokalistan tarinan muodossa, jossa on käytetty lähiruokatuottajien raaka-aineita. Kokosin kyselyn vastaukset ja tein niistä yhteenvedon, mitkä yhteiset asiat nousevat pinnalle. Mitä vastaajat pitävät tärkeinä lähiruokassa, sen saatavuudesta ravintoloiden ruokalistoilla sekä muita mielipiteitä ja ajatuksia lähiruokasta.

5.5 Yhteenveto

Työn tärkeimpänä tavoitteena oli saada monipuolisesti tuotua lähiruokatuotteita Kultaranta Resort Oy:n ravintolan toimintaan sekä lähiruokatuotteiden kautta saada enemmän kannattavuutta ja myönteisempää kuvaa ravintolan ruokatarjontaa kohtaan. Lisäksi olen selvittänyt Naantalin ja Varsinais-Suomen alueen lähiruokatoimittajat, tuotteet ja toimitusajat. Lähiruokatoimittajiin on yhteydenotto vaivatonta, lähiruokatuottajalistan avulla. Lähiruokatoimittajien listaa pystyy hyödyntämään milloin vain, tapahtumasta riippumatta. Lähiruokatoimittajat ovat lähellä Naantalin Kultaranta Resortia ja tukevat mielestäni parhaiten ravintolan toimintaa.

Suunnittelin esimerkkiruokalistan tarinan muodossa, jossa käytin lähiruokatuottajien raaka-aineita hyväksi. Haastattelun tuloksista selvisi, millaisia ajatuksia lähiruoka herätti vastaajissa sekä miten tärkeänä he näkivät lähiruoan saatavuuden ravintoloiden ruokalistoilla. Haastattelusta ilmeni, että vastaajien mielestä lähiruokatuotteet tuovat yrityksille positiivisempaa imagoa ja luotettavuutta, jotka hyödyntävät lähellä tuotettuja raaka-aineita.

Haastattelun vastauksista tuli esille, että lähiruoka katsotaan olevan lähellä tuotettua ruokaa tai myyntipaikka sijaitsee lähellä. Lähiruoka on omassa kunnassa tai naapurikunnassa tuotettua ruokaa. Lähiruoka on kotimaista ja vähän käsiteltyä ruokaa, se ei sisällä säilöntäaineita ja se kuvastaa parempilaatuisempaa kuin jalostetut raaka-aineet. Lähiruoka sisältää myös kalastuksesta ja metsästyksestä saatavat tuotteet. Viljelijät, kalastajat ja karjankasvattajat ovat lähiruoan tuottajia. Ruoka lasketaan lähellä tuotetuksi, kun kuljetuksista ei aiheudu kustannuksia eivätkä välimatkat ole pitkiä. Lähiruoassa pidettiin tärkeänä, että tuetaan lähialueiden yrittäjiä, viljelijöitä sekä ruoantuottajien työllistymistä. Lisäksi se on ekologista ja turvallista. Lähiruokaa saa helposti ja nopeasti, lisäksi se on hyvälaatuista. Tästä esimerkkinä tuoreet ja mehevät vihannekset ovat parempia kuin kaukaa tulleet ja paljon käsitellyt raaka-aineet. Ne ovat laadukkaita eivätkä sisällä säilöntä- ja lisäaineita. Samalla säästetään luontoa. Ruokaa ei tarvitse pakata tai suojata myrkyllisillä aineilla pitkien kuljetusten takia. Hinta ei saisi olla este eli tulisi olla kohtuullinen hintataso. Tärkeänä pidettiin lähiruoassa sen ulkonäköä, laatua ja makua sekä esteettisyyttä. Lisäksi se olisi imagoa nostava asia sekä arvostettu

joka puolelta, tämän päivän valttikortti. Samalla se osoittaa vieraille valveutuneesta. Herättää positiivisesti huomiota, kun ruokalistoilla esiintyy lähiruokaa, jopa aamiaisella olisi tärkeää sen saatavuus. Lähiruokaa tarjotaan mahdollisuuksien mukaan, mutta silti kustannustehokkaasti. Yksikin vaihtoehto olisi hyvä asia, sillä saadaan laajempi tarjonta ruokalistoihin. Lähiruokatuotteina arvostettiin eniten kaalia, kasviksia, kananmunia, kanaa, vihanneksia, marjoja sekä lihaa. Lisäksi hunaja, perunat ja tuore salaatti mainittiin.

”Tuoretta naudan pihviä ei voita mikään”.

Vastaajat olivat viimeksi syöneet lähiruokatuottajien tuotteita ravintolassa, Lapissa poroa ja riekkoa, itse valmistettua leipää sekä Kitkan muikkuja sekä Turun keskustassa Vappulounaalla. Lisäksi mainittiin, että Turussa on paljon ravintoloita, jotka ovat ottaneet lähiruokan huomioon, mutta kasvuvaraa vielä on. Mainittiin paikallinen pihviravintola, jossa on tarjolla paikallisen karjan lihaa. Joku oli syönyt lähiruokaa Naantalin Kultaranta Resortissa tänä keväänä. Muutamat eivät osanneet sanoa, tai eivät muista syöneensä lähiruokaa. Sekin kertoo, osataanko lähiruokaa tarpeeksi markkinoida tai kertoa siitä asiakkaille. Lähiruokaa ei riittävästi tuoda esille eri yhteyksissä, kuten ravintolan nettisivuilla tai ruokalistoilla.

Vastaajan mielipide: lähiruokatuotteiden saatavuus tulisi olla mahdollisimman monilla ihmisillä, lisäksi koulussa ja päiväkodeissa pitäisi pystyä opettamaan enemmän lähiruokatuotteiden käyttöä. Ravintolat eivät nostaisi hintoja liian korkealle, että kaikilla olisi mahdollisuus tuotteisiin. Vanhemmat asioidessaan ravintoloissa tutustuttaisivat lapsensa jo pienestä pitäen lähiruokaan, eikä syötettäisi epäterveellisiä aineksia, joissa ei ole ravintoarvoja. Asiakashaastatteluun vastasi sekä asiakkaita että henkilökuntaa, yhteensä 8 henkilöä. Tutkimuksen kylläntymisaste saavutettiin, koska samat asiat alkoivat toistua vastauksissa eikä uutta tietoa tullut esille. Vaikka vastauksia ei ollut paljon, antaa se silti hyvää pohjaa lähiruoka-ajattelusta sekä siitä, kuinka tärkeänä sen saatavuutta pidetään ravintoloissa.

Haasteellisinta tässä opinnäytetyössä oli löytää kirjamateriaalia. Esimerkkiruokalistaan pystyi laittamaan vain itse otettuja valokuvia, joten se toi oman haasteensa, saada listalle kesän 2017 suunniteltuja ruoka-annoksia. Mutta esimerkkiruokalista on suuntaa antava ravintolan esimiehille.

6 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää alueen lähiruokatuottajat ja -tuotteet sekä toimitustavat. Lähiruokatuottajalistan tarkoituksena oli helpottaa Naantalin Kultaranta Resortin ravintolan- sekä keittiöesimiehen toimintaa. Listaa hyödyntäen voisi tilata lähialueiden tuottajilta raaka-aineita jo suunniteltuihin tuotteisiin. Lähiruokatuotteiden käyttöön ottaminen merkitsisi ravintolalle parempaa menestystä kesän sesonkiin, joka on kulta-aikaa yritykselle. Haastattelussa nousi myös esille, että ravintoloiden ruokalistoilla olisi hyvä näkyä lähiruokatuotteita. Ravintoloiden arvostus ja mielenkiinto heräisi eri tavalla ja se erottuisi massasta positiivisesti sekä antaisi parempaa imagoa. Ravintoloiden on hyvä näyttää esimerkillistä ja vastuullista toimintaa kuluttajille. Niitä asioita myös kansainväliset kuluttajat arvostavat suomalaisissa yrityksissä. Näillä pienillä muutoksilla uskon Naantalin Kultaranta Resort Oy:n nousevan paremmin esille. Lisäksi tein esimerkkiruokalistan, jossa käytin lähiruokatuottajien raaka-aineita tarinan muodossa. Samalla yhteistyökumppanit nousivat esille. Näin saataisiin luotettavuutta palveluihin, kun tuodaan esille, mistä tuote on lähtöisin. Yrityksen imagoon vaikuttaisi myönteisesti lähialueella tuotettu lähiruoka. Samalla se kertoisi yrityksen ajattelumallista sekä vastuullisesta toiminnasta. Yrityksen johdon tulisi tietää, mihin se haluaa panostaa. Mikään yritys ei pärjää yksin, joten verkostoituminen on ainoa oikea keino luoda yhteistyökumppaneita yrityksen toimintaan.

Opinnäytetyöprosessi oli mielenkiintoinen, ja se aukaisi miettimään lähiruokaa eri tavalla. Pystyn teoriapohjaa hyödyntämään tulevaisuudessa myös itse. Tätä opinnäytetyötä voivat Naantalin ja Varsinais-Suomen yrittäjät hyödyntää miettiessään lähiruokatuotteita ruokalistoille.

Mielestäni olen kehittynyt useissa eri kompetensseissa, joihin opiskeluni peilaavat. Olen myös kehittynyt pohtimaan ja etsimään tietoa eri lähteistä, vaikka aluksi tuntui siltä, ”pitääkö minun näin paljon lukea materiaalia”. Kirjoitustaidot ovat edistyneet myös oikealle tasolle. Vuorovaikutus toimeksiantajan kanssa jäi vähäiseksi, mikä osaltaan vaikutti siihen, että toimeksi annettu työ jäi vajaaksi ja en saanut vahvistusta sille, että hyödynnetäänkö tekemääni selvitystä ravintolan ruokalistoilla.

Perehdyttyäni kunnolla lähiruoan kirjallisuuteen toi se uusia näkökulmia itselleni aiheeseen. Olen huomionut lähiruoan mahdollisuuden, koska sen tuominen ravintoloiden tarjontaan antaa enemmän imagoa ja luotettavuutta palveluihin. Samalla sillä on markkinoinnissa oma vetovoimaisuutensa. Pienet yritykset nousevat esille lähiruokatarjonnan kautta paremmin. Lähiruoan markkinointiin sekä tarjontaan ei ole kovin panostettu ainakaan pienemmillä paikkakunnilla. Pienet paikat hyötyisivät enemmän ja antaisivat hyvän kilpailuedun isoille ketjuille Suomen matkailussa ja kovenevassa kilpailussa. Isoilla paikkakunnilla on paremminkin panostettu markkinointiin ja lähiruokapalveluihin, koska tarjontaa ja kilpailua on vastavasti enemmän, joten on pakko erottautua massasta. Monikaan ravintola ei markkinoi lähiruokaa, joten mahdollisesti tarjotaan pelkästään tukkueineksiä.

Naantalin Kultaranta Resort on noin 5 kilometrin päässä keskustasta. Ravintolaan tulee tulla varta vasten. Markkinoinnin kannalta on haaste ravintolalle, kuinka saada kesäaikana Naantalissa vierailevat matkailijat käyttämään ruokapalveluita. Naantalissa käy kymmeniä tuhansia matkailijoita kesän aikana, joita luulisi lähiruoka kiinnostavan, ja sieltä saisi lisää potentiaalista asiakasta ravintolalle. Siksi näkisinkin, että lähiruokatuotteilla olisi suuri merkitys saada ulkopuolisia asiakkaita käyttämään ravintolan palveluita jatkossa. Varsinkin kun Varsinais-Suomen alueelta löytyy todella paljon lähiruokatuotteita ja niiden hyödyntäminen olisi todella helppoa. Samalla lähiruoka toisi uudenlaista imagoa yritykselle ja sen kiinnostavuudelle. Tuotteiden ja raaka-aineiden pitää olla keittiön omaa ideointia, jotta erottautuu massasta eikä samanlaisia tuotteita saisi muualta. Kesäsesonki on Naantalin Kultaranta Resortin ravintolalle kulta-aikaa, joten siihen kannattaa panostaa kunnolla ja laittaa tarjolle muutama vaihtuva sesonkituote perustarjonnan lisäksi. Elämysten tuottaminen on erittäin tärkeää sesongin ollessa lyhyt. Kestävää matkailua ja ekologisuuutta kannattaa toteuttaa, sillä on erittäin suuri merkitys asiakkaille tänä päivänä, myös ulkomaalaisille.

”Pitää tuntea asiakkaat, että voit palvella heitä”.

Haastattelun kautta sain vahvistusta aiheeseeni. Vastaajat pitivät erittäin tärkeinä lähiruokatuotteiden saatavuutta ravintoloiden ruokalistoilta. Lähiruoan merkitys oli monelle erittäin tärkeää, että sitä on saatavilla ravintoloissa, jopa aamiaisella. Lä-

hiruoan terveellisyys nousi myös esille voimakkaasti. Lähiruokatuotteita käyttämällä tuetaan lähialueen yrittäjiä ja viljelijöitä. Pienviljelijöitä tukemalla sekä verkostoitumalla saadaan vaikuttavampi tarjonta esille ja luotettavuutta raaka-aineita kohtaan sekä ruokapalvelujen tarjontaan. Tässä olisi selkeä ratkaisu toimeksiantajalle, pienillä askelilla eteenpäin sesongista toiseen.

LÄHTEET

Eskola, J. & Suoranta, J. 2001. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Teoksessa J. Eskola & J. Suoranta (toim.) 84 – 136. Jyväskylä: Gummerus.

HAAGA-HELIA tuottaa Suomelle ruoka&matkailu strategian. 2014. Viitattu 25.4.2017. <http://www.haaga-helia.fi/fi/uutiset/haaga-helia-tuottaa-suomelle-ruokamatkailu-strategian#.WRGbiOXyIU>

Hanhialan Tila, 2016. Viitattu 4.5.2017. <https://www.hanhialantila.fi/>

Heikkinen, V.A. 2012. Ravintola-asiantuntijaksi tunnissa – poimintoja gastrosofiesta aakkosistosta. Teoksessa M. Itkonen & V.A. Heikkinen. (toim.) 25 – 62. Helsinki: HAAGA-HELIA.

Kestävä ruokalistasuunnittelu. Ympäristöosaava. 2014. Viitattu 5.5.2017. <http://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22438>

Koskis - Kosken Kartano. 2015. Viitattu 4.5.2017. <http://koskis.fi>

Livonsaaren leipomo. 2017. Viitattu 4.5.2017. <http://livonsaarenleipomo.fi>

Luomu- ja lähiruoka. Sitra. 2010. Viitattu 6.4.2017. <https://www.sitra.fi/aiheet/luomu-ja-lahiruoka/#mista-on-kyse>

Louhisaaren kartano, 2014. Viitattu 1.2.2017. www.louhisaarenkartano.fi

Lähiruoan ja luomun ero. Kainuulainen Lähiruoka Blogi. 2015. Viitattu 30.1.2017. <https://lahiruoka.wordpress.com/2013/02/15/lahiruoan-ja-luomun-ero>

Lähiruoka kiinnostaa yhä enemmän. TNS Gallup. 2013. Viitattu 24.11.2016. <https://www.tns-gallup.fi/uutiskirje/2013/lahiruoka-kiinnostaa-yha-enemman>

Lähiruoan markkinointiin uusia innovaatioita – Ruokaoivallus. N.d. Viitattu 6.4.2017. <https://ruokaoivallus.fi/lahiruoka-ja-innovaatiot>

Lähiruoan markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittiöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin. Luomutietopankki. 2003. Viitattu 6.4.2017. <http://luomu.fi/tietopankki/lahiruoan-markkinointi-vahittaiskauppoihin-suurkeittioihin-ja-maaseutumatkailuyrityksiin>

Lähiruokaa – totta kai! Hallituksen lähiruokaohjelma. 2014. Viitattu 18.10.2016. http://www.proagriaoulu.fi/files/ymparistoagro/2013_tiedotteet/hallituksen_lahiruokaohjelma.pdf

Lähiruokaa – totta kai!. Maa- ja metsätalousministeriö. 2013. Viitattu 30.10.2016. <http://mmm.fi/lahiruoka>

Lähiruokaa – Totta kai! Maa – ja metsätalousministeriö. 2013. Viitattu 20.3.2017. <http://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiruokaohjelmaFI.pdf/a30211ac-ff80-4722-984f-3fc26e5c1467>

Maakunta.N.d. Viitattu 27.4.2017. <http://www.varsinais-suomi.fi/fi/maakunta/maakunta-lukuina>

Maakuntien ruokaperinteitä. Ruokatieto Yhdistys. 2015. Viitattu 30.10.2016. <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/ruokakulttuuri/maakuntien-ruokaperinteita#Varsinais-Suomi>

Maittila, A. ja Torrbacka & P. Partanen. 2011. Lähiruoka lähemmäksi. Opinnäytetyö. Laurean ammattikorkeakoulu. Viitattu 11.5.2017. http://www.mamk.fi/instance/prime_product_julkaisu/mamk/embeds/mamkwwwstructure/22332_Lahiruoka_lahemmaksi_Case_Anttolanhovi_-Maittila_Anna_Partanen_Viivi_Torrbacka_Paula.pdf

Meinikkalan tila – Sydämellä tuotettu. 2013. Viitattu 19.3.2017. <http://www.meinikkalantila.com>

Metsämuuronen, J. 2006. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Teoksessa Metsämuuronen, J. (toim.) 121 – 130. Jyväskylä: Gummerus.

Mikkola, N.d. Viitattu 5.5.2017. www.mikkolantila.com

Miltä sinun sesonkisi maistuu? Ekoruokakone. 2014. Viitattu 5.5.2017. <http://www.ekoruokakone.fi./sesongit>

Mistä ruokakulttuuri koostuu? Ruokatieto. 2017. Viitattu 5.5.2017. <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/mista-ruokakulttuuri-koostuu>

Miten luodaan elämyksiä. Tarinakone. 2011. Viitattu 25.4.2017. <http://www.tarinakone.fi/blogi/4-miten-luodaan-elamyksia>

Mitä on lähiruoka? MTK. 2012. Viitattu 30.10.2016. https://www.mtk.fi/maatalous/lahiruoka/mita_on_lahiruoka/fi_FI/mita_on_lahiruoka/

Mitä luomu on? MTK. 2017. Viitattu 9.5.2017. https://www.mtk.fi/maatalous/luomutuotanto/fi_FI/mita_luomu_on

Mäkipeska, T. ja Sihvonen M. 2010. Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Helsinki: Sitra. Viitattu 10.10.2016. <https://www.sitra.fi/julkaisut/lahiruoka-nyt/>

Naantalin virallinen matkailusivusto. 2014. Viitattu 30.1.2017. <http://www.visit-naantali.com>

Niinimaa, J. 2016. Naantalin Kultaranta Resortin vuoropäällikkö. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Haastattelu 18.8.2016.

Palvelusta elämykseksi työkalut. LUC Matkailu. 2010. Viitattu 25.4.2017. matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja-/Tuotteistamiseen/Palvelusta-elamykseksi

Paikallisuus käsittelee yhteisön hyvinvointia lähiruokaa laajemmin – Ruokatieto. 2017. Viitattu 20.3.2017. <https://www.ruokatieto.fi/ruokafakta/ruokaketjun-vastuullisuus/lue-lisaa-vastuullisuudesta/paikallisuus-kasittelee-yhteison-hyvinvointia-lahiruokaa-laajemmin>

Penttilä, T. 2013. TNS-gallup: Lähiruoka kiinnostaa yhä enemmän

Ravintola Pohjakulma. Viitattu 27.4.2017. <http://www.pohjakulma.fi/>

Mitä lähiruoka on. 2015. Viitattu 8.11.2016. Lehtiartikkeli <http://www.ess.fi/lahtisydamessa/2015/04/27/mita-lahiruoka-on>

Saariston Savutuote Oy – Suussa sulavaa savukalaa – Turku, Naantali. N.d. Viitattu 19.3.2017. www.savukalaa.fi

Salmensuun tila, 2017. Viitattu 5.5.2017. www.salmensuu.com

Suomalainen lähiruoka houkuttaa turisteja. MTV uutiset. 2013. Viitattu 25.4.2017. <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/suomalainen-lahiruoka-houkuttaa-turisteja/2369016>

Tarinallistamalla tehdään lähiruuasta elämys. Tarinakone. 2012. Viitattu 6.4.2017. <http://www.tarinakone.fi/blogi/tarinallistamalla-tehdaan-lahiruuasta-elamys/>

Varsinais-Suomi. Ruokatieto. 2017. Viitattu 1.11.2016. <https://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/paikallista-kulttuuria/maakunnat/varsinais-suomi>

Varsinaissuomalaista ruokaperinnettä kunnioitetaan teemapäivillä. Arkea. 2016. Viitattu 25.4.2017. http://arkea.fi/fi/uutiset/2016-04-11_varsinaissuomalaista-ruokaperinnett%C3%A4-kunnioitetaan-teemap%C3%A4ivill%C3%A4

Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. (toim.) 51 – 64. Helsinki: Tammi.

Ruokatuotannon toteutuksen ympäristövaikutukset. Ympäristöosaava. 2014. Viitattu 5.5.2017. <http://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22441>

Kestävän ruokailun suunnittelun periaatteet. Ympäristöosaava. 2014. <http://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22439>

Ruokapalvelut ja ympäristö. Ympäristöosaava. 2014. Viitattu 5.5.2017. <http://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22422>

Rautiola. H. ja Törmä T. 2011. Lähiruoka mahdollisuutena. AMK-opinnäytetyö. Oulun Ammattikorkeakoulu. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201105279991>

Ruokailun suunnittelu. Ravitsemuspassi. N.d. Viitattu 25.4.2017. <http://www.ravitsemuspassi.fi/valmennus.php?k=219822>

REKO-lähiruokarenkaita. Luomulaakso. 2017. Viitattu 5.5.2017. <http://luomulaakso.fi/luomu-ja-ekolinkit/reko-lahiruokarenkaita>

Ruoka on kulttuuria. 2010. Viitattu 3.5.2017. http://www.laatu-ketju.fi/ruoka.fi/www/fi/liitetiedostot/Ruoka_on_kulttuuria_Makela_120210.pdf

Ruokalistasuunnittelu. 2006. Suomen Virtuaaliammattikorkeakoulu. Viitattu 17.11.2016. www2.amk.fi/mater/ravitsemisala/tietojrtph/ruokalistasuunnittelu_13073.html

Sesonkikalenteri helpottaa kausiruokailua. Ruokatieto. 2017. Viitattu 5.5.2017. <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokavisa-vastuullisuus-ruokaketjussa/vastuullinen-kuluttaja/ostoksilla/sesonkikalenteri-helpottaa-kausiruokailua>

Roberts, n.d. Viitattu 4.5.2017. <https://www.roberts.fi/fi/>

Åke, J. 2012. Intohimona makuelämykset. Teoksessa M. Itkonen & V.A. Heikkinen. (toim.) 81 – 96. Helsinki: HAAGA-HELIA.

KUVALÄHTEET

Kuva 1. Kultaranta Resort Oy:n Pääravintola. Kuvaaja Kaisa Väänänen 2016.

Kuva 2. Kultaranta Resort Oy:n Pääravintolan nieriä-annos. Kuvaaja Kaisa Väänänen 2016.

VARSINAIS-SUOMEN LÄHIRUOKATUOTTAJIA

Tuottaja	Tuotteet	Toimitus / Tilaus	Huom!
Kosken kar- tano, luomu- karjatila	Lihalajitel- mat, makka- rat	2 – 3 kertaa viikossa, perjantaisin tai halua- manasi päi- vänä	Nouto tai kotiin- kuljetus. Helena von Lim- burg Stirum 050 3593 8 helena@koskis.fi Fredrik von Lim- burg Stirum 040 5401 506 fredrik@koskis.fi
Meinikkalan tila, Rymät- tylä	Varhaispe- runa, kesä- ja syyspe- runa, pork- kana, pals- ternakkaa, punajuurta, sipulia, kel- tajuurta, lanttua sekä naurista	Vähintään 2 t ennen nou- toa, suurem- mat tilaukset toimitetaan perille Turun alueelle asti.	Saa koko seson- gin ajan. Meinik- kalantie 311, 21150 Rymättylä. info@meinikka- lantila.com www.meinikkalan- tila.com 040-7248922
Saariston sa- vutuote	Savustettua kalaa eri mausteilla sekä muita kalaherk- kuja.	Nouto pai- kan päältä	Avoinna pe klo 10–18, la 11–17 ja su 11–17. www.savukalaa.fi

Livonsaaren leipomo, Livonsaari	Tattarinäkki-leipää, Luomuleipiä, saaristolaisleipää, ruisleipää, vuokaleipää, vaalea leivain-leipä sekä spelttileipää.	Tattarinäkki-leipää voi tilata Ruokaa Suomesta – verkkokaupasta.	Pohjanpääntie 49 21180 Livonsaari toimisto@livonsaarenleipomo.fi Käyntiosoite: Salvumiehenkatu 4 / 165 20320 Turku 045 161 4080.
Oy Roberts Ab	Päivän Marjat - helposti ja tasalaatuisesti ympäri vuoden	Verkkokaupasta postin välityksellä, toimitus 3-5 arkipäivää.	Inkilänkatu 3 20300 Turku, 02 278 5000
Hanhialan Tila	Kalkkunaherkut.	Tuotteet voi tilata verkkolomakkeen kautta joulun aikaan tai puhelimella.	Hanhijoentie 3 21540 Preitilä, 0440753031, www.hanhialan-tila.net
Salmensuun tila	Hereford- ja Angus- rotuista liha-karjaa, josta tehdään pihvilihaa.	Voit ottaa yhteyttä puhelimella, omien nettisivujen kautta yhteystietolomakkeella tai sähköpostin	Laanilantie 70 21570 Sauvo, 050 595 6252, www.salmensuu.com

		kautta. Tila- puoti avoinna kesä – elo- kuu pe klo 13 -18, syys- kuu – touko- kuu klo 16 – 18.	
Mikkolan Lammastila	Lähilaitu- milla kasva- nutta karit- sanlihaa.	Tiedustelut ja tilaukset sähköpos- tilla. Nouto	Vanha Turuntie 738 25240 Hajala, 0409002957, www.mikkolan- tila.com
REKO Naan- tali- lähiruo- karengas	Suoraan lä- hiruokatuot- teita tuotta- jilta.	Tilaukset suljetun fa- cebook ryh- män kautta. Nouto sovit- tuna ajan- kohtana.	Suurtalouskeittiöt voi tilata myös.

KULTARANTA RESORT OY

Tervetuloa nauttimaan paikallisia lähiruoka- tuotteita, jotka ovat käsin ja rakkaudella tuotettuja. Yksin tai ystävien kanssa.

MENU



VEGEATERIA

Falafelin raaka-aineet tulevat Rymättylästä Meinikkalan tilan juureksista, jotka itse raastetaan ja valmistellaan pihveiksi ja pyörköiksi. Talon oma cuscus-lisuke ja kasvispaistos sekä raikasta salaattia, tuovat annokseen kesäisen raikkaat värit. Juomaksi Talon valkoviiniä tai kuohuviiniä.



PIHVIBURGER

Pihviliha tulee Sauvosta Salmensuun tilalta. Angus-karjasta lähtöisin olevat lihat paloittelimme 250g annokseen. Rymättylän Meinikkalan tilalta tulevat kauden maukkaat juurekset. Juomaksi Stallhagenin tummaa olutta tai Talon punaviiniä.



SAVULOHIVIETTTELYS

Savulohi tulee Saariston Savutuotteelta, joka sijaitsee aivan ravintolamme vieressä. Savulohi paloittellaan annokseen sopivaksi 200g ja maustetaan ammattitaidolla. Kuuluisat uudet perunat ja juurekset tulevat naapuristamme Rymättylästä. Lisukkeena talon oma sitruunatillikerma- ja viilikastike. Juomaksi raikasta Talon kuohuviiniä tai Talon valkoviiniä.



LAMMASLASAGNE

Lammas tulee Mikkolan lammastilalta, Salosta. Rapeaa kauden salaattia sekä talon oma majoneesi. Juomaksi Stallhagenin tumma olut tai Talon punaviiniä.

Burgereihin voit valita Rymättylän maalaisranskalaiset tai juurekset. Tai lihipihvin tilalle valinnaisesti lohen tai itse valmistetun juurespihvin.

TERVETULOA!

Hei!

Teen opinnäytetyötä Naantalin Ravintola Kultaranta Resortille. Kysely tarkoituksena on selvittää asiakkaiden näkemyksiä lähiruoasta.

Terveisin Kaisa Väänänen
Aktiviteettimatkailu
Kajaanin ammattikorkeakoulu

Kysely

Vastaisitko alla oleviin kysymyksiin mahdollisimman huolellisesti. Kysymysten vastaamiseen menee aikaa n. 5-10 min.

Kysymykset

1. Mitä sinun mielestäsi lähiruoalla tarkoitetaan?
2. Mitä pidät lähiruoassa tärkeänä?
3. Pidätkö tärkeänä, että ravintolan ruokalistalla olisi tarjolla lähellä tuotettua ruokaa?
4. Perustelisitko tarkemmin kohdan 3 vastausta joko a- tai b – vaihtoehdon kautta
 - a) Miten tärkeänä pidät sitä?
 - b) Miksi et pidä sitä tärkeänä?
5. Mitä lähiruokatuotteita arvostat eniten?
6. Milloin olet viimeksi syönyt ravintolassa, jossa oli tarjolla alueen lähituottajien tuotteita?

Lähettaisitkö vastaukset viimeistään 30.4.2017 osoitteeseen kaisavaananen@kamk.fi

Jos tulee kysyttävää allekirjoittaneeseen voi olla yhteydessä.

KIITOS AJASTASI!