



# **TURKULAISTEN RAVINTOLOIDEN KIINNOSTUS YHTEISTYÖHÖN RUOKAKAUPPA FINSKAN KANSSA**

Veera Rinne

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2012  
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen  
koulutusohjelma  
Veera Rinne

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen ko.

VEERA RINNE

Turkulaisten ravintoloiden kiinnostus yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa.

Opinnäytetyö 34 sivua, josta liitteitä 2 sivua  
Toukokuu 2012

---

Opinnäytetyö tehtiin Ruokakauppa Finskalle, joka toimii lähiruokakauppana kuluttajille Turun keskustassa. Työtä suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan sekä heidän yhteyshenkilönsä kanssa. Aihe muodostui toimeksiantajan taholta, heidän suunnitellessa lähiruokakauppansa laajentamista pienimuotoiseksi tukkukaupaksi. Tavoitteena työn ja tutkimuksen avulla oli selvittää Turkulaisten ravintoloiden mahdollista kiinnostusta yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa. Tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, jonka rinnalla hyödynnettiin myös survey-tutkimusta. Tutkimus tehtiin pääosin sähköpostilla lähetettävällä kyselyllä kymmeneen ennalta valittuun ravintolaan Turussa. Tutkimuksessa selvitettiin ravintoloiden kiinnostusta lähiruokaan sekä miten ja mistä he tilasivat lähiruokatuotteensa sillä hetkellä. Lisäksi haluttiin tutkia myös sitä, millä tavalla he mahdollisesti haluaisivat yhteistyön Ruokakauppa Finskan kanssa toimivan.

Vastausprosentiksi työhön saatiin neljäkymmentä prosenttia. Vastausten laatu korvasi onneksi määrän. Vastauksista selvisi, että vain yksi ravintoloista käyttää lähiruokatuotteita mahdollisimman paljon ja heille lähiruoka on keittiön peruslähtökohta ja ideologia. Neljästä ravintolosta tämä yksi olisi myös eniten kiinnostunut mahdollisesta yhteistyöstä Ruokakauppa Finskan kanssa. Heille on kuitenkin erittäin tärkeää lähiruokaideologia. Tuoreus, jäljitettävyyys ja mahdollisimman lyhyet toimitusketjut ovat heille tärkeitä, joten he haluaisivat kuitenkin myös jatkossakin tilata tuotteensa suoraan tuottajailta. Ruokakauppa Finskalta he haluaisivat apua esimerkiksi harvinaisempien ja kiireellisten tuotteiden toimituksissa.

Ongelmana tukkukaupan perustamiselle lähiruokamarkkinoille on kuluttajien näkemys lähiruoasta. Lähiruoka halutaan ostaa suoraan tuottajilta, mahdollisimman edullisesti ilman kuljetus- ja välikäsiensä kustannuksia. Pelätään myös, että lähiruoan tuoreus kärsisi jos toimitusketjuun tulisi vielä yksi lisä. Kuluttajille on myös erittäin tärkeää tietää, mistä lähiruokatuotteet ovat peräisin.

---

Asiasanat: lähiruoka, ravintola, tukkukauppa

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Service Management

VEERA RINNE:

Restaurants' Interest in Co-operation with the Ruokakauppa Finska in Turku.

Bachelor's thesis 34 pages, appendices 2 pages  
May 2012

---

This study was commissioned by Ruokakauppa Finska. They sell local food products directly to consumers. Ruokakauppa Finska would like to expand the wholesale business and therefore the research was carried out and the thesis was written.

The study was conducted with the help of qualitative research. The data were collected from 10 restaurants with e-mail inquiry. Four out of ten restaurants responded. The questionnaire examined interest in local food restaurants and willingness to start co-operation with Ruokakauppa Finska.

The study found that only one of the restaurants was very interested in local food. Local food for them was the basic premise of the kitchen and an ideology. Of the four restaurants, this one would also be most interested in possible co-operation with the Ruokakauppa Finska. They would like, however, also continue to order products directly from producers' farms. Ruokakauppa Finska's help they would like to have for example when less commonly used products and an emergency supply of products were needed.

The problem with the establishment of a wholesale local food market is consumers' view of local food. Consumers want to buy local food directly from producers as cheaply as possible without transport and middlemen costs. There are also fears that the freshness of local food would suffer if the supply chain should be yet one more. Consumers also find it very important to know where local food products come from.

---

Keywords: local food, restaurant, wholesale

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TOIMEKSIANTAJA .....	6
	2.1 Ruokakauppa Finska.....	6
3	LÄHIRUOKA .....	7
	3.1 Lähiruoan määritelmä .....	7
	3.2 Lähiruoan saatavuus .....	9
	3.3 Lähiruoan toimitusvarmuus .....	12
4	LOGISTIIKKA .....	14
5	SUORAMYYNTEI .....	16
6	TUKKUKAUPPA.....	18
	6.1 Tukku ja lähiruoka .....	18
7	SUORAMYYNTEI VS. TUKKUKAUPPA .....	20
8	TUTKIMUS .....	22
	8.1 Tutkimusmenetelmä.....	22
	8.2 Tutkimuksen toteutus.....	23
9	TUTKIMUKSEN TULOKSET .....	24
	9.1 Lähiruoan käyttö ravintoloissa.....	24
	9.2 Mitä lähiruoka merkitsee ravintoloille.....	24
	9.3 Lähiruoan hankinta ravintoloissa tällä hetkellä .....	25
	9.4 Menun suunnittelu ravintoloissa .....	26
	9.5 Ravintoloiden halukkuus yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa .....	27
	9.6 Miten ravintolat haluaisivat yhteistyön toimivan .....	28
10	TUTKIMUKSEN YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	29
11	KEHITYSEHDOTUKSIA TOIMEKSIANTAJALLE .....	30
12	POHDINTA.....	31
13	LÄHTEET .....	32
	LIITTEET .....	33
	Liite 1. Saatekirje .....	33
	Liite 2. Kyselykaavake .....	34

## 1 JOHDANTO

Kuluttajien kiinnostus lähiruokaa kohtaan on kasvussa, ja paikallisesti tuotetuille elintarvikkeille on enemmän kysyntää kuin koskaan ennen. Lähiruoan kulutuksen odotetaan kasvavan vahvasti seuraavien vuosien aikana.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miksi lähiruokaa käytetään, lähiruoan käytön haasteita sekä sitä miten sen saatavuutta voitaisiin parantaa. Toimeksiantajanani työssä on Ruokakauppa Finska ja heidän yhteyshenkilönsä. Tavoitteenani on selvittää, onko lähiruokamarkkinoille kannattavaa perustaa tukkukauppa sekä turkulaisten ravintoloiden kiinnostusta yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa. Yhteistyöllä saataisiin mahdollisesti helpotettua ja nopeutettua ravintoloiden arkea, ja samalla saataisiin lähiruoan käyttöä kasvatettua entisestään.

Tällä hetkellä muutamat tukkukaupat myyvät jonkin verran myös lähiruokatuotteita, mutta pelkkää lähiruokaan painottavaa tukkukauppaa ei vielä löydy. Ruokakauppa Finska olisi ensimmäinen pelkän lähiruoan tukku ja saisi varmastikin myös muut tukkukaupat lisäämään lähiruokatuotteita ja näin ollen lähiruoan käyttö myös lisääntyisi.

## 2 TOIMEKSIANTAJA

### 2.1 Ruokakauppa Finska

Toimeksiantajana työssäni on Turun vuoden ruokakauppatittelin 2011 saanut Ruokakauppa Finska. Yritys on perustettu kesällä 2011 Turkuun keskeiselle kauppapaikalle lähelle kauppatoria. Tarkoituksena oli saada puhdasta, tuoretta ja suomalaista ruokaa kuluttajien saataville.

Ruokakauppa Finska tarjoaa tällä hetkellä erilaisia lähiruokatuotteita kuluttajille. Tarjolla on muun muassa hedelmiä, vihanneksia, marjoja, maito-, vilja-, liha- ja kalatuotteita sekä leipiä. Kaikki tuotteet tulevat suoraan tuottajilta ja ovat lähellä tuotettuja sekä tuoreita. Valikoimiin kuuluu myös suomessa tuotettuja luomutuotteita.

Tällä hetkellä Ruokakauppa Finskalla on toiminassa myös nettikauppa. Sieltä kuluttaja voi tilata tarvitsemiaan tuotteita ja ne toimitetaan kotiovelle asti, pientä korvausta vastaan.

Toimeksiantajani halusi työni avulla selvittää mahdollisuuksiaan laajentaa yritystään pienimuotiseksi lähiruokatuotteiden tukkukaupaksi. Työssä selvitetään turkulaisten ravintoloiden mahdollista kiinnostusta yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa. Tavoitteena olisi saada lähiruokatuotteiden käyttöä kasvamaan ravintoloissa ja tuottajien tuotteita enemmän markkinoille.

Ruokakauppa Finskan edustaja halusi tietää tiettyjä asioita ravintoloilta ennen kuin alkaisi tehdä omaa toimintasuunnitelmaansa. Näitä asioita käsitellään ja tutkitaan tutkimus osiossa.

### 3 LÄHIRUOKA

#### 3.1 Lähiruoan määritelmä

Lähiruokaa ajatellaan terveelliseksi, turvalliseksi ja tutulta tuottajalta peräisin olevaksi tuotteeksi. ”Lähiruoalla tarkoitetaan ruoantuotantoa ja – kulutusta, jossa käytetään oman alueen raaka-aineita ja tuotantopanoksia” (Marttaliitto.) Lähiruoka edistää oman alueen taloutta ja työllisyyttä. Alueella tarkoitetaan yleensä joko kuntaa, maakuntaa tai talousaluetta. Lähiruoka kuormittaa myös ympäristöä vähemmän, sillä tuotteisiin tarvitaan vähemmän lisäaineita ja pakkaamista, kuljetus- ja säilytysaikojen ollessa lyhyitä. (Marttaliitto.)

Missään laissa ei ole säädetty lähiruoalle määritelmää, jolloin esimerkiksi viljelijöiden ei tarvitse osoittaa tuotteidensa paikallisuutta. Lähiruokana pidetään kuitenkin yleisesti lähellä ja tietyllä maantieteellisellä alueella tuotettua ruokaa. Suomessa kriteerinä on käytetty, että ruoka on tuotettu omassa maakunnassa. Toisaalta on myös ajateltu, että kotimainen ruoka olisi lähiruokaa. (Lehtinen 2009, 3.) Yhden määritelmän mukaan lähiruokaa olisi kaikki ruoka, mikä on kasvanut silä alueella ja minkä voi nähdä oman kyläkirkon tornista (Marttaliitto).

Viimeisimmässä maa- ja metsätalousministeriön tilaamassa lähiruokaselvityksessä (2012) esitetään lähiruokamääritelmäksi: ”Lähiruoka on paikallisruokaa. Tämä selkeyttäisi kuluttajalle mitä on lähiruoka sekä tuottajat pystyisivät paremmin hyödyntämään uutta syksyllä 2011 paikallisruoalle annettua lainsäädännöllistä helpotusta.” (Kurunmäki, Ikäheimo, Syväniemi & Rönni 2012.)

Lähiruoan kysyntä sekä myös tarjonta on kasvanut viime vuosien aikana ja kehityksen odotetaan olevan tulevaisuudessa samansuuntaista. ”Vuonna 2008 lähiruoan myynti ylsi 74 miljoonaan euroon ja vuonna 2015 lähiruokamarkkinan koon arvioidaan olevan noin 100-200 miljoonaa euroa.” (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 5.)

Lähirooka-ajattelu korostaa kuluttajan ja tuottajan välistä suhdetta. Tuotteen alkuperä ja tuotantotavat tunnetaan. Toimitusketju on läpinäkyvää ja vaiheet ovat jäljitettävissä. Tuottaja on henkilökohtaisesti vastuussa tuotteistaan ja niiden laadusta, kuluttaja voikin olla suoraan yhteydessä tuottajaan. (Lehtinen 2009, 5.)

Suomessa syötävästä ruoasta noin 80% on Suomessa valmistettua. Myös suurin osa ruokamme raaka-aineista (noin 65%) on alkuperältään suomalaista. Kaikesta Suomessa syötävästä ruoasta lähirooan osuuden on arvioitu olevan noin 8%, joskaan tarkkoja tietoja ei ole käytettävissä. Osa tuotteista (kuten kahvi) jalostetaan Suomessa, mutta raaka-aine tulee maailmalta. Niiden tuotteiden osuus on 16% kaikesta Suomessa syötävästä ruoasta. Tuontiruoan osuus on noin 20%. Osa tuontituotteista on sellaista, jotka kulutustottumuksia tai ostotapaa muuttamalla voidaan korvata kotimaisilla. (Kurunmäki ym. 2012.)



### 3.2 Lähiruoan saatavuus

Raaka-aineiden saatavuus määrittelee kuluttajalle tarjottavan valikoiman. Esimerkiksi lähiruokaan erikoistunut ravintola tekee ruokalistansa yleensä saatavilla olevien raaka-aineiden pohjalta. Erityisesti tasokkaat ravintolat ovat viime aikoina kiinnostuneet lisäämään lähiruoan käyttöä annoksissaan. Ongelmana on kuitenkin ollut tuotteiden saatavuus ja laatu. Lähiruokatoimittajia pidetään useissa tuoteryhmissä täydennystoimittajina, sillä lähituotteiden saatavuus ei useinkaan mahdollista lähituotteiden käyttöä suuremmissa määrin. (Lehtinen 2009, 5). Paanasen ja Forsmanin tutkimuksen (2003) mukaan suurkeittiöissä lähiruoan epätasainen saatavuus koetaan toiminnan suurimpana riskitekijänä. Keskeisiä seikkoja, joita toivotaan lähituottajilta, ovat muun muassa ympärivuotinen saatavuus, toimitusvarmuus, tilaus- ja toimitusjärjestelmä ja sopivat pakkauskoot.

Ravintolat, kahvilat ja henkilöstöravintolat ovat merkittäviä lähiruoan tarjoajia. Tutkimusten ja selvitysten mukaan yli puolet ravintoloista käyttävät lähiruokaa viikottain tai jopa useammin. Useat ravintolat haluaisivat myös lisätä lähiruoan käyttöä tulevaisuudessa. Ongelmana tässä tulee kuitenkin lähiruoan saatavuus sekä toimitusvarmuus. He eivät löydä tai saa sellaisia tuotteita, joita haluaisivat sekä lisääntyvä työ lähiruoan hankkimiseen katsotaan vaivaalloisena. Toisaalta ravintolat, jotka käyttävät päivittäin lähiruokatuotteita, kokevat lisätyön kannattavana. (Kurunmäki ym. 2012.)

Paanasen ja Forsmanin (2003) tutkimuksessa (kuviot 1) oli selvitetty suurkeittiöiltä heidän mielteitään lähiruokatoiminnan hyödyistä ja haitoista. Samanlaista kyselyä ei ole yksityisen sektorin ravintoloihin toteutettu, mutta varmastikin ainakin suurin osa vastauksista vastaa myös heidän ajatuksiaan lähiruokatoiminnan hyödyistä ja haitoista.

Paanasen ja Forsmanin (2003) tutkimuksessa kävi ilmi, että suurimpana riskinä lähiruoan käytössä pidettiin juurikin saatavuutta. Epäiltiin toimittajan toimituskykyä sekä –varmuutta. Tämä onkin luultavasti suurin haaste lähituotannossa ylipäänsä ja sitä täytyisikin saada jollain tavoin muutettua. Jotta lähiruokatuotteiden käyttö saataisiin kasvamaan, on saatavuuden helpottaminen suotavaa.

Tutkimuksesta selvisi myös, että varsinkin suurkeittiöt pitävät ajan riittämättömyyttä suurena haittana lähituotteiden käytölle. Tuotteiden ja tuottajien etsintä sekä tuotteiden vastaanottaminen useasta paikasta katsottiin kuluttavan liikaa aikaa ja resursseja. (Paananen & Forsman 2003.) Varsinkin kunnallisella puolella aikaa ei juurikaan anneta ylimääräistä, jotta voitaisiin toteuttaa ylimääräisiä tehtäviä.

Tottakai suurkeittiöt löysivät myös hyviä puolia lähiruoan käytölle. Muun muassa lähiruoan terveys ja tuoreus olivat ammattikeittiöiden mielestä erittäin tärkeitä ja hyviä asioita. (Paananen & Forsman 2003).

LÄHIRUOKATOIMINNAN HYÖDYT SUURKEITTIÖLLE	LÄHIRUOKATOIMINNAN AJALLISET JA RAHALLISET HAITAT	LÄHIRUOKATOIMINNAN RISKIT SUURKEITTIÖSSÄ
Ruokalistan joustavuus	Ruokareseptien uudelleen luonti	Lähituotteiden tarjonnan epätasaisuus ja vähäisyys
Ruoan terveellisyys	Uusien toimitussuhteiden perustaminen	Yhteistyön aloittaminen uusien tavarantoimittajien kanssa
Tuotteiden tuoreus	Tarpeisiin soveltuvien tuotteiden etsintä ja löytäminen	Uuden tavarantoimittajan toimituskyky ja -varmuus
Tuotteiden helppo käsiteltävyys	Uusi ajattelutapa hankintatoiminnoissa ja ruoan valmistuksessa	
Alhainen hävikki	Useasta paikasta tilaaminen	
Vähentynyt varastoinnin tarve	Lisääntynyt työ varastokirjanpidossa ja tilityksissä	
Ruoan alkuperätiedot		
Asiakaslähtöisyys		
Vuorovaikutus tuottajien kanssa		
Suurkeittiötyössä viihtyminen		
Kasvatuksellinen näkökohta		
Markkinointiarvo		
Maakunnan ruokaperinteiden säilyminen		
Maaseudun elinvoimaisuus		
Luonnon kestävyys		

KUVIO 1  
Suurkeittiöiden edustajien kokemat lähiruokatoiminnan hyödyt, uhkaukset ja riskit (Paananen & Forsman 2003).

### 3.3 Lähiruoan toimitusvarmuus

Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskuksen mukaan ”Toimitusvarmuus tarkoittaa oikean tuotteen toimittamista ostajan ja myyjän välisen sopimuksen mukaisesti oikeaan paikkaan, oikeaan aikaan, oikealla kuljetustavalla, oikealla hinnalla ja oikean laatuksena.” Tuotteet pitää toimittaa asiakkaalle luvutulla palvelutasolla. (Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus.)

Toimitusvarmuus ja asiakastyytyväisyys kulkevat käsi kädessä. Asiakkaan luottamuksen pitämiseksi on kauppiaan tiedotettava etukäteen mahdollisista poikkeuksista toimituksessa. Luottamuksen horjumisen lisäksi virheet aiheuttavat kauppiaille lisäkustannuksia palautus- ja korvauskuljetusten sekä aiheutuneen lisätyön muodossa. (Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus.)

Sähköisen kaupankäynnin lisätessä tilauksia toimitusvarmuus ei saisi kärsiä, varsinkin uusien asiakkaiden kohdalla tämä on erittäin tärkeää. Uudet asiakkaat eivät tee uusia tilauksia, jos palvelulupaus ei ole toimittajan puolelta täyttynyt. Käyttämällä ulkopuolisia palveluntarjojia toimituksissa kauppias pystyy hoitamaan lisääntyneet toimitukset asianmukaisesti. (Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus.)

Lähiruoalta vaaditaan tasaista toimitusvarmuutta siinä missä miltä tahansa tuotteelta. Osalla lähiruokatuottajista tuotanto painottuu vuodenaikojen mukaan, mikä vaikuttaa tuotteen saatavuuteen. Satokausi on kiinni luonnonoloista, johon liittyy aina omat riskitekijät. Toimitusvarmuus on kuitenkin yksi lähiruoan perusedellytyksiä, sillä kuluttajien löydettyä lähiruokatuotteet on saatavuus oltava varmaa. Haasteina ovat tuottajien kyky tuottaa riittävän korkeatasoisia raaka-aineita kaupallisten ammattikeittiöiden käyttöön sekä aktiivisuus räätälöidä tuotteita ja tehdä vaihtelevia tuotevalikoimia. (Lehtinen 2009.)

Usea ravintola on kokeillut erilaisia maakunnallisia ruokakokonaisuuksia ja perinneruoka teemoja liittyen lähiruokaan. Sitä on pidetty hyvänä kilpailukeinona, mutta ongelmaksi ovat muodostuneet toimitusvarmuus, tuotteen varma saanti oikeana ajankohtana ja lisätyön määrä. Lähiruoan tuottajille ravintola ei aina ole paras mahdollinen asiakas, sillä määrät ovat vaikeita ennustaa ja ne vaihtelevat. Usein joukkoruokailu on siksi lähiruoalle parempi vaihtoehto. (Lähiruoan mahdollisuudet 2000,12.)

Lähiruokayrittäjien verkostoitumista on esitetty keinona helpottaa toimitusvarmuus-ongelmia. Vaikka keskinäistä kilpailua voidaan yhteistyöllä rajoittaa, se sisältää monia haasteita. Yhteisiä pelisääntöjä tulisi luoda ja noudattaa. Jos pakkausmateriaalit ovat samat kaikilla lähiruokahankinta ringistä, ja yksi tuottaja tuottaa heikompaa laatua, koko yhteistyössä mukana olevat tuottajat leimautuvat. Näin myös tuotteiden jäljitettävyyys voi olla rasitus ja yhteistyön ongelmat moninkertainen huoli. Yhteinen verkostoituminen vaatii siis hyvää luottamusta yrittäjien kesken. (Mononen & Silvasti 2006,126.)

## 4 LOGISTIIKKA

Logistiikka on laaja käsite, mutta käytännössä siihen sisältyvät tuotannon raaka-aineiden ja osien sekä kaupan tarvitsemien tuotteiden hankinta, valmistuksen ohjaus, lopputuotteiden myyntipalvelut, jakelu sekä myynnin jälkeisten palvelujen tuottaminen. Raaka-aineiden, osien ja tuotteiden hankintaan sisältyvät ostaminen, kuljetus ja varastointi. Jakeluun taas sisältyvät varastointi ja kuljetus. (Karhunen, Pouri & Santala 2004, 23.) Kun organisaation eri puolilla tavarain tai palvelun toimittamiseen liittyvät vaiheet linkitetään kokonaisuudeksi, muodostuu niistä puolestaan logistinen prosessi. Se alkaa asiakkailta ja sen tietovirralla kulkevat ensin yrityksen kautta tavarantoimittajille. Sieltä lähtevät tavaravirralla liikkuvat päinvastaiseen suuntaan ja päättyvät yrityksen ohjaamana asiakkaille. (Sakki 1999, 24.)

Suomen maatilat ovat edelleen pääosin pieniä ja toimittajamarkkinoilla olisi potentiaalia yhteiselle jakeluketjulle. Tämä onkin vielä tällä hetkellä lähiruoan suurimpia haasteita. Ostohalukkuus on olemassa useiden erilaisten kuluttajaryhmien keskuudessa, mutta tehokas ja välikäsiä vähentävä jakelu- ja logistiikkajärjestelmä on vielä vailla toteuttajaansa. Lähiruoan yleisemmän käytön esteinä ravintola-aloilla nähdään olevan juurikin logistiikan aiheuttamana. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 5.)

Elintarvikealan tuotteista suurin osa on tuoretavaraa, ja on saatava viipymättä kuluttajille. Tästä aiheutuu logistiikan suunnittelulle suuria haasteita. Lähiruokatuottajien sijaitessa yleensä syrjässä maaseudulla, tuottajat useimmiten kuljettavat tuotteensa itse asiakkaille. (Lehtinen 2009, 32.)

Yksi mahdollisuus kustannustehokkaan logistisen ketjun aikaan saamiseen on lähiruoan tukkutoiminnan järjestäminen tai sen integroiminen olemassa olevien tukkuliikkeiden toimintaan. Tukutoiminnan edellytys on riittävä toimitusvarmuus ja tukkuun tuleva volyyymi, joka voidaan saavuttaa tuottejayhteistyön kautta. Tuottajan tulee tarjota muun muassa neuvontaa ja suunnittelua valikoimiin liittyen yhteisen suhteen lujittamiseksi. Lähiruokatukku mahdollistaa myös riittävän volyymin ja kustannustehokkaan jakelun myyntipisteisiin. (Mäkipeska & Sihvonen 2010.)

Elintarvikkeiden kuljetusta ohjaa lainsäädäntö (597/2000). Helposti pilaantuvien elintarvikkeiden toimitukset täytyy kuljettaa korkeintaan 6 asteen lämpötilassa. Jos tuotteita kuljetetaan kuumina, pitää helposti pilaantuvien tuotteiden pysyä kuljetuksessa vähintään 60 asteisena. (Lehtinen 2009.)

Lainsäädännössä (597/2000) sanotaan myös, että kuljetuskalustot on pidettävä puhtaina. Niiden täytyy olla myös ehjiä, tiivitä ja helposti puhdistettavista materiaaleista. Elintarvikekuljetuksissa tuotteet pitää suojata kastumiselta, jäätymiseltä, likaantumiselta sekä täytyy huolehtia myös siitä ettei tuotteiden hygieeninen laatu vaarannu kuljetuksen aikana. Tuotteisiin ei saa myöskään siirtyä mitään vieraita hajuja eikä makuja. (Lehtinen 2009.)

Helposti pilaantuvien elintarvikkeiden yli kaksi tuntia kestävässä vähittäiskaupan toimituksissa kuormatila tai muu jäähdytettävä kuljetustila tai -astia tulee varustaa tallentavalla lämpötlaseurantajärjestelmällä. Tallentavaa järjestelmää ei kuitenkaan vaadita, jos elintarvikkeet toimitetaan elintarvikehuoneistosta suoraan kuluttajalle. Tällöin toimijan tulee sisällyttää oma-avontaansa ne keinot, joilla kuljetettavien elintarvikkeiden lämpötilan pysyminen sallituissa rajoissa voidaan varmistaa. (Lehtinen 2009.)

## 5 SUORAMYYNТИ

”Suoramyyntituotteet koetaan tuoreiksi ja laadukkaiksi. Niiden alkuperä tunnetaan” (Lehtinen 2009, 7). Suoramyyntissä tuotteet myydään suoraan tuottajalta kuluttajalle. Tyypillisiä suoramyymintipaikkoja ovat torit, markkinat ja messutapahtumat. Myös myynti verkkokaupoista ja suoraan tuottajan tilalta ovat yleistyneet. Suoramyyntissä ei myydä pelkkää tuotetta, vaan parhaimmillaan myös tarinoita tuotteen alkuperästä ja valmistuksesta. Yrittäjällä itsellään on mahdollisuus vaikuttaa kuluttajaan ja siihen, millaisen kuvan he saavat tuotteista. (Lehtinen 2009, 7.)

Kuluttajan ostaessa tuotteensa suoraan tuottajalta jäävät muun muassa kuljetus- sekä tukkukustannukset syntymättä. Näin hinta saadaan pysymään paremmin kuluttajalle sopivana. Myös tuottaja hyötyy rahallisesti tilanteesta, kun välikäsien osuus hinnasta jää pois.

”Internetin välityksellä tapahtuvassa myyntissä tuotteet esitellään, markkinoidaan ja myydään verkkokaupan internet-sivuilla” (Lehtinen 2009, 8). Elintarvikkeiden myynti verkkokaupan kautta on haastavaa, koska tuotteet tarvitsevat pääsääntöisesti kuljetuksessaan kylmäketjun, tuotteiden pilaantumisen estämiseksi. Tuottajalle tämä on myös kalliimpaa, koska verkosta tilataan yleensä pieniä eriä ja kuljetukset tulevat kalliimmiksi. (Lehtinen 2009, 8.)

Varsinkin Ranskassa ja Englannissa suosituiksi ovat nousseet lähiruokamyymälät, jotka ovat tuotteiden myyntiin erikoistuneita (Lehtinen 2009, 9). Suomestakin löytyy jo noin 120 lähiruokamyymälää, joiden valikoimiin kuuluvat lähialueella tai vähintäänkin Suomessa tuotettu ruoka (Ruokatieto 2011). Vaikka myymälöitä on monenlaisia, menestyneimpiä ovat yleensä ne, jotka tarjoavat riittävän laajaa valikoimaa (Lehtinen 2009, 9).



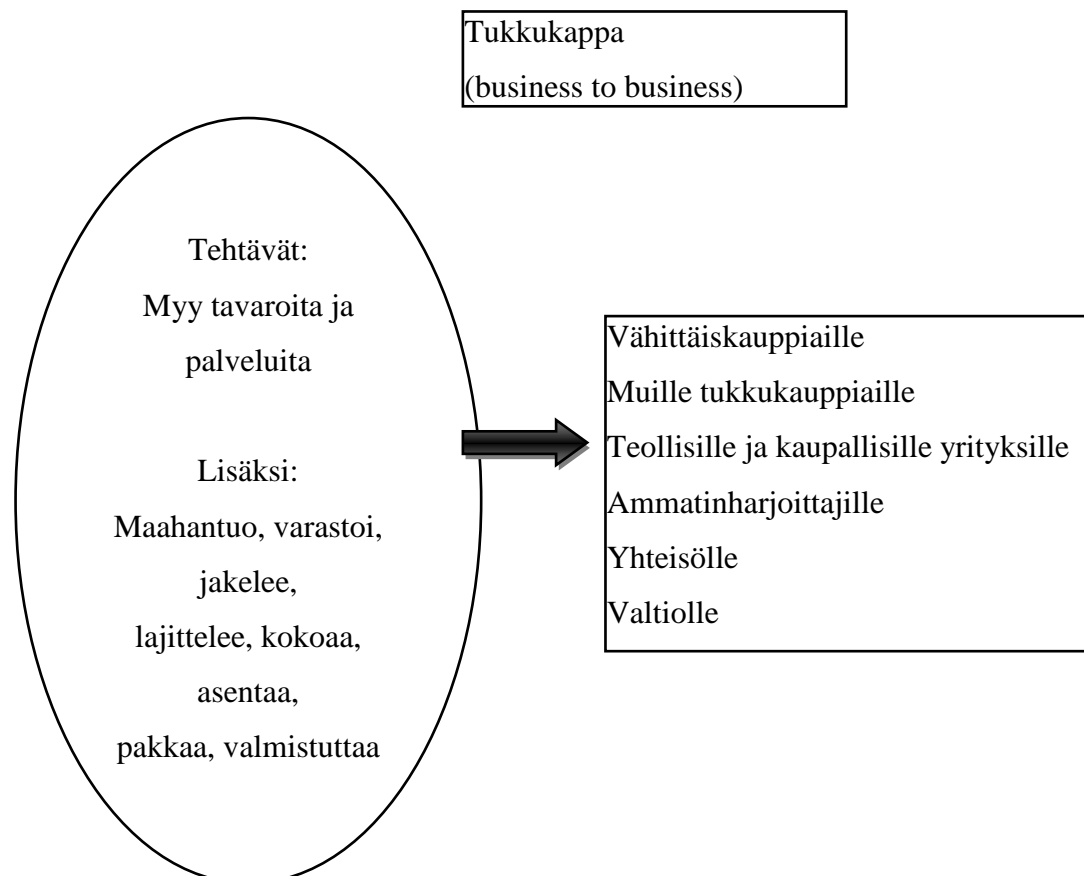
Suosiota maailmalla on myös luoneet lähiruoan tuottajien omat markkinat. Niitä järjestetään muutaman kerran viikossa tai harvemmin ulkotiloissa joissa tuottajat voivat myydä omia lähituotteitaan. Suomessa on satunnaisesti järjestetty alueellisia lähiruoan tuottajien markkinatoreja, mutta järjestäytynyttä toimintaa ei juuri harjoiteta perinteisen torikaupan lisäksi. Lähiruokatorit tulisikin ulkomaisten esimerkkien mukaisesti järjestää esimerkiksi lauantaisin vilkkaiden ostoskeskusten yhteydessä. (Lehtinen 2009, 10.)

Myös ruokapiirit ovat yleistyneet Suomessa. Ruokapiirien toiminta on kuluttajalähtöistä. (Lehtinen 2009, 10.) Ruokapiirissä ryhmä innostuneita tilaa tuotteita suoraan tuottajilta. Tärkeää on, että raha menee suoraan tuottajalle ilman kaupan välikäsiä ja että tuotteet ovat tuoreita. (Sivistys 2012.) Ruokapiiri tekee jäsenilleen yhteistilauksen ennalta sovitusta tuotteista. Pienissä ruokapiireissä tilaukset kirjataan yleensä käsin, mutta suurempien piirien kohdalla nettipohjainen tilausjärjestelmä on kätevin. Yleensä tuotteet jaetaan yhdessä sovitussa paikassa, mutta myös yhteiskuljetukset kotiin ovat mahdollisia. Ruokapiirin jäsenet maksavat ostokset piirille. Lisäksi voidaan periä osallistumismaksu kulujen kattamiseksi. (Lehtinen 2009, 10.)

## 6 TUKKUKAUPPA

Tukkukauppa on vähittäiskauppaa ja muuta yritystoimintaa palvelevaa kauppaa, johon olennaisena osana kuuluu tavaran välittäminen ja siihen kytkeytyvä palvelutoiminta. Tukkukauppa jakautuu entistä selkeämmin eri tyyppisiin toimijoihin; vähittäiskauppaa ja ravintolatoimintaa palvelemaan sekä muita yrityksiä ja yhteisöjä palvelemaan kaupan. (Koskela & Santasalo 2009, 7.)

Tukkukaupan toiminta on yritysten välistä liiketoimintaa. (kuvio 2) Tukkukauppa myy tuotteita ja palveluita vähittäiskaupoille, muille tukkukaupoille sekä muille yrityksille ja ammatinharjoittajille. Tukkukaupan perustehtävänä on tuotteiden ja palveluiden myyminen. Myynnin ohella perinteisiä perustehtäviä ovat tuotteiden varastointi ja jakeleminen, mutta viime aikoina tavaraketjuun on tullut aikaisempaa enemmän lisätehtäviä. (Koskela & Santasalo 2009, 11.)



KUVIO 2. Tukkukaupan toiminta (Koskela & Santasalo 2009, 12)

### 6.1 Tukku ja lähiruoka

Tällä hetkellä tukkukaupoista ei juurikaan löydy lähiruokatuotteita. Varsinkin osa isommista tukuista haluaisivat lisää lähiruokatuotteita valikoimiinsa. Ongelmana on kuitenkin se, että he tarvitsisivat suhteellisen isoja eriä tuotteita, mitä taas suurimmalla osalla tuottajista ei ole mahdollista toimittaa. Tukkukaupan laajentaminen lähiruokaan auttaisi ainakin isompia kaupp- ja ravintolaketjuja helpottamalla heidän toimintaansa. Kuluttajalle tämä toisi kuitenkin yhden lisän toimitusketjuun, mikä taas sotisi monen mielestä lähiruokan ideologiaa vastaan.

Ruokakauppa Finskalla olisi paremmat mahdollisuudet toimia niin sanottuna tukkukauppana, koska heillä tilausmäärät olisivat pienempiä sekä heidän olisi helpompi säädellä niitä helpommin vastaamaan sesonkeja, tarpeita ja resursseja. Tietenkin myös Finska olisi yksi lisä toimitusketjuun, mitä monet todellakin haluavat välttää kokonaan lähiruokatuotteissa. Ruokakauppa Finskan toiminta olisi kuitenkin henkilökohtaisempaa kuin isojen tukkukauppojen. Kuluttajan olisi paljon helpompaa saada esimerkiksi tuotteen alkuperä tietoonsa.

## 7 SUORAMYYNTEI VS. TUKKUKAUPPA

Elintarvikkeiden suoralla tarjontaketjulla on myönteinen vaikutus sekä tuotteiden ominaisuuksiin että myyjä-ostajasuhteeseen. Tuotteen tuoreuden oletetaan olevan parempi suorassa toimituksessa tuottajalta asiakkaalle kuin epäsuorassa, usean välivarastoinnin kautta kulkevassa toimituksessa. Lisäksi suora tarjontaketju mahdollistaa aukottoman tiedonvaihdon myyjä-ostajasuhteen eri vaiheissa. (Lehtinen 2009.)

Monien yksittäisten tuottajien kuljettamat tuotteet nähdään usein rasiitteena, mikä voi olla este niiden ottamiselle mukaan valikoimaan. Yhteistyö logistiikan suunnittelussa, toteutuksessa ja kustannusten jakamisessa voi olla pientuottajalle se kilpailutekijä, mikä mahdollistaa tuotteiden pääsyn valikoimaan. (Lehtinen 2009.)

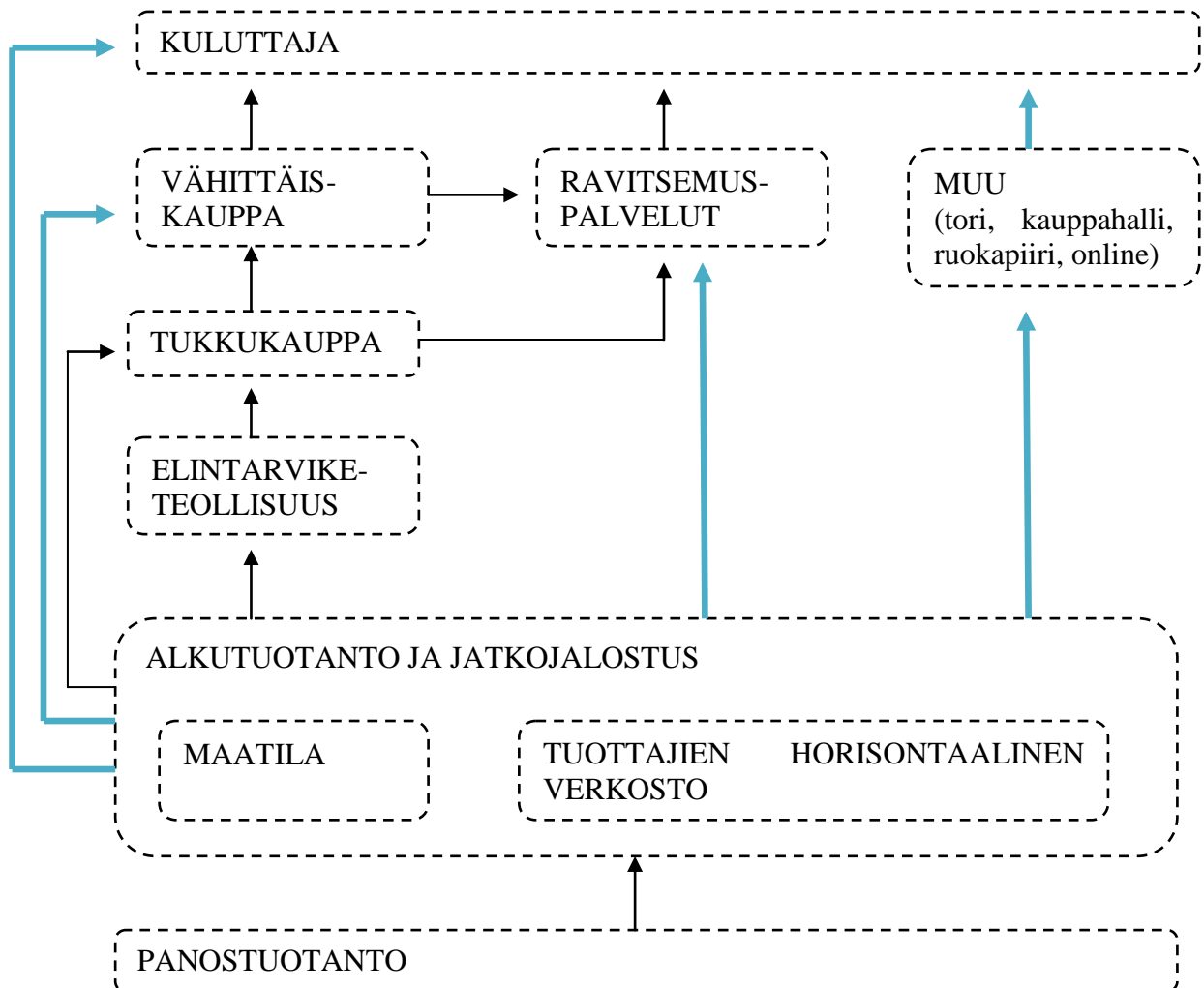
Yksi mahdollisuus kustannustehokkaan logistisen ketjun rakentamiseen on lähiruoan tukkutoiminnan järjestäminen tai sen integroiminen olemassa olevien tukkuliikkeiden toimintaan. Riittävä toimitusvarmuus ja volyyymi voidaan saavuttaa tuottajayhteistyön kautta. (Trendistä valtavirtaan.)

Internetin yhdistäminen tehokkaiisiin logistiikkapalveluihin tekee pienemmänkin liiketoiminnan pyörittämisen kannattavaksi. (Trendistä valtavirtaan).

## RUOAN ARVOKETJU

→ Lyhyt toimitusketju

→ Pitkä toimitusketju



KUVIO 3. Ruoan arvoketju (Lähiruoka nyt!)

## 8 TUTKIMUS

### 8.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi valitsin työhöni Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen.

Tutkimuksen peruspiirteitä on, että ”tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa ja aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa” (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 155). Lisäksi Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä suosii ihmisiä aineiston keruu menetelmänä. Tutkimuksen lähtökohtana ei ole teorian tai hypoteesin eli oletuksen testaus, vaan tuottaa ennakoita odottamatonta tietoa ja saavutettua aineistoa tulee tarkastella monipuolisesti. Tutkimussuunnitelma tulee muotoutumaan tutkimuksen edetessä, tehden tutkimuksesta näin joustavan. Tutkimuksen kohdejoukko tulee olla valittu tarkoituksenmukaisesti, ei sattumanvaraisesti. Tapauksia tulkitessa tulee muistaa tutkimuksen ainutlaatuisuus. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 155.)

Tutkimuksen toteuttamiseen avuksi valitsin survey –tutkimuksen. Termi tulee englanninkielestä ja tarkoittaa haastattelua, kyselyä tai havainnoinnin muotoja, jossa kohdehenkilöille suoritetaan kysymykset standardoidusti ja otos on tarkkaan valittu. Standardoiduilla kysymyksillä tarkoitetaan, että kysymykset on oltava kullekin vastaajalle samat. Tyypillinen survey-tutkimus on esimerkiksi gallup-kysely. (Hirsjärvi ym. 2005,182.)

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää turkulaisten ravintoloiden kiinnostuksesta yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa. Lisäksi työn toimeksiantaja halusi tietää, miten ravintolat haluaisivat mahdollisen yhteistyön toimivan. Tämän tutkimuksen avulla Ruokakauppa Finska saisi selville, onko tällaiselle pienimuotoiselle tukkutoiminnalle kiinnostusta ja tarvetta Turussa.

Tutkimukseen valittiin ainoastaan ravintoloita, koska Ruokakauppa Finskalla olisi tarkoitus ainakin näin alussa toteuttaa tukkutoimintaa vain heidän kanssaan. Valitut ravintolat olivat kaikki jollakin tavalla kiinnostuneita lähiruoan käytöstä tai käyttivät sitä jo. Toimeksiantajalta tuli muutaman ravintolan tiedot, jotka olivat aiemmin jo käyttäneet heidän nykyisiä palvelujaan.

## 8.2 Tutkimuksen toteutus

Tietoa ravintoloiden lähiruoan käytöstä sekä kiinnostuksesta yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa hankittiin lähettämällä sähköpostitse kysely turkulaisille ravintoloille (3/2012) (LIITE 1). Samalla kyselyn mukana lähti myös saatekirje, jossa selvitettiin, mitä kyselyltä odotetaan ja mihin sitä käytetään (LIITE 2). Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, millainen heidän kiinnostuksensa on lähiruokaa kohtaan, mitä he siinä arvostavat ja miksi he sitä käyttävät. Mahdollisesta yhteistyöstä haluttiin myös kyselyn avulla saada selville, miten ravintolat siihen suhtautuisivat ja mitä he olisivat valmiita Ruokakauppa Finskan kautta tilaamaan.

Kysely lähetettiin sähköpostitse kymmenelle eri ravintolalle. Mukana oli muutama lähiruoan käyttäjä sekä potentiaalisia ehdokkaita lähiruoan käyttäjiksi. Ravintolat valittiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa turkulaisista ravintoloista. Kaikki ravintolat painottivat toiminnassaan enemmän niin sanottuun lounasruokailuun kuin a`la carteen. Vastausaikaa ravintoloille annettiin sähköpostin päiväyksestä kaksi viikkoa eteenpäin.

Sähköpostitse vastauksia kyselyyn tuli ainoastaan kaksi, joten päädyin vielä soittamaan neljään potentiaaliseen ravintolaan. Heidän kiireiltään sain vastauksia vielä kahdelta, joten kaiken kaikkiaan vastauksia tuli neljältä ravintolalta kymmenestä. Näin ollen tutkimuksen vastausprosentiksi saatiin 40 prosenttia.

## **9 TUTKIMUKSEN TULOKSET**

### **9.1 Lähiruoan käyttö ravintoloissa**

Tutkimuksessa haluttiin aluksi selvittää ravintoloiden kiinnostusta lähiruokaan ja sen käyttämiseen. Vastanneista ravintoloista yksi käyttää lähiruokatuotteita mahdollisimman paljon saatavuuden ja sesonkien mukaan. Muut vastanneista ravintoloista käyttävät jonkin verran ja vain silloin tällöin lähiruokatuotteita. He haluaisivat kuitenkin käyttää enemmän lähiruokatuotteita. Haasteina käytössä heillä oli tuotteiden saatavuus, hinta sekä suurena osana ajan käytön lisääntyminen. Aikaa tarvitaan kuitenkin enemmän tuotteiden ja tuottajien etsimiseen sekä tuotteiden vastaanottamiseen ja noutamiseen tuottajatiloilta.

Nämä kommentit puoltaisivat sitä, että olisi todellakin tarvetta tukkutoiminnalle lähiruokatuotteiden osalta. Ruokakauppa Finska pystyisi helpottamaan näiden ravintoloiden arkea nopeuttamalla tuotteiden etsimistä ja toimitusten saamista yhdestä paikasta ja kerrallaan.

Paanasen ja Forsmanin (2003) tutkimuksen mukaan (KUVIO 1.) tuotteiden ja tuottajien etsintä sekä tuotteiden vastaanottaminen useasta paikasta katsottiin kuluttavan liikaa aikaa ja resursseja. Toisaalta ravintolat, jotka käyttävät päivittäin lähiruokatuotteita, kokevat lisätyön kannattavana (Kurunmäki ym. 2012).

### **9.2 Mitä lähiruoka merkitsee ravintoloille**

Lähiruoan merkitys on monelle niin erilaista, joten tutkimuksessa haluttiin myös selvittää ravintoloilta, mitä lähiruoka heille merkitsee ja miksi he sitä käyttävät. Yhdelle vastanneista ravintoloista lähiruoka on keittiön peruslähtökohta ja ideologia. Heille lähellä tuotettu ruoka on arvokas asia ja he tarjoavat lähiruokatuotteita ylpeinä ja raaka-aineita arvostaen. Muut vastanneet eivät osanneet arvostaa lähiruokaa niin paljon, mutta pitivät kuitenkin tärkeinä asioina muun muassa lähiruoan tuoreutta ja terveellisyyttä.



### 9.3 Lähiruoan hankinta ravintoloissa tällä hetkellä

Tutkimuksessa selvitettiin, miten ravintolat hankkivat lähiruokatuotteensa tällä hetkellä. Koska ravintoloihin tarvitaan tuotteita useasta eri tuoteryhmästä on yleensä myös tuottajia yhtä monta. Monet tuottajat toimittavat tuotteensa suoraan asiakkaalle, mutta poikkeuksiakin löytyy. Esimerkiksi harvinaisemmat tuotteet täytyy ravintoloiden useimmiten noutaa itse tuottajajaloilta. Joitain tuotteita ravintolat joutuvat hakemaan myös ihan vähittäiskaupoista, joihin on tietenkin lisätty hintaan vähittäiskauppaisä.

Lähiruokatuotteita ravintolat tilaavat tarpeidensa mukaan. Koska tuotteita tulee useammalta tuottajalta, on myös toimituspäiviä useampia. Tuotteet toimitetaan ravintoloille saatavuuden ja sesongin mukaan, eli aina ei ole mahdollisuutta saada toimituksissa kaikkea, mitä olisi tarvittu. Varsinkin tällöin ravintolat joutuvat turvautumaan vähittäiskauppoihin, joista hakevat tuotteensa itse. Valitettavasti kaupoistakaan ei välttämättä löydy aina sitä, mitä tarvittaisiin, tällöin menua on muokattava saatavuuden mukaan. Ravintolat, jotka käyttävät pääsääntöisesti lähiruokatuotteita, ovatkin asennoituneet hyvin saatavuuden aiheuttamiin ongelmiin.

Ruokakauppa Finska olisikin hyvä apu juuri tämän kaltaisiin ongelmiin. Tuotteiden toimitus- ja vastaanottopäivät vähenisivät ja näin ollen ravintolat saisivat paljon kaipaamaansa aikaa itse luomiselle. Myös harvinaisempien tuotteiden kohdalla ravintoloiden ei tarvitsisi itse lähteä tuotteita noutamaan, vaan he voisivat tilata haluamansa tuotteet suoraan Ruokakauppa Finskalta. Sesongit ja saatavuus ovat tietenkin myös Ruokakauppa Finskalle ongelma, mutta he voisivat valmiiksi ehdottaa ravintoloille korvaavia tuotteita jonkun tietyn tuotteen puuttuessa.

Useat ravintolat haluaisivat myös lisätä lähiruoan käyttöä tulevaisuudessa. Ongelmana tässä tulee kuitenkin lähiruoan saatavuus sekä toimitusvarmuus. He eivät löydä tai saa sellaisia tuotteita joita haluaisivat sekä lisääntyvä työ lähiruoan hankkimiseen katsotaan vaivaalloisena. Toisaalta ravintolat, jotka käyttävät päivittäin lähiruokatuotteita kokevat lisätyön kannattavana. (Kurunmäki yms. 2012).

#### 9.4 Menun suunnittelu ravintoloissa

”Ruokalista on ravintolan konseptin tärkein osa-alue, joten ruokalistalla tarjottavien tuotteiden suunnittelu ja valinta vaatii tarkkaa harkintaa” (Laakso 2010). Ruokalistaa suunniteltaessa pitää ottaa huomioon kaikki ravintolan toiminnan osa-alueet. Suunnitellun ruokalistan täytyy miellyttää sekä johtoa että tavoiteltua asiakasta. (Laakso 2010.)

Toimeksiantajan pyynnöstä selvitettiin kyselyn avulla myös sitä, miten ravintolat suunnittelevat ruokalistansa. Lähinnä toimeksiantajaa kiinnosti se, että suunnitellanko ruokalista ennen raaka-aineiden saatavuuden varmistamista, vai mahdollisesti vasta saatavien raaka-aineiden perusteella. Tämä kysymys esitettiin ravintoloille siksi, että toimeksiantajan olis helpompi suunnitella ennakkoon mahdollisia toimintatapoja tilausten tekemisessä ja tuottajien valinnoissa.

Tutkimuksessa selvisi, että ravintola, jossa pääsääntöisesti käytetään lähiruokatuotteita, varmistaa aina tuotteen saatavuuden ja tuotantomäärät ennen ruokalistaan ottamista. Talvella heille riittää pienempi tuotantomäärä kuin kesällä, joten talvella he pystyvät pitämään tuotekirjonsa laajempana.

Muut ravintolat, jotka vastasivat kyselyyn, ja jotka eivät vielä juurikaan käytä valikoimissaan lähiruokatuotteita, suunnittelevat ruokalistansa aina ensin ja sen jälkeen lähtevät tilaamaan tuotteita. Tästä johtuen he eivät voi käyttää ruokalistassaan mainintaa lähiruoka, koska tuotteita ei aina välttämättä ole juuri silloin saatavilla.

## 9.5 Ravintoloiden halukkuus yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa

Kyselyssä kävi ilmi, että kolme ravintolaa neljästä, olisivat jollakin tavoin kiinnostuneita yhteistyön aloittamisesta. Ravintola, jolla on pääasiallisesti lähiruokatuotteita ruokalistallaan, ei haluaisi kuitenkaan luopua tämän hetkisistä toimittajistaan ja tuottajistaan. Koska he joutuvat myös paljon itse juoksemaan ja etsimään yksittäisiä tuotteita, voisi tässä kohtaa olla yhteistyöstä Ruokakauppa Finskan kanssa heille suurtakin hyötyä. He olisivat valmiita maksamaan kohtuullisesti siitä, että he säästäisivät omaa aikaansa ja mahdollisesti myös hermojaan tuotteiden etsimisessä.

Kuluttajan ostaessa tuotteensa suoraan tuottajalta jäävät muun muassa kuljetus- sekä tukkukustannukset syntymättä. Näin hinta saadaan pysymään paremmin kuluttajalle sopivana. Myös tuottaja hyötyy rahallisesti tilaanteesta, kun välikäsien osuus hinnasta jää pois. Muut yhteistyöhaluisista ravintoloista olivatkin sitä mieltä, että tuotteisiin ei juurikaan saisi tulla lisähintaa. Ja koska näillä ravintoloilla on vielä suunnitteluasteella lähiruokatuotteiden käyttö, he eivät haluaisi sitoutua vielä mihinkään. Heitä epäilytti suuresti myös se, että tässä tulisi yksi lisä tuotteiden toimitusketjuun. Heille oli erittäin tärkeää lähiruoan merkityksessä juurikin se, että ei olisi lainkaan toimitusketjua ja he saisivat tuotteet suoraan ja mahdollisimman tuoreina tuottajilta. Heille tärkeää oli myös tietää ja tuntea tuottajansa jos he rupeaisivat käyttämään enemmänkin lähiruokatuotteita.

Kyselyssä selvitettiin myös, että minkälaisia tuotteita ravintolat olisivat valmiita tilaamaan Ruokakauppa Finskan kautta. Tässä tuli kuitenkin selville, että myös he, jotka eivät haluaisi toimitusketjuun lisää linkkejä, haluaisivat joitakin erikoisempia tuotteita tilata mahdollisesti Ruokakauppa Finskan kautta. Kukaan ei halunnut luopua siitä lähiruoan ideasta, että tuotteet tulisivat suoraan tuottajilta, mutta erikoisempia ja harvinaisempia tuotteita on sen verran hankala itse löytää ja saada, että tässä voisi olla yhteistyöstä apua.

## 9.6 Miten ravintolat haluaisivat yhteistyön toimivan

Toimeksiantaja halusi selvittää ravintoloilta myös sen, miten he haluaisivat mahdollisten tavaroiden toimituksien tapahtuvan. Ravintoloille tehdyssä kyselyssä kysyttiin, että haluavatko ravintolat tilauksensa suoraan ravintolan ovelle tiettyinä päivinä, vai olisivatko he valmiita noutamaan tuotteet Ruokakauppa Finskan tiloista.

Kaksi ravintoloista oli ehdottomasti sitä mieltä, että haluaisivat mahdolliset toimitukset suoraan ravintolaan. Tämä siksi, että he haluaisivat tehdä lähiruokatuotteiden käytöstä heille mahdollisimman vaivatonta. Toiset kaksi ravintolaa olivat taas sitä mieltä kysymykseen, että kumpikin vaihtoehdoista sopisi, tietenkin tilanteen mukaan. Eli he olisivat valmiita hakemaan Ruokakauppa Finskan tiloista esimerkiksi niin sanottuja kiireellisiä tuotteita. Muutoin he haluaisivat toimitukset mielellään suoraan ravintolan ovelle.

Kyselyssä selvitettiin myös sitä, kuinka usein ravintolat haluaisivat tehdä tilauksia lähiruokatuotteista. Tätä haluttiin kysyä siksi, että Ruokakauppa Finska pystyisi mahdollisten tuottajien kanssa keskustelemaan alustavasti, kuinka paljon ja milloin tuotteita pitäisi saada.

Monella ravintoloista on käytössään pienet varastot, joten toimitusrytmin pitäisi olla sujuva. Heille on myös ehdottoman tärkeää, että raaka-aineet ovat aina mahdollisimman tuoreita. Toimitukset eivät tällöin voi tulla liian harvakseltaan eikä liian suuria määriä kerrallaan. Keskeisiä seikkoja joita toivotaan lähituottajilta, ovatkin muun muassa ympärivuotinen saatavuus, toimitusvarmuus, tilaus- ja toimitusjärjestelmä ja sopivat pakkauskoot (Lehtinen 2009).

## 10 TUTKIMUKSEN YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää turkulaisten ravintoloiden kiinnostusta yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa. Samalla haluttiin selvittää myös, mitä he ovat mieltä lähiruosta sekä miten he tällä hetkellä tilaavat ja saavat tuotteensa.

Kyselyyn vastasi neljä ravintolaa kymmenestä valitusta. Kaksi heistä vastasi sähköpostin välityksellä ja toiset kaksi puhelimitse. Vastausprosentiksi saatiin täten 40 prosenttia.

Tällä hetkellä ravintolat tilaavat tuotteet suoraan tuottajailta tai käyvät itse ne hakemassa. Ruokakauppa Finskan apua he tarvitsisivat erikoisempien tuotteiden sekä niin sanottujen kiireellisesti tarvittavien tuotteiden kanssa. Tuotteita ravintolat tilaavat tarpeidensa mukaan, johtuen pienistä säilytystiloista ja siitä että he haluavat ylläpitää lähiruokaideologiaa eli tuoreutta.

Lähiruoan käyttö jakaantui ravintoloissa, joko niin, että pääosin kaikki käytettävät raaka-aineet ovat lähiruokaa, tai sitten käytettiin vain satunnaisesti. Lähiruoan merkitys oli kuitenkin kaikille ravintoloille suhteellisen sama. Tärkeänä pidettiin tuoreutta ja terveellisyttä. Yhdellä ravintoloista lähiruoka on keittiössä peruslähtökohtana ja ideologiana.

Kyselyä tehdessä olisi vastauksia luultavasti saatu enemmän, jos olisi ollut mahdollisuus käydä ravintoloissa paikan päällä haastattelemassa. Tämä ei kuitenkaan millään tavoin heikentänyt ravintoloiden vastauksia tai niiden arvoa. Vaikka vastausprosentti oli pienehkö, saatiin kuitenkin tärkeää ja tarpeellista tietoa Ruokakauppa Finskalle.

## 11 KEHITYSEHDOTUKSIA TOIMEKSIANTAJALLE

Tutkimuksesta kävi ilmi, että niin sanottua tukkukauppaa pelkille lähiruokatuotteille ei kaivata. Ravintolat olivat kuitenkin kiinnostuneita pienimuotoisesta yhteistyöstä Ruokakauppa Finskan kanssa.

Tutkimuksen perusteella voisikin suositella toimeksiantajalle, että he voisivat ottaa yhteyttä kiinnostuneisiin ravintoloihin ja tarjota heille erikoisempia tuotteita aina, kun niitä on heiltä saatavissa. Toiminnan lähtiessä käyntiin löytyisi varmastikin myös lisää yhteistyökumppaneita. Puskaradio on nimittäin oiva mainostuskeino myös tässä asiassa. Ruokakauppa Finska voisi tehdä vaikka sähköposti-ringin, jonka avulla he tarjoaisivat niitä erikoisempia tuotteita ravintoloille, silloin kun niitä on tarjolla.

Toimeksiantajan kannattaisi unohtaa ainakin toistaiseksi laajennussuunnitelmat tukkutoiminnasta ja pitäytyä toiminnassaan pääasiallisesti suoraan kuluttajille myynnissä. Vaikka tällainen niin sanottu lähiruokatuotteiden tukkutoiminta helpottaisikin monen ravintolan arkea, se sotisi myös heidän lähiruokaideologiaansa vastaan. Eli he eivät haluaisi lisää välikäsiä toimitusketjuun, vaan haluaisivat itse olla mahdollisimman paljon tekemisissä suoraan tuottajajalojen kanssa. ”Suoramyyntituotteet koetaan tuoreiksi ja laadukkaiksi. Niiden alkuperä tunnetaan” (Lehtinen 2009, 7).

## 12 POHDINTA

Opinnäytetyössä tavoitteena oli selvittää turkulaisten ravintoloiden kiinnostusta lähiruoan tukkukaupalle. Tutkimuksessa selvitettiin myös, miten ravintolat tilaavat tällä hetkellä lähiruokatuotteensa ja olisivatko he kiinnostuneita yhteistyöhön Ruokakauppa Finskan kanssa.

Aineisto tutkimukseen kerättiin sähköpostin välityksellä tehdyllä kyselyllä. Kyselyllä saatiin selville, että ainakin osa ravintoloista olisivat kiinnostuneita yhteistyön aloittamisesta. He eivät halunneet kuitenkaan suoranaista tukkukauppatoimintaa vaan olivat enemmänkin kiinnostuneita pienimuotoisesta, silloin tällöin tapahtuvasta yhteistyöstä. Heidän mielestään lähiruoan ideologiaa vastaan sotisi tukkukauppatoiminta, koska lähiruoka halutaan mahdollisuuksien mukaan ostaa aina suoraan tuottajilta. Tutkimuksessa selvisi myös, että lähiruoan käyttöaste ravintoloissa on vielä pienehkö. Vain yhdessä vastanneista ravintoloista käytettiin lähiruokatuotteita pääsääntöisesti, muissa vain satunnaisesti.

Tutkimuksessa oltaisiin saatu vastausprosentti mahdollisesti isommaksi, jos kysely olisi suoritettu ravintoloissa paikan päällä. Tämä ei kuitenkaan mielestäni vähentänyt saatujen vastausten arvoa millään lailla.

### 13 LÄHTEET

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Karhunen, J., Pouri, R. & Santala, J. 2004. Kuljetukset ja varastointi, Järjestelmät, kalusto ja toimintaperiaatteet. Helsinki: WS Bookwell Oy.

Kurunmäki, S., Ikäheimo, I., Syväniemi, A-M. & Rönni, P. 2012. Lähihuokaselvitys. Ehdotus lähihuokaohjelman pohjaksi 2012-2015.

Laakso, T. 2010. Ruokalistasuunnittelun prosessit Palace Kämp Sassossa. AMK-opinnäytetyö. Haaga-Helia.

Lehtinen, U. 2009. Lähihuokaa markkinoille. Oulun yliopistopaino. Oulu

Lähihuoan mahdollisuudet. Lähihuokatyöryhmän loppuraportti. 2000. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 6/2000. Sisäasiainministeriö. Helsinki.

Marttaliitto. Lähihuokaa kotisi alueelta. Luettu 15.1.2012. [http://www.martat.fi/neuvot\\_arkeen/ruoka/ekokokki/lahiruoka/](http://www.martat.fi/neuvot_arkeen/ruoka/ekokokki/lahiruoka/)

Mäkipeska, T. & Sihvonen, M. 2010. Lähihuoka, nyt! - Trendistä markkinoille. Sitran selvityksiä 29. Helsinki: Sitra.

Paananen, J. & Forsman, S. 2003. Lähihuoan markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittiöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin. MTT Taloustutkimus.

Ruokatieto. 2011. Lähihuokakauppoja löytyy Suomesta jo yli sata. luettu: 20.4.2012. [http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/X\\_Uutistenhallinta-2-1-palsta\\_uusi.aspx?id=1221919](http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/X_Uutistenhallinta-2-1-palsta_uusi.aspx?id=1221919)

Sakki, J. 1999. Logistinen prosessi, Tilaus-toimitusketjun hallinta. 4. uudistettu painos. Espoo: Jouni Sakki Oy.

Koskela, K. & Santasalo, T. 2009. Tukkukauppa Suomessa 2009. Tuomas Santasalo Ky. Helsinki.

Sivistys. 2012. Ruokapiiri on uutta demokratiaa. luettu: 20.4.2012. [http://www.sivistys.net/oppia\\_ika\\_kaikki/ruokapiiri\\_on\\_uutta\\_demokratiaa.html](http://www.sivistys.net/oppia_ika_kaikki/ruokapiiri_on_uutta_demokratiaa.html)

Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriön asetus. 597/2000.

Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus. Toimitusvarmuus. luettu 17.1.2012. <http://www.tieke.fi/display/oppaataapinen/Toimitusvarmuus>.

Trendistä valtavirtaan. Sitra. <http://www.sitra.fi/luomu-ja-lahiruoka>. Luettu 26.1.2012



## LIITTEET

Liite 1. Saatekirje

Hei!

Olen Veera Rinne restonomiopiskelija Tampereen Ammattikorkeakoulun palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelmasta.

Teen opinnäytetyötäni yhteistyössä Ruokakauppa Finskan kanssa, liittyen lähiruokan käyttöön ja saatavuuden parantamisesta Turun ravintoloissa.

Toivoisinkin, että teillä olisi muutama minuutti aikaa vastata liitteenä olevaan kyselyyn. Lisätietoa kyselystä ja työstäni saatte tarvittaessa sähköpostitse ----- tai puhelimitse ---

Vuoden ruokakauppa 2011 Ruokakauppa Finska suunnittelee laajentamista pienimuotoiseen tukkukauppaan lähiruokamarkkinoilla ja kyselyn tarkoituksena on selvittää ravintoloiden mahdollista kiinnostusta yhteistyöhön. Samalla selvitetään mitä lähiruokatuotteita ja miten ravintolat olisivat valmiina tilaamaan/ vastaanottamaan.

Vastauksia toivoisin saavani 2 viikon kuluessa.

**KIITOS VASTAUKSISTANNE!**

Ystävällisin terveisin

Veera Rinne

## Liite 2. Kyselykaavake

1. Käytetäänkö ravintolassanne tällä hetkellä lähiruokaa?

KYLLÄ / EI

2. Käyttäisittekö lähiruokaa, jos siihen olisi mahdollisuus?

KYLLÄ / EI

3. Mitä lähiruoka teille merkitsee?

4. Miten tällä hetkellä hankitte lähiruokanne?

5. Tulevatko mahdollisesti tilatut lähiruokatuotteet ravintolaanne yhdestä vai useammasta paikasta?

6. Kuinka usein vastaanotatte/ noudatte tilauksia?

7. Suunnitteletteko menunne saatavien tuotteiden perusteella vai ensin menun ja sitten tilaatte tuotteet?

8. Olisitteko kiinnostuneita yhteistyöstä Ruokakauppa Finskan kanssa?

KYLLÄ / EI

9. Minkälaisia lähiruokatuotteita olisitte valmiita tilaamaan Ruokakauppa Finskan kautta?

10. Miten haluaisitte saada mahdollisen tilauksenne?

a) Suoraan ravintolan ovelle tiettyinä päivinä

b) Noutaisitte itse Ruokakauppa Finskan tiloista

11. Kuinka usein haluaisitte tehdä tilauksen lähiruokatuotteista?