

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Piia Ikonen

LÄHIRUOAN MERKITYS RAVINTOLA TIMITRAN LINNAN TOIMINNASSA

Opinnäytetyö
Toukokuu 2019



OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2019
Matkailu- ja palveluliikennetoiminta

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
013 260 600 (vaihde)

Tekijä
Piia Ikonen

Nimeke
Lähiruoan merkitys ravintola Timitran Linnan toiminnassa

Toimeksiantaja
Ravintola Timitran Linna

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää lähiruoan arvostusta ja houkuttelevaisuutta ravintola Timitran Linnan asiakkaiden näkökulmasta Lieksan alueella. Mikä on lähiruoan merkitys ja millaista arvoa se tuottaa asiakkaille. Opinnäytetyön tietoperusta käsittelee lähiruokaa useasta näkökulmasta.

Opinnäytetyön tiedonkeruumenetelmänä käytettiin kyselyä. Kysely tehtiin lomakekyselynä Pielinen Soi -konsertin yhteydessä 26.6.2018 Timitran Linnan asiakkaille. Kysymykset liittyivät lähiruokaan ja sen merkitykseen ravintola- ja tapahtumaruokailussa. Kyselyn vastausprosentiksi saatiin 33 %. Lisäksi opinnäytetyössä kartoitettiin Lieksan lähiruokatoimijoita, koska yksi haaste lähiruoan käytön lisääntymiselle on se, että lähiruokatuottajia ja heidän tuotteitaan on hankala löytää. Toimijat ovat yleensä pieniä ja verkostoitumattomia yrityksiä, eikä niillä ole käytössään esimerkiksi yhtenäistä verkkosivustoa markkinointitarkoitukseen.

Kyselyn tuloksista voidaan päätellä, että lähiruoka määritellään Lieksassa vähintäänkin oman maakunnan alueella tuotetuksi ruoksi. Lähiruoka koetaan tärkeäksi ja sitä halutaan syödä niin ravintola- kuin tapahtumaruokailussa. Lähiruokaa arvostetaan, ja siitä ollaan valmiita maksamaan hieman enemmän verrattuna niin sanottuun tavalliseen ruokaan.

Tavoite opinnäytetyölle oli tiedon tuottaminen ja kyselystä saatujen tulosten perusteella kehitysideoiden pohtiminen toimeksiantajalle.

Kieli	Sivuja	54
suomi	Liitteet	6
	Liitesivumäärä	8

Asiasanat
Lähiruoka, paikallinen ruoka, Timitran Linna



THESIS
May 2019
Degree Programme in Tourism

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author
Piia Ikonen

Title
The significance of local food in restaurant Timitran Linna

Commissioned
Restaurant Timitran Linna

Abstract

The purpose of this thesis was to find out the appreciation for and the attractiveness of local food by customers of Timitran Linna in Lieksa. The aim was to find out the significance of local food and value for the customers. The theoretical section of the thesis deals with local food from different perspectives.

The research method used in this thesis was questionnaire. The questionnaire was carried out in the Pielinen Soi Festival on 26th June 2018. The questions dealt with local food and its significance during catering in a restaurant or in an event. The response rate was 33 %. In addition to the questionnaire, local food producers in Lieksa were charted because local producers and their products are hard to find which makes it more difficult to use local food more. Local food producers are often small companies with no networks and no common web pages for marketing purposes.

The results of the study revealed useful information of the state of local food in Lieksa. Local food is defined as food produced in the region. Local food is appreciated, and customers want to eat food produced locally. They are also willing to pay a bit more for locally produced food.

The purpose of the thesis was to produce information on local food and to use this information to come up with development ideas for the commissioner.

Language
Finnish

Pages	54
Appendices	6
Pages of Appendices	8

Keywords
Local food, regional food, Timitran linna

Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto	5
2	Opinnäytetyön lähtökohdat	6
2.1	Opinnäytetyön tausta ja tavoite.....	6
2.2	Toimeksiantaja.....	7
3	Lähiruoka.....	11
3.1	Lähiruoan historia	11
3.2	Lähiruokakäsitteen määritelmä	12
3.3	Lähiruoan asema tänä päivänä.....	13
3.4	Lähiruoan kuluttajat	16
3.5	Lähiruoan markkinat ja jakelukanavat.....	17
3.6	Lähiruokaa koskeva lainsäädäntö.....	20
4	Esteet lähiruoan käytön lisääntymiselle	23
5	Lähiruoan yhteiskunnalliset vaikutukset.....	25
6	Lähiruoan merkitys matkailussa.....	27
7	Opinnäytetyön menetelmälliset valinnat.....	30
7.1	Tutkimus opinnäytetyössä	30
7.2	Määrällinen ja laadullinen menetelmä.....	30
7.3	Lähiruokakysely	31
8	Kyselyn tulokset.....	32
9	Opinnäytetyön tulosten tarkastelu ja kehitysehdotukset	41
9.1	Kyselytulosten tarkastelu	41
9.2	Kehitysehdotuksia lähiruokaan liittyen	43
9.3	Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys.....	47
10	Pohdinta.....	48
	Lähteet.....	50

Liitteet

Liite 1	Kysely
Liite 2	Lista Lieksan alueen lähituottajista
Liite 3	Kesäinen lähimenu
Liite 4	Lähiruokaan liittyviä tuotemerkkejä
Liite 5	Timitran Linnan ruokalista 26.6.2018
Liite 6	SWOT-analyysi lähiruoan käytöstä ravintolassa Lieksan alueella

1 Johdanto

Lähirooka on kasvattanut suosiotaan viime vuosien aikana, ja se on vakiintumassa trendistä pysyväksi ilmiöksi. Mitä on lähirooka? Käsitetäänkö lähirooksi oman kunnan, maakunnan vai jopa koko Suomen alueella tuotettu ruoka? Sen voi kuluttaja päättää. Tässä opinnäytetyössä lähirooalla tarkoitetaan ruokaa, joka on tuotettu lähellä kuluttajaa ja sen tärkeimpiä ominaisuuksia ovat paikallisuus, tuoreus, puhtaus ja turvallisuus.

Ruoka on olennainen osa kulttuuriamme. Paikalliset ruokakulttuurit käyttävät alueen raaka-aineita, perinteitä ja ruoanvalmistustapoja. Maailma muuttuu ja samalla muuttuvat ruokaperinteetkin. Ruokakulttuurin sydämenä voidaan pitää lähirookatuotantoa, koska se säilyttää ja ylläpitää ruokakulttuuriamme tässä muuttuvassa maailmassa.

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää, miten lähirookaa arvostetaan ja mikä merkitys sillä on Timitran Linnan ravintola- ja tapahtumaruokailussa. Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa tietoa toimeksiantajalle siitä, millaisena lähirooka koetaan ravintolassa ja miten sen arvostusta ja tunnettuutta voitaisiin parantaa. Opinnäytetyön toimeksiantaja on lieksalainen ravintola- ja matkailualan yritys Timitran Linna.

Opinnäytetyössä tehtiin kysely, jonka kohderyhmänä olivat Timitran Linnan asiakkaat. Kyselyn keskeisenä teemana olivat lähirooan tunnettuus ja saatavuus Lieksan alueella ja lähirooan merkitys ravintolassa. Kyselystä saatujen tulosten ja siinä esiin nousseiden asioiden perusteella annettiin kehitysideoita toimeksiantajan lähirooan käyttöön ja markkinointiin liittyen.

Opinnäytetyössä laadittiin myös lista Lieksan lähirookatuottajista kartan muotoon ja näiden toimijoiden tuotteista valmistui kesäinen lähimenu, joka koostuu paikallisten lähirookatoimijoiden raaka-aineista ja kunnioittaa satokausiajattelua.

2 Opinnäytetyön lähtökohdat

2.1 Opinnäytetyön tausta ja tavoite

Lähiruoka on ollut ajankohtainen aihe jo 2000-luvun alusta saakka. Tällä hetkellä siihen vaikuttavat suotuisasti vallitsevat megatrendit, kuten vastuullisuus ja ekologisuus. Tulevaisuus näyttää lähiruoan osalta valoisalta. Lieksan alueella lähiruokakulttuuri on vielä suhteellisen nuori. Potentiaalia lähiruokatarjontaan kuitenkin löytyy. Kunnan alueella on maataloustuotantoa, elintarvikealan yrityksiä, kalastajia ja paljon metsiä ja soita marjojen ja sienten poimintaan. Timitran Linnan ravintola on ollut jo vuosia lähiruokaideologian edelläkävijänä Lieksassa. Se tarjoaa asiakkailleen pääasiassa lähiruoka- ja luomuraaka-aineista valmistettua ruokaa.

Opinnäytetyön toimeksiantaja Franz Betcke (2018) kertoi, että Timitran Linnan keittiössä lähiruoka on ollut mukana alusta saakka. Hänen mukaansa raaka-aineiden saatavuus on kuitenkin ollut haastavaa. Ei ole esimerkiksi olemassa yhtenäistä verkkosivustoa, jossa alueen tuottajat markkinoisivat tuotteitaan, ja jonka kautta olisi mahdollista tilata tuotteet. Tämän hetkinen Timitran Linnan lähiruokaraaka-aineiden toimittajaverkosto on saatu koottua vuosien työn tuloksena.

Ravintolat ovat tärkeä lähiruoan jakelukanava. Lähiruoan käyttö heijastaakin yrittäjän asenteita. Vastuullisuus näkyy pienimuotoisen ja paikallisen ruokatuotannon tukemisena ja ruoan alkuperän korostamisena. Kulutustottumukset ovat muuttuneet kohti kestävämpää kehitystä ja kulutusvalintoihin vaikuttavat ilmasto- ja ympäristönäkökulmat enenevässä määrin. (Kespro 2017)

Lähiruoan ei välttämättä tarvitse tarkoittaa perinteistä karjalanpaistia ja -piirakoita, vaan lähiruoan käyttömahdollisuudet ovat rajattomat. Se taipuu perinteistä ruoasta aina fine dining -ruokailuun.

Tämän opinnäytetyön tavoite on tuottaa tietoa toimeksiantajalleen Lieksan alueen tämän hetkisestä lähiruoan tunnettuudesta, houkuttelevaisuudesta ja selvittää sen asemaa tapahtumissa ja ravintolaruokailussa. Tavoitteena oli myös selvittää, miten Timitran Linnan toimintaa voitaisiin kehittää lähiruoan osalta. Lisäksi työssä kartoitettiin yleistä mielipidettä lähiruokaan liittyen kyselyn avulla (liite 1) Lieksan alueella ja koottiin Lieksan lähiruokatoimijoista lista (liite 2) sekä suunniteltiin lähiruokatoimijoiden tuotteista kesäinen lähimenu, jota toimeksiantaja voi halutessaan hyödyntää (liite 3).

2.2 Toimeksiantaja

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Timitran Linnan yrittäjä Franz Betcke. Timitran Linna on korkeatasoinen tilausravintola Lieksassa. Se on suosittu muun muassa perhejuhlien pitopaikkana.



Kuva 1. Timitran Linnan lähiruokatarjoiluista (Kuva: Franz Betcke).

Timitran Linnassa on ravintolatoiminnan lisäksi majoitustoimintaa. Linnan keittiö tarjoaa asiakkailleen käsityönä tehtyä, paikallisista ja tuoreista raaka-aineista valmistettua ruokaa (kuva 1). Keittiöideologia perustuu lähi- ja luomuruokapainotteisesti skandinaaviseen keittiöön, johon tuodaan ideoita ympäri maailmaa. Menut

sisältävät satokauden raaka-aineita ja vaihtuvat sesongin mukaan. Linnan erikoisuuksiin kuuluvat paikallinen järvikala ja alueen luonnonantimet, kuten marjat ja sienet (Betcke 2018.)



Kuva 2. Timitran Linnassa valmistettu kakku design-vadilla (Kuva: Franz Betcke).

Timitran Linnassa ruokaelämykset koetaan kaikilla aisteilla. Herkulliset ja kauniisti esille laitettut ruoat tarjoillaan suomalaisista design –astioista (kuva 2). Esimerkiksi Linnassa aamiaiskahvin voi juoda muumikupista tai käsin tehdyt punajuuriirakat tarjoillaan vanhan leluauton lavalta (kuva 3).



Kuva 3. Autollinen punajuuriirakoita (Kuva: Franz Betcke).

Timitran Linnan rakennus on historiallinen rajavartioston entinen komento- ja koulutuspaikka aivan Pielisen ja Lieksan joen rannan tuntumassa. Rakennustyyliään se on linnamainen ja siinä on klassismin piirteitä (kuva 4). Rakennus on

valmistunut vuonna 1935. (Aarnio 2017.) Timitran Linna on myös kulttuurikohte, joka on sisustettu suomalaisella designilla. Sisustuksesta löytyy paljon vanhaa Artekia, Marimekkoa ja taidelasia. Museovirasto on luokitellut Timitran Linnan maakunnallisesti tärkeäksi rakennukseksi. (Betcke 2018.)



Kuva 4. Timitran Linnan rakennus (Kuva: Franz Betcke).

Linnan sisätiloissa on edelleen nähtävillä rakennuksen alkuperäinen tarkoitus rajavartioston koulutuspaikkana. Linnan käytävien seiniä koristavat Suomen tasavallan presidenttien kuvat. Ravintolasalit ja hostellin majoitustilat ovat sisustettu kauniisti taiteella ja vintage-designkalusteilla.



Kuva 5. Linnan ravintolasali (Kuva: Franz Betcke).

Vaikka rakennuksen historia on edelleen nähtävissä sisätiloissa, niin ravintosalin on upea juhlapaikka kauniine kattoineen ja valkoisine liinoineen (kuvat 5 ja 6).



Kuva 6. Linnan kattaus (Kuva: Franz Betcke).

Timitran linnassa jokainen juhla suunnitellaan yksilöllisesti asiakkaiden toiveet huomioiden. Myös kattauksessa ja koristelussa huomioidaan kausiluonteisuus.



Kuva 7. Timitran Linnan piparkakkutalo (Kuva: Franz Betcke).

Esimerkiksi syksyisin koristeena voi olla auringonkukkia ja pikkujouluaikaan Timitran Linnan perinteeksi on muodostunut valmistaa joulupöytää koristamaan upea piparkakkutalo (kuva 7).

3 Lähiruoka

3.1 Lähiruoan historiaa

Suomessa lähiruoka on käsitteenä suhteellisen uusi, mutta kun historiaa ruokakulttuurin osalta ajattelee taaksepäin, käytännössä se on kymmeniätuhansia vuosia vanha. Esihistoriallisella ajalla suomalaiset metsästivät, kalastivat ja keräilivät muun muassa luonnosta kasveja, marjoja ja hyönteisiä. (Elo suomalaisen kulttuurin edistämissäatiö 2015.)

Pronssi- ja rautakaudella ruokatalous perustui metsästyksen, kalastuksen ja keräilyn lisäksi vähäiseen maatalouteen. Keskiajalla syöty ruoka on nykykäsitteillä määriteltäessä ollut pääasiassa luomua ja lähiruokaa. Suurin osa kansasta asui maaseudulla ja aterioiden raaka-aineet saatiin pelloilta, metsistä ja vesistöistä. (Rossi 2015.)

1800-luvun lopulla viranomaiset pyrkivät monipuolistamaan suomalaista ruokatuotantoa, tällä pyrittiin omavaraistalouteen ja ehkäisemään nälänhätää. Muutokset näkyivät siten, että tehostettiin karjanhoitoa ja puutarhoihin tuotiin uusia kasveja, kuten omenapuita ja juureksia. Sotien aikana lähiruoka eli oman maan tuotteet, metsänantimet ja kalat ovat olleet hengissä selviytymisen edellytys. (Paloiviita 2014, 46.)

Laajempi ruokakulttuurin muutos tapahtui vasta toisen maailmansodan jälkeen. Tähän vaikuttivat yhteiskuntarakenteessa tapahtuneet muutokset, elintason nousu, teollisuuden kehittyminen ja muuttovirrat maaseudulta kaupunkiin. Suomalaisiin koteihin saatiin kodinkoneita, kuten jääkaappeja ja pakastimia. Omavaraisuuden väheneminen on mahdollistanut elintarviketeollisuuden kehittymisen, jonka tuotevalikoima on laajentunut 1950-luvulta lähtien. (Tarnanen 2011, 49 - 50). Suomalaiset siis siirtyivät teollisuuden kehittymisen ja kaupunkilaistumisen myötä ruoan tuottajista kuluttajiksi (Ruokatieto 2009, 9). Suomessa lähiruoasta on ensimmäisen kerran puhuttu 1990-luvulla (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6).

3.2 Lähiruokakäsitteen määritelmä

Lähiruoka käsitteelle on olemassa lukuisia määritelmiä, koska määritelmälle ei ole lainsäädännöllistä perustaa. Suomen Elintarviketeollisuustarvike ry määrittelee lähiruoan laaja-alaisemmin Suomessa tuotetuksi ruoaksi. Kuluttajatutkimuksen mukaan kuluttajat mieltävät lähiruoaksi oman maakunnan alueella tuotetun ruoan. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6.)

Hallituksen Lähiruokatyöryhmän (2000) määritelmän mukaan lähiruoka on paikallista ruokaa, jolla on edistävää vaikutus lähialueen paikallistalouteen, työllisyyteen ja ruokakulttuuriin. Lähiruoka tuotetaan ja jalostetaan alueen raaka-aineista, sitä markkinoidaan ja se kulutetaan lähialueella. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6.) Tämän määritelmän voidaan ajatella edustavan Suomen virallisinta lähiruokamääritelmää, koska tähän pohjautuu hallituksen lähiruoan kehitysohjelma.

Vaikka lähiruoka on etäisyyden suhteen venyvä käsite, sen määrittelemiseksi Mäkipeskan ja Sihvosen (2010, 7) mukaan ei ole tarpeen tehdä tarkkoja alueellisia rajoja, vaan tärkeämpää on korostaa läheisyyden merkitystä. Lähi-käsitteen merkitystä voidaan korostaa maantieteellisesti, jolloin lähiruoka tarkoittaa lähellä tuotettua ruokaa. Tuottajan ja kuluttajan läheinen vuorovaikutus voi toimia läheisyyden mittarina. Esimerkiksi suoramyynit tiloilta tai toreilta on läheisyyteen perustuvaa. Lähi-käsitettä voidaan korostaa myös niillä arvoilla, jotka kuluttaja kokee itselleen läheiseksi, kuten jäljitettävyyden, aitouden, tuoreus ja laatu. (Eriksen 2013, 6.)

Toisin kuin lähiruoka, luomuruoka-käsite on tarkoin määritelty. Luomu tulee sanasta luonnonmukainen. EU:n lainsäädäntö määrittelee luonnonmukaisen tuotannon ehdot. Lähi- ja luomuruoan eroavaisuudet liittyvät itse tuotantoon ja sen sijaintiin. Luomuruoka voi tulla tuhansien kilometrien päästä ja lähiruoan ei välttämättä tarvitse olla luonnonmukaisesti tuotettua. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6.) Lähiluomu on käsite, joka tarkoittaa luonnonmukaisesti tuotettua lähiruokaa. Lähiruoka ja luomu eivät sulje toisiaan pois, vaan parhaimmillaan lähiruoka on myös luomua. (EkoCentria 2014, 2.)

3.3 Lähiruoan asema tänä päivänä

Lähiruoka on vakiinnuttamassa asemaansa trendistä pysyväksi ilmiöksi, koska sen suosio on kasvanut huomattavasti viime vuosien aikana (LähiSos-hanke 2019, 4). Ruokatrendillä tarkoitetaan kuluttajalähtöistä kehityssuuntausta. Trendit kuvastavat arvoja, asenteita ja muutoksia yhteiskunnassa eli trendit kertovat kulutusvalinnoista. (Talouselämä 2018.)

Lähiruoka on ollut suosittu julkaisujen aihe 2000-luvulta lähtien. Siitä löytyy runsaasti tietoa. Lähiruoka-aiheisia opinnäytetöitä ja tutkimuksia on tehty useita viimeisten vuosien aikana. Yksi tärkeimmistä lähiruokaa koskevista selvityksistä tehtiin maa- ja metsätalousministeriön tilaamana lähiruokaan keskittyvän hallitusohjelman pohjaksi vuonna 2012. Se toteutettiin asiantuntijaryhmässä, jota johti Seija Kurunmäki. Selvitys koostuu lähiruokasektorin silloisesta vuonna 2012 vallinneesta tilasta, haastatteluista ja kehittämistarpeista. (Kurunmäki, Ikäheimo, Syväniemi & Rönni 2012.) Selvitys on toiminut hallituksen lähiruoan kehittämissuunnitelman pohjana, jonka jatkaminen tullaan kirjaamaan tulevankin hallituksen ohjelmaan, sillä lähiruoan kehittämisen toimenpiteet ulottuvat vuoteen 2020 saakka. (Sillanpää & Ålander 2018, 10.)

Hallitusohjelmaan lähiruoka pääsi mukaan vuonna 2013. Suomen maatalouspolitiikan strategiseksi tavoitteeksi vuoteen 2020 otettiin lähi- ja luomuruokatuotannon kasvun edistäminen. Lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteita ovat lähiruokaohjelmassa lähiruokatuotannon monipuolistaminen, lähiruokatuotteiden lisääminen julkiselle puolelle, lähiruokatuotteiden myynnin helpottaminen lainsäädännöllisillä toimenpiteillä, lähiruoan ja sen toimijoiden arvostamisen lisääminen sekä yhteistyön lisääminen alalla toimivien kesken ja alkutuotannon mahdollisuuksien parantaminen. Näihin tavoitteisiin hallitus pyrkii muun muassa rahoituksellisella tuella, ottamalla kansalliseen lainsäädäntöön mukaan EU:n sallimat joustot ja tehostamalla koulutusta ja neuvontaa elintarvikelakiin liittyen alalla toimiville. (Lähiruokaa – Totta kai! 2013). Vuosina 2012 - 2015 rahoitusta oli käytettävissä 1,58 miljoonaa euroa vuodessa (Sillanpää & Ålander 2018, 5).

Maa- ja metsätalousministeriö (2018) pyysi hallituksen lähiruokaohjelmalle ulkopuolista asiantuntija-arviota. Sen toteutti TK-Evalin ja MDI:n projektiorganisaatio syksyllä 2018. TK-Eval on asiantuntijayritys, joka tarjoaa tutkimus- ja kehittämisspalveluita ja MDI on konsulttitoimisto. Arviointi kohdistui lähiruokaohjelman toteutumiseen, tuloksiin ja vaikutuksiin. Sen tarkoituksena oli tuottaa tietoa lähiruokaohjelman päivittämistä varten. Arviointi tehtiin lähiruokaa koskevien aineistojen, tutkimusten ja selvitysten pohjalta. Lisäksi tietoa hankittiin kyselyllä, teemahaastatteluilla ja työpajoilla. Kyselyyn vastasi pääosin viranomaisia, jotka tunsivat lähiruokaohjelman esimerkiksi hanketoiminnan kautta. (Sillanpää & Ålander 2018.) Myös vuonna 2015 on arvioitu hallituksen lähiruokaohjelman tavoitteiden toteutumista (Sillanpää & Ålander 2015).

Lähiruokaohjelman tavoite monipuolistaa lähiruokatuotantoa, lisätä lähiruokatuotantoa kysyntää vastaavaksi ja nostaa lähiruokan jalostusastetta on onnistunut Sillanpään ja Ålanderin (2018) mukaan kohtalaisen hyvin. Myös asiantuntijahaastattelujen perusteella tavoite on onnistunut hyvin lähiruokatuotannon monipuolistamisen osalta. Sen sijaan tavoite lähiruokatuotteiden jalostusasteen nostamisesta koettiin haasteelliseksi, johtuen esimerkiksi investointien tekemisen korkeasta kynnyksestä. (Sillanpää & Ålander 2018, 17.)

Lähiruokaohjelman toinen kehittämisen tavoite on parantaa pienimuotoista elintarvikemyyntiä ja jalostusta lainsäädännön ja neuvonnan avulla. Se on onnistunut melko hyvin tutkimusaineiston mukaan. Asiantuntijahaastatteluissa tuli esiin, että neuvonta ja koulutus ovat tärkeissä roolissa, varsinkin lainsäädännön osalta. Elintarvikelain uudistuessa sen merkitys lisääntyy entisestään. Tavoite lisätä lähiruokatuotteita julkisiin hankintoihin vaatii vielä työtä. Ongelmakohtiksi asiantuntijahaastattelujen myötä todettiin esimerkiksi, että lähiruokatoimijoiden pitäisi pystyä toimittamaan suurella volyymilla raaka-ainetta tai pystyä vastaamaan kilpailutuksen vaatimuksiin. Myöskään julkiset hankinnat eivät ole niin houkuttelevia yrittäjien mielestä kuin yksityiset markkinat, jolloin tuotteesta saadaan parempi kate. (Sillanpää & Ålander 2018, 19 - 20.)

Lähihuokaohjelman tavoite kehittää alalla toimivien välistä yhteistyötä on Sillanpään ja Ålanderin (2018) arviointiraportin mukaan onnistunut melko hyvin. Asiantuntijoiden mielestä tämä on edennyt hitaasti. Asiantuntijahaastatteluissa ilmeni, että yhteistyön kehittämiseksi esimerkiksi tuottajan ja yrittäjien välille olisi konkreettinen tarve. (Sillanpää & Ålander 2018, 24 - 25.)

Tavoite lähiruoan ja ruokaketjussa toimivien arvostuksen lisäämiseen on Sillanpään ja Ålanderin (2018) arviointiraportin mukaan onnistunut kaikista tavoitteista parhaiten. Arviointiraportin asiantuntijahaastattelutulosten pohjalta ilmenee, että lähiruokaa pidetään myönteisenä asiana. Tämän vuoksi lähiruokatietoutta on jatkossakin tuotava esiin niin, että tiedon myötä arvostus kotimaista ja lähellä tuotettua ruokaa kohtaan lisääntyy edelleen. (Sillanpää & Ålander 2018, 24 - 27.)

Lähiruoka on saanut paljon mediahuomiota ja se on ollut mukana eri mediakanavissa ja sosiaalisessa mediassa (Sillanpää & Ålander 2018, 10). Useita lähiruoka-aiheisia tapahtumia on järjestetty eri puolella Suomea. Näitä ovat muun muassa Osta tilalta -päivä sekä lähiruoka-teeman ympärille kootut pop up -ravintolat ja sadonkorjuu- ja myyjäistapahtumat (Aitoja makuja 2019). Paikallinen ruokatarjonta luo tapahtumalle lisäarvoa. Lähiruoalla voidaan vaikuttaa elämyksellisen kävijäkokemuksen syntymiseen. (Sillanpää & Ålander 2018, 12.)

Lähiruoka sai näkyvyyttä myös vuoden 2018 Suomen tasavallan presidentin itsenäisyyspäivävastaanotolla. Teemana oli ympäristö ja tarjoilussa näkyivät kotimaisuus, luomu, lähiruoka ja raaka-aineet, jotka kuormittavat vähän ympäristöä. Tarjolla olevaa lähiruokaa oli muun muassa riistasta, villikalasta ja marjoista. (Konttinen 2018.)

Lähiruoka kaipaa vieläkin kunnollista brändäämistä, jolla se erottuisi kuluttajalle (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 33 - 34). Brändi voi olla tuote, palvelu, tuotemerkki, henkilö, rakennus tai se voi olla lähes mitä tahansa. Lisäarvolla tarkoitetaan kaikkea sitä, mitä voidaan brändin ympärille rakentaa, että se erottuu massasta, kuten esimerkiksi logo. Brändäys vaatii aikaa ja brändi ei ole brändi ennen kuin kuluttajat mieltävät sen sellaiseksi. (Paananen 2018.)

Lähiruoan brändäys voi tapahtua esimerkiksi verkostoitumisen ja yhteistyön avulla. Paikalliset toimijat kuten maatilat ja jatkojalostajat perustavat yhteisen tuotemerkin, jonka alaisuudessa he markkinoivat ja myyvät tuotteitaan. Näin on tehty esimerkiksi Itävallassa vuoristoisen Almenlandin alueella. Almo on 400 viljelijän perustama tuotemerkki. Almo tulee sanasta *almochen alm* (vuorella sijaitseva tila) ja *ochen* (härkä). Se on laajasti tunnettu brändi ja lupaus eettisestä, vastuullisesta ja turvallisesta ruokatuotannosta. Almenlandin alueella on muun muassa häränlihan ja juuston tuotantoa. (Parasta pöytään 2017.)

3.4 Lähiruoan kuluttajat

Useiden eri tutkimustulosten mukaan suomalaiset suosivat kotimaista ja lähituotettua ruokaa (Sillanpää & Ålander 2018, 10 - 11; K-Ruoka 2018). Kuluttajat arvostavat yhä enemmän lähiruokaa, eikä ruoka tänä päivänä ole pelkkää vatsantäytettä (Ruokatieto 2012).

Lähiruokaa pidetään laadukkaana ja hyvän makuisena, sen tuoreuden ja puhtauden vuoksi. Vastuullisuus, kotimaisuus ja ruoan alkuperä kiinnostavat kuluttajia. Ruoan alkuperän tunteminen lisää turvallisuuden ja luotettavuuden tunnetta. Kuluttajalle lähiruoan ostaminen voi tuoda hyvän omantunnon, sekä yksilöllisyyden ja rehellisyyden kokemuksen. Lähiruokaan ja sen tuotantoon liitetään ympäristönäkökulmat. (Ruokatieto 2012.)

Lähiruokaa voidaan pitää globaalin ja teollisen ruoan vastakohtana. Kun kuluttaja hankkii tuotteet tutulta tuottajalta, hän tietää ruoan alkuperän ja reitin lautaselle. Näin ruoka saa niin sanotusti kasvot, ja silloin voidaan puhua identiteettiruosta. Identiteettiruokaan liitetään paljon arvoja ja tunteita. Yksi näistä arvoista on eettinen tuotantotapa, joka kunnioittaa ympäristöä ja eläimiä. (Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010, 7.) Lähiruokaa pidetään myös vaihtoehtona perinteisille ruokajärjestelmille, joiden toimintaketjuissa on suuri määrä välikäsiä ja tuotannon ja kulutuksen välimatkat ovat pitkiä (Paloviita 2014, 9).

Lähiruoka taipuu monenlaiseen kuluttamiseen, voidaan puhua nostalgisesta paluusta menneisyyteen tai suosia lähiruokaa siitä syystä, koska sen kuluttaminen tukee kestäväen kehityksen mukaisia arvoja. Nämä arvot tulevat korostumaan entistä enemmän tulevaisuudessa. Globaalit ruokaskandaalit, kuten ruokaväärennökset tai ruokaterroismi nostavat lähiruokan arvoa ja horjuttavat uskoa globaaleihin ruokamarkkinoihin. Hankintaketjun vastuullisuus ja tarkan laadunvalvonnan merkitys kasvaa kuluttajan silmissä. (Palojärvi 2017, 1.)

3.5 Lähiruokan markkinat ja jakelukanavat

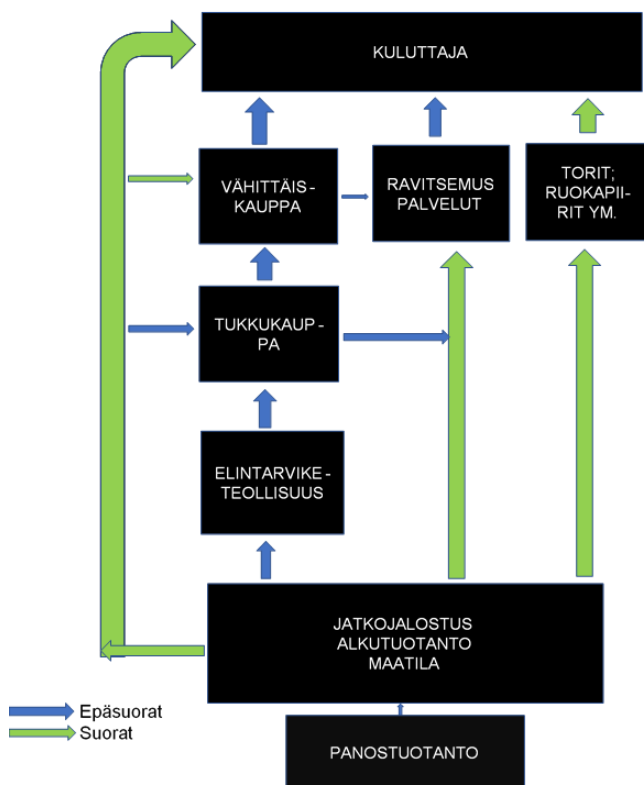
Suomalaiset käyttävät vuodessa rahaa ruokaan ja juomaan noin 22 miljardia euroa. Se on noin 12 % kulutusmenoista. Puolet tästä summasta koostuu kotiin ostettavista elintarvikkeista ja toinen puoli käytettiin ravitsemisliikkeissä ateriointiin. (EkoCentria 2017, 12.) Suomessa syötävästä ruoasta 80 % tuotetaan kotimaassa ja se on suurimmaksi osaksi myös raaka-aineiltaan kotimaista. Kaikesta täällä syödystä ruoasta lähiruokan osuus on noin 8 %. (Kurunmäki ym. 2012, 21.)

Viljasen (2019) mukaan lähiruokan osuus Suomessa syödystä ruoasta perustuu pelkästään arvioon, koska Suomessa ei tilastoida kunnolla lähiruokaa ja esimerkiksi vähittäiskauppojen lähiruokamyynnistä ei ole saatavilla yhteneväisiä tietoja. Lähiruokaan lasketaan mukaan myös esimerkiksi kotitarveviljely ja omaan käyttöön kerätyt luonnonantimet. Näin ollen lähiruokan osuutta kaikesta Suomessa syödystä ruoasta on vaikea määrittää.

Lähiruokan markkinoiden kasvuun vaikuttaa poliittinen tuki, lähiruokatuottajien kiinnostus kehittää omaa liiketoimintaansa ja kysynnän kasvu. EU tukee taloudellisesti aluetaloutta ja kestävää kehitystä. Myös julkinen sektori pyrkii toimillaan edistämään lähiruokamarkkinoiden kasvua. Kysynnän kasvaessa vähittäiskaupat laajentavat lähiruokatuotteiden valikoimaansa. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 11.) Tämä tukee lähiruokan kasvua, sillä Turun yliopiston tekemän kuluttajatutkimuksen mukaan kuluttajat hankkivat lähiruokatuotteensa mieluiten vähittäiskaupasta samalla muiden ostoksien kanssa. (Mattila 2017, 8.) Myynnin ja jakelun avulla yritys tavoittaa asiakkaansa. Se viestii niille tuotteistaan ja palveluistaan.

Jakelukanavien kautta tuotteet ja palvelut tuodaan kuluttajien saataville. (Heikkilä 2014a, 16.)

Lähiruoan jakelukanavat voidaan jakaa suoriin tai epäsuoriin jakelukanaviin kuvion 1 mukaisesti. Tämän jaon perusteena on se, kuinka suoraan lähiruokatuote päätyy kuluttajalle. Epäsuorissa jakelukanavissa on vähintään yksi välitoimija tuotteen ja kuluttajan välissä. (Sitra 2010.)



Kuvio 1. Lähiruoan jakelukanavat. (Mukaiillen Sitra Deloitte 2010).

Suorien jakelukanavien eli tuottajan itse järjestämien kanavien etuna ovat sekä jakeluketjun lyhyys että tuottajan henkilöityminen kuluttajan silmissä. Kuluttajat saavat lyhyen jakeluketjun ansiosta tuotteet tuoreena ja niiden alkuperä on selvillä. Suorien jakelukanavien kautta tuottaja saa paremman hinnan tuotteistaan. Suoria jakelukanavia ovat tilalla tapahtuva myynti, tilamyymälä tai tilan oma verkkokauppa, torit, tapahtumat ja kiertävä myymäläauto. (Heikkilä 2014a.) Suorat myyntikanavat ovat tulevaisuudessakin tuottajien mielestä suosituin lähiruoan jakelukanava (Sillanpää & Ålander 2018, 42).

Pohjanmaalla keksittiin muutama vuosi sitten ranskalaista mallia mukaillen lähiruokailmiö, joka nimettiin Rekoksi, *rejäl kompsumption*, reilua kuluttamista. (Luomulaakso 2015.) Lähiruoan markkinointikanavat ovat enenevässä määrin siirtyneet internetiin, jossa kuluttajan ja tuottajan vuorovaikutus tapahtuu. Digitalisaatio on mahdollistanut esimerkiksi pienille yrityksille asiakkaidensa helpomman kohtaamisen. Myös sosiaalinen media ja internet helpottavat kuluttajaa lähiruokatuotteiden löytämisessä. (LähiSos-hanke 2019.)

Rekossa tuottaja ja kuluttaja kohtaavat suljetussa Facebook-ryhmässä. Tuottajat ilmoittavat tuotteensa ryhmässä ja kuluttajat tekevät tilauksensa suoraan tuottajalle. Toimiakseen Reko tarvitsee Facebookin lisäksi hyvin sijoitetun jakelupaikan ja riittävän laajan tuotevalikoiman. Eri tuottajien tuotteet täydentävät toisiaan. Vihannekset, kananmunat ja peruna ovat Reko-renkaan perusta. (Luomulaakso 2015.) Tänä päivänä Reko-renkaita on olemassa noin 185 ja näissä on jäseniä noin 350 000 henkilöä, mutta aktiivisten ostajien määrä on vain muutama tuhat. Rekon vuoden 2018 arvioitu liikevaihto oli noin 30 miljoonaa euroa. Pohjois-Karjalassa Reko toimii Joensuussa ja Nurmeksessa. (Karvinen 2019.) Myös ravintolat voivat ostaa raaka-aineita Rekon kautta (Korpela 2019).

Epäsuorilla jakelukanavilla tarkoitetaan, että tuottajan ja tuotteen loppukuluttajan välissä on ainakin yksi toimija. Tämän jakelukanavan etuna on, että se tavoittaa suuret asiakasmäärät. Epäsuoriin jakelukanaviin kuuluvat ravintolat, matkailuyritykset, vähittäiskauppa, julkiset palvelut ja lähiruokaan erikoistuneet kaupat. (Heikkilä 2014a, 20.) Kuluttajalle helpointa on hankkia lähiruokaa vähittäiskaupasta. Tämän jakelukanavan positiivisia puolia ovat, että vähittäiskauppa on vakaata tarjontamuotoa ja lähiruokatuottajan ja vähittäiskaupan yhteistyö lisää vakaudesta tuottajan toimintaan. Haasteena nähdään lähiruokatuotteiden hankala saaminen vähittäiskaupan valikoimiin, johtuen tuotannon volyyymeista tai logistiikkasyistä. Myös lähiruokatuotteet häviävät valtavien tavaramäärien sekaan vähittäiskaupoissa eikä niiden alkuperän tarina välity kuluttajalle, koska kukaan ei ole myymässä tuotetta siellä. (Heikkilä 2014a, 20 - 21.)

Ravintolat ovat merkittäviä lähiruoan jakelukanavia. Lähiruoan kasvava suosio vaikuttaa positiivisesti ravintoloiden lähiruokatarjontaan. Ravintoloille ruoan laatu

on prioriteetti ruokahankintoja tehdessä ja se on myös lähiruokatuottajien valtti. Ravintolat ovat vakaita lähiruoan ostajia ja eivät vaadi yleensä suurta myyntivoivuuksia. Suuremmissa ravintoloissa tämä voi olla haaste lähiruoan käyttämiselle. (Heikkilä 2014a, 22.)

Lähiiruokatyöryhmän mukaan joukkoruokailut edistävät lähiruoan menekin kasvua. Lähiruoan ostajana julkiset keittiöt ovat vakaita, ruoan menekki on tasaista, mutta ne vaativat suuria eriä, johon ei aina lähiruokatuottaja kykene vastaamaan. Panostus lähiruokaan jättäisi eurot omaan maakuntaan, jos julkisen ruokapalvelun elintarvikehankinnat tehtäisiin paikallisilta tuottajilta. (Heikkilä 2014a, 24.) Tällä hetkellä julkisen sektorin pääsääntöiset lähiruokaelintarvikkeet ovat leipä, peruna, marjat, hedelmät ja juurekset (Sillanpää & Ålander 2018).

3.6 Lähiruokaa koskeva lainsäädäntö

Suomen laissa ei ole lähiruokaa koskevia säädöksiä, jotka velvoittaisivat tuottamaan lähiruokaa säädellyn tavan mukaisesti (Mäkipeska & Sihvonen, 2010; Vänntinen & Korpi-Vartiainen, 2010, 6). Elintarvikelaki koskee kuitenkin kaikkia elintarvikealalla toimijoita. Elintarvikelainsäädännön lähtökohtana on taata kuluttajan turvallisuus. Säädösten avulla elintarvikkeiden turvallisuus varmistetaan aina pellolta ruokapöytään saakka. Kukin toimija vastaa omasta osuudestaan elintarvikeketjun aikana tuoteturvallisuuden varmistamiseksi. Elintarvikelakiin liittyy myös kuluttajansuoja. Kuluttajaa ei saa johtaa harhaan väärin tai epäselvin pakkausmerkinnöin. (Deloitte & Touche Oy 2010.)

Suomalainen elintarvikkeiden valvontaketju yltää alkutuotannosta aina valmiisiin elintarvikkeisiin saakka. Sen alkupäässä ovat muun muassa rehut, lannoitteet ja kasvinsuojeluaineet. EU:n seurantatutkimus on osoittanut, että Suomen elintarviketurvallisuus on korkealuokkaista. Ruokavirasto valvoo toimipaikkojen omavalvontasuunnitelmia. (Tarvonen 2015, 18.)

Lainsäädännön ja asetusten vaatimukset tulee huomioida lähiruokaketjussa tuotteiden varastointia, kuljetusta, jalostusta ja myymistä koskien. Vaatimuksia asetetaan elintarvikelainsäädännössä tuottajalle sekä toimitusketjulle. Elintarvikeketjulta vaaditaan myös ympäristöasioiden huomioimista. EU:n maksamissa maataloustuissa on huomioitu ympäristönäkökulma. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 23 - 24.)

Suomi on harvaan asuttu maa ja sen luonto on suurimmaksi osaksi metsää, suota ja vesistöjä. Liikkumisen Suomessa tekevät mahdolliseksi laaja tieverkosto ja jokamiehenoikeudet. Jokamiehenoikeudet antavat mahdollisuuden muun muassa luonnonantimien poimimiselle. (Ympäristöministeriö 2016.)

Jokamiehenoikeudet perustuvat Suomessa lakiin. Tämä oikeus takaa kaikille oikeuden liikkua luonnossa ja nauttia metsän antimista. Jokamiehenoikeudella saa kerätä luonnonvaraisia marjoja, sieniä ja kasveja, joitakin poikkeuksia lukuun ottamatta ja onkien ja pilkkien pyydystä kalaa. Jokamiehenoikeuden hyödyntäminen on sallittua myös tulonhankkimistarkoitukseen. Marjat ja sienet ovat lähiruokaa parhaimmillaan ja niiden suoramyynä ravintoloille ja ammattikeittiöille on merkittävä myyntikanava. Sienillä ja marjoilla on myös työllistävä vaikutus. (Arkittiset aromit 2019.)

Lähiruoan myymisen kannalta tiloilta suoraan on tärkeää ymmärtää käsitteet alkutuotanto ja elintarvikehuoneisto. Alkutuotantoa on elintarviketuotannon ensimmäinen vaihe. Lainsäädännön mukaan alkutuotantoon kuuluvat alkutuotannon tuotetuotanto, kasvatus, viljely, sadonkorjuu, lypsäminen, kaikki eläintuotannon vaiheet ennen teurastusta. Alkutuotantoa ovat esimerkiksi maidontuotanto, vihannesten viljely, kalastus ja metsästys. Sen ulkopuolelle rajataan tuotteiden jatkojalostus. Esimerkiksi alkutuotantoa eivät ole kalojen fileointi eikä yrttien kuivaaminen alkutuotantopaikalla. Nämä toiminnot ovat elintarvikehuoneistoon kuuluvia toimintoja. Alkutuotantoasetus laissa sääntelee alkutuotantoa. (Ruokavirasto 2019a.)

Elintarvikelaissa elintarvikehuoneisto määritellään tilaksi, jossa myytäväksi tai luovutettavaksi tarkoitettuja elintarvikkeita käsitellään, valmistetaan tai säilytetään. Elintarvikehuoneistosta on tehtävä ilmoitus ennen toiminnan aloittamista, joitain poikkeuksia lukuun ottamatta. (Ruokavirasto 2019b)

Luonnonvaraisten tuotteiden keräily liitetään alkutuotantoon. Alkutuotantoa ovat tässä yhteydessä toiminnat, jotka eivät muuta merkittävästi marjojen tai sienten olomuotoa tai ulkonäköä. Ravintola voi ostaa yksityiseltä luonnontuotteita, kuten marjoja, sieniä ja kasveja, ilman että myyjä on rekisteröinyt viranomaisille toimintansa. Kotiviljelijältä ravintola voi ostaa esimerkiksi puutarhan vihannes- tai yrtilisadon. (Korpela 2019.)

Riistaa voidaan ostaa ravintolaan metsästäjältä tai metsästysseuralta vapaasti tarkastamattomana, mutta riistaeläimen pitää olla käsittelemätön ja kokonainen. Riistan paloitteleminen vaatii metsästysseuralta lainsäädännöllisiä toimenpiteitä. Karhun liha vaatii aina tarkastuksen, ennen kuin sitä voidaan ostaa ravintolaan raaka-aineeksi. Vain rekisteröitynyt kalastaja voi myydä kalaa ravintoloihin. Ravintolat eivät saa lain mukaan ostaa kalaa yksityiseltä kalastajalta. Näiden säästöjen tarkoitus on turvata elintarvikkeiden turvallisuus. (Korpela 2019.)

Maidon ja lihan eli eläimistä saatujen tuotteiden myyminen tiloilta suoraan on laissa tiukasti säädeltyä. Jos tuottaja myy kasvattamiensa eläinten lihaa tilaltaan, eläimet teurastetaan hyväksytyssä teurastamossa, jonka jälkeen lihat voidaan kuljettaa tilalle myyntiin valmiiksi paloiteltuna ja pakattuna. Vaatimuksena myyntitoiminnalle ovat riittävät kylmäsäilytystilat. (Korpela 2019.)

Eläimet voidaan teurastaa tiloilla elintarvikelaissa hyväksytyissä pienteurastamoissa. Tämä vaatii kuitenkin enemmän lainsäädännöllisiä toimenpiteitä. Lihan luovuttaminen tilalta on elintarvikkeiden myyntiä, jolloin vaaditaan elintarvikehuoneistoilmoitus ja omavalvontasuunnitelma. Lisäksi on otettava huomioon muun muassa naudanlihan merkitsemistä koskeva ohjeistus ja muu toimintaa koskeva lainsäädäntö esimerkiksi pakkausmerkinnöistä. (Ruokavirasto 2019c.)

Suomessa raakamaidon eli kotieläinten maidon, jota ei ole kuumennettu yli 40 asteeseen, myynti on sallittua suoraan tiloilta tietyin ehdoin. Tiloilta on sallittua myydä kuluttajille heidän omaan käyttöön 2 500 litraa raakamaitoa vuodessa. Jos määrä ylittää sen rajan, elintarvikelainsäädäntö asettaa toiminnalle lisävaatimuksia. Tämän säädännön tarkoituksena on toimia riskinhallintakeinona. (Ruokavirasto 2019d.) Myös ravintola voi ostaa raakamaitoa tiloilta, mutta se on kuumennettava ennen kuluttajille tarjoamista (Korpela 2019).

4 Esteet lähiruoan käytön lisääntymiselle

Toimenpiteitä lähiruokasektorin haasteiden ratkaisemiseksi on yritetty pohtia jo vuosien ajan. Niin kuin aiemmin opinnäytetyössä mainittiin, hallituksen lähiruokaohjelman tarkoitus on yrittää selvittää ja ratkaista näitä pullonkauloja, jotka ovat esteenä lähiruoan käytön lisääntymiselle. Lähiruokaa käsittelevien lähdeaineistojen mukaan suurimmat haasteet ovat lähiruoan saatavuus ja saavutettavuus.

Lähiruoka-käsitteen määritelmä ei perustu lainsäädäntöön. Virallisen määritelmän puutteesta ja käsitteen monitulkinnaisuudesta seuraa se, ettei lähiruoka-ohjelman tarkoitus ole juurikaan tilastollisia tietoja. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 7.) Hallituksen lähiruokaohjelman päivitystarpeisiin lisättiin arviointiraportin yhteydessä lähiruoka-alan tilastointi. Tilastointipohjia, muun muassa yritysten kannattavuudesta ja kasvuvauhdista tarvitaan etenkin tutkimuskäyttöön. Tilastojen avulla ohjelma pystyisi edistämään paremmin lähiruoka-alaa. (Sillanpää & Ålander 2018, 37.)

Lähiruoan markkinointi ja näkyvyys on kuluttajalle markkinoilla heikkoa yhtenäisen, virallisen ja valvotun merkin puuttuessa (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 7). Lähiruokatuotteissa voidaan käyttää niin virallisia valvottuja kuin epävirallisia tuotemerkkejä, jotka kertovat esimerkiksi tuotteen olevan peräisin Suomesta. Tällaisia tuotemerkkejä ovat muun muassa alkuperä- ja nimisuojamerkit. Sirkkalehti on kotimaisten puutarhatuotteiden merkki ja se kertoo tuotteen olevan 100 % kotimainen ja avainlippu on merkki kotimaisesta työstä (liite 4). (Martat 2019.) Mutta

lähiruoka ei eroa näiden merkkien avulla Suomessa tuotetusta ruoasta mitenkään. Suomi syö (2018) -tutkimuksen mukaan kuluttajat haluaisivat lähiruokatuotteelle tunnistamisen helpottamiseksi yhtenäisen tuotemerkin.

Lähiruoan tarjonnan vähyys on vieläkin yksi suurimmista haasteista. Tämä koskee enemmän vähittäiskauppaa kuin ravintoloita. Kaupoissa lähiruokatuotteet eivät saa näkyvyyttä, vaan häviävät monien muiden tuotteiden joukkoon. (Peltola 2018, 47.) Sillanpään ja Ålanderin raportista (2018, 35) käy ilmi, että lähiruokayrittäjien liiketoimintaosaaminen myynnin ja markkinoinnin osalta on heikkoa, mikä johtaa siihen, että tuotteita on vaikea löytää tai tunnistaa lähiruokatuotteeksi. Lähiruokayrittäjille suunnattu koulutus ja neuvonta olisi tähän asiaan ratkaisu.

Lähiruoan näkyvyyden eteen on tehty markkinoilla töitä. Tästä esimerkkinä on Keskimään S-ryhmän Ruokaa läheltäsi -kampanja. Sen tarkoituksena on tuoda esiin lähituottajien tuotteita ja kertoa kuluttajille niiden tarina. (Osuuskauppa Keskimaa 2017.)

Suomi on EU:n pohjoisin ruoantuottajamaa, joten ilmastollisin syin kaikkia elintarvikkeita ei ole mahdollista saada oman maakunnan alueelta (Lähiruokatyöryhmä 2000, 14 - 15). Saatavuus on yksi suurimpia haasteita lähiruoka-asiassa. Lähiruokatoimijat ovat yleensä pieniä tai keskisuuria yrityksiä ja niiden tuotantovolyymit ovat rajallisia. Haasteena voi olla tuotetarjonnan epätasaisuus, rajallisuus ja tuotteiden toimitusvarmuus. (Puoskari, Wuori, Korhonen & Muilu 2013, 82.) Alueellinen raaka-aineiden tuotannon, jalostustoiminnan vaihtelu ja toimijoiden hajallaan oleva sijainti vaikeuttavat lähiruoan jalostusasteen nostamista. Sillanpään ja Ålanderin (2018, 35) mukaan on tärkeää panostaa jalostustoiminnan osaamisen kehittämiseen.

Logistiikka ja verkostoimattomuus ovat myös lähiruokatoimitusten ongelmakohtia. Paikallisten ruoantuottajien yhteistyö kasvattaisi tuotevalikoimaa ja vastaisi näin paremmin asiakkaan tarpeisiin. Kuljetusten optimointi tukisi myös lähiruoan ekologisia vaikutuksia. (Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010, 22.) Verkostoimattomuus osaltaan voi vaikuttaa myös uusien innovatiivisten ideoiden syntyyn lähi-

ruokamarkkinoilla (Sillanpää & Ålander 2018, 35). Lähiruokaohjelmalla on selvästi ollut positiivinen vaikutus lähiruokateeman kehittämisessä ja yhteistyön parantamisessa ja edistäjänä. Se on koonnut eri tahoja yhteen ja tiivistänyt niiden välisiä kumppanuuksia lähiruokasektorilla (Sillanpää & Ålander 2018, 40.)

Lainsäädäntö koetaan edelleen lähiruoan toimijoiden kannalta haastavaksi. Vaikka lainsäädännöllisiä helpotuksia lähiruokaohjelman myötä on saatu aikaan, niin edelleen lain sallimia joustoja toivotaan käytäntöön. Esimerkiksi pienteurastamoja koskevia säädöksiä helpottamalla, joustot tukisivat niin alkutuottajaa kuin jatkojalostajaakin. (Sillanpää & Ålander 2015, 31.) Sillanpää ja Ålander (2018, 41) toteavat raportissaan, että lähiruokaohjelman myötä lainsäädäntöä on selkeytetty ja neuvonnan ja koulutuksen merkitystä tullaan korostamaan entisestään lainsäädännön osalta.

Ravintolat kokevat haastavana sopivien lähiruokatuotteiden löytymisen. Tähän vaikuttavat tietämättömyys alueen lähiruokatoimijoista, toimitusvarmuus ja tuotteiden saatavuus. Ravintoloille pitäisi koota alueen lähiruokatoimijoista tietoa ja ruoan toimitusta kehittää helpommaksi. (Heikkilä 2014a, 22 - 23.)

5 Lähiruoan yhteiskunnalliset vaikutukset

Yhteiskunnallisilla vaikutuksilla tarkoitetaan ihmisten toiminnan tai luonnon kehityskulun aikaansaamia vaikutuksia yhteiskunnassa (Paloviita 2014, 12). Lähiruoan yhteiskunnallisia vaikutuksia voidaan tarkastella kestävyiden kannalta (Kuhmonen, Hyvönen, Ahokas, Kaskinen & Saarimaa 2015, 4). Yhdistyneet kansakunnat (YK) on määritellyt kestävä kehityksen käsitteen vuonna 1987. Kestävä kehityksen tarkoituksena on turvata kaikille sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet nyt ja tulevaisuudessa. (Räsänen ym. 2014, 11.)

Sillanpää ja Ålander mainitsevat lähiruokaohjelman väliarvioinnissa (2018), että hallinnon pitäisi kirjata tulevaisuudessa ohjelmiinsa lähiruoka ja sen kestävä ke-

hityksen ulottuvuudet ja ohjata tähän rahoitusta. Näin myös tulevaisuudessa voidaan lähiruokaketjua kehittää kohti kestävämpää kehitystä. (Sillanpää & Ålander 2018, 38.)

Lähiruoan suosimisen uskotaan vaikuttavan positiivisesti aluetalouteen sekä paikalliseen työllisyyteen (Lähiruokaa – Totta kai! 2013, 5). Taloudelliset vaikutukset kiinnostavat päättäjiä. He haluavat tietää, millaisia vaikutuksia lähiruokaa koskevilla päätöksillä ja investoinnilla on talouteen. Bruttokansantuote (BKT) ja työllisyys ovat taloudellisten vaikutusten mittareita. Lähiruoan taloudellinen kestävyys perustuu sen työllistävään ja paikallisia elinkeinoja tukevaan vaikutukseen. (Paloviita 2014, 12.)

Ympäristöön liittyviä vaikutuksia ovat esimerkiksi ilmastonmuutos, rehevöityminen, happamoituminen, melu- ja hajuhaitat ja muutokset maisemaan ja luonnon monimuotoisuuteen. Lähiruoan ympäristövaikutukset kohdentuvat omaan ympäristöön. Ilmastonmuutos vaikuttaa globaalilla tasolla. Lähiruoan ympäristövaikutuksia tutkiessa huomio kiinnittyy ruoantuotantoketjun energiankulutukseen, hiilidioksidipäästöihin ja kuljetuskilometreihin. Tärkeimmät tekijät lähiruoan ympäristövaikutusten suhteen ovat, kuinka maanviljelijä tuottaa ruoan ja miten kuluttaja sen hankkii, säilyttää ja käyttää. Ympäristöllistä kestävyyttä voidaan arvioida elinkaarianalyysien avulla tuotteen koko elinkaaren osalta niin sanotusti pelloilta-pöytään. (Paloviita 2014, 35 - 39.) Näitä analyysejä hyödynnetään tuotteiden hiili- ja vesijälkiin (Korhonen 2015, 34).

Lähiruoan sosiokulttuurilliset vaikutukset perustuvat maaseudun sosiaaliseen kestävyteen ja tuottajan ja kuluttajan väliseen vuorovaikutukseen. Sosiaalisen kestävyden kannalta olennaista on, että maaseudun elinvoimaisuus säilyy. Tuottajan ja kuluttajan vuorovaikutus lisää luottamusta ruoantoimitusketjussa ja lisää sen läpinäkyvyyttä. (Paloviita 2014, 13 - 14.)

Lähiruoan kulttuurillisiin vaikutuksiin kuuluvat kulttuuriperinnön säilyttäminen ja ruoan aitouden arvostaminen. Lähiruoan sosiaaliset ja kulttuurilliset vaikutukset kohdistuvat kulttuuriin, ihmisiin ja heidän hyvinvointiinsa, onnellisuuteen ja terveyteen (Paloviita 2014, 13).

6 Lähiruoan merkitys matkailussa

Matkailu määritellään toiminnaksi, jossa ihmiset matkustavat normaalin asuinpiirinsä ulkopuolelle ja ovat siellä enintään yhtäjaksoisesti vuoden ajan (Tilastokeskus 2019). Ruoan merkitys matkailussa on kasvanut. Useimmat matkailijat hakevat matkaltaan ruokaelämyksiä ja ruoka voi olla jopa matkan valintakriteeri. Tällöin kyse on ruokamatkailusta (Havas & Jaakonaho 2013, 6 - 7). Ruokamatkailu on yksi globaalisesti kasvavista matkailutrendeistä ja se on Suomessakin huomioitu muun muassa hallituksen toimesta, joka on myöntänyt varoja sen kehittämiseen. Maa- ja metsätalousministeriö ja Visit Finland käynnistivät ja rahoittivat Suomen ensimmäisen ruokamatkailustrategian vuosille 2015 - 2020. Strategia on Haaga-Helia ammattikorkeakoulun koordinoima. Ruokamatkailun kehittäminen Suomessa pohjautuu strategiaan. (Hungry for Finland 2019.)

Kehittämisen painopisteet perustuvat Suomen vahvuuksiin ruokamatkailussa ja ne ovat paikallisuus, puhtaus ja luovuus. Ensimmäinen painopiste on suomalaisuus ja suomalainen ruoka (*taste of place*). Se on persoonallista ja alueellista. Suomen ruokakulttuuri on saanut vaikutteita sekä idästä että lännestä, se alueellinen ero maistuu ruoassa. Paikallisuuden esiin nostaminen tarkoittaa esimerkiksi suomalaisille tyypillisiä makuja, lähiruokaa ja alueellista ruokakulttuuria. (Hungry for Finland 2019).

Strategian toinen painopiste on suomalainen puhdas ruoka (*pure pleasure*). Suomi tunnetaan puhtaasta ilmasta, vedestä ja luonnosta maailmalla. Kolmantena painopisteenä on luova innovatiivinen ja skandinaavinen keittiö (*cool and creative from Finland*). Suomi on saanut tunnettuutta ruokatrendien luojana, esimerkiksi Ravintolapäivä ja suomalainen katuruoka ovat edistäneet tätä mainetta. Näiden painopisteiden kehittämisen avulla visio vuodelle 2020 on saada suomalainen ruoka tärkeäksi ja elämykselliseksi osaksi Suomen matkailua. (Hungry for Finland 2019.)

Lähiruoan mahdollisuudet ruokamatkailussa ovat huomattavat. Lähiruoka voi toimia ravintolalle kilpailuetuna ja lisätä paikan omaleimaisuutta. Paikallinen ruokaerikoisuus toimii parhaimmillaan kohteen vetovoimatekijänä. (Lüthje 2018, 13.) Lähiruoka, kulttuuriperinne ja tarinat antavat mahdollisuuden ruokamatkailutuotteen rakentamiseen. Nykytekniikan avulla matkailijalle voi kertoa paikallisen ruoan tarinan. Interaktiivisesta ruokalistasta aukenee ruoka-annoksessa käytettyjen raaka-aineiden tarina pellolta pöytään tai keittiömestarin käyttämän reseptin tarina. (Kontio 2018, 43.)

Useiden tutkimusten mukaan matkailijoita kiinnostaa lähiruoka sen elämyksellisyyden ja aitouden takia. Ruoan maku ja tarinat tekevät lähiruoasta elämyksellisen. Elämys määritellään mieleenpainuvaksi kokemukseksi ja koetaan aina yksilöllisesti. Lähiruoka tarjoaa matkailijalle mahdollisuuden tutustua alueeseen ja sen kulttuuriin ruoan välityksellä. Paikallisessa ruoassa on matkailupotentiaalia monestakin syystä ja se voi lisätä kohteen vetovoimaisuutta. Ekologisen syyn perusteella matkailija valitsee paikallisen ruoan, hän kokee sen ympäristöystävälliseksi ja samalla hän tukee paikallisia toimijoita ja kulttuuria. Lähiruoka tuo lisäarvoa matkailijoille. Siitä voidaan rakentaa matkailutuote. (Lüthje 2018, 13.)

Annika Kososen (2018) opinnäytetyössä tutkittiin uuden luksuksen ja premiumin vaikutusta ruokamatkailuun. Opinnäytetyö on toteutettu osana Premium ja luksusta – Arvot ja ansainnat lifestyletoimialalla ja RUOKA&MATKAILU-hanketta. Tutkimuksen aineisto on kerätty haastelemalla yrityksiä, jotka pääsääntöisesti keskittyvät ravintolatoimintaan.

Tutkimusaineistoista selviää, että yritykset määrittelevät luksus ja premium tasoiseksi ruoaksi ruoan, joka on laadukasta, käsintehtyä ja viimeisteltyä. Luksus ja premium tasoisessa ruoassa on suomalaiset ja laadukkaat raaka-aineet sekä puhtaat maut. Tutkimusaineistosta nousi esiin yrityksille tärkeimpänä elementtinä lähiruoka ja laadukkuus. Ekologisuutta ja eettisyyttä arvostetaan paljon, siitä kertovat tutkimuksessa mukana olleiden yritysten valinnat kotimaisten raaka-aineiden ja lähiruoan käytön suhteen. Nämä valinnat ilmentävät myös sitä, että suomalainen luonto nähdään tärkeänä. (Kosonen 2018.)

Opinnäytetyön tutkimusaineiston yhteenvedossa Kosonen (2018) toteaa, että ruoka on tärkeä osa uudessa luksuksessa ja premiumissa. Se täyttää kriteerit, kun sen valmistamiseen käytetään raaka-aineita lähiluonnosta tai omasta yrittäjästä, tunnetaan henkilökohtaisesti raaka-aineiden toimittajat, hyödynnetään sesonkiajattelua, käytetään tuttuja raaka-aineita yllätyksellisesti ja villisti ja vahvistetaan ruoan avulla muistoja. Mielestäni edellä mainitut kriteerit sopivat hyvin lähiruokaan, mutta pelkkä lähiruoka ei siihen riitä. Se vaatii ravintolalta osaamista, idearikkautta ja kykyä tehdä luksus ja premium tasoinen ruokaelämys. Suomessa luksustasoinen ruokaelämys voi syntyä esimerkiksi tarjoamalla Suomi-designastioista suomalaisia perinnemakuja.

Kosonen (2018) toteaa, että uusi luksus- ja premium- tasoinen tuote syntyy, kun yrityksellä on kiinnostusta tarjota uusia elämyksiä, halu kehittyä ja haastaa itseään jatkuvasti. Uudessa luksus- ja premium- tasoisessa panostetaan sen laatuun. On tärkeää, että palvelu on aitoa, rentoa ja jokainen asiakas kohdataan tärkeimpänä asiakkaana. Kestävän kehityksen ja laadukkaan kotimaisen muotoilun huomioiminen on tärkeää osa uutta luksusta ja premiumia. Omien vahvuuksien tiedostaminen ja ylpeys niistä ovat valttia. Uuteen premiumiin ja luksukseen ei sovi turha nöyristely.

Lähiruoka-alan tulevaisuus nähdään positiivisena monien tutkimuksien mukaan. Lähiruokaan vaikuttavia trendejä ovat ruokaturvallisuus, vastuullinen kulutus ja kestävä kehitys. Kestävä kehitys vaikuttaa tulevaisuudessa kuluttajien ostopäätöksiin enemmän, ja paikallisuuden ja ruoan alkuperän merkitys kasvaa globalisaation vastavoimana. (Sillanpää & Ålander 2018, 15.) Näin ollen lähiruoan merkitys myös matkailussa tulee lisääntymään.

7 Opinnäytetyön menetelmälliset valinnat

7.1 Tutkimus opinnäytetyössä

Tutkimuksella tarkoitetaan systemaattista ja tieteellistä toimintaa jonkin asian selvittämiseksi. Tutkimukset jakaantuvat empiirisiin ja teoreettisiin tutkimuksiin. (Heikkilä 2014b, 5.) Empiirinen tutkimus tarkoittaa kokemuksiin tai havainnointiin perustuvaa tai mittaamalla selvitettyä tutkimusta ja teoreettinen tutkimus pyrkii selvittämään asioita aiemman tutkimuskirjallisuuden pohjalta. (Koppa 2015.) Empiirinen tutkimus voidaan jakaa määrälliseen tai laadulliseen tutkimukseen, riippuen siitä kumpaa tutkimusotetta työssä käytetään. Tutkimusmenetelmän ratkaisee työn tutkimusongelma. Samassa tutkimuksessa voidaan käyttää sekä laadullista että määrällistä tutkimusotetta täydentämään toisiaan. (Heikkilä 2014b, 3.)

Tämän opinnäytetyön tehtävänä on selvittää ja esittää tietoa seuraaviin kysymyksiin: Onko lähiruoka tarpeeksi tunnettua ja houkuttelevaa Timitran Linnan asiakkaiden näkökulmasta? Miten Timitran Linnan toimintaa olisi kannattavaa kehittää lähiruoan käytön osalta? Millaiseksi lähiruoan asema koetaan Lieksan alueella? Arvostetaanko lähiruokaa ravintola- tai tapahtumaruokailun yhteydessä? Näihin kysymyksiin pyritään saamaan vastauksia opinnäytetyössä tehdyllä kyselyllä, joka perustuu sekä määrälliseen että laadulliseen tutkimusotteeseen.

7.2 Määrällinen ja laadullinen menetelmä

Kvantitatiivinen eli määrällinen menetelmä tarkastelee tietoa numeerisesti, mikä tarkoittaa sitä, että tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia käsitellään numeroiden avulla. Määrällinen tutkimus tuo vastauksia kysymyksiin: kuinka paljon, kuinka moni ja kuinka usein. Määrälliselle tutkimukselle ominaista on se, että vastaajien määrä on suuri ja tiedonkeruumenetelminä ovat yleensä kyselyt. Määrällisen tutkimuksen tarkoitus on joko selittää, kuvata, kartoittaa tai ennustaa ihmisiä koskevia asioita tai ominaisuuksia. (Vilkkä 2007, 13 - 17.)

Laadullisen eli kvalitatiivisen menetelmän avulla pyritään ymmärtämään tutkimuskohdetta ja sen ominaisuuksia, laatua ja merkitystä. Sillä haetaan vastauksia kysymyksiin, miten ja miksi. Laadullisen menetelmän tiedonkeruu tapahtuu esimerkiksi haastatteluiden tai havainnoinnin avulla. (Heikkilä 2014b, 8).

7.3 Lähiruokakysely

Opinnäytetyössä käytettiin tiedonkeruumenetelmänä lomakekyselyä. Kysely sisälsi strukturoitujen kysymysten lisäksi myös avoimia kysymyksiä. Kyselylomakkeessa oli yhteensä 15 kysymystä (liite 1).

Ennen kyselyn toteuttamista kysely testattiin viidellä koevastaajalla. Aluksi kyselylomake oli yksisivuinen, jossa kysymykset olivat kahdella palstalla. Koevastaajat kokivat sen hankalaksi, koska kyselyn teksti oli liian pientä ja kysymyksiä oli vaikea lukea. Tämä korjattiin tekemällä kyselylomakkeesta kaksipuoleinen, jolloin tekstin kokoa voitiin suurentaa. Koevastaustilanteessa ei muita ongelmia havaittu. Kyselylomake otettiin korjattuna käyttöön.

Lomakekyselyä edelsi saatekirje (liite 1). Se kirjoitettiin selkeästi ja hyvällä asiantyöllillä. Siihen sisällytettiin riittävästi tietoa tutkittavasta asiasta, koska sen perusteella henkilö päättää osallistumisestaan kyselyyn. Saatteen pitäisi herättää vastaajan mielenkiinto kyselyä kohtaan (Vilkkä 2007, 65). Saatteessa oli lisäksi tieto arvonnasta, siitä kerrottiin vastaajille selkeästi. Kyselylomakkeen mukana oli erillinen lipuke arvontaan osallistuvan yhteystiedoille. Arvonta oli vapaaehtoinen ja osallistujien kesken arvottiin konsertin jälkeen 2 kappaletta lähiruoka-aiheisia tuotepalkintoja. Voittajille ilmoitettiin henkilökohtaisesti ja arvonnin jälkeen yhteystietolipukkeet hävitettiin asianmukaisesti.

Kysely toteutettiin 26.6.2018 Pielinen Soi -konsertin yhteydessä Timitran Linnan alueella. Sen kohderyhmänä olivat ravintolan asiakkaat, jotka koostuivat sekä paikka- että ulkopaikkakuntalaista. Timitran Linnan ravintolassa oli tarjolla lähiruokamenu (liite 5). Pielinen Soi on paikallisesti tunnettu taiteellinen kamarimu-

siikkifestivaali. Timitran Linnan pihapiirissä, rajavartioston entisen hevostallin vin-
tillä, sijaitsee Lieksan taideyhdistyksen taidegalleria, jossa konsertti pidettiin. Ky-
sely päätettiin tehdä tässä tapahtumassa, koska tiedettiin aiempien vuosien ko-
kemuksesta, että ihmisiä on silloin paikalla. Timitran Linna toimii
tilausravintolana, kuten perhejuhlien pitopaikkana, joten sen asiakkaita olisi muu-
ten ollut hankala spontaanisti ja laajemmalla mittakaavalla tavoittaa.

Kyselystä voidaan käyttää termiä informoitu kysely, mikä tarkoittaa sitä, että, tut-
kija kohtasi tutkimuksen aikana perusjoukkoon kuuluvia (Vilkkä 2007, 29). Tämä
tapahtui kyselylomakkeiden jakamisen tai noutamisen yhteydessä. Vastauksia
kyselyyn saatiin yhteensä 34 kappaletta. Tapahtumapäivänä konserttiin myytiin
yhteensä 102 lippua, joten vastausprosentti oli 33 %. Koska kyselyn vastaukset
olivat paperilla, vastausten analysointi tapahtui manuaalisesti. Taulukointia var-
ten lomakkeiden tiedot syötettiin tietokoneohjelmaan, joka mahdollisti myös tie-
tojen ristiintaulukoinnin.

8 Kyselyn tulokset

Kyselylomakkeen kysymyksissä 1 - 3 kysyttiin vastaajan taustatietoja; sukupuoli,
ikä ja kotipaikkakunta. Kuten taulukosta 1 ilmenee, suurin osa vastaajista oli ko-
toisin Pohjois-Karjalan alueelta ja Lieksasta. Kahdesta vastauslomakkeesta uu-
puivat vastaajan kotipaikkakuntatiedot. Taulukossa olevat prosenttiosuudet ovat
pyöristetty tasalukuun, ja sen takia prosenttien summa on 101 %.

Taulukko 1. Vastaajien kotipaikkakunta (n = 34).

Kotipaikkakunta	n	%
Lieksa	22	65
Nurmes	3	9
Joensuu	2	6
Juuka	1	3
Tampere	1	3
Leppävirta	1	3
Kouvola	1	3
Karstula	1	3
Ei tiedossa	2	6
Yhteensä:	34	101

Lomakekyselyyn vastanneista enemmistö oli naisia. Naisia vastaajista oli 28, miehiä 5 ja yksi vastaaja ei halunnut tuoda sukupuoltaan esille. Vastaajien ikäkauma oli 25 - 75 vuoden välillä ja heidän keski-ikänsä oli 55 vuotta.

Kysymys 4 liittyi lähiruokaan ja sen ominaisuuksiin. Kysymysmuoto oli kysymyksessä vakioitu. Vastaaja valitsi vastausvaihtoehdoista itselleen mieluisan. Koska lähiruoka on varsin määrittelemätön käsite, haluttiin selvittää se, millaiseksi kukin vastaaja mieltää lähiruoka-käsitteen.



Kuvio 2. Lähiruokakäsitteen määritelmä (n = 34).

Kyselyn tuloksista ilmenee, että vastaajat mielsivät lähiruoan vähintäänkin maakunnassa tuotetuksi ruoaksi (kuvio 2). Suurin osa vastaajista määritteli lähiruoan vielä suppeammin omalla paikkakunnalla tuotetuksi ruoaksi. Yhdessä vastauksessa oli lähiruoan tuotantoalue rajattu koskemaan omaa pihaa. (kuvio 2). Yhdessäkään vastauksessa ei määritelty lähiruokaa koko Suomen alueella tuotetuksi ruoaksi.



Kuvio 3. Lähiiruokakäsitteen määritelmä asuinseudun mukaan (n = 34).

Kysymys 4 jakoi lieksalaisten vastaajien (n = 22) vastaukset tasaisesti, sillä puolet heistä määritteli lähiruoan maakunnassa ja puolet omalla paikkakunnalla tuotetuksi ruoaksi (kuvio 3).

Kysymys 5 käsitteli lähiruoan tärkeimmän ominaisuuden määrittelyä. Vastaus vaihteli vastaajien mukaan melko suuresti. Vaikka vastaajia pyydettiin valitsemaan tärkein ominaisuus, osa heistä valitsi useamman vastausvaihtoehdon. Tuoreus ja oman paikallistalouden edistäminen osoittautuivat vastaajien mielestä lähiruoan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi. Myös ekologinen jalanjälki koettiin tärkeäksi.

Seuraavat kysymykset kartoittivat vastaajan ostopäätöksiä lähiiruokaan liittyen. Kyselyn tulosten mukaan se, että tuote on lähiiruokaa vaikuttaa vastaajien ostopäätöksiin. Vastaajista 85 % oli sitä mieltä, että lähiiruoka vaikuttaa heidän ostopäätökseensä. Lähiruoan ostopäätös ei ole sukupuolesta riippuvainen, sillä sekä nais- että miesvastaajien enemmistö suosii lähiiruokaa tulosten perusteella.

Lieksalaisten (n = 22) vastaajien mielestä lähiiruoka vaikuttaa heidän ostopäätökseen. Lieksalaisista vastaajista 82 % suosii lähiiruokaa (kuvio 4). Jos lähiiruoka vaikutti vastaajan ostopäätökseen, kysymykseen liitettiin lisäkysymys, miten. Tähän saatiin sanallisia vastauksia, jotka liittyivät lähiiruokatuotteen tuoreuteen ja laatuun. Esimerkiksi yksi vastaaja kirjoitti: ”*Tuoreus on taattu ja tuttu, kun tuote on läheltä*”. Vastauksista ilmeni myös halu tukea paikallisia elintarviketuottajia ja

lähiruoan suosiminen ympäristönäkökulman vuoksi, joka näkyi jo edellisen vastauksen yhteydessä. Kuten eräästä vastauksesta ilmeni: ”*Hinta ei ratkaise, jos tuote on hyvä. Haluan edistää oman paikkakunnan lähiruokatuotantoa ostamalla lähituotteita*”.



Kuvio 4. Vaikuttaako lähiruoka lieksalaisten ostopäätökseen (n = 22).

Kysymyksessä 7 kysyttiin, että onko lähiruokaa hyvin saatavilla. Vastajista (n = 34) 59 % oli sitä mieltä, että lähiruokaa on hyvin saatavilla ja 41 % mielestä taas ei. Tämä kysymys koski lähiruoan saatavuutta yleensä. Se ei erotellut lähiruokatuotteita alkutuotannon tuotteiden tai lähiruokaraaka-aineista valmistetun ravintola-annoksen välillä. Lähiruokatuotteiden saatavuus on koettu ongelmaksi.

Kysymyksien 8, 9 ja 10 vastuksista rajattiin ulkopaikkakuntalaisten (n = 10) ja kahden, jotka eivät kertoneet kotipaikkakuntaansa, vastaukset analyysin ulkopuolelle, koska opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään lieksalaisten asennetta lähiruokaa kohtaa. Lieksalaisia vastaajia oli yhteensä 22. Siitä huolimatta vaikka näiden 22 vastauksen perusteella, näkemyksiä ei voida yleistää koskemaan kaikkien lieksalaisten mielipidettä.

Kyselyn mukaan lähiruokaa ostettaisiin mieluiten kaupoista. Lieksassa asuvista vastaajista 81 % ostaisi lähiruokatuotteita kaupoista. Vastajista 10 % ostaisi mieluiten lähiruokaa torilta ja kahdessa vastauslomakkeessa oli mainittu myös verkkokauppa ja lähiruokarengas. Lieksalaista vastaajista 9 % käyttäisi internetiä hyödykseen lähiruokatuotteiden hankinnassa. Lieksan alueella ei ole lähiruokarengastoimintaa tällä hetkellä.

Lieksassa asuvat vastaajat ovat ostaneet kaikkia kysymyksessä 9 mainittuja lähiruokatuoteryhmien tuotteita (kuvio 5). Yleisemmin he ovat ostaneet paikallisia vihanneksia ja juureksia. Vastaajista 19 kertoi ostaneensa lähituottajien tuottamia vihanneksia ja juureksia. Vastaajista 18 oli ostanut paikallista kalaa tai paikallisesta kalasta valmistettuja kalajalosteita ja 17 vastaajan ostoskorista on löytynyt paikallinen leipä tai viljavalmisteita. Seuraavaksi eniten on ostettu kananmunia ja hedelmiä ja marjoja. Vastausten perusteella vain noin neljännes vastaajista on ostanut paikallista lihaa ja lihajalosteita tai maitoa ja maitovalmisteita.



Kuvio 5. Lieksalaisten vastaajien ostamia lähiruokatuotteita (n = 22).

Kysymyksen 9 vastaukset vaikuttavat realistiselta, kun niitä verrataan Lieksan alueen lähiruokatarjontaan. Lieksassa on paikallisia kalastajia, joiden pyytämää kalaa on tarjolla vähittäiskaupoissa, kananmunantuottaja, joka toimittaa vähittäiskauppaan kananmunia, sekä juuresten ja marjojen viljelijöitä, jotka toimittavat tuotteitaan vähittäiskaupan lisäksi myös torimyyntiin. Lieksassa on hyvin saatavilla paikallista leipää sekä leipomomyymälöissä että vähittäiskaupoissa. Lisäksi Lieksan leipävalikoimasta löytyy myös maakunnan tuotteita.

Kysymys 10. oli avoin kysymys, jossa haluttiin tietää, mitä lähiruokatarjontaa vastaajien mukaan olisi hyvä olla Lieksassa. Tähän kysymyksen vastasi vain 11 Lieksassa asuvaa vastaajaa. Vastausprosentti oli 50 %. Olikohan vastaamattomuuden syy se, etteivät vastaajat osanneet tai viitsineet vastata kysymykseen. Vastanneista 63 % haluaisi ostaa paikallista kalaa enemmän. Vastaajista 27 %

haluaisi Lieksan lähiruokatarjontaan maitoa ja maitovalmisteita. Yksi vastaaja oli kirjoittanut, että alueella on maito- ja lihatiloja, joten haluaisi ostaa niiden tuotteita ja niistä jalostettuja tuotteita, kuten juustoja. Yksittäisissä vastauksissa oli mainittu myös marjavalmisteet, liha ja kananmunat, joita haluttaisiin saada lähiruokatuotteina.

Kyselylomakkeen toisella sivulla on kysymyksiä liittyen Timitran Linnan ruokatarjontaan yleensä ja Pielinen Soi -tapahtuman yhteydessä olevaan ruokatarjontaan. Kysymys 11 on laadittu Likertin asteikon muotoon. Likertin asteikko on järjestysasteikko, jota käytetään mielipideväittämässä (Vilkkä 2007, 48). Kysymys koski lähiruoan merkitystä ruokatarjonnassa ravintolassa ja tapahtumien yhteydessä. Näiden kysymyksiä avulla pyrittiin selvittämään lähiruoan kiinnostavuutta ja houkuttelevaisuutta ravintola- tai tapahtumaruokailussa.

Kuten taulukosta 2 nähdään, vastaajat suhtautuivat varsin myönteisesti lähiruoan käyttöön ravintolassa ja tapahtumissa. Vastaajista 76 % oli täysin samaa mieltä siitä, että on tärkeää, että ravintolassa on saatavilla paikallista raaka-aineista valmistettua ruokaa ja 24 % vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Myös tapahtumassa olevan ruokatarjonnan paikallisuudesta vastaajien mielipide oli lähes samanlainen kuin edellisen vastauksen osalta. Kukaan vastaajista ei ollut väittämän kanssa eri mieltä näiden kysymysten osalta.

Ruokatarjonnan monipuolisuuden tärkeänä pitäminen tapahtumien yhteydessä jakoi vastaajien mielipidettä enemmän kuin edelliset kysymykset. Vastaajista 67 % piti tärkeänä, että tapahtumissa on monipuolinen ruokatarjonta, vastaajista 24 % on väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä ja heistä 9 % ei ole samaa, eikä eri mieltä väittämän kanssa.

Ruoka-annoksen raaka-aineiden jäljitettävyyden koki 61 % vastaajista tärkeäksi. Vastaajista 30 % olivat väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä. Heistä 6 % ei ollut väittämän kanssa samaa eikä eri mieltä ja 3 % vastaajista ei kokenut raaka-aineiden jäljitettävyyttä kovinkaan tärkeänä ravintola- eikä tapahtumaruokailussa.

Taulukko 2. Vastaajien mielipiteet ruokailuihin liittyen (n = 34).

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa, eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
On tärkeää, että <u>ravintolassa</u> on saatavilla paikallisista raaka-aineista valmistettua ruokaa.	76 %	24 %	0 %	0 %	0 %
On tärkeää, että <u>tapahtumissa</u> on saatavilla paikallisista raaka-aineista valmistettua ruokaa	73 %	27 %	0 %	0 %	0 %
Monipuolinen ruokatarjonta on tapahtumien yhteydessä tärkeää.	67 %	24 %	9 %	0 %	0 %
On tärkeää, että ruoka-annoksen raaka -aineet pystytään jäljittämään.	61%	30%	6%	3%	0%

Kysymys 12 olisi selvyuden vuoksi pitänyt laatia eri tavoin. Kysymyksellä haettiin vastausta siihen, millaista ruokaa asiakkaat toivoisivat tapahtumien yhteyteen. Kysymyksen laatijalla oli pyrkimys selvittää ruokatyyliä, kuten katuruokaa tai buffet-ruokatyylistä ruokaa tai ruokalajeja.

Vastauksista voidaan päätellä, että kaikki vastaajat eivät olleet käsittäneet kysymystä siten, vaan 41 % vastanneista vastaajista luonnehti ruokaa eri adjektiiveilla, kuten *herkullista, maukasta, maittavaa, elämyksiä antavaa; helposti syötävää, trendikästä, kevyttä, tuoretta ja erilaista kuin alueen normaali tarjonta*. Yhdessä vastauksessa oli otettu kantaa annoskoon sopivuuteen. Neljässä vastauksessa (15 %) toivottiin kasvisruokaa, kuudessa (22 %) kalaa erimuodoissa. Kolme vastaajaa (11 %) oli kyselyn aiheen mukaisesti kirjoittanut, että paikallista ruokaa, ja näistä yksi oli lisännyt, että paikallista ruokaa kansainvälisillä vivahteilla ja yksi oli rajannut Lieksan alueen tarjontaan. Yksi vastaaja kertoi olevansa täysin tyytyväinen Timitran Linnan ruokatarjontaan. Kysymyksen 12 vastausprosentti oli 79 %.

Kysymyksessä 13 selvitettiin vastaajien mielestä mielekkäitä ominaisuuksia ruoassa, joka tarjotaan tapahtumien yhteydessä. Kysymyksessä oli annettu vastausvaihtoehtoja tai ominaisuus voitiin määritellä myös itse. Vastaaja sai valita useammankin vaihtoehdon. Vastausten mukaan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi luonnehdittiin tuoreus ja paikallisuus (kuvio 6). Lähes kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että paikallisuus on tärkeää. Kuusitoista vastaajaa oli valinnut myös vaihtoehdon terveellisyys, nämä vastaajat olivat kaikki naisia. Vastaajat eivät erottuneet kotipaikkakuntansa perusteella vastauksista, myös ulkopaikkakuntalaisen (n = 10) vastauksista ilmeni, että ruoan paikallisuus on tärkeää tapahtumien yhteydessä järjestettävissä ruokailuissa.



Kuvio 6. Tapahtumaruokailussa tärkeäksi koettuja arvoja (n = 34).

Kysymys 14 koski lähiruoan hintaa. Ovatko vastaajat valmiita maksamaan enemmän lähiruoka-annoksesta kuin niin sanotusta tavallisesta raaka-aineista valmistetusta ruoka-annoksesta (kuvio 7). Se on tärkeä kysymys siksi, että se kertoo vastaajan arvostuksesta lähiruokaa kohtaan. Ihmiset ovat yleensä valmiita maksamaan sellaisesta tuotteista enemmän, jotka he kokevat itselleen tärkeiksi. Vastausten perusteella vastaajat olivat valmiita maksamaan lähiruoka-annoksesta enemmän kuin tavallisesta. Jos vastaaja koki olevansa valmis maksamaan enemmän lähiruoka-annoksesta kuin niin sanotusta tavallisesta, siihen liitettiin lisäkysymys, kuinka paljon? Vastaus vaihteli 2 - 15 euron välillä. Suurin osa vastaajista on valmis maksamaan noin 5 € enemmän, jos annos on lähiruokaa.



Kuvio 7. Asiakkaiden maksuvalmius lähiruoka-annoksesta.

Kysymys 15 oli avoin kysymys ja se antoi vastaajalle mahdollisuuden kommentoida tapahtumaa, lähiruokaa tai antaa Timitran Linnalle palautetta heidän ruokatarjonnastaan. Vastaajista 59 % oli vastannut kysymykseen. Vastauksista ilmeni, että vastaajien mielestä lähiruoka on tärkeä asia. Eräs vastaaja kirjoitti; *"On tärkeää, että joku jaksaa miettiä vaihtoehtoja yksinkertaistuville markkinoille ja valistaa kuluttajia!"* Ja toinen saman tyylinen vastaus oli *"Hyvä, että joku huolehtii näistä asioista!"* Nämä voidaan nähdä positiivisena palautteena toimeksiantajan toimille lähiruokan käytön edistämiseksi ja tekemäni opinnäytetyö nähdään tärkeänä asiana.

Useassa vastauksessa Timitran Linnan ruoka ja konsertti koettiin positiivisena. Timitran linna oli saanut myös kiitosta lähiruokan käytöstä. Tapahtuman tunnelmaa kiitettiin myös vastauksessa. Kaksi vastaaja oli kokenut, että tapahtumassa ei ollut lähiruokaa tarjolla.

9 Opinnäytetyön tulosten tarkastelu ja kehitysehdotukset

9.1 Kyselyn tulosten tarkastelu

Opinnäytetyön kysely selvitti lähiruoan kiinnostavuutta Lieksan alueella. Vaikka vastaaja määrä jäi pieneksi ja ei siten edusta kaikkien lieksalaisten mielipidettä lähiruoasta, niin vastausten perusteella voidaan kuitenkin arvioida tulosten olevan samantyyliä kuin muissakin lähiruoan kiinnostavuutta tutkivissa selvityksissä. Niin kuin edellä mainittiin, lähiruoan käytön lisäämiselle on olemassa haasteita. Tämä ilmeni myös kyselyn tuloksista.

Kyselyn tulosten perusteella vastaajat määrittelivät lähiruokakäsitteen maakunnan alueella tuotetuksi ruoaksi ja osa vastaajista määritteli sen vielä suppeammin oman kunnan alueella tuotetuksi ruoaksi. Tätä tietoa toimeksiantajan voi hyödyntää pohtiessaan lähiruokaraaka-aineiden toimittajaverkoston sijaintialueita ja oman lähiruoan käytön markkinointia. Vastausten perusteella lähiruokatuottaja voi sijaita Lieksan tai jopa Pohjois-Karjalan alueella. Myös oman kunnan rajojen ulkopuolelta tuotettu ruoka käsitetään Lieksassa lähiruoaksi. Luonnollisesti maakunnan alueella on enemmän lähiruokatoimijoita kuin pelkästään Lieksan alueella, joten tuote- ja yritysvalikoima on suurempi. Osa vastaajista kuitenkin on sitä mieltä, että lähiruoka on oman kunnan alueella tuotettua ruokaa, joten myös paikallisia lähiruokatuottajien tuotteita ei pidä unohtaa.

Kyselyn vastausten perusteella lähiruoan tärkeimmiksi ominaisuuksiksi osoittautuivat tuoreus, oman alueen paikallistalouden edistäminen ja ekologinen jalanjälki. Tulosten perusteella voidaan todeta, että asiakkaat arvostavat tuoreista raaka-aineista valmistettua ruokaa, jotka ovat tuotettu ja hankittu ekologisten periaatteiden mukaan. Tämä vastaus ilmentää Taloustutkimus Oy:n (2018) Suomi syö-tutkimuksessa saatuja vastauksia. Kotimaista ruokaa suositaan, koska halutaan tukea sen työllistävää vaikutusta. Myös huoli ympäristöasioista näkyy ruokavalinnoissa. Puolet suomalaisista uskoo, että ruokavalinnoilla voidaan vaikuttaa ilmastonmuutoksen hidastumiseen.

Maa- ja metsätalousministeriön asetuksen mukaan alkaen 1.5.2019 tarjoilupai-koissa on ilmoitettava kirjallisesti lihan alkuperämaa. Tämän voi tehdä esimerkiksi ruokalistan yhteydessä. (Ruokavirasto 2019e.) Tämä on tärkeä asia, jo siitäkin näkökulmasta, että kuluttajalla on oikeus tietää syömänsä lihan alkuperä. Tästä on vain yksi askel eteenpäin, että ruokalistoilla lukisi alkuperämaan lisäksi esi-merkiksi tilan nimi, joka parantaisi lähiruoan näkyvyyttä kuluttajalle. Olisi myös hyvä, jos näin olisi kaikkien muidenkin (pää)raaka-aineiden kohdalla.

Opinnäytetyön kyselyn tuloksista ilmeni, että lähiruoan saatavuus koetaan vielä haasteelliseksi. Tämä voidaan osittain selittää siten, että vastaajilla ei ole tar-peeksi tietoa siitä esimerkiksi, että ravintolassa on tarjolla lähiruokaraaka-aineista valmistettu menu. Lähiruokaa pitäisi tuoda esille enemmän. Esimerkiksi ruokalis-tassa olisi hyvä lukea, mistä käytetyt raaka-aineet ovat peräisin, kuten järvikala-burgeri Pielisen kaloista.

Kyselyn avoimeen kysymykseen saadussa kahdessa vastauksessa oltiin sitä mieltä, että vastaajan mielestä ei lähiruokaraaka-aineista valmistettua ruokaa ol-lut tarjolla kyselypäivänä tapahtumassa. Timitran Linnan ruokalistan (liite 5) ruo-kien valmistuksessa käytettiin lähiruokaraaka-aineita, ja ruokalistassa se mainit-tiin lisätekstillä. Lähiruoasta kannattaisi asiakkaille kertoa vielä tarkemmin. Ruokia tilatessaan asiakkaat eivät ehkä ole huomanneet ruokalistalla lisätekstiä, joka kertoi pääruokien raaka-aineiden olevan lähiruokaa. Pitäisikö ruokalistalla ruoat merkitä esimerkiksi näin: *marokkolaista lammaspataa Isäntärengin lam-paasta*, että asiakkaat tietäisivät syövänsä lähiruokaa? Tieto lähiruoan käytöstä ravintolassa olisi hyvä myös saada näkyviin yrityksen verkkosivuille joko menujen yhteyteen tai esimerkiksi etusivulle, jossa yrityksestä ja heidän keittiöideologias-taan kerrotaan.

Kyselyssä ei kysytty vastaajan taloudellista asemaa, joka monien tutkimustulos-ten mukaan vaikuttaa lähiruoan kuluttamiseen. Joten vastusten perusteella ei voida tehdä lähiruoka-asiakkaan luonnehdintaa sukupuolen, iän ja taloudellisen aseman perusteella. Oona Kasslinin ja Annukka Valkeapään (2014) lähiruoan arvot ja asenteet Suomessa tutkimuksen mukaan lähiruoan ostohalukkuuteen

vaikuttaa kuluttajan sosioekonominen tausta. Kuluttaja, joka on sitoutunut lähiruuan ostoon, edustaa korkeampaa sosioekonomista taustaa kuin kuluttaja, joka ei ole sitoutunut lähiruuan ostoon. Sitoutuneet kuluttajat pitävät itseään tutkimuksen mukaan laatu-, terveys- ja ympäristötietoisina ja he näkevät myös vaivaa ostaakseen lähiruokaa.

Ravintoloissa ja tapahtumien yhteydessä järjestettävien ruokailujen lähiruokatarjontaa koetaan kyselyn vastausten perusteella tärkeäksi. Tätä vastausta tuki se, että 85 % vastaajista kertoi lähiruuan vaikuttavan ostopäätökseensä. On tärkeää, että lähiruokaraaka-aineita käytetään jatkossakin ravintolassa ja siitä kerrotaan asiakkaalle.

9.2 Kehitysehdotuksia lähiruokaan liittyen

Franz Betcke (2018) kertoi lähiruokatoiminnan haasteeksi tiedon puutteen alalla toimivista lähiruokayrittäjistä ja heidän tuotteistaan. Tämä asia on jo tiedostettu pulmaksi valtakunnallisella tasolla ja se mainitaan Heikkilän (2014a) raportissa: Ruoka lähellä, kuluttaja kaukana. Tämän vuoksi kartoitin Lieksan tilannetta ProAgriaa ja internetin tietolähteitä hyödyntäen ja kokosin kartan muotoon listan lähiruokayrittäjistä (liite 2). Rajasin yrityksiä siten, että ne sijaitsevat Lieksan alueella ja heidän tuotteensa ovat alkutuotannon tuotteita tai niistä jalostettuja. Esimerkiksi paikallinen suurehko leipomo ei päätenyt listalleni, koska sen käyttämät raaka-aineet eivät ole lähituotantoa. Rajaus perustuu *lähellä tuotettuun, ei läheltä ostettuun* ruokaan.

Aitojamakuja-sivuston kautta voi etsiä alueittain lähituottajia. Lieksan alueelta löytyi kuuden yrityksen yhteystiedot, ja viisi näistä yrityksistä jäi rajaukseni ulkopuolelle. Kuvassa 8 on näkymä Aitojamakuja -sivuston lähituottajahausta.

Kuva 8. Aitoja makuja-sivuston lähituottajahaku.

Lieksan alueen lähiruokatuottajien etsiminen osoittautui haastavaksi tehtäväksi. Lähituottajien huono saavutettavuus on myös tiedostettu myös ProAgria Pohjois-Karjalassa. Yritysasiantuntija Virpi Pakarinen (2019) mainitsi puhelinkeskustelumme yhteydessä, että Lieksan alue kaipaisi yhtenäisen lähiruokatuottajien listauksen ja esimerkiksi tästä listauksesta verkkosivuston, joka helpottaisi kuluttajaa tai ravintolaa löytämään lähiruokatuotteita käyttöönsä. ProAgria ei voinut luovuttaa tietoja maataloista käyttööni lakiin vedoten. Suurimmalla osalla maataloista ei ole verkkosivuja käytössään, joten tiedon löytyminen oli vaikeaa. Lähiruokatuottajat voisivat ilmoittaa tuotteistaan esimerkiksi Aitojamakuja-sivustoilla, tehdä omat sivustot tai hyödyntää sosiaalista mediaa markkinoinnissaan.

Niin kuin Sillanpää & Ålander (2018) totesivat arviointiraportissaan, että yrityksillä, jotka tuottavat lähiruokaa, on puutteita myynti- ja markkinointiosaamisessaan. Tämä ongelma näkyy myös Lieksassa ja siihen voitaisiin tarttua neuvonnan ja koulutuksen avulla, jotka suunnattaisiin lähiyrittäjille. Myös lähiruokayritysten näkyvyyttä markkinoilla voitaisiin kehittää esimerkiksi hanketoiminnan kautta.

Paikkakuntalaisena tiedän jonkin verran alueen lähiruokatoimijoita, mutta internetin hakutulokset eivät löytäneet kaikkia toimijoita, joten esimerkiksi paikallinen kanala jäi listani ulkopuolelle, koska en löytänyt sen yhteystietoja. Lähiruokatoimijalistaan lisäsin myös lähiruokaan erikoistuneen myymäläauton, jonka tuotteista löytyy myös lieksalaisten lähiruokatoimijoiden tuotteita. Lieksa ei ole myymäläauton vakioreitillä ainakaan vielä, mutta sen tavoittaa Lieksasta säännöllisin

väliajoin. Kävin tutustumassa myymäläauton toimintaan ja huomasin, kuinka paljon lähiruokaa arvostetaan ja kuinka paljon se houkuttelee kuluttajia. Havainto perustuu kävijämäärään ja kävijöiden tekemiin ostoksiin myymäläautosta.

Makuvankkuri on pohjoiskarjalainen myymäläauto, jonka liikeidea perustuu lähiruokaan. Se kerää maakunnan tuottajien tuotteet yhteen. Tällä hetkellä kyydissä on 70 lähituottajan tuotteita. (Makuvankkuri 2019.) Makuvankkurilla on useita pysäkkipaikkoja maakunnassa, joten se toimii suhteellisen laajana lähiruoan jakelukanavana. Auto on nostalginen suomalaisessa kulttuurissa. Se tuo mieleen entisajan maalaiskylien myymäläauton, joten se sopii myös tämän asian takia erinomaisesti lähiruoan myyntipaikaksi.

Lähiruoan tuottajien kartalle saatiin etsittyä yhteensä 11 tuottajaa Lieksan alueelta ja lisäksi maakunnasta lähtöisin oleva lähiruokamyymäläauto. Näiden yritysten tuotevalikoimaa yhdistellen luotiin kesäinen lähiruokamenu (liite 3), jonka ruokien raaka-aineet ovat lähituottajilta. Menu noudattaa satokausiajattelua ja toimeksiantaja voi halutessaan hyödyntää menua Timitran Linnan ravintolassa.

Yksi lähituottajakartalla (liite 2) mukana olevista lähiruoan tuottajista on Aito Maa Oy. Maatilan yrittäjä Hannu Tukiainen (2019) kertoi keskustelumme yhteydessä, että hän on pohtinut jalostustoimintaa maidon ympärille. Tukiainen kasvattaa lypsykarjaa ja jalostusmahdollisuus kiinnostaa häntä sen vuoksi, että sen avulla voitaisiin saada katetta maidolle. Tukiainen on käynyt keskieuropalaisilla tiloilla tutustumassa muun muassa jäätelön tuotantoon. Asia kuitenkin mietityttää häntä esimerkiksi tuotteen volyymitekijöiden ja jakelun järjestämisen vuoksi. Lieksa on pieni kaupunki ja erikoistuotteiden menekki on rajallista. Verkostoituminen hyödyttäisi, jolloin jakelualueettakin voitaisiin laajentaa. Tukiainen tilan raakamaitoa käytetään tällä hetkellä Maalaisleipomo Ikosen leivonnaisten raaka-aineena ja sitä myydään pienimääräisesti suoramyyntinä tilalta kuluttajille. (Tukiainen 2019.)

Itävallassa lähiruoan verkostoituminen tehtiin yhteisen tuotemerkin avulla. Lieksan alueella lähiruokatutanto on rajallista, koska ilmastollisin syin kaikkea ei pystytä tuottamaan oman kunnan alueella. Alkutuotannon tuotteiden jatkojalostus on

haaste Lieksassa, niin kuin muuallakin lähiruoan osalta. Tilojen yhteyteen voitaisiin investointien turvin tehdä esimerkiksi juureskuorimo tai minimeijeri Kiteen mallin mukaisesti.

Kiteelle on vastikään perustettu Maito Karelia niminen yritys. Se hakee maidot suoraan keskisuomalaisilta tiloilta pienmeijeriinsä pastöroitavaksi ja valmistaa niistä mahdollisimman vähällä käsittelyllä tuotteita; kuten jogurttia ja tuorejuustoa. (Maito Karelia 2019.) Tämän tyylinen lähimeijeritoiminta sopisi esimerkiksi maitotilojen yhteyteen. Lähimaidosta valmistettaisiin lähijogurtteja tai lähijäätelöä. Nämä tuotteet ovat lähiruokatuotteita parhaimmillaan. Toiminta vaatisi investointeja. Sillanpään ja Ålanderin (2018) mukaan tiloilla on investointien tekemiseen korkea kynnys. B2B -toimintamallia eli myyntiä yritykseltä yritykselle voitaisiin hyödyntää lähiruokamarkkinoilla. Lähituottaja räätälöisi tuotteesta sopivan esimerkiksi ravintolalle. Tähän tarkoitukseen sopisi erikoistuote, kuten paikallisesta raakamaidosta valmistettu jäätelö.

Ruokamatkailu on matkailun yksi kasvavista trendeistä. Lähiruoka sopii myös ruokamatkailutuotteen raaka-aineeksi. Ruokamatkailutuotteen valmistaminen vaatii ravintolalta osaamista, idearikkautta ja taitoa luoda ruokamatkailutuote. Timitran Linnassa ruoka valmistetaan ammattitaidolla ja menukset ovat lähiruokaan pohjautuvia, innovatiivisia ja sesongin mukaan vaihtelevia. Timitran Linnan asiakkaiden mielipide Linnan ruoasta on erittäin positiivinen kansainvälisellä TripAdvisor -matkailusivustolla. Ruokaa luonnehditaan erinomaiseksi ja erityistä kiitosta se saa siitä, että sen raaka-aineet ovat paikallisia ja sesongit huomioivia.

Lieksa on useiden vesistöjen kaupunki Pielisen rannalla. Pielinen on tunnettu sen puhtaasta vedestä ja hyvistä kalasaaliista, joihin kuuluvat hauki, kuha, ahven, siika, muikku ja särki. Kala lähiruokaraaka-aineena on ekologinen ja trendikäs, varsinkin niin sanottujen roskakalojen käytön osalta. Särki ja hauki ovat hyvin valmistettuina yhtä arvokkaita elintarvikkeita kuin enemmän arvostetut kuha ja ahven. Ruokamatkailija haluaa maistaa ruoassa paikallisia makuja. Lieksan alueen ruokamatkailutuote voitaisiin edellä mainittujen asioiden vuoksi rakentaa kalajoen ympärille. Paikalliset kalat ovat Timitran Linnan yksi tärkeimmistä raaka-aineista.

Timitran Linna on luksus ja premium- tasoinen matkailukohde. Se näkyy esimerkiksi Linnan ruokatarjonnassa ja palvelussa. Ruoat valmistetaan käsityönä alusta loppuun asti itse. Kuten aiemmin todettiin Timitran Linnassa ruoat tarjoillaan design-astioista ja se liitetään luksus ja premium- tasoisen elämyksen syntyyn. Tätä voitaisiin hyödyntää ylpeänä Timitran Linnan markkinoinnissa.

Pohdin lähiruokaraaka-aineiden käyttöä ravintolassa SWOT-taulukon muotoon (liite 6). Lieksan alueella lähiruokaan suhtaudutaan positiivisesti ja se on ehdottomasti vahvuus. Myös vahvuuksiin kuuluvat Timitran Linnan ravintolan ammattitaitoinen ja innovatiivinen tapa valmistaa lähiruokaraaka-aineista korkeatasoista ruokaa. Lieksassa lähiruokatuotteita on vaikea löytää. Lähiruokayritykset ovat verkostoitumattomia ja siitä voi seurata muun muassa se, että tuotteiden jalostusaste on heikko tai logistiikka ei toimi. Nämä vaikuttavat lähiruoan saatavuuteen. Lähiruoka kiinnostaa matkailijoita ja lähiruoan poliittinen tukeminen nähdään mahdollisuutena. Myös B2B-toimintamalli voisi edistää yritysten verkostoitumista. Uhkia toiminnalle ovat maataloilla tapahtuvat asiat, kuten toiminnan lopettaminen tai haluttomuus investointeja kohtaan.

9.3 Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys

Tämän opinnäytetyön yhteydessä tehdyssä kyselyssä noudatettiin hyvää tutkimuskäytäntöä. Tämä ilmeni siten, ettei kyselylomakkeen kysymysten asettelu ja tavoitteet, aineiston kerääminen ja sen käsitteleminen tai tulosten esittäminen loukkaa tutkimuksen kohderyhmää, tiedeyhteisöä eikä hyvää tieteellistä tapaa. Tutkimusetiikan lisäksi tutkimuksessa huomiottiin voimassa oleva lainsäädäntö esimerkiksi arvontalipukkeiden asianmukaisella hävittämisellä arvonnän jälkeen. (Vilkkä 2007, 91.) Kysely toteutettiin anonyymisti eikä vastauksia pysty yhdistämään vastanneeseen henkilöön.

Arvioinnin kohteena ovat muun muassa seuraavat asiat: kuinka hyvin otos edustaa perusjoukkoa, mikä oli vastausprosentti, kuinka luotettavasti vastaukset ovat

syötetty tietokoneelle ja kyselylomakkeesta mahdollisesti johtuvat mittausvirheiden huomioidaan. Opinnäytetyön lähiruokaselvityksessä perusjoukko jäi pieneksi. Tapahtumassa kävijöitä tavoitettiin 33%, kuitenkin se on mielestäni tarpeeksi suuri joukko edustamaan Timitran Linnan asiakkaiden mielipidettä lähiruoasta. Jos kysely olisi tehty tietokoneella kyselyohjelman avulla, se olisi minimoinut vastaajista johtuvat virheet. Esimerkiksi kahdessa vastatussa lomakkeessa ei oltu täytetty kotipaikkakuntaa ja lähiruoan tärkeimpään ominaisuuteen oli merkitty useampi vaihtoehto, vaikka pyydettiin yhtä. Nämä eivät olisi olleet mahdollisia internetkyselyllä. Jos kysely olisi laadittu internetkyselyksi, se olisi voinut tavoittaa suuremman määrän Timitran Linnan asiakkaita, jos markkinointi olisi onnistunut asian kohdalla.

Tutkimuksen validius tarkoittaa sen kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksen piti alun perin mitata. Tutkimuksen validiteetin arvioinnin kohteena pidetään esimerkiksi sitä, kuinka hyvin tutkija on onnistunut teoreettisen käsitteiden operationalisoinnissa, ovatko tutkimuslomakkeen kysymykset onnistuneet ja ilmeneekö siitä mahdollisia epätarkkuuksia. Reliaabelius ja validius muodostavat yhdessä tutkimuksen kokonaisluottavuuden. (Vilka 2007, 150-152.)

10 Pohdinta

Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen ja sen vuoksi mielenkiintoinen. Lieksan alueella ei ole ollut lähiruokaa koskevaa hanketoimintaa ja eikä alueelta ole tutkittua tietoa lähiruokatoimijoista eikä lähiruoan käytöstä. Timitran Linnan yrittäjä Franz Betcke on edistänyt lähiruoan käyttöä Lieksassa. Hänen oma arvostuksensa lähiruokaa kohtaan on toiminut motivaatiotekijänä. Tehdyn kyselyn myötä saatiin tietoa siitä, millaisena lähiruoka Lieksassa koetaan. Tämän tiedon perusteella toimeksiantaja voi huoletta jatkaa lähiruoan käyttöä ravintolassaan ja mahdollisuuksien mukaan vielä lisätä lähiruokaraaka-aineiden osuutta toiminnassaan.

Opinnäytetyö antaa hyvän mahdollisuuden myös jatkotutkimukselle, esimerkiksi voitaisiin tehdä kattavampi selvitys alueen lähiruoan tuottajista, selvittää alkutuotannon ja jatkojalostusmahdollisuuksia tai selvittää olisiko alueella kysyntää Reko-lähiruoan jakelumallin toiminnalle ja mahdollisesti käynnistää sen toiminta. Reko-renkaan kautta lähituottaja henkilöityy kuluttajan silmissä ja näin lähiruoka saa niin sanotusti kasvot. Reko-toiminta voisi olla Lieksan alueella ratkaisu muun muassa lähiruoan saatavuus pulmaan. Jos 11 000 asukkaan Lieksa on liian pieni Reko-toimintaan, niin olisiko mahdollista liittyä esimerkiksi Nurmeksen alueen Rekoon?

Lähiruokaa käsitteleviä aineistoja lukiessani huomasin, että on ollut paljon keskustelua lähiruokatuotemerkeistä. Kuluttajat toivoisivat sitä lähiruoan näkyvyyden parantamiseksi. Yhtenäistä tuotemerkkiä lähiruoalle ei ehkä ole mahdollista luoda, koska lähiruoka halutaan rajata suppeammin, kuin kotimainen ruoka. Jos lähiruoalle luotaisiin tuotemerkki, sen täytyisi olla maakuntakohtainen. Maakuntakohtainen tuotemerkki Pohjois-Karjalassa tuotetulle lähiruoalle voisi toimia brändin tavoin.

Lähiruoka ei ehkä pelasta maaseudun tulevaisuutta, koska siitä ei ole tulossa suurta volyymitekijää maataloustuotantoon ja sen elinkeinoihin, mutta lähiruoka tarjoaa lisämahdollisuutta alalle. (Sillanpää & Ålander 2015, 2.) Toivotaan, että maalaispitäjät saisivat lisää elinvoimaa lähiruoan myötä, se toimisi matkailun vetovoimana ja ennen kaikkea säilyttäisi työpaikkoja maaseudulla. Jäädään odottamaan hallituksen lähiruokaohjelman kehittämistoimenpiteitä sen viimeiselle vuodelle ja toivotaan, että lähiruoan tukeminen saa myös tulevaisuudessa poliittisen tuen taustalleen ja edistetään myös asiaa kukin omalla toiminnallamme.

Lähteet

- Aarnio, S. 2017. Timitran linna Lieksassa edustaa jyhkeän kaunista arkkitehtuuria. Karjalainen.
<https://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/kulttuuri/item/154771>.
 12.3.2019.
- Ahokas, I. & Hyvönen, K. & Kuhmonen, T. & Kaskinen, J. & Saarimaa, R. 2015. Paikallinen ruoka ja kestävä kehitys. Tulevaisuuden tutkimuskeskus.
https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu_7-2015.pdf.
 12.3.2019.
- Aitoja makuja. 2019. Turun yliopisto.
http://www.aitojamakuja.fi/tapahtumat_kaikki.php. 12.2.2019.
- Arktiset Aromit ry. 2019. Jokamiehen oikeudet. Arktiset Aromit ry.
<https://www.arktisetaromit.fi/fi/jokamiehenoikeudet> 1.3.2019.
- Betcke, F. 2018. Yrittäjä. Timitran Linna. Haastattelu.4.6.2018.
- Deloitte. 2010. Lähiruoka liiketoimintaympäristö loppuraportti. Sitra.
<https://www.oulu.fi/sites/default/files/content/SITRA%20maamerkitlhiruokaselvitys.pdf>. 12.2.2019.
- EkoCentria. 2017. Lisää lähiruokaa julkisten keittiöiden asiakkaille. Perusteluja ja ohjeita hankintaan. Suomen kuntaliitto Ry.
http://www.ekocentria.fi/resources/public/sisaltokaruselli/lahiruoka-opas2017_ebook.pdf. 16.2.2019.
- EkoCentria. 2014. Ekojalostajan luomuaskeleet. Pohjois-Karjalan Proagria.
www.ekocentria.fi/resources/public/Aineistot/Eko-centria_elintarvikejalostajan_luomuaskeleet_web.p. 28.3.2018.
- Elo Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäätiö. 2015. Suomalainen ruokakulttuuri, metsästä syntynyt. Elo.
<http://www.elo-saatio.fi/suomalainen-ruokakulttuuri-metsasta-syntynyt> 12.2.2019.
- Elintarviketeollisuusliitto.2018. Tutkimus: Suomalaiset haluavat syödä kotimais-taruokaa. ETL.
<http://www.etl.fi/ajankohtaista/artikkelit/2018/tutkimus-suomalaiset-haluavat-syoda-kotimaista-ruokaa.html>. 29.4.2019.
- Eriksen, S. 2013. Defining local food: constructing a new taxonomy three domains of proximity. Roskilde University.
https://wp.nyu.edu/essentialsofcuisine/wp-content/uploads/sites/3336/2016/01/Eriksen_DefiningLocalFood.pdf 22.2.2019.
- Heikkilä, L. 2014a. Ruoka lähellä, kuluttaja kaukana? Näkökulmia ruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamiseen. MTT.
<http://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/484470/mttraportti154.pdf?sequence=1&isAllowed=y> 1.3.2019.
- Heikkilä, T. 2014b. Kvantitatiivinen tutkimus. Edita.
www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf.
 16.4.2019.

- Lüthje, M. 2018. Miksi paikallinen ruoka kiinnostaa matkailijoita. Teoksessa Makumatalla Lapissa. Hirvaskari, M. & Ilola, H. & Saari, R. & Tapaninen, M. (Toim.). Lapin AMK, 11-17.
www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/143424/FB%25205%25202018%2520Hirvaskari%2520Ilola%2520Saari%2520Tapaninen.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOv-Vaw0Buae3y0kLgek6Q4rpDkxm.12.2.2019.
- LähiSos. 2018. Lyhyet läheiset ketjut- lähiruoka ja sosiaalinen pääoma. MMM.
<https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018/07/Lyhyet-l%C3%A4heiset-ketjut-l%C3%A4hiruoka-ja-sosiaalinen-p%C3%A4oma-L%C3%A4hiSos-Loppuraportti.pdf>. 5.3.2019.
- Lähiruokaa – Totta kai. 2013. Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Maa- ja metsätalousministeriö.
<http://mmm.fi/lahiruoka>. 12.2.2019.
- MaitoKarelia.2019. <http://maitokarelia.fi/index.html>. 17.5.2019.
- Makuvankkuri. 2019. <http://makuvankkuri.fi/index.html>. 17.5.2019.
- Martat. 2019. Merkit apuna. Martta järjestö.
<https://www.martat.fi/marttakoulu/kodinhoito/merkit-apuna/>. 17.5.2019.
- Mattila, J. 2017. Paikallisesti parasta kuluttajaselvitys lähiruoankäytöstä yhteen-
vetoraportti. Turun yliopisto.
<https://www.utu.fi/fi/yksikot/braheadevelopment/ajankohtaista/uutiset/Documents/Paikallisesti%20parasta.pdf>. 27.2.2019.
- Muilu, T. & Korhonen, K & Puoskari, S. & Wuori, O. 2013. Lähiruoan lisääminen kuntien julkisissa hankinnoissa Kainuussa ja Pohjois-Pohjanmaalla. MTT.
<http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti99.pdf>. 11.3.2019.
- Mäkipeska, T. & Sihvonen, M. 2010 Lähiruoka nyt! trendistä markkinoille. Sitra.
<https://media.sitra.fi/2017/02/23070513/SelvityksiC3A42029-3.pdf>. 12.2.2019
- Niemitalo, V. 2010. Perehtymällä tuotteisiin voi välittää todellisen arvon asiakkaille. Markus Maulavirta. Tuunattu kalakukko. Sisä-Savon seutuyhdistymä.
<http://sss.multiedition.fi/multiMagazine/web/2010/03-2010/6.php>. 12.2.2019.
- Osuuskauppa Keskimaa. 2017. Ilo auttaa. Osuuskauppa.
<https://iloauttaa.fi/lahiruoka/> 29.4.2019.
- Paananen, T. 2018. Brändi on enemmän kuin tuote. Turun yliopisto.
<https://aitojamakujalehti.fi/brandi-on-enemman-kuin-tuote/>.28.2.2019.
- Pakarinen, V. 2019. Yritysasiantuntija. ProAgria Pohjois-Karjala. Haastattelu. 25.4.2019.
- Palojärvi, A. 2017. Kaupunkiviljely luo ruokaturvaa ja tulevaisuuden yrittäjyyttä. Luke.
<https://www.luke.fi/blogi/kaupunkiviljely-luo-ruokaturvaa-ja-tulevaisuuden-yrittajyytta/>

- Paloviita, A. 2014. Lähiruoan yhteiskunnalliset vaikutukset. Jyväskylän kestävä kehitys, JAPA ry.
http://www.japary.fi/wp/wp-content/uploads/2015/11/L%C3%A4hiruuan-yhteiskunnalliset-vaikutukset_Paloviita.pdf. 8.3.2019.
- Parasta pöytään Pirkanmaalta. 2017. Lähiruoan menestystarinoita Itävallasta. Parasta pöytään Pirkanmaalta hanke.
<http://www.parastapoytaan.fi/images/Ammattimatka%20It%C3%A4valtaan%20%282%29.pdf>. 1.3.2019.
- Pixabay. 2019. Upeita ilmaisia kuvia.
<https://pixabay.com/fi/>. 21.5.2019.
- Rossi, L. 2015. Suomalaisen ruoan keskiaikaisia juuria. Agricola Suomen humanistiverkko.
<https://agricolaverkko.fi/review/suomalaisen-ruoan-keskiaikaisia-juuria/>. 10.2.2019.
- Ruokatieto. 2009. Suomalisen ruokakulttuurin ulottuvuuksia. Finfood Suomen ruokatieto ry.
https://www.ruokatieto.fi/sites/default/files/Liitetiedostot/sru_katsaus_2702091.pdf. 1.3.2019.
- Ruokatieto. 2012. Lähiruokatutkimus lähiruokaa valitaan tunteella. Ruokatietoyhdistys ry.
<https://www.ruokatieto.fi/uutiset/lahiruokatutkimus-lahiruokaa-valitaan-tunteella>. 1.3.2019
- Ruokavirasto. 2019a. Elintarvikkeiden alkutuotanto. Ruokavirasto.
<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/elintarvikkeiden-alkutuotanto/>. 28.4.2019.
- Ruokavirasto. 2019b. Elintarvikehuoneistot. Ruokavirasto.
<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/toiminnan-aloittaminen/elintarvikehuoneistot/>. 28.4.2019.
- Ruokavirasto. 2019c. Kotiteurastus ja kotieläinten lihan myynti tuotantotiloilta. Ruokavirasto.
<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/valmistus/elintarvikeryhmat/liha-ja-lihavalmisteeet/kotielainten-lihan-myynti-tuotantotilalta/>. 28.4.2019.
- Ruokavirasto. 2019d. Usein kysyttyä raakamaidosta maidontuottajille. Ruokavirasto.
<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/elintarvikkeiden-alkutuotanto/elaimista-saatavat-elintarvikkeet/maito/usein-kysytty-raakamaidosta-maidontuottajalle/>. 28.4.2019.
- Ruokavirasto. 2019e. Lihan alkuperämerkinnät tarjoilupaikassa. Ruokavirasto.
<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/valmistus/elintarvikkeista-annettavat-tiedot/pakkausmerkinnat/elintarvikkeiden-alkuperamerkinntat/lihan-alkuperamaamerkinntat-tarjoilupaikoissa/>. 28.4.2019.
- Sillanpää, K. & Ålander, T. 2015. Lähiruokaohjelman laadullinen arviointi. TK Eval.
https://mmm.fi/documents/1410837/1890227/Lahiruokaohjelma-arviointiraportti_TK-Eval_final.pdf/db93202c-5f35-4033-8d56-fd769639f537/Lahiruokaohjelma-arviointiraportti_TK-Eval_final.pdf. 14.3.2019.

- Sillanpää, K. & Ålander, T. 2018. Lähiruokaohjelman arviointi. TK Eval.
<https://mmm.fi/documents/1410837/1516639/La%CC%88hiruokaohjelma-arviointiraportti.pdf/438cb893-f4b7-05b1-0ce5-f061ecb0a43b/La%CC%88hiruokaohjelma-arviointiraportti.pdf.pdf>.
9.3.2019.
- Tahvonen, R. 2015. Kehittyvä elintarvike 5/2015. (s.18-21). Elintarviketieteiden seura.
<http://kehittyvaelintarvike.fi/lehdet/2015/5.pdf>. 12.2.2019.
- Talouselämä. 2018. Ruoka 2018: Mikä on tämän vuoden kuumin ruokatrendi. Alma Talent Oy.
<https://www.talouselama.fi/uutiset/ruoka-2018-mika-on-taman-vuoden-kuumin-ruokatrendi/ade0808b-2108-35a1-96be-0208991eda6b>.
12.2.2019.
- Tapaninen, M. (Toim.). Lapin AMK. 41-44.
www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/143424/2FB%25205%25202018%2520Hirvas-kari%2520Ilola%2520Saari%2520Tapaninen.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AOv-Vaw0Buae3y0kLgek6Q4rpDkxm. 12.2.2019.
- Tarnanen, S. 2011. Keski-suomalainen ruokakulttuuri. Pro Ruokakulttuuri kehittämisshanke.
<http://ruokacentria.com/wp-content/uploads/2013/09/Ruokakulttuuri-finalsreen.pdf>. 12.2.2019.
- Tukiainen, H. 2019. Yrittäjä. Aito Maa Oy. Haastattelu. 6.5.2019.
- Viljanen, K. 2019. Lähiruokakoordinaattori maa- ja metsätalousministeriö. Haastattelu. 14.5.2019.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.
hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/tutki-ja-mittaa.pdf.
5.4.2019.
- Vänttinen, R. & Korpi-Vartiainen, J.P. 2010. Lähiruoan käyttö julkisen sektorin ammattikeittiössä. Ruokasektorin aluetaloudellinen hyöty Pohjois-Savossa. Sisä-Savon seutuyhtymä.
http://sss.multiedition.fi/www/fi/kehittamishankkeet/elintarvike-alan_viestinta_ ja_koordinaatiohanke/Aineistot/Lahiruoan_kaytto_julkisissa_ammattikeittioissa2010web.pdf. 7.3.2019.
- Ympäristöministeriö. 2016. Jokamiehen oikeudet lainsäädäntöä ja käytäntöä. Ympäristöministeriö.
www.ym.fi/julkaisut. 11.4.2019.

Arvoisa vastaaja,

Tämän kyselyn tavoitteena on selvittää lähiruoan kiinnostavuutta ja sen tärkeyttä ravintolassa ja tapahtumissa Lieksassa. Kysely on osa Karelia-ammattikorkeakoulussa tehtävää opinnäytetyötä, jonka aiheena on lähiruoka. Opinnäytetyön toimeksiantajana **Timitran Linna**. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia. Vastaaminen tapahtuu nimettömänä ja vastausten käsittely on täysin luottamuksellista. **Vastauksenne ovat tärkeitä opinnäytetyölleni!** Valmis opinnäytetyö julkaistaan verkkokirjasto Theseksessä. Kyselyyn vastanneet voivat halutessaan osallistua arvontaan, jossa palkintona on 2 kpl lähiruokatuotteita (arvo n. 10€). Arvontaan osallistuminen tapahtuu erillisellä lomakkeella.

Tietoja vastaajasta:

1. **Sukupuoli:** [] Nainen, [] Mies, [] Jätän vastaamatta
2. **Ikä:** _____
3. **Kotipaikkakunta:** _____

Lähiruoka:**4. Miten määrittelette lähiruoan:**

- [] Suomessa tuotettua ruokaa
 [] Maakunnassa tuotettua ruokaa
 [] Paikkakunnalla tuotettua ruokaa
 [] Jotenkin muuten, miten? _____

5. Mielestänne tärkein lähiruoan ominaisuus:

- [] Paikallisuus
 [] Tuoreus
 [] Ruoan jäljitettävyyden
 [] Edistää oman alueen paikallistaloutta
 [] Edistää oman alueen ruokakulttuuria
 [] Ekologinen jalanjälki
 [] Jokin muu, mikä? _____

6. Vaikuttaako se, että tuote on lähiruokaa ostopäätökseenne?

- [] Kyllä, miten? _____
 [] Ei

7. Onko lähiruokaa mielestänne hyvin saatavilla?

- [] Kyllä
 [] Ei

8. Mistä mieluiten ostaisitte lähiruokaa?

- [] Kaupoista
 [] Torilta
 [] Tiloilta suoramyynninä
 [] Lähiruoka-renkaan kautta
 [] Verkkokaupasta
 [] Lähiruoka-myymläätöstä
 [] Jostakin muualta, mistä? _____

9. Mitä lähiruokatuotteita olette ostaneet?

- [] Maito ja maitotuotteet
 [] Liha ja lihajalosteet
 [] Kala ja kalajalosteet
 [] Kananmunat
 [] Vihannekset ja juurekset
 [] Hedelmät ja marjat
 [] Leipä ja viljavalmisteet
 [] Jotain muuta, mitä? _____

10. Mitä lähiruokatuotteita haluaisitte Lieksassa olevan saatavissa? _____

Tapahtuma: Pielinen soi

11. Valitkaa väittämistä itsellenne sopivin vaihtoehto:

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Ei samaa, eikä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
On tärkeää, että <u>ravintolassa</u> on saatavilla paikallisista raaka-aineista valmistettua ruokaa.					
On tärkeää, että <u>tapahtumissa</u> on saatavilla paikallisista raaka-aineista valmistettua ruokaa					
Monipuolinen ruokatarjonta on tapahtumien yhteydessä tärkeää.					
On tärkeää, että ruoka-annoksen raaka -aineet pystytään jäljittämään.					

12. Millaista ruokaa toivoisitte Teille tarjoiltavan tapahtumissa (esim. Pielinen Soi)?

13. Mitkä asiat miellätte tärkeiksi tapahtumissa tarjottavassa ruoassa (voitte valita useamman vaihtoehdon)?

- Terveellisyys
 Paikallisuus
 Tuoreus
 Uudet maut
 Muu, mikä? _____

14. Kuinka paljon olisitte valmiita maksamaan paikallisista raaka-aineista valmistetusta ravintola-annoksesta?

- Saman verran kuin muistakin ravintola-annoksesta.
 Jonkun verran enemmän kuin ns. tavallisesta, kuinka paljon enemmän? _____ €
 Vähemmän kuin ns. tavallisesta ravintola-annoksesta.

15. Avoin kommentti lähiruosta ja tapahtumasta!

Kiitos vastauksistanne!

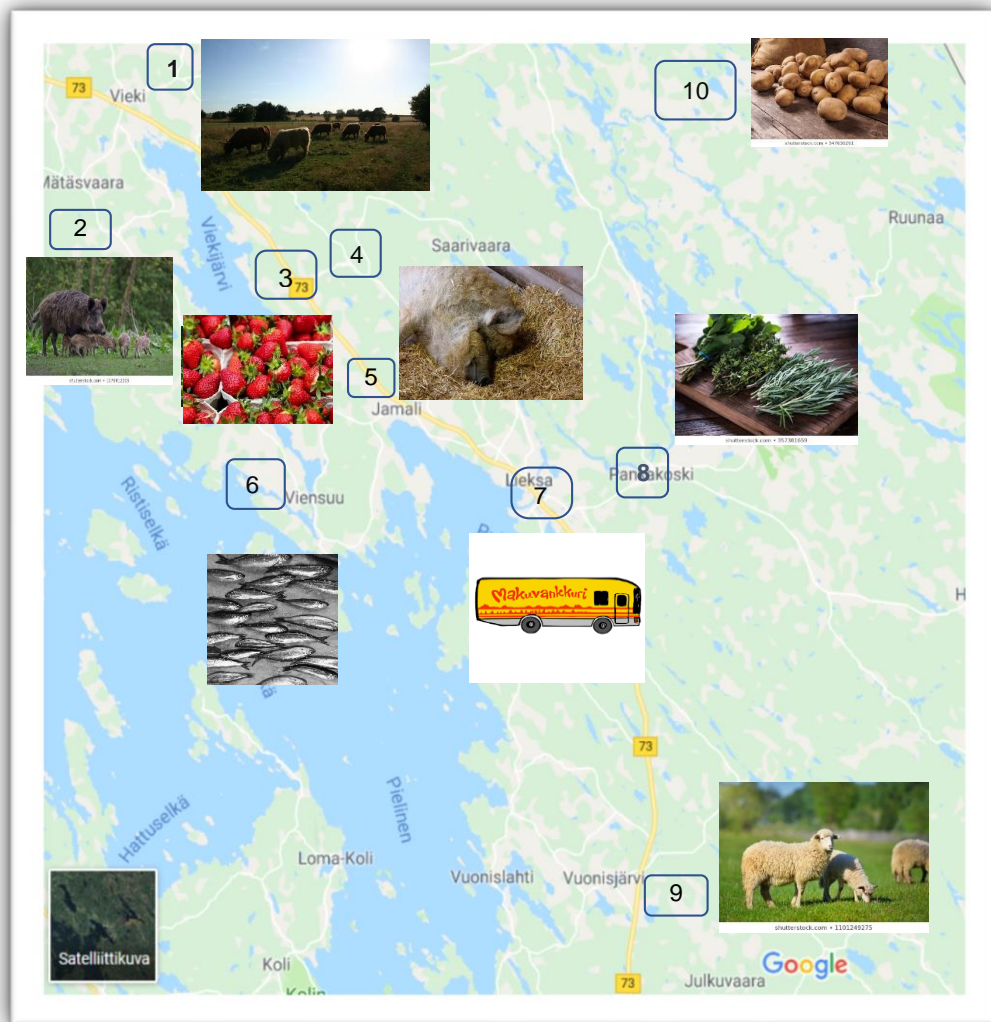
Lisätietoja kyselystä ja opinnäytetyöstä antavat:

Piia Ikonen
Opinnäytetyöntekijä

Tuula Ikonen
Opinnäytetyön ohjaava opettaja

Franz Betcke
Opinnäytetyön toimeksiantaja

Lieksan alueen lähituottajakartta



Kartan lähde: Google

Kuvien lähde: Pixapay (pois lukien Makuvankkuri)

Kartan selitykset

1. **Sami ja Jaana Jääskeläinen**, Viekijärvi. Luomua ylämaankarjan pihvilihaa
www.tapiolahighland.com (Jääskeläinen)
2. **Fileniuksen villisikatarha**, Mätäsvaara. Luomua villisian lihaa ja lihalosteita
www.fileniuksenvillisika.com (Filenius)
3. **Meriläisen marjatila**, Lieksa. Mansikkatuotantoa
www.facebook.com/merilaisenmarjatila (Meriläinen)
4. **Aito Maa Oy**, Kylänlahti. Maidontuotantoa, myös pienimuotoisesti tilalta suoraan
0400-240 388 (Tukiainen)
5. **Palviaisen tila**, Jamali. Mangalitzan lihaa
www.foodbevg.com/FI/Jamali/433943306754589/Palviaisen-tila (Palviainen)
6. **Oski-yhtiöt**, Viensuu. Kalastus ja kalajalosteet
0500-181429 (Kiiskinen)
7. **Maatilaleipomo Ikonen**, Lieksa. Käyttää paikallisen Aito Maa Oy:n maitoa ja Pohjois- Karjalaisen marjatilän marjoja tuotteissaan.
13 3210
8. a) **Eilan yrttitarha**, Pankakoski. Luomua Kasvisten viljelyä
eilalappalainen@gmail.com, 050 582 47 34
b) **Savon taimen Oy**, Pankakoski. Kirjolohen kasvatusta
020 712 1280
9. **Isäntärenki**, Vuonisjärvi. Luomua lampaan kasvatusta
perinnetalo@isantarenki 050 336 6740
10. **Pekkarisen tila**, Jongunjoki. Juuresten viljelyä
<https://www.foodbevg.com/FI/Jongunjoki/1710115372553035/Pekkarisen-tila>
11. **Makuvankkuri**, lähiruokaa maakunnasta myymäläauto
<http://makuvankkuri.fi/index.html> 020 730 2930

Lieksan alueen lähiruokatoimijoiden tuotteista koottu á la carte menu

Alkuun:

Marinoitua Pielisen ahventa talon saaristolaisleivällä

tai

Maatilaleipomon Karjalanpiirakkaa paikallisista juureksista valmistetulla pyreellä

Pääruoaksi

Jääskeläisen tilan luomua ylikypsää naudan rintaa paikallista perunaa & raparperihilloketta

tai

Muikkukukkoa Pielisen muikuista & kalalientä









Jälkiruoaksi

Pavlovaa paikallisen kanalan munista mansikoita ja raparperia

tai

Ternimaitojuustoa Tukiaisen maatilan maidosta
Mansikkakastiketta

Lähiaruokaan liitettäviä tuotemerkkejä

Nimi	Merkki	Kotimaisuusaste	Omistava	Kuva
Hyvää Suomesta-merkki	Tuote on valmistettu Suomessa, suomalaisista raaka-aineista	Maito, liha, kala, kananmuna ovat 100% suomalaista. Monen komponentin tuotteet väh.75%koti- maista	Ruokatieto yhdistys ry	
Avainlippu	Tuote valmistetaan Suomessa	On oltava vähintään 50%	Suomalaisen Työn Liitto	
Sirkkalehti	On suomalaisten puutarhatuotteiden laatu-merkki	100%	Kotimaiset kasvikset ry	
Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)	Merkin saanut tuotteen tuotannon ja maantieteellisen alkuperän on yhdyttävä	Laatu, maine on kiinni tuotantopaikasta, esim. Puruveden muikku	EU	
Suojattu alkuperäisnimitys (SAN)	Merkin saanut tuote on peräisin tietyltä maantieteelliseltä alueelta	Laatu, maine kiinni paikasta, esim. Lapin poronliha	EU	
Aito perinteinen tuote (APT)	Suojaus korostaa tuotteen perinteistä tuotantotapaa, raaka-aineita ja ainesosia	Esim. Karjalanpiirakka	EU	
		Karelia á la carte on pohjoiskarjalainen ravintola-, elintarvike- ja matkailuyritysten verkosto		
		Valtakunnallinen tunnus lähiruoalle. Pohjois-Savon koordinaatiohankkeessa käyttöön otettu		

Lähde: Martat: Merkit apuna, Karelia á la carte ja Sitra: Tuunattu kalakukko

Timitran Linna

Tapahtumapäivä 26.6.2018

Menu

Kalaburgeri 17,50

Lammasburgeri 17,50

Marokkolainen lammaspata ja cous-cous 19,50

Paistettu kuha, uudet perunat ja tilli-voikastike 27,00

Vadelmapiirasta ja hermavaaktoa 5,00

Kaikki annokset sisältävät salaattibaarin ja kahvin

Kaikki pääraaka-aineet ovat paikallisia

SWOT -analyysi lähiruoan käytöstä ravintolassa Lieksan alueella

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asiakkaat saavat tuoretta, jäljitettävissä olevaa ruokaa ja turvallista ruokaa • Lähiruokaa arvostetaan • Lähiruoka koetaan tärkeäksi ravintolaruokailussa • Paljon potentiaalia alueella lähiruokaraaka-aineissa, kuten paikallinen kala • Ravintolassa ammattitaito valmistaa ruokaa 	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lähiruoan tuottajista ja tuotteista tiedon uupuminen <ul style="list-style-type: none"> ○ Lähiruoan saatavuus ○ Lähiruoan saavutettavuus • Jatkojalostuksen puute • Kuljetukset • Lähiruokatoimijoiden verkostottomuus
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lähiruoan kysynnän kasvu <ul style="list-style-type: none"> ○ kulutus tottumukset kohti vastuullisempaan suuntaan ○ ekologisuus tärkeää • Kun käytetään lähituottajien tuotteita, oma maaseutu säilyy elinvoimaisena • Lähiruoka kiinnostaa myös matkailijoita • Lähiruokasektoria kehitetään ja tuetaan hallituksen toimesta • B2B-toiminta ravintolan ja lähiruoan tuottaja välillä 	<p>Uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lähituottajat lopettavat toimintansa • Maatilat eivät halua panostaa lähiruokaan, vaan myyvät tuotteensa suurina erinä esim. elintarviketeollisuuteen • Maatilat eivät tee investointeja lähiruokatoiminnan suhteen • Asiakkaiden kulutus tottumukset muuttuvat