

# LÄHIRUOKAA SUORAAN TUOTTAJILTA À LA CARTE RAVINTOLOIHIN

Marjukka Korhonen

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2013

Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma  
Luonnonvara- ja ympäristöala





Tekijä(t) KORHONEN, Marjukka	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 2.05.2013
	Sivumäärä 50	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus ( ) saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (x)
Työn nimi LÄHIRUOKAA A LA CARTE-RAVINTOLOIHIN		
Koulutusohjelma Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) AUER, Jaana		
Toimeksiantaja(t)		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyössä tutkittiin lähiruoan käyttöä á la carte –ravintoloissa sekä kartoitettiin lähiruoan nykyisiä tuottajia Keski-Suomesta. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, minkälaista lähiruokaa Keski-Suomessa on tarjolla ja miten yleistä lähiruoan käyttö on nykyisellään á la carte –ravintoloissa. Tavoitteena oli myös selvittää kohtaavatko lähiruoan kysyntä ja tarjonta tuottajien ja ravintoloitsijoiden välillä. Lisäksi selvitettiin tuottajien ja ravintoloitsijoiden kiinnostusta laajempaan yhteistyöhön.</p> <p>Tutkimus suoritettiin haastattelemalla tuottajia ja ravintoloitsijoita. Tutkimukseen haastatellut tuottajat edustivat eri tuotantosuuntia kattavasti. Mukana oli muun muassa sika- ja naudatilallisia, juuristen viljelijöitä ja marjankasvattajia Keski-Suomesta. Ravintoloitsijoita edusti pääasiassa ravintolapuolen päälliköt ja tutkimus keskittyi ravintoloiden osalta Jyväskylään á la carte -ravintoloihin, koska niiden arvioitiin olevan tuottajille parhaita väyliä näkyvyyden ja tuottavuuden lisäämiseen. Haastattelu tehtiin teemahaastatteluna.</p> <p>Haastattelujen tuloksia käsiteltäessä esille nousi havainto sekä tuottajien että ravintoloitsijoiden molemminpuolisesta kiinnostuksesta keskinäiseen yhteistyöhön. Lisäksi kävi ilmi, että osalla tuottajista oli suoramyntisopimuksia ravintoloihin valmiiksi. Ravintoloitsijat käyttäisivät lähiruokaa huomattavasti enemmän, jos heillä olisi paremmin tietoa tuottajista ja heidän tuotetarjonnastaan. Keski-Suomesta löytyi tutkimuksessa monipuolista lähiruokaa ja eri tuotantosuunnista lähiruoan tuottajia, jotka olivat kiinnostuneita myymään tuotteitaan suoraan ravintoloihin. Lähiruoan osalta nousikin esiin tiedonpuute molemmin puolin. Haastatteluitten perusteella nousi esiin niin lähiruoan hyötyjä kuin haittojakin. Hyötyinä nousi esiin muun muassa lähiruoan tuoreus, puhtaus ja ympäristöystävällisyys. Haittoiksi koettiin muun muassa tämän hetken vähäinen tieto lähiruoasta. Opinnäytetyön ohessa ravintolat saivat tietoa lähituottajista ja lähituottajat kiinnostuneista ravintoloista ja muutama uusi sopimuskin syntyi tuottajien ja ravintoloiden välille.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Lähiruoka, paikallinen ruoka, suomalainen elintarvike, alkutuotanto		
Muut tiedot		



Author(s) KORHONEN, Marjukka	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 30.04.2013
	Pages 50	Language Finnish
	Confidential ( ) Until	Permission for web publication (x)
Title Local food to á la carte restaurants		
Degree Programme Degree programme in Agriculture and Rural Industries		
Tutor(s) AUER, Jaana		
Assigned by		
Abstract <p>The purpose of this thesis was to study Finnish local foods use in city of Jyväskylä á la carte restaurants. For the study I interviewed over 30 local farmers in central Finland area and 9 restaurant managers. The goal was to find out if the restaurants have interest in local food and what kind of products local farmers can supply for the restaurants.</p> <p>The theme of the interviews was creating new possibilities for business cooperation between farmers and restaurants. The reason behind this thesis was the low viability of farming with the current market prices. By direct trade companionships between producers and customers, it is possible for farmers to get better income on their products.</p> <p>The interviews revealed that both parties had serious interest in direct trade companionships, but it was evident that neither side had the needed information for forming trade relations. This thesis helped several farmers to find and form new trade relation with restaurants and gave information on how both parties should be informed of the possibilities.</p>		
Keywords local food, Finnish groceries, primary production		
Miscellaneous		

# SISÄLTÖ

1 JOHDANTO.....	3
2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT .....	4
3 YLEISTÄ LÄHIRUOASTA .....	6
3.1 Erilaisia määritelmiä lähiruualle.....	6
3.2 Lähiruoan alkutuotannosta jalostukseen.....	7
3.3 Elintarvikeasetuksesta.....	8
4 LÄHIRUOKA TÄLLÄ HETKELLÄ.....	10
4.1 Lähiruoka kestävässä ruokahuollossa .....	10
4.2 Lähiruoka Suomessa.....	11
5 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA MENETELMÄT .....	14
5.1 Tutkimuksen tavoitteesta.....	14
5.2 Haastattelujen suoritus .....	15
6 TUOTTAJAHAASTATTELUT.....	17
6.1 Yleiset vastaukset .....	17
6.2 Naudan- ja sianliha sekä kala .....	18
6.3 Vihannekset, juurekset ja peruna .....	21
6.4 Maito ja marjat.....	22
7 RAVINTOLAHAASTATTELUT.....	24
7.1 Yleistä ravintolahaastatteluista.....	24
7.2 Lähiruoka ravintoloissa .....	24
7.3 Kysyntää lähiruokaan .....	26
7.4 Lähiruoan kehityskohteet ja -toiveet .....	27
8 JOHTOPÄÄTÖKSET HAASTATTELUISTA .....	29
9 POHDINTA .....	32
10 YHTEENVETO .....	34
LÄHTEET.....	39
Liite 1. Viljelijöiden kysymykset .....	41
Liite 2 Kysymykset ravintoloitsijoille .....	43
Kaavio 1. ....	46

Kaavio 2. .... 47

## 1 JOHDANTO

Lähiruoka tarkoittaa määritteenä lähellä tuotettua ruokaa, jonka tuotantoketju on selvitettävissä pellolta lautaselle saakka. Lähiruokan käyttö tukee muun muassa lähi-alueen tuottajia, maaseudun elinvoimaisuutta sekä ympäristön että tuottajien ja tuotantoeläinten hyvinvointia. Lähiruoka lähtee alkutuotannosta elintarvikkeiden käsittelyn kautta jatkojalostukseen ja siitä kuluttajalle tai muulle ostajalle. Lähiruokan ajatukseen kuuluu muun muassa, että tuottajakin saa ansaitsemansa hinnan tuottamastaan tuotteesta ja koko tuotantoketju tunnetaan pellolta lautaselle saakka. Lähiruoka lähtee pääasiassa alkutuotannosta alkutuottajalta eteenpäin ja se on alkutuotantoa sadonkorjuuseen saakka, jonka jälkeen tarvitaan elintarvikkeen tai raaka-aineen käsittelyyn erillinen elintarvikehuoneisto jonka kautta elintarvike siirtyy jatkojalostukseen ja tässä tutkimuksessa á la carte -ravintoloille Jyväskylässä. Tutkimuksessa avataan hieman alkutuotantokäsittettä ja tapahtumaa sadonkorjuun jälkeen, sekä siihen liittyvää elintarvikehygienialainsäädäntöä ja toimintaa koskevia asetuksia.

Tässä tutkimuksessa tutkitaan lähiruokan suoramyyntiä á la carte -ravintoloille. Tutkimukseen sisältyy myös lähiruokan tarkastelu kestävässä ruokahuollossa tai sen osana kestävässä kehityksessä. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, millaista lähiruokaa Keski-Suomesta löytyy, onko tuottajilla ja ravintoloitsijoilla kiinnostusta tehdä yhteistyötä keskenään ja kohtaavatko kysyntä ja tarjonta lähiruokan osalta tuottajilta ravintoloihin. Tutkimuksessa haastateltiin tuottajia Keski-Suomen alueelta sekä ravintoloitsijoita Jyväskylän seudulta. Lähiruokan myynnistä suoraan á la carte -ravintoloille on aiemmin tehty vain muutamia, suppeita selvityksiä ja opinnäytetöitä.

Teoriatausta koostuu pääasiassa sähköisestä aineistosta sekä aiheeseen liittyvistä lehtiartikkeleista ja aiemmista asiaa sivuavista opinnäytetöistä sekä aiemmin aihetta sivuten suorittamastani asiantuntijuushankkeesta. Opinnäytetyötä ohjasi Jyväskylän ammattikorkeakoulun luonnonvarainstituutista lehtori Jaana Auer. Haastatteluun osallistui eri tuotantolinjojen tuottajia Keski-Suomesta sekä ravintoloiden edustajia Jyväskylän seudulta. Haastattelu suoritettiin temahaastatteluina.

## 2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT

Lähiaruoka on tällä hetkellä paljon julkistakin keskustelua herättävä aihe, ilmastonmuutoksen ja hiilijalanjäljen ohella. Maaseutu autioituu ja maalta kaupunkiin muutto on kiihtyvässä vauhdissa ja maatiloja lopettaa toimintaansa tasaiseen vauhtiin joko kannattamattomina tai mahdollisen jatkajan puuttuessa. Nykyisellä EU:n maataloustukeen perustuvalla järjestelmällä etenkin pienemmät maatilat ovat kannattamattomia ja maaseudun elinvoimaisuutta sekä jatkuvuutta tulisikin tukea jotenkin. (Ikäheimo, Kurunmäki, Rönni, & Syväniemi, 2012,16.)

Samalla kuluttajille on tiedon lisääntyessä yhä tärkeämpää tietää, mistä elintarvikkeet tulevat ja miten ne ovat tuotettu. Kuluttajia on alkanut enenevässä määrin kiinnostaa myös minkälaiset tuotantoeläinten ja tuottajien olot ovat ja mitkä ovat tuotannon ja viljelyn vaikutukset ympäristöön. (Ertimo 2011.) Ravintoloissa arvostetaan laatua ja asiakkaat ovat kiinnostuneita syömänsä ruoan alkuperästä, vaikka ravintolat joutuvat tilaamaan pääosan raaka-aineesta tukkujen kautta, jolloin tuotantoketju sekä tuottaja ovat usein tuntemattomia. Normaalin tuotantojärjestelmän vuoksi elintarvikkeiden kuljetusmatkat ovatkin helposti jopa useissa sadoissa kilometreissä.(Lepistö 2012.)

Elintarvikeliikkeet ostavat lähiaruokaa suoraan tuottajilta, mutta onko ravintoloiden myös mahdollista alkaa hyödyntämään lähialueen raaka-aineita suoraan tuottajilta, jolloin sekä ravintola että tuottaja hyötyisivät tilanteesta. Ravintola pystyisi osoittamaan raaka-aineidensa alkuperän sekä tuottajan ja saisi sitä kautta myös hyvää mainosta toimintaansa. Samalla tuettaisiin maaseudun elinvoimaisuutta ja oman alueensa työllisyyttä sekä hyvinvointia. Tuottaja taas saisi suoran ostajan tuotteilleen, hyvää mainosta sekä hieman paremman hinnan tuotteelleen ja verkostoituisi suoraan ostajaan.

Opinnäytetyössäni lähdin tutkimaan, mitä lähiaruoka on, mitä se tarkoittaa, mitä lähiruualta vaaditaan, mitä muita aiheesta tehtyjä tutkielmia löytyy, millainen keskisuo-

malainen ruokakulttuuri on. Mitä on alkutuotanto ja missä kohden alkutuotanto vaihtuu tuotteiden jalostukseksi? Opinnäytetyön aiheena on lähiruokaa tuottajilta suoraan ravintoloihin. Työn tarkoituksena on selvittää lähiruoan käyttöä á la carte –ravintoloissa sekä kartoittaa lähiruoan nykyisiä tuottajia sekä mahdollisia uusia tuottajia Keski-Suomesta. Tarkoituksena on myös selvittää tuottajien ja ravintoloitsijoiden mahdollisuuksia ja kiinnostusta yhteistyöhön keskenään sekä selvittää kohtaavatko kysyntä ja tarjonta suoraan tuottajilta ravintoloille lähiruoan käytön osalta. Tutkimus suoritettiin haastatteleamalla tuottajia ja ravintoloitsijoita pääasiassa Keski-Suomesta.

Aluksi tutkittiin kirjallisia lähteitä ja selvitettiin lähiruoka määräyksiä, siirtymistä alkutuotannosta jalostukseen ja siihen vaikuttavaan asetukseen, sekä kestävään ruoka-huoltoon. Teoriaosuudessa analysoidaan myös lähiruoan hyviä ja huonoja puolia kirjallisten ja Internet lähteiden perusteella sekä lähiruoan nykytilannetta ja tulevaisuutta. Haastattelut suoritettiin teemahaastatteluina ja haastatteluiden yhteenvedossa mietitään, kohtaavatko kysyntä ja tarjonta lähiruoan osalta tuottajilta ravintoloille. Pohdinta sisältää teoriataustan ja haastatteluiden yhteenvedon analyysin.

Valitsin aiheen opinnäytetyölleni aiemman kokini ammattini pohjalta sekä maatalaustani yhdistäen. Kiinnostukseni aiheeseen tulee ajatuksista parantaa ja ylläpitää maaseudun elinvoimaisuutta sekä pienienkin maatalojen kannattavuutta. Tavoitteenani opinnäytetyössäni on helpottaa ja lisätä tietoa tuottajien ja ravintoloitsijoiden välillä sekä saada yhdistettyä sopimuksin tuottajia ja ravintoloitsijoita. Kiinnostus lähiruokaan on nousussa, mikä kiinnostaa ja inspiroi minua selvittämään lähiruoan taustaa, tuottajien motivaatiota, ravintoloiden kysyntää raaka-aineiden syntyperän kautta mahdolliseen kysyntään ja asiakaspalveluun.



## 3 YLEISTÄ LÄHIRUOASTA

### *3.1 Erilaisia määrittämiä lähiruualle*

Lähiruoka määritellään ruoan tuottamiseksi sekä sen kulutukseksi lähialueella. Lähiruokan tarkoituksena on hyödyntää oman alueen ruokatuotantoa ja kannattaa oman alueen taloutta sekä työllisyyttä. Suomen elintarviketeollisuus määrittelee lähiruokaa Suomessa tuotetuksi suomalaisiksi ruoaksi. Kuluttajahaastatteluiden mukaan lähiruoka mielletään Suomessa kuluttajasta enintään 100kilometrin säteeltä tuotetuksi ruoaksi. (Mäkipeska & Sihvonen 2010,6.)

Lähiruoka saatetaan joissain tapauksissa myös omaksua tai määritellä luomuruoaksi, mutta lähiruoka ei tarkoita suoranaisesti luomuruokaa. Luomuruoka voi olla lähiruokaa, jos se täyttää lähiruokan piirteet kuluttajalle mennessään. Lähiruoka taas on laajempi käsite ja se on yleensä sidoksissa paikkaan tai alueeseen. Luomuruokan ja lähiruokan eroavaisuudet tulevat esiin myös esimerkiksi niiden tuotantotavoissa. Lähiruoka ei ole välttämättä luomuruokaa, koska lähiruokaa tuotetaan myös tavanomaisilla tavoilla, joten se ei ole sidoksissa luomutuotantoon. Luomutuotanto on luonnonmukaisilla tavoilla tuotettua ruokaa, mutta se taas ei ole niinkään sidoksissa lähialueeseen, kuten lähiruokakäsite on. (Mäkipeska & Sihvonen 2010,6.)

Lähiruoka on lähellä tuotettua tuoretta ruokaa. Lähiruokan suurin etu on sen elinkaaren helppo jäljitettävyyden pelloilta lautaselle saakka. Lähiruokan kuljetusmatkojen ja säilytysaikojen ollessa lyhyempiä, voidaan lisäaineiden määriä, ylimääräistä pakkausta sekä muuta elintarvikkeen käsittelyä vähentää. Pidemmästä matkasta tulevien elintarvikkeiden tuoreutta, säilyvyyttä sekä ulkonäköä joudutaan usein säätelemään säilöntäaineilla tai muilla tuotetta parantavilla ainesosilla, kun taas läheltä tulevien elintarvikkeiden osalta siihen ei välttämättä ole tarvetta. Lähellä tuotetun ruokan

käyttö tukee merkityksellisesti paikallisen ruokakulttuurin säilymistä, alueen omavaraisuutta sekä maaseudun elinvoimaisuutta. (Lindroos & Teriö 2012, 35-36.)

### ***3.2 Lähiruoan alkutuotannosta jalostukseen***

Alkutuotanto on laaja käsite. Yksinkertaisesti sanottuna se tarkoittaa raaka-aineen tuotantoa maataloilla ruohonjuuritasolla. Maataloudessa alkutuotantoa ovat esimerkiksi pelto- ja puutarhaviljely, lihakarjan kasvatusta, lypsäminen, kalanviljely, munantuotanto, hunajatuotanto, marjastus, sienestys, metsästys ja kalastus. Alkutuotantoa ovat kasvatusta, viljely sekä sadonkorjuu, jonka jälkeen se ei ole enää alkutuotantoa. Alkutuotanto päättyy sadonkorjuuseen, kun tuotettu raaka-aine on valmis jatkojalostukseen. Jatkojalostuksessa tuotteelle vaaditaan elintarvikehuoneisto. Esimerkiksi lihakarjassa alkutuotanto päättyy, kun kasvatettu lihaeläin toimitetaan teuraaksi. Viljan viljelyssä alkutuotanto päättyy viljanpuintiin, maidontuotannossa lypsyy. Alkutuotannosta saatu tuote siirtyy elintarviketuotantoon, jossa siitä aletaan eri vaiheiden kautta jalostaa kuluttajatuotetta. (Evira, alkutuotanto 16.8.2012.)

Alkutuotantoa ei ole esimerkiksi puhdistus, kuivaus tai säilytys sadonkorjuun jälkeen. Sadonkorjuun jälkeen tapahtuva raaka-aineen käsittely ei enää ole alkutuotantoa ja tässä vaiheessa tuotteen käsittelyyn vaaditaan elintarvikehuoneisto, jossa tuotteita voidaan käsitellä sadonkorjuun jälkeen. Silloin puhutaan jo tuotteiden valmistuksesta ja tuottajan omavalvontaan tarvitaan uusi erillinen omavalvontasuunnitelma ja siihen liittyy erinäisiä asetuksia joiden mukaan tulee toimia. Elintarvikehuoneiston omavalvontasuunnitelma sekä huoneisto itsessään arvioidaan alkutarkastuksen yhteydessä. Tuotevalmistajan tulee tietää elintarviketurvallisuuden kannalta tärkeät asiat kyseisestä elintarvikkeesta ja sen käsittelystä. (Evira, alkutuotanto 16.8.2012.)

### **3.3 Elintarvikeasetuksesta**

Maa- ja metsätalousministeriö on vuonna 2006 laatinut selkeät asetukset alkutuotannolle elintarviketurvallisuuden varmistamiseksi. Alkutuotannossa tulee ilmoittaa alkutuotantopaikasta ja siellä harjoitettavasta toiminnasta.

Alkutuotantopaikan rakenteellinen ja toiminnallinen vaatimus pitää täytyä. Ilmoitus toiminnasta sisältää esimerkiksi kuvauksen tilalla toteutettavasta omavalvonnasta, jossa esimerkiksi käydään läpi puhtaanapitoa, testeihin tehtyä sekä aistinvaraista laadun valvontaa, tuottajan perehtymistä elintarvikehygieniaan, tuholaisien ja tartuntatautien torjuntaan liittyviä seikkoja ja tilan jätehuoltoa. (A 20.12.2011/1368.)

Tuottajan tulee pitää kirjanpitoa toiminnastaan. Asetuksessa on määrittely alkutuotannon kirjanpidon sisällöstä sekä kirjanpidon säilytysajasta tilalla. Kirjanpitoon kuuluu muun muassa ajantasainen alkutuotantopaikalla käytettävän veden laatututkimus, josta tulee olla myös todistus tuotantotilalla. Kuten myös tarvitaan todistus alkutuotteita käsittelevän henkilön hygieniaosaamisesta. Asetuksessa on myös kirjattavista alkutuotteiden käsittelystä, kuljetuksesta ja säilytyslämpötiloista, tuotantoeläinten terveydentilasta ja hoidosta sekä tuotantopaikasta mukaan lähtevästä informaatioista tarkoittaen ketjuinformaatiota. (A 16.02.2006/134.)

Alkutuotannossa tuottajan on tehtävä ilmoitus tilansa tuotantosuunnista, alkutuotantopaikasta ja alkutuotteiden kuljetusjärjestelyistä. Ketjuinformaatio on tärkeä osana asetusta. Ketjuinformaatiosta selviää esimerkiksi eläimen alkuperä ja eläimen terveydentila, eläimen niin sanotut terveystarkastukset sekä eläinlääkäri, joka terveystarkastukset on suorittanut. Tietojen pitää olla teurastamolla 24 tuntia ennen teurastukseen saapuvaa eläintä. (Evira, alkutuotanto, ketjuinformaatio. 2013.)

Alkutuotteiden siirtyessä suoraan tuottajalta kuluttajille kiinnitetään erityistä huomiota elintarvikehuoneistona käytettävään tilaan sekä tuotantoon liittyviin välineisiin ja kalustoon. Elintarvikehuoneistoa koskevissa säädöksissä on määritelty tarkasti käytettävien kalusteiden ja välineiden huoltoa, jotta elintarvikehygienian

vaatimukset täyttyvät. Elintarvikehuoneistossa tulee muun muassa olla puhdasta vettä tilojen puhtaana pitoon. Lisäksi on määritelty ohjeet alkutuotannosta saadun raaka-aineen säilyttämisen vaatimuksista esimerkiksi säilytyslämpötilan ja muiden olosuhteiden osalta. Annettujen ohjeiden tavoitteena on menetellä siten, että alkutuotteiden käsittelyssä ja kuljetuksissa raaka-aineen elintarvikehygieniä säilyy. Tällä pyritään takamaan turvallinen lopputuote kuluttajille. (A 16.02.2006/134.)

## 4 LÄHIRUOKA TÄLLÄ HETKELLÄ

### *4.1 Lähiruoka kestävässä ruokahuollossa*

Lähiruoka täyttää kestäväen ruokahuollon ehdot. Lähiruoka on terveellistä ja puhdasta ja sitä on saatavilla lähes kaikille koko Suomessa paikallisilta tuottajilta. Taloudellisesti katsottuna lähiruoan suoramyyntillä tuottajat saavat tuotteistaan kohtuullisen korvauksen ja lähiruoka on myös kohtuuhintaista kuluttajalle. Lähiruoassa näkyy maakunnittain alueellinen ruokakulttuuri sekä sen omaleimaisuus ja Suomen vuodenaikojen aiheuttama kausiluontoisuus tuotteissa. Tämä pitää yllä alueen ruokaperinteitä. Lähiruoka on myös eettisesti ja ekologisesti hyvä vaihtoehto. Lähiruoassa täyttyy eettiset puolet työntekijöiden ja tuotantoeläimien hyvinvoinnissa. (Kurppa, Nuoranne, Risku-Norja, Silvennoinen & Skinner 2012, 15.)

Ekologisesti lähiruoan käyttö vaikuttaa ympäristön puhtauteen, hyvinvointiin ja se kuormittaa ympäristöä vähemmän. Lähiruoan estetiikkaan liittyy läheisesti kuluttajan tuominen lähemmäksi tuotantoa, esimerkiksi tuotteiden oheen liitetyllä kuvauksella alkuperästä ja valmistustavasta. Lähiruoka on myös yleisesti monipuolista ja maukasta. (Kurppa, Nuoranne, Risku-Norja, Silvennoinen & Skinner 2012, 15.)

Lähiruoka on ruokatuotantoa ja ruoan kulutusta. Lähiruoka tarkoittaa, että käytetään lähialueen raaka-aineita. Lähiruoan tarkoitus on tukea lähialueen tuottajia ja maaseudun elinvoimaisuutta. (Forsman & Paananen 2003.) Lähiruoka on kestävä ruokahuolto, koska se täyttää oikeat vaatimukset. Alkuruokatuotantoketju ja sen toimintaverkosto muodostaa ruokajärjestelmän, joka on oleellinen osa kestävä ruokahuolto. Ruokajärjestelmässä on mukana alkutuotanto, jalostus, kuljetus, ruoankulutus sekä jätteenkäsittely. Ruokajärjestelmä sisältää myös ruokien tuotantoalueen maantieteellisesti luonnonvaroineen ja sen toimintaympäristö sitoo alueen aine- ja rahavirrat. Kestävästä ruokahuollosta voidaan puhua, kun ruokajärjestelmään sisältyy

kestävän kehityksen osa-alueet kuten lähiruuan osalta onkin todettavissa. (Kurppa, Nuoranne, Risku-Norja, Silvennoinen & Skinner 2012, 15.)

## **4.2 Lähiruoka Suomessa**

Kuluttajien kiinnostus Suomessa lähiruokaan on kasvanut tiedon lisääntyessä. Lähi-ruokaa pidetään terveellisenä, turvallisena ja ekologisempaa vaihtoehtona niin sanottuun perinteiseen tehotuotantoon verrattuna. Kuluttajille on tärkeää tietää, mitä he syövät, mistä ruoka tulee ja miten se on tuotettu. Lähiruoan etu on, että siihen saa helposti liitettyä kertomuksen tuotteen tuotantoketjusta, tuottajista ja ruoan paikallisesta tuottamisesta. Näin kuluttaja saa vastauksen ruokaansa koskeviin kysymyksiin ja hän tietää, mitä syö. (Lepistö 2012.)

Lähiruoan suosio on jatkuvassa kasvussa Suomessa ja lähiruokaan erikoistuneita kauppajakin löytyy jo runsaasti (Lähiruokakaupat yleistyvät Suomessa 2012). Lähi-ruoka on nykyhetkellä yleinen puheenaihe Suomessa. Lähiruoan edut liittyvät Suomessa lyhyempiin kuljetusmatkoihin, parempiin tuotantoeläimien oloihin, maaseudun elinvoimaisuuden säilymiseen, maalaismaisemaan, alkuperän tunnistettavuuteen sekä laatuun. Kuluttajat ovat nykyään aidosti kiinnostuneita myös ruoan tuomisista nautinnoista ja elämyksistä. Tämän vuoksi lähiruuassa saa näkyä myös omaleimaisuus, maakuntaisuus ja oman alueen ruokakulttuuri. Tuottajat myyvät tuotteitaan omilla kasvoillaan ja silloin luotettavuuden tunne välittyy myös kuluttajalle. (Ertimo 2012, 6-8.)

Maa- ja metsätalousministeriössä valmistellaan muun muassa asetusehdotusta, jossa tinkimaidon myynti helpottuisi. Raakamaidon suoramyyntiin kuluttajalle liittyy aina terveysriskejä. Tästä johtuen tuottajan tulee huolehtia erinäisistä toimenpiteistä. Esimerkiksi karjan terveydentilaa tulee seurata ja siitä pidetään kirjaa, kuten tähänkin asti. Maidosta otetaan näytteitä tutkittavaksi, myös eläimistä saatetaan ottaa näytteitä terveysseurannassa. Alkutuotanto ja elintarvikehuone erotetaan toisistaan, jot-

ta elintarvikehygienia saadaan pysymään turvallisena eikä synny ristisaastumisen riskejä alkutuotannon ja elintarvikehuoneen välillä. Maidon säilyvyys ja tuoreus tulee ottaa huomioon. Maito tulee jäädyttää alle 6 asteeseen ja luovutettava viimeistään 2 vuorokauden jälkeen lypsystä kuluttajalle. Kuluttajalla pitää myös olla selkeät ohjeet maidon ominaisuuksista. (Lehtonen 2012, 10.)

Tuottajajärjestö nosti marraskuussa 2012 esille tuottajien heikon aseman elintarvike-tuotantoketjussa ja protestoi sitä kaupunkien toreilla jakamalla ilmaiseksi tuottamiin elintarvikkeita. Tuottajajärjestön mukaan maatilan yrittäjätulot ovat edelleen laskemassa entisestään, vaikka tuottajahinnat eivät ole viime aikoina muutenkaan riittäneet kattamaan tuotantokuluja. Lähiruoan, eli Suomessa käytännössä tuottajien suoraan tiloilta myymän ruoan, alkutuotteen määrää on pyritty vahvistamaan voimakkaasti, koska siitä saatu tuotto on huomattavasti parempi kuin tukkuportaan kautta välitettyjen elintarvikkeiden. Esimerkiksi kananmunien tuottajahinta on Suomessa noin 1,06 euroa kilo kohden, kun kuluttajat maksavat tuotteesta päivittäistavarakaupassa 3,71 euroa kilo kohden. (Savon sanomat 2012.)

Keskisuomalainen ruokakulttuuri koetaan vieraaksi ja sen kerrotaan ottaneen vivahteita muilta alueilta. Keski-Suomen ruokakulttuuria luonnehditaan omilla vivahteilla maustetuksi kansainväliseksi ja pääpiirteikkäiseksi. Keski-Suomessa halutaan nostaa arvoon paikalliset aromikkaat maut ja ruokalajit, mutta paikallisesta ruoasta ja sen ruokakulttuurista ei tiedetä tarpeeksi. Tutkimuksen mukaan nuoret luonnehtivat paikallisia tuotteita turvallisiksi, maukkaiksi, tuoreiksi, ekologisiksi, mutta myös hintaviksi. Paikallisesta lähiruoasta ei tiedetä tarpeeksi nuorille tehdyn kyselyn mukaan. Ravintoloihin kaivataankin lähiruoaka ja kertomusta ravintoloiden käyttämästä paikallisesta ruuasta ja sen tuotannosta. (Soininen 2011.)

Lähiruoan laatu puhuu yleensä puolestaan, kun koko tuotantoketju tunnetaan ja tuottaja myy tuotettaan avoimesti, niin sanotusti omalla nimellään. Elintarviketuotantoa säädellään Suomessa tarkoilla asetuksilla ja valvonta on tarkkaa. Elintarvikevalvojat ovat kuitenkin ammattitaitoisia ja hoitavat työnsä asiallisesti jolloin yhteistyö sujuvaa osapuolten kesken. Valvonta ja asetukset koetaan positiivisina asioina, koska ne takaavat tuotteiden laadun ja puhuvat laadun ja turvallisuuden puolesta lähiruo-

assa. (Hämäläinen 2013, 7.) Ravintoloilla on kysyntää esikäsitellyille ja jalostetuille tuotteille. Tuottajien etuna nähtiin joustavuus ja suorat kontaktit ostajiin. Yhteistyötä toivottiin tuotekehityksessä ja varastoinnissa. Paikallisia tuotteita voisi myydä elämysajattelulla esimerkiksi liittämällä jonkin tarinan tai kertomuksen paikallisesta kulttuurista lähiruokaan. (Forsman & Paananen 2003.)

Lähiuokatuotanto sopii paremmin pienille maatiloille, jotka haluavat pysyä pienessä mittakaavassa mieluummin, kuin laajentaa suureen tehotuotantoon. Lähiuokatuotanto sopii paremmin pienemmissä mittakaavoissa toimiville maatiloille ja niiden tuottajille, koska lähiruoka-ajatukseen kuuluu muun muassa ympäristöystävällisyys, ekologisuus ja ennen kaikkea laatu, tuoreus, puhtaus sekä erikoistuminen esimerkiksi kuluttajan toiveiden toteuttamiseksi. Lähiuoka voikin olla vastaus pienempien maatilojen kannattavuuden lisäämiseen ja jatkuvuuteen. (Forsman & Paananen 2003,50.)



## 5 TUTKIMUKSEN TAVOITE JA MENETELMÄT

### *5.1 Tutkimuksen tavoitteesta*

Tutkimuksen tavoitteena opinnäytetyössä oli tutkia lähiruoan käyttöä á la carte –ravintoloissa sekä kartoittaa lähiruoan nykyisiä ja mahdollisia uusia lähiruoan tuottajia Keski-Suomesta. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, minkälaista lähiruokaa Keski-Suomessa on ja miten yleistä lähiruoan käyttö on nykyisellään á la carte –ravintoloissa. Tavoitteena oli selvittää kohtaavatko lähiruoan kysyntä ja tarjonta tuottajilta suoraan ravintoloitsijoille ja onko tuottajilla ja ravintoloitsijoilla kiinnostusta tehdä yhteistyötä. Haastattelu toteutettiin teemahaastatteluna.

Opinnäytetyön tavoitteena oli myös helpottaa ravintoloiden ja maatalojen yhteistyötä esimerkiksi haastatteluiden yhteydessä kerrottiin minkälaista hyötyä, yhteistyöstä voisi olla molemmille osapuolille niin tuottajille kuin ravintoloillekin. Tavoitteena tutkimuksen myötä on, että ravintolat saavat uusia ja erilaisia tuotteita ruokalistoilleen. Tuotteet ovat läheltä ja niissä on laatu ja tuoreus kohdallaan. Lisäksi niin tuottaja kuin tila ovat tiedossa. Tuottajille saadaan uusia ostajia ja sopimuksia lähiruoasta ravintoloiden kautta sekä verkostoitumista kaupunkiin päin ja kaupungin ihmisiin.

Alkutuotanto tulee hieman kannattavammaksi ja tuottajat saavat yhteistyön mukana uudenlaisen markkinakanavan tuotteilleen yhteistyössä ravintoloiden kanssa. Ravintoloille tulee uusia asiakkaita lähiruoan mukana, hyvää mainosta lähialueen yrittäjien kannattamisesta, verkostoitumista maaseudun ihmisten kanssa, sekä mahdollisuus markkinoida annoksia uudesta näkökulmasta esimerkiksi tarinoiden kautta.

Tutkimus suoritettiin tuottaja- ja ravintoloitsijahaastatteluin. Tutkimukseen haastatellut tuottajat edustivat eri tuotantosuuntia kattavasti. Tuottajia osallistui haastateluun 31 tuottajaa, joista kahdeksalla tuottajalla oli päätoimisen tuotannon lisäksi jo-

tain sivutuotantoa. Tuottajien haastatteluissa oli mukana maidontuottajia, naudan- ja sianlihantuottajia, vihannesten-, juuresten- ja perunoidenviljelijöitä, marjankasvat- taja sekä erilaisia kalayrittäjiä Keski-Suomesta. Tuottajissa oli myös mukana tuot- teidensa jatkojalostajia ja suoramyynjiä. Ravintoloitsijoita edusti pääasiassa ravintola- puolen keittiöpäälliköt sekä muita päällikkötehtävissä ja tuotekehityksessä mukana olevia henkilöitä, jotka ovat ruokalistasuunnitteluissa ja muussa vaikutusvaltaisessa asemassa päättämässä ravintolan ruokaan liittyvistä asioista. Tutkimus keskittyi ra- vintoloiden osalta Jyväskylään á la carte -ravintoloihin, koska niiden arvioitiin olevan tuottajille parhaita väyliä näkyvyyden ja tuottavuuden lisäämiseen.

## ***5.2 Haastattelujen suoritus***

Haastattelut suoritettiin ravintoloiden ja tuottajien edustajille määrämukaisesti, ennalta laadittujen kyselylomakkeiden kysymyssarjojen mukaisesti. Kyselylomakkeet ovat opinnäytetyön liitteinä 1 ja 2.

Tuottajahaastatteluissa keskityttiin selvittämään maanviljelijöiden tuotantosuuntia ja – määriä sekä niiden soveltuvuutta ja tuottajien halukkuutta suoramyyntiin ravinto- loille. Lisäksi pyrittiin kartoittamaan mahdollisia aiempia liikesuhteita ravintoloihin ja niiden toimivuutta sekä mahdollista halukkuutta laajentaa tai avata suhteita ravinto- loihin edelleen. Koska maanviljelys Suomessa on kausiluontoista, kysyttiin tuottajilta myös tämän eri vuodenaikojen vaikutusta heidän tuotantoonsa ja tavarantoimitus- mahdollisuuksiinsa. Haastatteluiden yhteydessä tuottajille kerrottiin ravintoloitsijoi- ta saatuja palautteita sekä annettiin mahdollisuus luoda suhteita lähiruoasta kiin- nostuneisiin ravintoloihin.

Ravintoloiden edustajia haastateltaessa tavoitteena oli selvittää kiinnostusta lähiruo- kaan kohtaan ja kartoittaa tuotteita, joita kohtaan olisi erityistä kiinnostusta. Koska ennalta oli tiedossa, että osa ravintoloista käyttää jo jossain määrin lähiruokaa, pyrit- tiin nämä aiemmat tuottajayhteydet kartoittamaan. Aiempien tuottajayhteyksien osalta haluttiin erityisesti selvittää tilaajien tyytyväisyyttä tuotteisiin ja tuottajien

palveluihin, jotta voitaisiin määritellä käytäntöihin kehitysehdotuksia yhteistyön parantamiseksi.

## 6 TUOTTAJAHAASTATTELUT

### 6.1 Yleiset vastaukset

Haastatteluun osallistuneet tuottajat edustivat kattavasti eri tuotantosuuntia ja erilaisia tuotantotapoja sekä erilaisia näkemyksiä suoramyynnistä. Tuottajia osallistui haastatteluun 31 eri maatilalta, joista kahdeksalla maatilalla oli päätuotannon ohella myös jotain sivutuotantoa. Tuottajat edustivat laajasti eri tuotantosuuntia ja näin ollen näkemyksiä saatiin haastatteluun erilaisilta tuotantosuunnilta. Haastattelussa oli mukana maidontuottajia, naudan- ja sianlihantuottajia, perunan ja juuresten kasvattajia, sekä vihannesten ja marjojen viljelijöitä, sekä erilaisia kalayrittäjiä Keski-Suomen seudulta. Tuottajien jakaumaa eri tuotantosuuntiin haastattelussa, kuvaa kaavio 1. Liite 3.

Haastattelussa nousi myös esiin muitakin aiheita, jotka eivät suoranaisesti kuuluneet haastattelukysymyksiin tai tutkimukseen. Haastatteluista nousi esiin muun muassa huonot elintarvikkeiden tuottajahinnat, liian pitkät kuljetusmatkat, kuten myös vauhdilla autioituva maaseutu ja maanviljelyksen muuttuva toimintaympäristö ja tehotuotanto. Kenties vakavimpana aiheena oli kuitenkin pienten tilojen kannattamattomuus.

Tuotteiden suoramyynni ravintoloihin ja elintarvikeliikkeisiin kiinnostaa tuottajia, mutta suoramyynnistä, ostajista ja suoramyynnin säädöksistä ei tiedetty tarpeeksi tuottajien keskuudessa. Haastattelussa oli mukana tuottajia, jotka myyvät jalostukseen tai tehtaille alkutuotantoaan, mutta myös tuottajia, jotka myyvät suoraan tuotteitaan esimerkiksi ravintoloille ja heiltä tulikin paljon tietoa yhteistyömahdollisuuksista ravintoloitsijoiden kanssa. Esille tuli myös hyviä esimerkkejä ja kokemuksia yhteistoiminnasta.

## ***6.2 Naudan- ja sianliha sekä kala***

Haastatteluun osallistuneista lihakarjatiloi­sta suurin osa möi jo haastatteluhetkellä suoramyy­nillä lihaa joko kaupoille ja ravintoloille tai suoraan yksityisille kuluttajille. Osalla naudanlihan kasvattajista ei ollut omaa teurastamotoimintaa, mutta naapureiden kanssa tehtiin yhteistyötä, niin naudanlihan markkinoinnin kuin teurastuksenkin osalta.

Osalla naudanlihan tuottajista oli myös valmiita sopimuksia á la carte -ravintoloiden kanssa ja loput haastatelluista osoitti suurta mielenkiintoa suoramyy­nistä suoraan ravintoloille. Naudanlihankasvattajien haastatteluissa kävi ilmi teurastuksen kausiluontoisuus, koska jotkut naudanlihan kasvattajat teurastavat vasta, kun koko ruho on myyty, eli kaikki osat eläimestä menee kuluttajalle. Tässä kohden nousikin esiin ravintoloiden kysynnän ja naudanlihan tarjonnan osalta haastetta. Naudan teurastaminen ja ravintolan kysyntä eivät välttämättä osu samalle ajankohdalle ja naudanlihan kasvattajat epäröivät­kin pystyvätkö he toimittamaan aina ravintoloille ravintoloiden lihamenekin mukaisesti naudanlihaa ja osuuko teurastus lähellekään kysyntää.

Haastatteluissa nousi esille voimakkaasti tuottajien toive siitä, että ravintolat ostaisivat naudan ruhoista muutkin osat kuin pelkät fileet, jolloin teurastuksien kausiluontoisuutta pysty­ttäisiin purkamaan. Tämä parantaisi tuottajien toimitusmahdollisuuksia, kun teurastusta ei tarvitsisi odottaa. Naudanlihan kasvattajat, joilla oli jo valmiina sopimuksia á la carte -ravintoloiden kanssa, myyvät pääasiassa Jyväskylässä yksityisille ravintoloille fileitä ja muuta lihaa, koska yksityisten ravintoloiden on helpompaa myydä kausiluontoista lähilihaa kuin esimerkiksi ketjuravintoloiden, jotka vaativat jatkuvaa ja säännöllisempää toimitusta naudanlihalle jatkuvan lihamenekin vuoksi.

Naudanlihan tuottajilla ei pääsääntöisesti ollut omaa teurastamotoimintaa, mutta he tekivät yhteistyötä paikallisten kotiteurastamojen ja muiden lähialueiden teurastamoiden sekä lihan käsittelijöiden kanssa ja jatkojalostivat ja möivät teurastuksen jälkeen melko itsenäisesti lähiruokana naudanlihat eteenpäin. Haastatteluissa tuli myös ilmi, että osa naudanlihan tuottajista tekee yhteistyötä lihan teurastuksen, jalostuk-

sen ja myynnin osalta sianlihan tuottajien kanssa. Yhteistyön on todettu helpottavan lihan markkinointia. Naudanlihan tuottajien yhteistyö ravintoloiden kanssa oli onnistunut ja tuottajat kokivat yhteistyön sujuvaksi ja positiiviseksi molemmille osapuolille.

Myös haastatteluun osallistuneista sianlihan tuottajista joillain oli jo ennestään suoramyntisuhteita ravintoloihin ja elintarvikeliikkeisiin. Osalla sianlihantuottajista on omat teurastamot ja omaa lihanjalostusta sekä tilamyymälät sianlihalle. He tekevät myös yhteistyötä joidenkin naudanlihan tuottajien kanssa. Osa sianlihan tuottajista myy suoramyynnillä á la carte -ravintoloille sianlihaa säännöllisesti, suurin menekki on sisä- ja ulkofileillä, mutta jalosteitakin menee sianlihassa, kuten sianlihamakkaroita.

Sianlihan tuottajat ovat kiinnostuneita tapaamaan ravintolan edustajia ja kertomaan enemmän tuotteistaan, toiveistaan ja mahdollisesta yhteistyöstä. Sianlihan tuottajat kokevat suoraan ravintolaan myymisen hyvänä mahdollisuutena ja mainoksena molemmilla osapuolille. Sianlihan tuottajienkin osalta nousi esiin kausiluontoisen teurastamisen ajatuksia, mutta sikatiloilla on kuitenkin heidän mukaansa helpompi vastata ravintoloiden kysyntään lihan teurastuksen osalta kuin naudanlihan tuottajien osalta. Yhteistyöllä naudanlihan tuottajien kanssa jalosteet ovat monipuolisempia ja tuottajien on helpompaa vastata kuluttajien toiveisiin ja se antaa myös mahdollisuuden uuteen ja erilaiseen tuotekehitykseen.

Joillain sikatiloilla on jo valmiita sopimuksia joko jalostajien tai tukkujen kanssa tällä hetkellä ja heillä ei ollut luonnollisesti niin suurta kiinnostusta myydä suoraan sianlihaa ravintoloille, koska voimassa olevat sopimukset sitovat koko tuotannon haastattelun hetkellä. Tulevaisuutta ajatellen heilläkin oli kuitenkin kiinnostusta ja haaveita aloittaa suoramyynti. Sianlihan osalta nousi esiin toiveita, että ravintolat pystyisivät ottamaan vastaan fileiden osalta muitakin osia siasta esimerkiksi vaikka puolikkaita sikoja, silloin lihan hävikki jäisi pienemmäksi ja suoramyynti olisi helpompaa myös sikatilojen osalta, kun ylimääräistä työtä jäisi pois.

Sianlihan tuottajien mukaan sianlihan suoramyynti on tällä hetkellä sikatiloille kannattavampaa kuin myydä lihat suoraan tukkuun. Sianlihantuottajilla, joilla oli valmiita suoramyyntisopimuksia á la carte -ravintoloiden kanssa, kertoivat, että yhteistyö ravintoloiden kanssa oli saatu toimimaan hyvin. Osapuolten välillä vallitsi molemminpuolinen luottamus ja yhteistyöstä oli ainoastaan positiivisia kokemuksia.

Haastattelussa oli mukana kirjava joukko erilaisia kalayrittäjiä. Kalastajat, kalankasvattajat, kalanjalostajat ja muut kalayrittäjät toivat haastatteluun erilaista ja monipuolista näkökulmaa kalataloudesta. Kalan kasvattajia löytyi haastatteluun muutama Keski-Suomesta. Heillä on lähinnä sesonkituotteina kalaa kasvatuksessa. Sesonkiaika ajoittui pääasiassa joulukuuhun tai alkuvuoteen. Kalankasvattajilla oli kiinnostusta tehdä ravintoloiden kanssa yhteistyötä, mutta ravintolalta vaaditaan mahdollisuus käyttää sesonkituotteina kalaa ja joulun aika oli parasta aikaa.

Pääasiassa kalat menevät kalankasvatuksesta suoraan tehtaisiin jalostukseen ja sen vuoksi suoramyynti on harvinaisempaa, mutta mahdollista kuitenkin kalan kasvattajien mielestä. Kalastajilla on mahdollisuus myydä ympäri vuoden ajasta riippumatta erilaista kalaa suoraan kuluttajille. Kalastajilla on myös kiinnostusta tehdä yhteistyötä ravintoloiden kanssa. Kalastajien mukaan kalaa on tarjolla myyntiin ympäri vuoden, mutta kalalaji vaihtuu vuoden ajasta riippuen. Tarjolla on kuhaa, haukea, ahventa, muikkuja ja monia muita kalalajeja, mutta ympäri vuoden on mahdotonta toimittaa samaa kalalajia. Tämä vaikeuttaa erityisesti ketjuihin kuuluvien ravintoloiden kanssa tehtävää yhteistyötä, koska ravintolat eivät pysty muuttamaan ruokalistojaan kausituotteiden mukaan.

Kalajalostajat ovatkin pääasiassa toteuttaneet suoramyyntiään kauppoihin tai kuluttajille. Osalla kalajalostajista on valmiina sopimuksia ravintoloiden kanssa ja heillä on hyviä kokemuksia myös yhteistyöstä ravintoloihin. Kalanjalostajat pitivät suurena vahvuutena pienyrittäjyyttä ja suoramyyntiä ja kertoivat panostavansa kalatuotteiden jalostukseen asiakkailta tulleen palautteen ja toiveiden mukaan.

Elintarvikevalvonta koettiin kalayrittäjien keskuudessa vaativaksi ja työlääksi, mutta myös antoisaksi ja positiiviseksi asiaksi sekin vuoksi, että se takaa tuotteiden laatua.

Kaikki kalayrittäjät eivät olleet kiinnostuneita myymään ravintoloille kalojaan, vaan oma suoramyynni koettiin joissain tapauksissa paremmaksi ja helpommaksi vaihtoehdoksi.

### ***6.3 Vihannekset, juurekset ja peruna***

Vihannesten ja juuresten viljelijät olisivat olleet kiinnostuneita suoramyynnistä, mutta kynnyskysymykseksi nousi vihannesten huono myyntihinta, huonot ja vaihtelevat sadot sekä vaativat elintarvikehygieniamääräykset vihannesten ja juuresten osalta. Vihannesviljelijöiden mukaan tuotteiden pesu, kuorinta ja paloittelu sekä mahdollinen jatkojalostus ilmenivät kovina haasteina vihannestiloilla.

Monellakaan vihannestilalla ei ole ollut resursseja tai uskallusta investoida jatkojalostukseen tämän hetkisten alhaisten tuottajahintojen tähden. Keski-Suomessa kasvatetut juurekset saattoivat esimerkiksi mennä jossain tapauksissa 300kilometrin päähän pesuun tai kuorintaan, jonka jälkeen ne kuljetettiin jatkojalostukseen seuraavaan paikkaan, joka oli lähes yhtä kaukana kuin edellinen. Juuresten lopulta kuljettua koko Suomen läpi ne saattoivat palata Keski-Suomeen myyntiin. Tätä perinteistä elintarviketuotantoketjua on kuvattu kaaviossa 2. Liitteenä 4. Menettely herätti tuottajissa kysymyksen, onko kyse enää lähiruoasta.

Vihannesten- ja juurestenviljelijöistä löytyi myös edelläkävijöitä, uusia sukupolvia, jotka olivat investoineet ja laajentaneet toimintaansa jatkojalostukseen, säilytykseen sekä suoramyynniin. Samoilla tuottajilla oli jo sopimuksia á la carte -ravintoloiden kanssa jalostetuista tuotteista. Useilla tuottajilla on kiinnostusta tehdä naapureiden kanssa yhteistyötä ja mahdollisesti kiinnostusta myös laajentaa ja investoida viljelyyn, jos olisi kysyntää ja varmoja asiakkaita ja kohtuullisempi tuottajahinta tuotteista, jotta viljely tulisi kannattavammaksi.

Haastatelluista perunanviljelijöistä noin neljännes myy tuotettaan suoraan kuluttajille toinen neljäsosa myy suoraan ravintoloille perunansa ja noin puolet joko suoraan



kaupalle ja omaan käyttöön tai tukkuun huonommalla hinnalla. Osa perunanviljelijöistä kokee liian vaativaksi ravintoloiden elintarvikehygieniamääräykset esimerkiksi perunoiden riittävän pesun osalta ravintoloiden elintarvikemääräysten mukaisesti. Haastatteluun osallistuneet perunanviljelijät ovat Keski-Suomesta, mutta heillä nousee epäilyksiä perunan suoramyyntistä Jyväskylään ravintoloille liian pitkien kuljetusmatkojen vuoksi.

Perunanviljelijöistä suurin osa kokee uudenlaisen elintarvikehygieniasetuksen haasteelliseksi perunoiden osalta varsinkin ravintolaan myynnin yhteydessä. Kauppaan tai tukkuun on viljelijöiden mukaan helpompaa myydä, koska multainen peruna kelpaa ostajalle. Ravintolat eivät perunanviljelijöiden kokemusten mukaan pysty ottamaan ollenkaan multaista perunaa vastaan. Perunoiden pesu pitäisi kokemusten mukaan olla kahteen kertaan tehty. Joissain tapauksissa perunat pitäisi toimittaa kuorittuina ja valmiiksi viipaloituina. Osa haastatteluun osallistuneista perunatiloista ei halunnut kommentoida kantaansa, koska he ovat joko lopettamassa perunanviljelyä tai heille on tulossa lähiaikoina sukupolvenvaihdos eivätkä he olleet varmoja, mitä uusi sukupolvi alkaa tilalla tehdä.

#### ***6.4 Maito ja marjat***

Haastatteluun osallistuneista maidontuottajista osa on myynyt joskus tinkimaitoa, eli vasta lypettyä maitoa suoraan tilatankista kuluttajalle. Tinkimaidon myynti olisi haastateltujen mielestä meijerimyyntiä kannattavampaa, mutta tinkimaitoa menee niin vähän, ettei sen myynti ole vaivan arvoista haastateltujen mukaan. Maitotilalliset kokivat työmäärän liian suureksi hyötyyn nähden tinkimaidon ja muunkin suoramyyntin osalta tällä hetkellä, eikä heillä ollut sen vuoksi niin suurta kiinnostusta suoramyyntiin ravintoloillekaan.

Haastatteluun osallistuneet maitotilalliset eivät jalostaneet itse maidosta mitään, eikä heiltä löytynyt naapureitakaan, jotka jalostaisivat itse maitoa myyntiin. Haastatellut maidontuottajat myyvät maidon suoraan meijerille, jossa se jatkojalostetaan juustoksi ja muiksi maitotuotteiksi. Suoramyyntin koettiin lisäävän liiaksi työtaakkaa

tiloilla suoramyyntistä seuranneen asiakaspalvelun, maidon markkinoinnin ja paperitöiden osalta sekä elintarvikehygieniamääräysten vuoksi.

Marjankasvattajia, jotka osallistuivat haastatteluihin myyvät vaihtelevasti tuotteitaan suoramyyntillä. Osalla haastatelluista tiloista on omaa jatkojalostusta tuotteisiin, mutta suurin osa marjasadoista menee suoraan tukkuun ja jalostukseen.

Kasvihuoneiden ja pakastamisen ansiosta marjoja on käytettävissä ympäri vuoden, eivätkä ne ole kausituotteita, jotka on sidottu vuodenaikoihin, kuten esimerkiksi kalatuotanto. Aidot luonnonmarjat ovat kuitenkin kausituotteita, mutta tuottajat eivät nähneet niitä tulonlähteenä. Tuotteiden ympärivuotinen saatavuus tekee siis marjoista erinomaisen lähiruokatuotteen, mutta ravintoloissa ei hyödynnetä marjoja siinä määrin, että myynti olisi nykyisellään kannattavaa tuottajille, vaikka tuottajahinta olisi korkeampi kuin tukkuun myytäessä.

## **7 RAVINTOLAHAASTATTELUT**

### ***7.1 Yleistä ravintolahaastatteluista***

Kaikki haastatteluun osallistuneet 13 ravintoloiden edustajaa kertovat olevansa kiinnostuneita lähiruoasta. Lähiruoka on kiinnostaa aiheena ja on asiakkaiden yleinen puheenaihe. Tästä johtuen ravintoloiden edustajilla on tarve vastata asiakkaiden kysymyksen, mutta heillä ei ole riittävästi tietoa aiheesta. Lähiruoan tuottajista tiedettiin todella vähän tai ei ollenkaan. Osa ravintoloitsijoista kertoo käyttävänsä lähiruokaa ihan arjen kotiaskareissakin, mutta toinen osa haastatteluista ei tiennyt, mistä saa ostettua lähiruokaa muualta kuin torilta.

Osalle lähiruokapiirit ovat tuttuja ja joidenkin lähiruokapiirien kanssa on oltu yhteistyössäkin, mutta niistäkään ei kuitenkaan osattu sanoa mielipiteitä ja lähiruokapiirien toimivuus jakoi mielipiteitä. Yllättävän monessa haastatteluun osallistuneessa ravintolassa käytetään lähiruokaa. Joissain ravintoloissa on ruokalistoilla merkintä tuottajasta. Kaikissa ravintoloissa on kiinnostusta lähiruokaan kohtaan, mutta vain osassa ravintoloita on perehdytty lähiruokaan ja tiedetään sen hyviä ja huonoja puolia. Yksityisten ravintoloiden on helpompaa käyttää lähiruokaa, koska niitä ei sido ketjujen samanlaisuussäännökset. Ketjuravintoloissakin ilmaistiin kiinnostusta lähiruokaan kohtaan ja korostettiin, että paikallisuuteen saa ketjusta huolimatta panostaa, esimerkiksi niin sanotuilla VIP-ruokalistoilla. Tällaiset ruokalistat ovat laadittu erikseen esimerkiksi ketjujen vakituisia asiakkaita tai erityistilaisuuksia varten.

### ***7.2 Lähiruoka ravintoloissa***

Yksityisissä ravintoloissa käytetään lähitilojen tuotteita selkeästi enemmän kuin ketjuravintoloissa. Vain osassa haastatteluista ravintoloissa käytetään lähiruokaa suoraan tuottajilta, mutta edelläkävijöitäkin löytyy. Joillain ravintoloilla on suoraan so-

pimuksia tuottajien kanssa raaka-aineista ja muusta elintarvikkeista. Osa ravintoloista ostaa lähiruokaa suoraan tuottajilta, osa erilaisten lähiruokaa myyvien tahojen kautta, kuten lihanjalostamon kautta.

Lähiruokaa suoraan tuottajilta ostavat ravintolat ovat huomattavasti lähiruokaan tyytyväisempiä kuin ne, jotka ostavat tuotteensa esimerkiksi jalostamon kautta. Suoraan tuottajan kanssa asioidessaan ravintolat kokevat saavansa paremmin sen, mitä ovat tilanneet. Lisäksi ravintolat pääsevät esittämään toiveitaan ja tietävät paremmin, mitä on tulossa. Suoraan tuottajien kanssa asioinnista onkin paljon hyvää sanottavaa ja haastatteluissa kerrotut kokemukset ovat ainoastaan positiivisia. Suoraan tuottajilta ostavat ravintolat ovat tehneet koko vuoden sopimuksia tuottajien kanssa ja tuotetta on ollut tarjolla ympäri vuoden.

Tuottajien tuotekehitys on edennyt yhteistyön myötä ja laatu on ollut tuotteissa erinomaisella tasolla. Ravintoloiden edustajien mielestä nimenomaan tuoreus ennen kaikkea puhuu puolestaan tuottajien kanssa asioidessa. Ravintoloiden tarvitsemat raaka-ainemäärät riippuvat ravintolan menekistä, tuotteesta ja sesongista. Hintaluokka on sekä ravintolan että tuottajan kanssa saatu sovittua molempien kannalta kohtuulliseksi suorissa sopimuksissa tuottajien kanssa. Logistiikka on järjestetty osalla lähitiloista siten, että tuottajat itse tuovat tuotteitaan. Osa tuottajista on järjestänyt yhteiskuljetuksia.

Tuottajille tärkeää markkinointia tehdään haastattelujen mukaan erityisesti yksityisten ravintoloiden ruokalistoilla. Ravintolat kirjaavat ruokalistoihinsa aterioiden yhteyteen tuottajan nimen ja tuotteen, jolloin asiakkaat näkevät lähiruoan käyttämisen suoraan tilausta tehdessään. Myös tarjoilijat on ohjeistettu näissä ravintoloissa kertomaan asiakkaille lähiruoan tiedot, jotta markkinointiarvo saavutetaan sekä ravintolan että tuottajan osalta täysin.

Lähiruokaa käytettäisiin enemmän, jos siitä olisi enemmän tietoa ravintoloiden työntekijöillä ja päättäjillä. Lähiruoan tuomat haasteet ravintoloille puhututtavat ravintoloitsijoita ja jakavat mielipiteitä puolesta ja vastaan. Vastauksissa lähiruoan käytöstä mielipiteet jakaantuvat kahtia haastattelussa: toinen puoli käyttää lähitilojen tuotteita

ta reilusti á la carte -listoillakin ja toinen puoli ravintoloista ei käytä syystä tai toisesta lähitilojen tuotteita raaka-aineinaan. Kaikki ravintolat kuitenkin ilmaisivat kiinnostuksensa lähiruokaan tulevaisuudessa ja á la carte -listoille saakka. Lähiruoka ei Keski-Suomessa tiedetä tarpeeksi. Ravintoloiden edustajat eivät esimerkiksi tiedä, mitä lähiruokaa Keski-Suomessa on ja mistä sitä saa. Tiedon vähyys onkin yksi syy, miksi ravintoloissa ei käytetä enemmän lähitilojen tuotteita.

### ***7.3 Kysyntää lähiruokaan***

Ravintoloilla olisi kysyntää erityisesti vihanneksista ja perunoista lähiruokana, mutta sopivia viljelijöitä on vaikeaa löytää. Erityisesti perunaa haluttaisiin ravintoloihin lähituotteena ja ravintoloitsijat ovat perunan suhteen olleet erittäin oma-aloitteisia ollen yhteydessä suoraan viljelijöihin. Kysyntä tuntuukin selkeästi ylittävän tarjonnan haastatteluhetkellä Keski-Suomessa. Lähiperunasta ollaan haastatteluiden perusteella valmiita myös maksamaan vähän parempaa hintaa kuin elintarviketukulle.

Ravintoloitsijoiden mukaan perunanviljelijät eivät välttämättä kuitenkaan ole kiinnostuneita myymään perunoitaan. Multaperunaa olisi tarjolla myyntiin runsaasti, mutta ravintolat eivät pysty hyödyntämään kuin pestyä perunaa. Jos ravintolat ostaisivat multaperunaa, tulisi ravintoloissa olla erilliset perunoiden pesutilat. Tässä ilmenee ongelma molemmin puolin; niin viljelijät kuin ravintoloitsijat näkevät perunan pesuun tarkoitetun välineistön ja tilojen järjestelyt kannattamattomina ja vaikeina.

Myös lähitilojen tuottamasta lihasta ollaan kiinnostuneita, erityisesti lampaanlihaa kaivataan. Lampaan lihassa ravintoloitsijat ovat todenneet tuottajien vaatiman hinnan itselleen sopimattomaksi, koska hinta on yleisesti liian korkea. Ravintolat eivät pysty veloittamaan lammasannoksista kuluttajilta niin korkeaa hintaa, että ostaminen lähitiloilta kannattaisi.

Vihanneksia ja juureksia muutamat ravintolat ostavat tälläkin hetkellä lähitiloilta. Ravintoloitsijat kokevat yhteistyön toimivan vihannes- ja juuresviljelijöiden kanssa paremmin kuin perunanviljelijöiden. Syynä tähän on viljelijöiden panostaminen tuot-

teidensa jatkokäsittelyyn, kuten pesuun ja osin pilkkomiseenkin. Näin tuotteet ovat helpommin hyödynnettävissä ravintoloiden keittiöissä.

Marjojen osalta ravintoloilla olisi kiinnostusta lähituloilta ostamiseen, mutta tietous marjantuottajista ja heidän tuotteistaan Keski-Suomen alueella on vähäistä. Ravintoloiden edustajat toivoisivat löytävänsä sopimuskumppaneita marjatiiloista. Marjat saisivat lajista riippuen olla kausituotteita, mutta ympärivuotisiakin tuotteita arvostetaan.

Pääasiassa á la carte -ravintoloilla on siis kiinnostusta perunaan, juureksiin ja marjoihin ja jossain määrin lihatuotteisiin. Tuottajien pitäisi saada enemmän tietoa ravintoloihin erityisesti kalan osalta, joka ravintoloilla tuntuu olevan haastavin tuote lähiruoan käytön osalta. Myös lihan käytöstä ja tuotteista pitäisi saada selkeämpää tietoa, jotta ravintolat pystyisivät ostamaan tuotteita, eikä esimerkiksi teurastamisesta tulisi kausiluontoista.

#### ***7.4 Lähiruoan kehityskohteet ja -toiveet***

Lähiruokaa käytettäisiin enemmän ruokalistoilla, jos se olisi niin sanotusti helpompaa ja halvempaa. Ravintoloiden mukaan lähituotteita on tällä hetkellä vaikeaa saada. Lisäksi joidenkin lähituotteiden hinta on liian korkea, jotta ravintoloiden kannattaisi valita lähituottajan ruoka. Tuottajia siis olisi, mutta he pyytävät lähituotteista ravintoloiden mielestä kohtuutonta hintaa.

Ravintoloiden mukaan osa tuottajista pyytää kohtuuttoman korkeaa hintaa tuotteistaan, verrattuna esimerkiksi tukusta tilattujen tuotteiden hintaan. Tämä hinnoittelu on aiheuttanut sen, että osa ravintoloitsijoista kokee viljelijöiden pyrkivän rikastumaan ravintoloitsijoiden kustannuksella. Useimmat ravintolat kuitenkin ymmärtävät, ettei asia niin ole. Hinnoittelussa ei ole kyse rikastumisesta vaan enemmänkin maatiilojen ja tuottajien toimeentulosta ja tämän hetkisestä tuotannon kannattamatto-

muudesta maataloilla. Ravintoloilla on toiveita, että tuottajat tulisivat hieman hinnoissa vastaan. Hinnoittelun toivotaan olevan lähempänä tukkuhintoja.

Tämä ilmentäneekin hyvin, että lähiruoasta ei tiedetä riittävästi, eikä lähiruokaa sen vuoksi välttämättä osata arvostaa tarpeeksi. Toisaalta osa ravintoloiden edustajista on sitä mieltä, että lähituotteista voisi maksaa enemmänkin, koska ne ovat laadukkaita, tuoreita ja tuovat hyvää mainosta ravintolalle. Yksityisillä á la carte -ravintoloilla lähitilojen tuotteiden käyttö on helpompaa. Yksityiset ravintolat voivat myös helpommin mainostaa lähiruokaa omalla ruokalistallaan. Ketjuravintoloilla haaste lähiruokaa käyttämiseen tulee ketjun sisäisistä käytännöistä. Ketjuravintoloiden annosten tulee olla kaikissa toimipisteissä samanlaisia tunnistettavuuden takaamiseksi.

Lähiruoasta ei tiedetä paljoa, koska aiemmin ei ole ollut mahdollista käyttää lähiruokaa listoilla. Ravintoloitsijat toivovat löytävänsä tuottajia, joiden kanssa he voisivat tehdä suoraan sopimuksia ja olla sitä kautta mukana tuotekehityksessä. Tuottajilta toivotaan oma-aloitteisuutta ja intoa yhteistyöhön. Erityisesti toivotaan maanviljelijöiden sijoittavan tuotteidensa jatkokäsittelyyn, kuten perunoiden pesuun, jotta yhteistyötä voitaisiin parantaa ja kehittää. Osa ravintoloitsijoista oli valmiita järjestämään kuljetuksen tuotteilleen omasta puolestaan, mikäli yhteistyö saadaan muutoin toimimaan.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET HAASTATTELUISTA

Tuottajasta riippuen esille nousi kiinnostus suoramyyntiin ja selkeää kiinnostusta aihetta kohtaan muutoinkin, mutta aiheen vierellä keskustelua syntyi myös maatalouden muuttuvasta toimintaympäristöstä nykyisellä tasolla. Ravintoloitsijoiden puoleltakin havaittiin selkeää kiinnostusta lähiruokaan, mutta yhtä selvää oli tiedon puutteellisuus tuottajista ja tuotteista. Tuottajien ja kuluttajien välillä on selkeästi kuilua, joka mahdollisesti on muodostunut tottumuksesta ruokatukkujen käyttöön ja kosketus maaseudun ja kaupungin ravintoloiden välillä on kadonnut. Muutamia poikkeuksia kuitenkin löytyi, mikä viittaa mahdollisuuteen luoda huomattavasti laajempia yhteistyökuvioita. Erityisesti molemminpuolinen mielenkiinto yhteistyötä kohtaan on lupaavaa ja vaikuttaa erinomaista lähtökohdalta lähiruoan yleistymiselle ravintoloissa.

Keski-Suomesta löytyy tutkimuksessa monipuolista lähiruokaa ja eri tuotantosuunnilta lähiruoan tuottajia, jotka ovat kiinnostuneita myymään tuotteitaan suoraan ravintoloihin. Ravintoloilla on siis mahdollisuus hankkia läheltä laadukkaita ja puhtaita raaka-aineita suoraan tuottajilta. Ravintoloiden pitäisi enemmän hyödyntää mahdollisuutta käyttää lähiruokaa mainonnassaan, esimerkiksi liittämällä ruokalistaan tai tarjoilijoiden kertomana tarinan ruoan alkuperästä, mikä lisäisi jäljitettävyyttä ja yksilöllisyyttä. Näin voitaisiin vahvistaa kuluttajien yhteyttä ruokansa alkuperään ja tuottajat saisivat mainosta omalle toiminnalleen. Näin tuottajille mahdollistetaan uusien kauppasuhteiden luomista.

Raaka totuus nykyajan maataloudesta on, että tuottajan sama hinta tuotteestaan ei ole riittävän korkea ja käytännössä maatalojen tulo tulee EU tuista. Pienet tilat käyvät kannattamattomiksi ja ne tilat, joilla ei ole kykyä laajentaa tai muutoin parantaa tuotantoaan, joutuvat lopettamaan. Haastatteluista kävi ilmi, että pienetkin tilat voisivat olla kannattavampia, jos niillä olisi edes osin suoramyynsiä tuotteilleen. Tuottajat joutuvat kuitenkin panostamaan sekä taloudellisesti että työmäärällisesti suoramyynniä varten muun muassa elintarvikelainsäädännön ja muiden asetusten vuoksi. Todennäköisesti tuottajat joutuvat myös laajentamaan toimintaansa.



Tämä asia sai tuottajat jakautumaan kahtia mielipiteissä, sillä tuotannon laajentaminen ja investointi tuovat aina omat riskinsä tilan toimintaan ja silloin tilaajat pitäisi olla valmiina, jotta tulostakin syntyisi. Ravintoloitsijat olivat kiinnostuneita tuottajista jotka olisivat kiinnostuneita panostamaan toimintaansa ja sopimusten synnyttyä jopa mahdollisesti laajentamaan toimintaansa. Ravintoloita sitoo myös elintarvikemääräykset ja erilaiset asetukset käytettävistä raaka-aineista ja se tuo yhteistyöhön tuottajien kanssa omat haasteensa. Ravintoloiden mielenkiinnon pitäisi rohkaista tuottajia, mutta pelkkä mielenkiinto ei tuottajien mielestä ole riittävä peruste investointeihin, jotka saattavat koitua tilan kohtaloksi.

Osalla haastatelluista tuottajista oli jo valmiina suoramyntisopimuksia ravintoloihin. Tuottajat, joilla oli valmiina sopimuksia ravintoloiden kanssa, olivat pääasiassa nuoria maatilallisia, jotka olivat suorittaneet sukupolvenvaihdoksen tilallaan muutamia vuosia sitten. Nämä tuottajat olivat myös panostaneet toimintaansa. Ravintolat, joiden kanssa yhteistyökumppanuudet oli sovittu, olivat pääasiassa yksityisen sektorin ravintoloita muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Näillä ravintoloilla yhteistyöhön ryhtymistä on edesauttanut mahdollisuus laatia ruokalistat ja niiden ulkoasu vapaasti, jolloin lähiruokaa käyttöä voidaan paremmin mainostaa. Monet ravintolat käyttävät yllättävän paljon lähitilojen tuotteita ja ovat aktiivisesti joidenkin raaka-aineiden osalta etsineet tuottajia aktiivisesti ja itsenäisesti. Valitettavan harvassa tapauksessa ravintoloiden ja tuottajien väliset neuvottelut ovat johtaneet sopimukseen osapuolten kesken. Osapuolet epäilivät syynä olleen asioiden esitystavoissa olevat erot sekä luottamuksen puutteesta, joka on aiheuttanut epäilyksen sopimuksen epäedullisuudesta.

Ravintoloissa käytettäisiin lähiruokaa ja lähitilojen tuotteita huomattavasti enemmän, jos tuottajista ja tarjonnasta olisi enemmän tietoa. Ne ravintoloitsijat, jotka olivat yrittäneet löytää lähiruokaa suoraan tuottajilta onnistumatta siinä, olivat mieltäneet asian siten, että tuottajat eivät olleet kiinnostuneita myymään tuotteitaan suoraan ravintoloihin. Osa tuottajista taas ei ollut kuullutkaan ravintoloitsijoiden halusta ostaa tuotteita suoraan heiltä. Yhteistyöstä ei muutamissa tapauksissa tiedetty olleenkaan eikä sen vuoksi osattu arvioida sen toimivuutta. Tuottajat ja ravintoloitsi-

jat, joilla oli jo valmiita sopimuksia keskenään, taas kertoo luottamuksen olevan molemmin puolta ja yhteistyön sujuvan lähes moitteettomasti.

Keski-Suomesta löytyi tutkimuksessa haastatteluiden perusteella kattavasti eri tuotantosuuntien tuottajia, jotka olivat kiinnostuneita yhteistyöstä. Näin ollen voisi kuvitella ravintoloilla olevan mahdollisuuden hyvin monipuoliseen lähiruokaan Keski-Suomessa. Haastatteluiden perusteella nousi esiin niin lähiruoan hyötyjä kuin haittojakin ja muita nykytilanteeseen ja lähiruokaan liittyviä asioita.

Lähiruoan hyötyinä nousee esiin lähiruoan tuoreus, puhtaus, ympäristöystävällisyys ja maaseudun elinvoimaisuuden ylläpitäminen sekä paremmat tuottajahinnat. Haittoina nousee esiin muun muassa tämän hetken heikko tiedonkulku lähiruoasta, maaseudun ja kaupungin välisen tiedon kulun katko. Lähiruoan tuotannon haitaksi katsotaan myös maaseudun autioituminen ja sen myötä maatilojen lopettaminen, joka vaikuttaa lähiruoan riittävyteen ja monipuolisuuteen. Esimerkiksi moni vihannesten ja juuresten viljelijä on lopettamassa toimintaansa joko kannattamattomana tai jatkajan puuttuessa kokonaan. Autioituva maaseutu ei houkuttele nuoria jatkamaan, vaan muutto kaupunkiin koetaan helpompana ja kiinnostavampana vaihtoehtona.

## 9 POHDINTA

Huomioiden haastatteluita ja teoriaa läpikäydessä selviksi käyneet edut ravintoloille olisi hyvä vaihtoehto laajentaa valikoimaansa tai siirtyä kokonaan lähiruoan käyttöön ja läheltä tuleviin raaka-aineisiin. Lähiruoka voisi hyvin toimia kilpailuetuna ravintoloille, jotka voisivat mainostaa ruokatarvikkeidensa luotettavaa alkuperää sekä pienempää hiilijalanjälkeä. Kuluttajat vaativat entistä enemmän yhteiskunta- ja ympäristövastuuta hankinnoissaan, jolloin lähiruoka on ravintoloiden vastaus kuluttajille.

Ravintoloilla olisi mahdollisuus verkostoitua lähialueen tuottajien kanssa ja yhteistyön syntyessä ja sujuessa, olisi tuotekehitystä mahdollista parantaa tuottajien osalla tilaajan toiveiden mukaisesti. Monella Keski-Suomen lähituottajalla oli toiminnan yhtenä etuna tuotannon sopeutuvuus sekä mahdollisuus vaikuttaa ja vastata asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin yhteistyön ja palautteen kautta. Tuottajilla on voimakasta ylpeyttä tuottamastaan lähiruoasta ja mielenkiintoa toimia suorassa yhteistyössä ravintoloiden kanssa. Tarvittavaa osaamista markkinoinnin ja asiakkaiden hankkimisen osalta kuitenkin puuttui. Lähiruoan tuottajien tulisi käyttää enemmän valttikorttinaan laatua ja taata tuotteidensa laatua oman tilansa nimen esille tuomisella. Tämä todennäköisesti loisi huomattavasti paremmin luottamussuhteen kuluttajiin, kun tuottajalla olisi kasvot, eikä ruoka tulisi kasvottomasta tukusta. Ravintoloiden ja maatalojen yhteistyösopimuksilla myös tuottaja saa tietää, mihin hänen tuotteensa menee ja miten ne markkinoidaan eteenpäin.

Lähiruoan yleistymisellä ja suoramyyntillä on monia positiivisia vaikutuksia niin ruoan laatuun, ympäristöön kuin eläinten hyvinvointiin. Lyhyemmillä kuljetusmatkoilla päästään myös pienempään hiilijalanjälkeen, kun kuljetuksista aiheutuvat päästöt vähenevät. Lähiruoan yleistymisellä ja suoramyyntillä pienemmätkin tilat saavat mahdollisuuden tuottavaan toimintaan.

Tuottajien myydessä tuotettaan suoraan kuluttajille tai loppukäyttäjille samalla hinnalla kuin päivittäistavara-kaupat heidän katteensa työlle voi nousta huomattavasti korkeammaksi ja nostaa siis näin suomalaisen maatalouden kannattavuutta ja oma-

varaisuutta. Omavarainen maatalous on elinehto jokaiselle valtiolle, koska valtion elintarviketuotantoa ei voida päästää kokonaisuudessaan ulkomaantuonnin varaan. Huomioiden esimerkiksi Euroopan Unionin taloudellisen epävakauden, voi tuonnissa tapahtua nopeitakin muutoksia, jotka voivat aiheuttaa elintarvikkeiden tuontiin katkoksia tai muita häiriötä. Ravintoloille olisi hyvä vaihtoehto laajentaa tuotevalikoimaansa lähiruokaan jo kestäväen ruokahuollonkin takia, koska ylijäämäruoka voitaisiin palauttaa luontaiseen kiertoon, jos biojäte hyödynnettäisiin peltoviljelyssä lannoitteena. Koska Euroopan alueella ei noudateta yhtä tarkkoja säädöksiä ruoantuotannossa kuin Suomessa, ei esimerkiksi ulkomaalaisten lihatuotteiden käyttö biojätelannoitteena välttämättä ole järkevää peltoviljelyssä.

Käytettäessä suomalaisia lähiruokia voidaan myös varmemmin osoittaa kuluttajille, että tarjolla oleva tuote on juuri sitä, mitä luvataan. Teollisissa ruoissa on ollut vuoden 2013 aikana runsaasti kohua koko Euroopan unionin alueella, kun naudanlihajalosteissa on ollut hevosenlihaa seassa merkitsemättömänä. Lähiruoassa näin ei pääse käymään. Luottamuksen luominen niin yksityisiin kuluttajiin kuin ravintoloiden ja tuottajien välille tuntuu olevan yksi suurimmista tavoitteista, joka pitäisi täyttää yhteistyösuhteiden luomiseksi. Luottamus täytyy olla molemminpuolista, jotta yhteistyö onnistuu ja sopimuksista pitää osata pitää kiinni, jotta luottamus myös säilyisi tulevaisuudessa.

## 10 YHTEENVETO

Lähiruoka on ajankohtainen aihe, lähiruoan käytöllä on tällä hetkellä hyvät ja huonot puolensa. Sen hyviä puolia on muun muassa puhtaus ja ympäristöystävällisyys. Lähiruoan yleistymisellä ja sen suoramyynnillä on monia positiivisia vaikutuksia niin ruoan laatuun ja tuoreuteen kuin ympäristöönkin. Lähiruoan käytöllä on suora kosketus tuottajien, tuotantoeläinten ja ympäristön hyvinvointiin. Sillä turvataan maalaismaismaa ja niin sanotusti perinteistä pientä maalaisidylliä.

Lähiruoan yleistymisellä ja suoramyynnillä suoraan tuottajilta kuluttajille pienem-  
mätkin maatilat saavat mahdollisuuden jatkaa lopettamisen sijaan. Lyhyemmillä kul-  
jetusmatkoilla taas päästään pienempiin päästöihin ja pienempään hiilijalanjälkeen.  
Lähiruoan kulutus tuo myös työpaikkoja ja hyvinvointia lähialueella ja voi joissain  
tapauksissa vähentää maalta kaupunkiin muuttoa merkittävästi.

Lähiruoan huonoja puolia ovat vähäinen tieto sekä lähiruoan hidas yleistyminen kä-  
sitteenä. Tästä johtuen kuluttajilla on omat käsityksensä ja kaikki eivät välttämättä  
osaa vielä arvostaa lähiruokaa ja sen tuottajia riittävästi. Tuottajahinnat ovat tällä  
hetkellä erittäin alhaalla ja maatilat lopettavat tuotantoaan kannattamattomina ja  
jatkajien puuttuessa. Tilojen kannattamattomuus myös heikentää uusien sukupolvien  
kiinnostusta maanviljelyä kohtaan

Lähiruoan tuottajat ovat suurelta osin alkutuottajia, jolloin alkutuottajien tulisi tehdä  
yhteistyötä, jotta tuotteet saataisiin helpommin jalostettua kuluttajalle tai ravinto-  
loille käyttökelpoisiksi. Alkutuottajaa koskevat omanlaisensa asetukset tuotannossa  
ja tuotantoa koskevista viranomaisille tehtävistä ilmoituksista ja kirjanpidosta. Alku-  
tuotanto päättyy niin sanotusti sadonkorjuuseen sanan monessa merkityksessä. Sil-  
loin tuote siirretään elintarvikehuoneistoon jatkotoimenpiteitä varten käsiteltäviksi.  
Alkutuottajalle olisikin kannattavampaa käsitellä alkutuotteet sadonkorjuun jälkeen  
edes alkukäsittelyn verran, esimerkiksi pestä tai kuoria tuotteet jatkokäsittelyä var-  
ten. Silloin tuotteista tulisi jo enemmän katetta alkutuottajalle.

Sadonkorjuun jälkeen tuotteen käsittely ei ole enää alkutuotantoa, joten siirrytään seuraavan asetuksen piiriin ja tuotetta, tuotantotilaa, tuottajaa ja tuotannosta pidettävää seuranta ja kirjanpitoa koskevat määräykset hieman muuttuvat. Matkalla muuttuvia säädöksiä noudattamalla lopputuotteesta jää kokonaisvaltainen kuva, alkutuotteen eri tuotantovaiheista ja tuotteen käsittelystä, niin tuottajalle kuin viiranomaisille ja kuluttajillekin. Kun koko tuotantoketju tunnetaan, se toimii myös laatutakuuna tuotteille ja niiden arvo nousee myös tuottajahinnoissa tuottajalle. Lähi-ruoan etuuksia onkin se, että koko tuotantoketju tunnetaan pellolta lautaselle saakka.

Tuottajien ja ravintoloitsijoiden haastatteluista kävi ilmi, että kiinnostusta oli tehdä yhteistyötä, mutta kumpikaan osapuoli ei tiennyt tarpeeksi toisistaan tai muutoinkaan aiheesta. Haastattelu nosti paljon uusia kysymyksiä pintaan ja runsasta keskusteltua heräsi tuotantoon ja ravintolamaailmaan liittyvistä seikoista. Ravintoloitsijoiden ja tuottajien yhteistyö voisi toimia erinomaisena markkinointikanavana molempien puolin. Ravintoloitsijoiden haastatteluista nousi esiin asiakkaiden jatkuvasti kasvava kiinnostus tietää, mistä raaka-aineet tulevat, miten ne on tuotettu, onko hintalaatusuhde kohdallaan.

Tuottajat toivat voimakkaasti esille alhaiset tuottajahinnat, jotka aiheuttavat tuotannon kannattamattomuutta, uupumusta, mutta myös mielenkiintoa uusiin tapoihin parantaa kannattavuutta kuten esimerkiksi suoramyynti. Lähiruokapiirit olivat puheenaiheena molempien osapuolien haastatteluissa, mutta niistä ei osattu sanoa mitään yhtenäistä. Lähiruokapiireistä oli niin hyviä kuin huonoja kokemuksia.

Haastatteluissa nousi myös esiin edelläkävijät, joilla oli valmiina suorja tuottaja-ravintola sopimuksia ja kokemusta asiasta. Yhteistoiminta oli toiminut tähän asti lähes moitteettomasti. Hyviä kokemuksia oli paljon onnistuneesta yhteistyöstä ja se motivoi myös uusia tuottajia ja ravintoloita miettimään ja pohtimaan asiaa syvemmin.

Ravintoloiden kysyntä ja lähiruoan tarjonta kohtasivat parhaiten tutkimuksen mukaan kausiluontoisissa tuotteissa. Tuoreena kausituotteissa on tutkimuksen mukaan naudanlihaa, kalaa, vihanneksia ja joitain kasviksia ja hedelmiä. Ympäri vuoden saatavilla olevia raaka-aineita ja muita lähituotteita ravintoloille Keski-Suomesta löytyi kaalia ja kaalijalosteita, erilaisia marjoja, hilloja ja mehuja, juureksia ja joitain vihanneksia, sianlihaa, kalajalosteita ynnä muuta sellaista, tarjonta oli erittäin laaja ja monipuolinen.

Lähiruon hyödyntäminen ravintoloissa koettiin myönteisellä tavalla ainakin harkittavaksi vaihtoehdoksi. Yksityisillä ravintoloilla on mahdollisuus käyttää kausituotteita enemmän, mutta ketjuravintolat kaipaavat ympärivuotista toimitusta raaka-aineilleen. Poikkeuksiakin löytyy ja jossain määrin kaikki ravintolat pystyisivät hyödyntämään lähialueen tarjontaa. Ravintoloiden käyttäessä lähituotteita myös kestävä ruokahuollon merkityksestä tulisi vielä tärkeämpi. Kun ravintoloiden biojätteistä tehdään lannoitteita, pääsee ravinnekierrossa ruoan sisältämät ravinteet takaisin maaperään.

Tutkimuksen tuloksia tarkastellessa nousi esiin muun muassa lähiperunan kysyntä. Lähiperunalle on kysyntää enemmän kuin tarjontaa tällä hetkellä Keski-Suomessa. Ravintoloitsijat ovat valmiita maksamaan hieman enemmän lähellä tuotetuista perunoista. Perunan tuotannossa olisi siis ajatusta maatalan toiminnalle uutta tuotantosuuntaa mietittäessä.

Kysytyjä olivat myös erilaiset kalat ja liha, joiden osalta kaivattiin myös jatkojalostavia tuottajia Keski-Suomessa. Tuottajilta toivotaan yhteistyötä ja uskallusta lähteä uusille markkinoille tuotekehityksen mukana. Ravintoloitsijoilta odotetaan yhteistyötaitoa ja ymmärrystä tuottajien tämän hetkiseen tilanteeseen. Tuotekehitystä ja yhteistyötaitoja toivotaan molemmin puolin ja edelläkävijät ovatkin hyvä esimerkki onnistuneesta yhteistyöstä ja periksi antamattomuudesta uusien tuulien puhaltaessa.

Tutkimusta tehdessä haastatteluun osallistuneet tuottajat sekä ravintoloitsijat saivat samalla informaatiota lähiruoasta, sen käyttömahdollisuuksista ja lisääntyneestä kysynnästä sekä sen vaikutuksista lähialueen hyvinvointiin. Ravintoloitsijoita informoi-

tiin kiinnostuneista ja yhteistyöhön soveltuvista lähituottajista ja heidän tuotteistaan. Tuottajille kerrottiin mahdollisuudesta myydä suoraan ravintoloihin tuotteitaan, ravintoloiden haastatteluissa esille nousseista toiveista, elintarvikehygieniavaatimuksista ravintoloihin suoramyynnissä ja muusta lähiruokaan ja sen myyntiin liittyvistä asioista. Tuottajia myös informoitiin mahdollisesti kiinnostuneista ravintoloista, jotka olisivat mahdollisia yhteistyökumppaneita tulevaisuudessa.

Keski-Suomessa on paljon vielä tuottajia ja ravintoloitsijoita, jotka eivät olleet mukana haastattelussa ja heidän kantaansa lähiruokaan ja suoramyyntiin ravintoloille on vaikeaa sanoa tai tietää. Aihealue on ajankohtainen ja kiinnostava ja uskon tutkimuksen olevan suuntaa antava aiheeseen, koska haastateltavat henkilöt edustivat hyvin erilaisia näkökulmia, tuotantosuuntia, mielipiteitä ja kokemusta alalta ja asiasta.

Aiheesta nousi haastatteluissa myös paljon kehitysehdotuksia ja kysymyksiä ilmoille, esimerkiksi lähiruokatukkuja ja lähiruokapiirejä koskien. Lähiruokatukkuja Keski-Suomesta ei esimerkiksi vielä ole ja jos olisi, hyötyisivätkö tuottajat siitä ja voisiko se olla tuottajien omistama ja ylläpitämä. Lähiruokapiirien osalta yhteistyötä voisi harkita puolin ja toisin, mutta kysymyksenä nousi esiin myös, onko kyse suoramyynnistä, jos lähiruokapiirit myyvät tuottajan tuotteita eteenpäin ja saavuttavatko tuottajat toivottua taloudellista hyötyä, kun väliin muodostuu tukkuporras.

Opinnäytetyön ohessa ravintolat saivat tietoa lähituottajista ja lähituottajat kiinnostuneista ravintoloista. Haastattelun yhteydessä tuottajille kerrottiin tuotteiden suoramyynnistä sekä suoramyynnin mahdollisuuksista ja lähituotteiden mahdollisista ostajista ja kiinnostuneista ravintoloitsijoista. Ravintoloitsijoille kerrottiin haastattelun yhteydessä lähiruoasta, erilaisista lähiruokavaihtoehdoista Keski-Suomen alueella. Heille kerrottiin lähituottajista ja heidän tuotetarjonnastaan sekä esimerkiksi naudanlihan osalta eri liharotujen eroavaisuuksia ja ominaisuuksia lihan koostumuksessa ja laadussa sekä tuottajien kiinnostuksesta yhteistyöhön.

Haastattelun myötä muutama uusi sopimuskin syntyi tuottajien ja ravintoloiden välille. Tutkimus oli suppea, mutta lisäsi kuitenkin haastatteluiden yhteydessä tietoa puolin ja toisin tuottajien ja ravintoloitsijoiden välillä. Aihetta jäätiin myös pohtimaan



syvällisemmin ja muun muassa muutama ravintoloitsija on ottanut nyt yhteyttä haastattelun jälkeen, että löytyykö heidän ravintoloilleen lisää mahdollisia lähituottajia.

## LÄHTEET

- A 16.02.2006/134. Maa- ja metsätalousministeriön asetus alkutuotannolle elintarviketurvallisuuden varmistamiseksi asetettaviksi vaatimuksista. Viitattu 20.4.2013. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2006/20060134>
- A 20.12.2011/1368. Maa- ja metsätalousministeriön asetus elintarvikkeiden alkutuotannon elintarvikehygieniasta. Viitattu 20.4.2013. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2011/20111368>
- Ertimo, L. 2011. Suomen 100 Lähiruokakohteet. Viitattu 13.12.2013.
- Evira. 2012. Alkutuotanto 16.8.2012. Elintarvikkeiden alkutuotanto. Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. Viitattu 20.4.2013. <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/alkutuotanto/>
- Forsman, S. & Paananen, J. 2003. Lähiruokien markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittäöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus. Viitattu 18.4.2013. <http://www.mtt.fi/met/pdf/met24.pdf>
- Hämäläinen, L. 2013. Lähiuotteen laatu puhuu puolestaan. Sisä-Suomen Lehti, 5.Helmikuuta 2013. Viitattu 13.4.2013.
- Ikäheimo, I. Kurunmäki, S. Rönni, P. & Syväniemi, A-M. 2012. Lähiruokaselvitys, Ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012-2015, Maa- ja metsätalousministeriön tilaama ja rahoittama julkaisu. Viitattu 7.1.2013. [http://www.mmm.fi/attachments/mmm/julkaisut/muutjulkaisut/65w1I3c5F/Lahiruokaselvitys\\_valmis.pdf](http://www.mmm.fi/attachments/mmm/julkaisut/muutjulkaisut/65w1I3c5F/Lahiruokaselvitys_valmis.pdf)
- Kurppa, S., Nuoranne, A., Risku-Norja, H., Silvennoinen, K. & Skinner, J. 2010. Julkiset ruokapalvelut ja ruokakasvatus: arjen käytäntöjen kautta kestävään ruokahuoltoon. MTT. Viitattu 10.4.2013. <http://www.mtt.fi/mttkasvu/pdf/mttkasvu10.pdf>
- Lehtonen, S. 2012. Tinkimaidon myynti helpottuu. Maaseudun tulevaisuus, 28.9.2013. Viitattu 12.12.2012.
- Lepistö L. 2012. Keski-suomalaisista lähiruokista ravintolaan. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. (Viitattu 10.4.2013)
- Lindroos J. & Teriö j. 2012. Vastuullisen ja kestävä tapahtumatuotannon elementit. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 15.4.2013. [http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51169/JAMKJULKAISUJA1382012\\_web.pdf?sequence=1](http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/51169/JAMKJULKAISUJA1382012_web.pdf?sequence=1)
- Lähiruokakaupat yleistyvät Suomessa. Suomalainen Maaseutu. 3.10.2012. Maaseudun tulevaisuus. Viitattu 12.2.2013.

MTK. 2012. Maanviljelijät myyvät kotimaista ruokaa tuottajan saamalla hinnalla. Viitattu 13.4.2013. [http://www.mtk.fi/ajankohtaista/tapahtumat/epareilua/fi\\_FI/](http://www.mtk.fi/ajankohtaista/tapahtumat/epareilua/fi_FI/)

Mäkipeska, T & Sihvonen, M. 2010. Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Sitran selvitys. Viitattu 13.3.2013. <http://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksi%C3%A4%2029.pdf>

Savon sanomat. 2012. Viljelijöitä ei saa päästää kuolemaan sukupuuttoon. Savon sanomat 12.11.2012. Viitattu 1.12.2013. <http://www.savonsanomat.fi/mielipide/artikkelit/viljelijoita-ei-saa-paastaa-kuolemaan-sukupuuttoon/1269607>

Soininen, E-M. 2011. Nuorten kuluttajien ajatuksia paikallisesta ruokakulttuurista. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Viitattu 3.12.2012.

## LIITTEET

***Liite 1. Viljelijöiden kysymykset***

1. Mitä viljelette/tuotatte päätuotteena?
  - 1.1 Paljonko?
  
2. Onko teillä sivutuotantoa tilalla?
  - 2.1 Mitä?
  - 2.2 Paljonko?
  
3. Onko teillä kokemusta suoramyynnistä?
  - 3.1 Ei, Miksi?
  - 3.2 On, missä olette myyneet suoraan tuotteitanne?
    - 3.2.1 Mihin/kenelle olette myyneet tuotteitanne?
    - 3.2.2 Minkälaisia kokemuksia teillä on suoramyynnistä?
    - 3.2.3 Miten suoramyynnissä on järjestetty logistiikka?
      - 3.2.3.1 Onko logistiikka toiminut?
  
4. Oletteko myynyt suoraan ravintoloille tuotteitanne?
  - 4.1 Ei, miksi?
  - 4.2 On, onko teillä suoria sopimuksia ravintoloiden kanssa?
    - 4.2.1 Ei, miksi?
    - 4.2.2 On, millaisia ja mihin?
      - 4.2.2.1 Miten sopimukset ovat toimineet?
      - 4.2.2.2 Miten yhteistyö ravintoloiden kanssa on sujunut?
  
5. Mitä mieltä olette suoramyynnistä?
  
  
6. Onko teillä kiinnostusta suoramyynnistä?
  - 6.1 Suoraan kuluttajalle?

## 6.2 Suoraan ravintolalle?

7. Onko teillä mahdollista tehdä yhteistyötä tuotekehityksessä ravintoloiden kanssa?
8. Oliko tutkimuksesta hyötyä teille?
9. Tahtoisitteko tietää suoramyynnistä ja mahdollisista lähiruoasta kiinnostuneista ravintoloista, niiden tuomista markkinakanavista tai asiakkaista jotain lisää?
  - 9.1 Mistä tahdotte tietää enemmän?
10. Mitä mieltä olette opinnäytetyön aihevalinnasta?
11. Saitteko uutta tietoa haastattelun yhteydessä suoramyynnistä tai mahdollisista yhteistyökumppaneista ravintoloissa?
  - 11.1 Oliko tiedosta hyötyä?
    - 11.1.1 Ei, miksei?
    - 11.1.2 Oli, mitä?
12. Vaikuttaako tutkimus teidän lähiruoan myyntiinne?
13. Vaikuttiko tutkimus teidän ja ravintoloitsijoiden yhteistyöhön?
14. Oliko tutkimuksesta hyötyä teille suoramyynnin kannalta?

## ***Liite 2 Kysymykset ravintoloitsijoille***

1. Oletteko kiinnostunut lähiruoasta?
2. Mitä tiedätte lähiruoasta?
3. Mitä tiedätte lähiruoan tuottajista?
4. Käytättekö itse lähiruokaa?
  - 4.1 Jos, et, mikset?
  - 4.2 Jos, käytätte, mitä?
    - 4.2.1 Mitä kautta hankitte lähiruokanne?
5. Käytetäänkö ravintolassanne lähiruokaa?
  - 5.1 Jos, ei käytetä, miksi ei?
  - 5.2 Jos, käytetään, ostatteko raaka-aineita suoraan tuottajilta?
    - 5.2.1 Jos, ette osta suoraan tuottajilta, mitä kautta sitten?
    - 5.2.2 Jos, ostattte suoraan tuottajilta tuotteita, mistä, mitä ja paljonko?
    - 5.2.3 Miten logistiikka on järjestetty?
6. Onko teillä kysyntää/kiinnostusta lähiruokaan ravintolassanne?
  - 6.1 Ei, miksei?
  - 6.2 Millaiselle lähiruualle on kysyntää?
7. Onko teillä kokemusta yhteistyöstä tuottajien kanssa?
  - 7.1 Onko teillä hyviä vai huonoja kokemuksia yhteistyöstä tuottajien kanssa?
  - 7.2 Toimiko yhteistyö tuottajien kanssa?
    - 7.2.1 Mitä olivat hyvät puolet yhteistyössä?
    - 7.2.2 Mitä olivat huonot puolet yhteistyössä?

8. Onko teillä suoria sopimuksia lähiruoasta tuottajien kanssa ravintolassanne?
9. Onko teillä kiinnostusta tehdä suoraan tuottajien kanssa sopimuksia lähiruoasta?
10. Mitä toiveita/kehittävää teillä on lähiruoasta?
11. Mitä ravintolaan tulevilta lähituotteilta ja raaka-aineilta vaaditaan?
12. Millaisesta lähiruoasta olisitte kiinnostunut ravintolassanne?
13. Millaisia määriä raaka-aineita tarvittaisiin ravintolaanne?
14. Onko ravintolassanne mahdollista käyttää kausituotteita?
  - 14.1 Jos, ei, miksei?
  - 14.2 Jos, on, mitä?
  - 14.3 Millaisista määristä puhutaan?
15. Ovatko suorat sopimukset mahdollisia ravintolassanne tuottajien kanssa?
16. Oletteko kiinnostuneita yhteistyöstä tuottajien kanssa?
  - 16.1 Mitä yhteistyöltä vaaditaan?
  - 16.2 Mitä yhteistyöltä toivotte?
  - 16.3 Onko yhteistyö mahdollista?
17. Pystyykö ravintolanne markkinoimaan asiakkaalle lähituotteita?
  - 17.1 Onko tarjoilijan mahdollista kertoa tuotteesta asiakkaalle?
  - 17.2 Onko ruokalistaan mahdollista saada merkintää tuottajasta?
18. Onko tuottajahinta neuvoteltavissa lähituotteiden osalta?
19. Onko logistiikka järjestettävissä lähiruoan osalta?

20. Tahtoisitteko tietää lähiruoasta ja sen tuottajista jotain lisää?

20.1 Mistä tahdotte tietää enemmän?

21. Saitteko uutta tietoa haastattelun yhteydessä lähiruoasta tai sen tuottajista?

21.1 Oliko tiedosta hyötyä?

21.1.1 Ei, miksei?

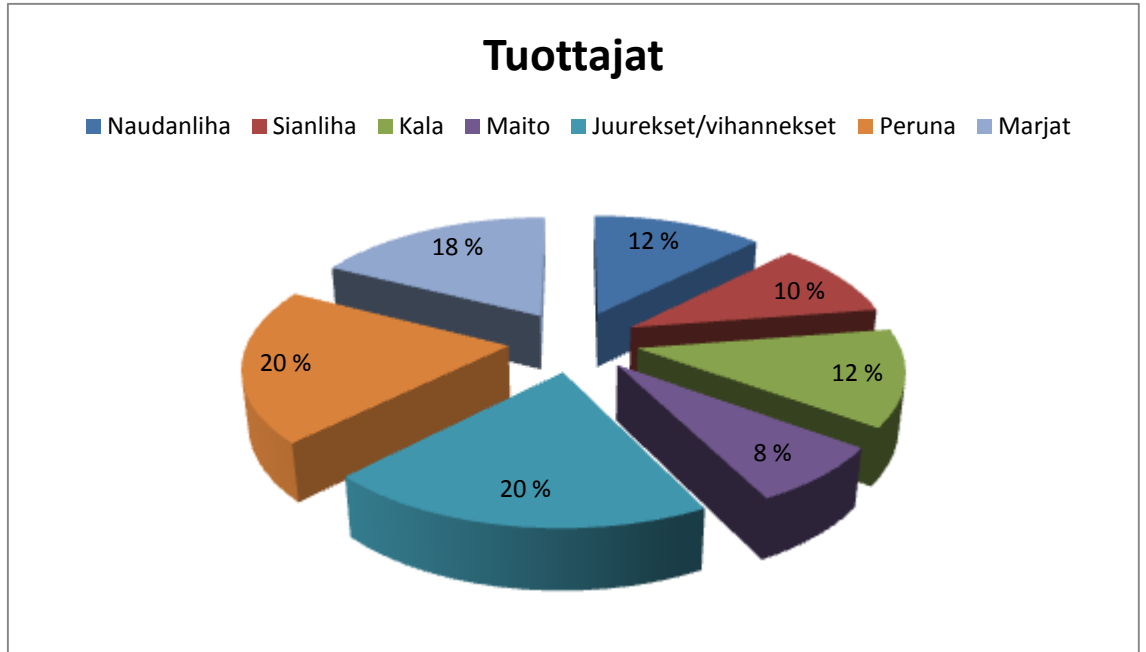
21.1.2 Oli, mitä?

22. Vaikuttaako tutkimus teidän lähiruoan käyttöönne?

23. Vaikuttiko tutkimus lähiruoan käyttöön ravintolassanne?

24. Oliko tutkimuksesta hyötyä teille tai ravintolallenne?



**Kaavio 1.****1 Tuottajahaastattelun jakaumaa tuotantosunnittain**

**Kaavio 2.**

Elintarvikkeen teollisen tuotannon kulku alkutuottajalta kuluttajalla (MTK 2012. ja Mäkipeska & Sihvonen 2010,9.)

