

**LÄHIRUUAN LISÄÄMISEN HAASTEET KANTA-HÄMEEN
JULKISISSA SUURKEITTIÖISSÄ**



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Forssa, kestävä kehitys

Kevät 2018

Emilia Leppänen

Kestävä kehitys
Forssa

Tekijä	Emilia Leppänen	Vuosi 2018
Työn nimi	Lähiruuan lisäämisen haasteet Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä	
Työn ohjaaja	Ulla-Maija Knuutti	

TIIVISTELMÄ

Lähiruokaa ei tällä hetkellä hyödynnetä Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä niin paljon kuin se olisi mahdollista. Ongelma on yleinen Suomessa ja ratkaistavissa, kun syyt ovat selvillä. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miksi lähiruuan runsaampi käyttö Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä ei onnistu. Samalla kartoitettiin eri toimijoiden haasteita ja toiveita. Työn tilaajana oli LUO Next Step -hanke, jonka tavoitteena on luoda uutta bio- ja kiertotalouspainotteista liiketoimintaa ja yhteistyötä yritysten ja Hämeen luonnonvara-alan verkoston välille.

Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja kaksiosaisesta tutkimusosuudesta. Teoriaosuudessa käsitellään lähiruuan määritelmää, lähiruuan arvoketjua ja sen toimijoita sekä julkisia hankintoja. Sekä tutkimusotteita että -menetelmiä oli kaksi: kvalitatiivinen teemahaastattelu ja kvantitatiivinen sähköinen kysely. Haastateltavana oli Kanta-Hämeen julkisten suurkeittiöiden edustajia, tukun edustaja, kuntapäätäjää sekä tuki- ja asiantuntijaorganisaatioiden edustajia. Kysely suunnattiin lähituottajille ja -jalostajille.

Haastattelun ja kyselyn tuloksista selvisi, että suurimmat esteet lähiruuan runsaammalle käytölle Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä ovat kuntien tahtotilan puute, keittiöiden tarvitsemat suuret ruokamäärät sekä hankintarenkaisuun kuulumisen. Toiveita ja ratkaisuehdotuksia oli monia, joista merkittävimminä hankintarenkaiden toiminnan ja tarjousten muuttaminen lähiruokaa suosivammaksi, kunnan tahtotilan parantaminen sekä hankintaosaamisen kehittäminen.

Avainsanat lähiruoka, suurkeittiö, julkinen sektori, arvoketju, hankinta

Sivut 64 sivua, joista liitteitä 8 sivua

Degree Programme in Sustainable Development
Forssa

Author	Emilia Leppänen	Year 2018
Subject	The Challenges of Increasing the Use of Local Food in Public Institutional Kitchens in Kanta-Häme	
Supervisor	Ulla-Maija Knuutti	

ABSTRACT

At present, local food is not exploited as much as possible in the public institutional kitchens of Kanta-Häme. The problem is quite common in Finland and soluble once the causes are known. The aim of this thesis was to find out why the public institutional kitchens in Kanta-Häme region have not succeeded in using more local food. In addition to the challenges and desires of the operators for the value chain were also charted. The commissioner of the thesis was an initiative called LUO Next Step, which aims to create new bio- and circular economy oriented business and co-operation between companies and the network of natural resources in Häme.

The thesis is divided into two parts. The theory part covers the definition of local food, the value chain and its operators as well as public procurements. The study part is double-barrelled: qualitative theme interview and quantitative poll. The interviewees were representatives of public institutional kitchens, a wholesale, municipal council and different kinds of consultant organizations. The poll was sent to local food producers and refiners.

The outcome of the interviews and the poll was that the major obstacles of using more local food in the public institutional kitchens in Kanta-Häme are the lack of political will in the municipalities, the need for big amounts of food in the kitchens and being a part of procurement ring. There are many wishes and suggestions to meet these challenges, for example, by changing the offers to more preferential to local food, getting the political will more positive and developing knowledge in procurement procedures.

Keywords local food, institutional kitchen, public sector, value chain, procurement

Pages 64 pages including appendices 8 pages

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	TUTKIMUKSEN TILAAJA JA TAVOITE	2
2.1	LUO Next Step -hanke	2
2.2	Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset	2
3	LÄHIRUOKA.....	3
3.1	Lähiruuan määritelmä	3
3.2	Lähiruuan hyödyt	4
3.2.1	Aluetaloudelliset vaikutukset	4
3.2.2	Ruokaturva ja huoltovarmuus	5
3.2.3	Jäljitettävyys	6
3.2.4	Ruokakulttuuri	7
4	LÄHIRUUAN ARVOKETJU	7
4.1	Arvoketjun määritelmä	7
4.2	Arvoketjun toimijat	8
4.2.1	Alkutuottajat.....	8
4.2.2	Jalostajat	9
4.2.3	Tukut ja logistiikka	10
4.2.4	Suurkeittiöt	11
4.2.5	Kuntapäätäjät.....	12
5	JULKISET HANKINNAT	14
5.1	Kilpailutus.....	14
5.2	Tarjouspyynnöt	15
5.3	Kynnysarvot ja luonteva hankintakokonaisuus.....	16
5.4	Hankintojen jakaminen	16
5.5	Markkinakartoitus ja -vuoropuhelu	17
6	HAASTATTELU JA KYSELY TUTKIMUSMENETELMINÄ.....	19
6.1	Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset	19
6.2	Tutkimusotteiden valinta	20
6.2.1	Laadullinen tutkimus	20
6.2.2	Määrällinen tutkimus	20
6.3	Tutkimusmenetelmien valinta	21
6.3.1	Teemahaastattelu.....	21
6.3.2	Teemarungon laatiminen	21
6.3.3	Kysely	22
6.3.4	Kyselyn laatiminen.....	23
6.4	Aineiston käsittely	23
6.4.1	Teemahaastattelujen äänitteiden käsittely.....	23
6.4.2	Kyselyn tulosten käsittely	24
6.5	Validiteetti ja reliabiliteetti	24

6.5.1	Haastattelu	25
6.5.2	Kysely.....	25
7	PROJEKTIN ETENEMINEN.....	26
7.1	Projektin tarve ja tavoitteet	26
7.2	Projektin toteutus	26
7.3	Projektin aikataulu	27
8	TULOKSET	28
8.1	Haastattelut.....	28
8.1.1	Keittiöiden haasteet	28
8.1.2	Asiantuntijaorganisaatioiden, kuntapäätäjän ja tukun haasteet.....	29
8.1.3	Ratkaisuehdotukset ja toiveet.....	30
8.2	Kysely.....	31
8.2.1	Perustiedot	32
8.2.2	Julkiset suurkeittiöt ja tuotekehitys	34
8.2.3	Hankinnat	39
8.2.4	Lähiruoka Kanta-Hämeessä	44
8.2.5	Muut	46
8.2.6	Yhteenveto	48
9	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	49
	LÄHTEET	52

Liitteet

Liite 1 Teemahaastattelurunko

Liite 2 Sähköinen kysely

1 JOHDANTO

Lähiiruoka on trendikästä, ja yhä useampi kuluttaja on kiinnostunut ruokansa alkuperästä. Lähiiruoka on myös usein laadukasta ja tuoretta lyhyiden kuljetusmatkojen vuoksi ja samalla se tukee paikallista elinvoimaisuutta ja ruokakulttuurin säilymistä sekä kestäväää kehitystä. (Luonnonvarakeskus 2016.) Maa- ja metsätalousministeriön laatiman Lähiiruokaohjelman mukaan tavoitteet vuodelle 2020 ovat lähiruuan saatavuuden parantuminen ja osana olo julkisissa hankinnoissa. Tavoitteisiin kuuluu myös lähiruuan huomiointi kuntien strategioissa ja käyttö kaikissa Suomen kunnissa. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013, 8.)

Lähiiruoka tulisi huomioida myös julkisen sektorin keittiöissä (Viitaharju, Määttä, Hakala & Törmä 2014, 10). Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä ei kuitenkaan tällä hetkellä hyödynnetä lähiruokaa niin paljon kuin olisi mahdollista. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, mitkä ovat suurimmat esteet ja haasteet lähiruuan käytön lisäämiselle ja etsitään mahdollisuuksia näiden ratkaisemiseksi, jotta lähiruokaa voitaisiin hyödyntää enemmän Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä tulevaisuudessa. Näihin kysymyksiin haettiin vastauksia haastatteluilla, kyselyllä ja lähiruuan teoriaan tutustumisen avulla.

Opinnäytetyössä on ensin teoriaosuus, johon kuuluvat muun muassa lähiruuan hyödyt, arvoketjun eri toimijat sekä hankinnat, jonka jälkeen vuorossa on kaksiosainen tutkimusosuus ja tulokset. Lopuksi käydään läpi projektin eteneminen sekä johtopäätökset ja pohdinta.

Opinnäytetyön tilaajana oli LUO Next Step -hanke, joka pyrkii luomaan bio- ja kiertotalouspainotteista liiketoimintaa ja yhteistyötä yritysten ja Hämeen luonnonvara-alan verkoston välille.

2 TUTKIMUKSEN TILAAJA JA TAVOITE

Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä ei tällä hetkellä hyödynnetä tarpeeksi alueen omia elintarvikkeita. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on löytää tämän ilmiön syyt. Tarve tälle opinnäytetyölle tuli LUO Next Step -hankkeelta.

2.1 LUO Next Step -hanke

LUO Next Step -hankkeen tavoitteena on luoda uutta bio- ja kiertotalouspainotteista liiketoimintaa ja yhteistyötä yritysten ja Hämeen luonnonvara-alan verkoston välille. Hankkeen tavoitteena on tuottaa toimintamalli, jota luonnonvara-alan koulutus-, tutkimus- ja yritysyritys voi hyödyntää. (LUO Next Step n.d.) Kohteena ovat erityisesti pienet ja keskisuuret yritykset, jotka haluavat verkostoitua ja vahvistaa bio- ja kiertotalous osaamistaan sekä kehittää uusia kestävämpiä toimintatapoja ja uutta liiketoimintaa. Lisäksi hankkeesta hyötyvät LUO-verkoston koulutus- ja tutkimustoimijat. (Hämeen Liitto 2016.)

Hanke on osa LUO Luonnonvara-alan verkostoa ja sen toteutusaika on 1.8.2016—31.12.2018 (LUO Next Step n.d.). Hanke toimii Kanta-Hämeen alueella, mutta keskittyy erityisesti Hämeenlinnan, Forssan ja Riihimäen seutukuntien alueisiin. Sidosryhminä ovat hankkeen päätoteuttaja Hämeen ammattikorkeakoulu ja osatoteuttajat Helsingin yliopiston Lammin biologinen asema, Luonnonvarakeskus Luke sekä Suomen ympäristöopisto Sykli. (Hämeen Liitto 2016.)

2.2 Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miksi lähiruokaa on niin haasteellista saada Kanta-Hämeen suurkeittiöihin nykyistä enempää. Tämän selvittämiseksi kartoitettiin arvoketjun eri toimijoiden haasteelliseksi kokemia seikkoja sekä toiveita ja kehitysehdotuksia arvoketjun toimivuuteen ja toimijoiden väliseen yhteistyöhön liittyen. Tämän tutkimusongelman pohjalta muodostui kolme tutkimuskysymystä:

- Miksi lähiruuan runsaampi käyttö ei onnistu Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä?
- Mitä arvoketjun eri toimijat toivovat lähiruualta ja yhteistyöltä?
- Mitkä asiat arvoketjun eri osapuolet kokevat haasteiksi?

Lähiruuan käytöstä ja lisäämisen mahdollisuuksista on tehty jonkin verran selvityksiä. Ne ovat kuitenkin koskeneet vain tiettyä aluetta tai asiakaskuntaa, joten juuri Kanta-Hämettä ja sen julkisia suurkeittiöitä käsittelevää kartoitusta ei ole ainakaan tähän mennessä oman tietämykseni mukaan tehty.

3 LÄHIRUOKA

Lähiruualle on monta määritelmää ja sen suosimisella on paljon positiivisia vaikutuksia. Lähiruoka myös tukee kaikkia kestävän kehityksen osa-alueita eli ekologista, taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista ulottuvuutta.

3.1 Lähiruuan määritelmä

Lähiruoka on käsitteenä toistaiseksi vakiintumaton ja siitä voidaan käyttää erilaisia määritelmiä. Joissakin asiayhteyksissä lähiruualla tarkoitetaan vain lähikuntien alueella tuotettua ruokaa, kun taas jotkut määrittelevät lähiruuan sen mukaan, mistä sitä on mahdollisuus lähimpänä saada. Myös maakuntarajoja on pidetty lähiruuan määritelmänä, mutta toisaalta rajan tuntumasta tulevat tuotteet voivat olla lähempänä kuin maakunnan toisella puolella tuotetut. Toiset käyttävät löyhempää rajausta ja mieltävät tuotteen lähituotteeksi, kunhan se on tuotettu Suomen rajojen sisäpuolella. (Lehtonen, 2012.)

Lähiruuan määritelmä vaihtelee myös muualla maailmalla. Esimerkiksi Yhdysvalloissa lähellä tuotetun ruuan eteen liitetään sana ”local” eli paikallinen, lähempänä tuotettu tai ”regional” eli alueellinen, joka tarkoittaa hieman kauempana, mutta kuitenkin tietyllä alueella, kuten omassa osavaltiossa, tuotettua ruokaa. Näiden sanojen määritelmät vaihtelevat suuresti eri alueilla asuvien mielipiteen ja esimerkiksi alueen viljeltävyyden mukaan. (Grace Communications Foundation n.d.) Yhdysvallat on kuitenkin suuri maa, joten lähiruuan tuotanto on eri kokoluokkaa kuin Suomessa.

Lähiruuan määritelmä on hallituksen laatiman lähiruokaohjelman mukaan ruokaa, joka on tuotettu ja jalostettu alueen omista raaka-aineista ja joka myydään ja kulutetaan omalla alueella (Maa- ja metsätalousministeriö 2013, 5). Tässä opinnäytetyössä lähiruualla tarkoitetaan tämän määritelmän mukaisia tuotteita ja omalla alueella tarkoitetaan Kanta-Hämettä (kuva 1, s. 4).



Kuva 1. Kanta-Hämeen maakunta. (Paikkatietoikkuna 2018)

Lähiiruoka ja luomu sekoitetaan usein keskenään. Lähiiruuan mittarina käytetään tuotannon ja käyttäjän välistä matkaa, kun taas luomun määrittää muun muassa viljely- ja eläintuotantometodit. (Lehtonen 2012; Evira 2017.) Lähiiruoka ei siis ole sama asia kuin luomu, mutta lähiiruoka voi olla luomua. Luomu sen sijaan ei välttämättä ole lähiiruokaa, vaan se voi olla kaukana tuotettua.

3.2 Lähiiruuan hyödyt

Lähiiruuan suosimisesta on monia hyötyjä niin ruokaa tuottavalle alueelle kuin koko Suomellekin. Lähiiruokaa suosimalla voidaan turvata nämä hyödyt jatkossakin. Lähiiruokatoimijat ja lähiiruokaa tarjoavat keittiöt voivat käyttää näitä hyötyjä edukseen myös kilpailussa ja imagonsa rakentamisessa.

3.2.1 Aluetaloudelliset vaikutukset

Vuosina 2012–2013 Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti teki selvityksen siitä, miten lähiiruuan käyttö vaikuttaa aluetalouteen Suomessa nykyisin ja tulevaisuudessa.

Selvityksen mukaan lähiiruokatuotannon, eli maatalouden ja elintarviketeollisuuden merkitys aluetaloudelle on merkittävä. Koko Suomen tasolla elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin on 2,5, eli jokainen elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,5 työntekijää muilla aloilla. Suomen bruttokansantuotteessa elintarviketeollisuus näkyy 7,1 prosenttiyksikkönä, joka vastaa noin 13,2 miljardia euroa. Maatalouden työllisyyskerroin sen sijaan on 1,1 ja vaikutus bruttokansantuotteeseen noin 2,8 prosenttiyksikköä, joka vastaa yli 5,2:ta miljardia euroa. (Viitaharju ym. 2014, 10.) Selvityksen vaikuttavuuslaskelmat osoittavat, että

maatalouden ja elintarviketeollisuuden merkitys aluetalouteen on erittäin suuri.

Selvityksessä saatiin selville, että Suomessa vuosina 2012–2013 keskimäärin vain noin 15 prosenttia julkisten keittiöiden käyttämistä raaka-aineista oli peräisin omasta maakunnasta. Yli 65 prosenttia raaka-aineista ostettiin muualta Suomesta ja noin 20 prosenttia tuotiin ulkomailta. Keittiöt ostivat omasta maakunnastaan eniten juureksia, vihanneksia, marjoja sekä tuoretta leipää. (Viitaharju ym. 2014, 10.)

Lähiruuan osuutta on mahdollista kasvattaa. Suomalaisten hankintayksiköiden ja -renkaiden arvioiden mukaan vuonna 2020 noin 20 prosenttia elintarvikehankinnoista tehtäisiin omasta maakunnasta. Muun kotimaisen ruuan osuus tulee olemaan noin 55 prosenttia ja ulkomaisten tuotteiden osuus noin 25 prosenttia. Lähiruuan osuus tulee todennäköisesti siis kasvamaan, mutta kotimaisen ruuan osuus laskee noin 80 prosentista 75 prosenttiin. (Viitaharju ym. 2014, 201.)

Kotimaisen ruuan arvostuksen ohella lähiruokatrendin vahvistuminen nähdään merkittävä muutostrendinä, joka vaikuttaa elintarvikehankintoihin tulevaisuudessa. Kuitenkin taloudelliset näkökulmat, kuten käytettävissä oleva budjetti ja sen kiristyminen vaikuttavat elintarvikehankintoihin merkittävästi. (Viitaharju ym. 2014, 201.)

Humppilassa toimiva lähiruokatukku Lähipuoti Remes Oy on tehnyt ProAgrian tekemien laskelmien pohjalta esimerkin kolmessa eri paikassa tuotettujen lihapullien aluetaloudellisista vaikutuksista. Kaikkien kolmen lihapullan kilohinta on 5,95 euroa (alv 0 %) ja palkkakustannuksia valmistukseen on sitoutunut keskimäärin 3,80 euroa. Lihapullat ovat raakapakasteita, jonka lihapitoisuus on 64 prosenttia, josta puolet on sikaa ja puolet nautaa. Vertailun lihapullista ensimmäinen on paikallinen lihapulla, eli omassa maakunnassa kasvatettu, teurastettu, leikattu, jalostettu ja asiakkaalle toimitettu. Tällaisen lihapullakilon aluetaloudellinen vaikutus kunnallisveroon on 0,93 euroa. Toinen lihapulla on muualla kasvatettu, teurastettu ja leikattu, mutta kuitenkin omassa maakunnassa jalostettu ja asiakkaalle toimitettu. Tällaisen kotimaisen lihapullan vaikutus kunnallisveroon on 0,52 euroa. Maakunnan ulkopuolelta, joko kotimaasta tai ulkomailta tilatun lihapullan vaikutus kunnallisveroon sen sijaan on 0,00 euroa. (Remes 2017, 2–5.) Lähiruuan tuotantoon ja paikalliseen elintarviketeollisuuteen panostaminen siis kannattaa, sillä se lisää maakuntien työllisyyttä ja taloudellista kasvua.

3.2.2 Ruokaturva ja huoltovarmuus

Ruokaturvalla tarkoitetaan mahdollisuutta riittävään määrään hyvälaatuista ruokaa, jonka ihminen voi hankkia joko itse kasvattamalla tai ostamalla (Lähellä kaupungissa n.d.). Tulevaisuudessa kestävä ruokaturva pe-

rustuu hyvin vahvasti paikalliseen tuotantoon. Elintarviketilanne nyt ja tulevaisuudessa myös velvoittavat Suomen huolehtimaan kotimaisesta tuotannosta ja sen riittävydestä. Ruokaturvan perustana ovat huoltovarmuus ja logistiikka. (Väänänen 2017, 66.)

Huoltovarmuudella tarkoitetaan yhteiskunnan toimintaedellytysten turvaamista häiriötilanteissa, kuten laajoissa onnettomuuksissa, ja niiden jälkeen (Huoltovarmuuskeskus n.d.). Huoltovarmuuden perustana Suomessa ovat kotimaisen alkutuotannon ja elintarviketeollisuuden jatkuvuus sekä tiettyjen tuotteiden varastot. Tärkeimpiä tuotteita elintarvikehuollon kannalta ovat tietyt siemenviljalajit ja lannoitteiden raaka-aineet, jotta tuotanto voidaan käynnistää uudelleen mahdollisimman nopeasti. (Väänänen 2017, 66.)

Myös logistiikalla on tärkeä rooli ruokaturvan kannalta. Suomi on maantieteellisen sijaintinsa vuoksi haastava kohde, sillä syrjäinen sijainti edellyttää pitkiä kuljetusmatkoja ja on pitkälti riippuvainen kuljetuksista meritse. Lisäksi maan sisäiset kuljetusmatkat ovat pitkiä. Suomen talous on siis entistä riippuvaisempi ulkomaisista verkostoista ja logistisista järjestelmistä. (Väänänen 2017, 66.) Suomen kylmä ilmasto ja lyhyt kasvukausi tuovat myös omat haasteensa, vaikka ilmastonmuutoksen myötä tilanne onkin muuttumassa (Jännti, 2017).

Kauppojen varastot ovat niin pieniä, että ne ovat riippuvaisia keskusliikkeiden varastoinnista ja toimituksista. Jo päivänkin merkittävä katkos ruuan tai polttoaineen jakelussa voi siis lamauttaa yhteiskunnan toimintoja, ja sillä on vaikutuksensa myös logistiikkaan niin alueellisesti kuin globaalistikin. (Väänänen 2017, 66.)

3.2.3 Jäljitettävyys

Jäljitettävyydellä tarkoitetaan raaka-aineen tai tuote-erän alkuperän ja toimitusketjun läpinäkyvyyttä. Laki velvoittaa, että elintarvikkeet ja niiden raaka-aineet sekä eläinten syömät rehut pystytään jäljittämään tuotteen jokaisessa tuotanto- ja jakeluvaiheessa. Jäljitettävyyden avulla estetään virallisten tuotantoerien pääsy ravinnoksi, joka lisää elintarvikkeiden turvallisuutta. (Evira 2016.)

Välimatka vaikuttaa merkittävästi tuotteen jäljitettävyyteen. Mitä lähempänä tuote on valmistettu niin maantieteellisesti kuin sosiaalisestikin tarkasteltuna, sitä helpommin se on jäljitettävissä ja sitä läpinäkyvämpi tuotteen ketju on. (Väänänen 2017, 14.) Lähiruuan jakeluketjut ovat yleensä lyhyitä, mikä helpottaa tuotteen jäljitettävyyttä (Maa- ja metsätalousministeriö 2013, 5). Lisäksi läheltä hankittu ruoka on yleensä tuoreempaa eikä lyhyt kuljetusmatka vaadi yhtä paljon säilöntäaineita kuin pitkä (Väänänen 2017, 54). Lähiruoka on lyhyiden logistiikkaketjujensa vuoksi usein myös ekologisempaa kuin kauempaa kuljetettu ruoka.

3.2.4 Ruokakulttuuri

Suomessa, kuten muissakin maissa, on oma ruokakulttuurinsa, joka muo-
vautuu muun muassa raaka-aineista, valmistustavoista, mausteista ja
ruuan laadusta. Näihin vaikuttavat maan sijainti ja luonto sekä historia.
Myös ruokailuajat ja -tavat ovat osa ruokakulttuuria. Suomessa myös neljä
vuodenaikaa tuovat omat piirteensä ruokakulttuuriin. (Ruokatieto n.d.)
Globalisoituvassa maailmassa ruokatottumukset saavat vaikutteita myös
muualta.

Lähiiruokaa suosimalla pidetään yllä sekä suomalaista että paikallista ruo-
kakulttuuria ja turvataan sen säilymistä (Maa- ja metsätalousministeriö
2013, 5). Meistä jokainen luo ja muokkaa ruokakulttuuria päivittäisillä va-
linnoillamme ja perinteiden eteenpäin välittämällä. Lähi tuotteita valitse-
malla tuetaan myös alueen maatalousympäristöjen säilymistä. (Ruokatieto
n.d.; Väänänen 2017, 11.)

4 LÄHIRUUAN ARVOKETJU

Erilaisiin tuotteisiin ja palveluihin liittyy aina omanlaisensa arvoketju. Lähi-
ruuan matkaa julkisiin suurkeittiöihin tarkasteltaessa ketjun toimijoissa voi
olla variaatiota tuotteesta riippuen. Tässä kappaleessa käsitellään arvo-
ketju käsitteenä ja sen jälkeen yleisimmät lähi ruokaketjun toimijat.

4.1 Arvoketjun määritelmä

Tuotteen tai palvelun tuottamiseen, jalostamiseen, kuljettamiseen, jake-
luun ja käyttöönottoon liittyy monia vaiheita ja organisaatioita, jotka muo-
dostavat toimitusketjuksi kutsutun kokonaisuuden. Toimitusketjussa liik-
kuu materiaali- tai palveluvirtojen lisäksi myös tieto- ja rahavirtoja, joihin
liittyvät prosessit ovat myös osana toimitusketjua. Toimitusketjun eri vai-
heissa toimivat organisaatiot lisäävät tuotteen tai palvelun arvoa eli sitä,
mistä asiakas, yksittäinen kuluttaja tai organisaatio, on halukas maksa-
maan. Tällöin puhutaan toimitusketjun ohella arvoketjusta. (Logistiikan
maailma n.d.a.)

Arvoketju on liiketalouden professori Michael Porterin kehittämä malli,
joka kuvaa tuotteelle lisäarvoa tuovan ketjun vaiheita (Logistiikan maailma
n.d.a). Arvoketjun muodostavat toimitusketjun tavoin ketjun eri organi-
saatiot, joista jokaisella on tarjottavanaan lisäarvoa tuotteeseen. Tämä voi
olla tuote, sen osa tai siihen liittyvää palvelua, johon organisaatio on eri-
koistunut. (Logistiikan maailma n.d.b.) Esimerkiksi porkkanoiden pilkkomi-
nen tietyn kokoisiksi kuutioiksi on yksi tapa lisätä tuotteen arvoa, sillä niin
suurkeittiöt kuin yksittäinen kuluttajakin on valmis maksamaan enemmän
valmiiksi pilkotusta tuotteesta aikaa ja vaivaa säästääkseen.

Arvoketjun jokainen vaihe lisää tuotteen arvoa, mutta samalla myös tuoteeseen liittyviä kustannuksia. Arvoa pyritäänkin lisäämään mahdollisimman pienillä kustannuksilla. Kustannusten minimoimiseksi vuoksi myös ketju pyritään pitämään mahdollisimman yksinkertaisena. Tämä onnistuu karsimalla arvoketjusta kaikki ne vaiheet, jotka eivät tuota arvoa tuotetta ja asiakasta ajatellen. Usein tämä tarkoittaa logistiikan kehittämistä. (Logistiikan maailma n.d.c.) Samalla ketjusta voidaan muokata resurssitehokkaampi. Hyvin toimiva arvoketju on myös kilpailuetu. (Linnanen & Markkanen 1997, 64.) Sen lisäksi että lähituotteen arvo kasvaa ketjun eri vaiheissa, jokainen vaihe myös näkyy positiivisesti aluetaloudellisina vaikutuksina.

Arvoketjun loppupään toimijoilla ei ole juuri päätösvaltaa ketjun alkupään vaiheisiin ja päätöksiin, mutta toisaalta alkupään toimijoiden tulot riippuvat loppupään toimijoista, sillä lopullinen markkinoille päätyvä tuote ratkaisee koko ketjun tuottavuuden. Asiakkaan tyytyväisyys tuoteeseen ratkaisee tuotteen arvon ja arvoketjun onnistumisen ja menestymisen. (Linnanen & Markkanen 1997, 64.)

4.2 Arvoketjun toimijat

Tässä opinnäytetyössä käsiteltävään arvoketjuun kuuluvat toimijat esitellään tässä luvussa. Arvoketjun toimijoiden toiminnat linkittyvät usein toisiinsa. Toimijoihin on laskettu mukaan myös kuntapäätäjät, sillä kunnan toiminta vaikuttaa merkittävästi lähiruuan käyttöön julkisissa keittiöissä.

4.2.1 Alkutuottajat

Alkutuotannolla tarkoitetaan raaka-aineiden tuotantoa (Ruokatieto n.d.). Tähän sisältyvät kasvien, hedelmien, viljan ja sienten viljely ja sadonkorjuu, luonnonvaraisten tuotteiden kerääminen, kaikki eläintuotannon vaiheet ennen teurastusta, kuten maidon- ja munantuotanto, hunajantuotanto sekä metsästys ja kalastus (Evira 2018a).

Vuonna 2017 Suomessa oli noin 50 000 maatilaa, jotka ovat suurimmaksi osaksi edelleen perhevilmeliä, eli työntekijät ovat viljelijäperheen jäseniä. Maatilojen määrä on vähentynyt, ja samalla tilojen tuotanto on kehittynyt kahteen eri suuntaan: toiset tilat ovat kasvaneet ja keskittyvät elintarviketeollisuuden sopimustuotantoon, toiset taas panostavat pienimuotoisempaan tuotantoon ja jatkojalostavat tuotteensa itse. Osa tiloista on myös päätenyt harjoittamaan maatalouden ohella muuta yritystoimintaa, kuten koneurakointia. (Väänänen 2017, 12.)

Pienet elintarvikeyritykset ja ammattikeittiöt usein hankkivat pääosan raaka-aineistaan paikallisilta toimijoilta. Myös päivittäistavarakaupat ostavat paikallisten tuottajien tuotteita myyntiin. Yksi alkutuotannon suurimmista haasteista on tuottaa riittävästi raaka-ainetta ympäri vuoden elintar-

viketeollisuuden ja ammattikeittiöiden tarpeisiin. (Väänänen 2017, 14.) Tämän vuoksi alkutuottajien kannattaa verkostoitua muiden lähialueiden tuottajien kanssa ja tehdä yhdessä tarjous tai ostaa raaka-aineita toisiltaan alihankintana.

4.2.2 Jalostajat

Julkisissa keittiöissä ruokaa tehdään suuria määriä päivittäin, joten raaka-aineen valmistelulle, kuten pilkkomiselle, ei yksinkertaisesti ole aikaa. Siksi keittiöihin toimitettavien elintarvikkeiden ja raaka-aineiden tulee usein olla jollakin tapaa jalostettuja. Yleensä tämä tarkoittaa valmiiksi kuorittua, tietynkokoisiksi paloiksi pilkottua tai esikypsennettyä elintarviketta. Jotkin elintarvikkeet, kuten leipomotuotteet, voidaan toimittaa täysin käyttövalmiina. Lähiruokatuottajat joko myyvät tuotteensa sellaisenaan, jalostavat itse tai myyvät raaka-aineensa muualle jalostettavaksi. Raaka-aineiden myyntiin valmistelua, kuten juuresten pesua ja pussittamista, ei lasketa jalostamiseksi vaan kauppakunnostamiseksi, joka kuuluu osaksi alkutuotantoa. (Aitojamakuja.fi n.d.a.)

Elintarvikehuoneistolla tarkoitetaan rakennusta tai sen osaa, jossa myytäväksi tarkoitettuja elintarvikkeita jollain tavalla käsitellään. Jalostaminen on siis elintarvikehuoneistotoimintaa, mutta alkutuotantoa ei lasketa elintarvikehuoneistotoimintaan kuuluvaksi. Elintarvikehuoneistosta tehdään ilmoitus valvontaviranomaiselle. (Evira 2018b.)

Pakkauksesta tulee löytyä tärkeimmät tiedot nopeasti, kuten tuotteen alkuperä, viimeinen käyttöpäivämäärä sekä ainesosaluettelo. Myös pakkauskoon ja -tavan on oltava tietynlaiset, jotta elintarvikkeiden määrän laskeminen ja pakkauksen avaaminen olisi helppoa. Pakkauskoko on tärkeä huomioida erityisesti silloin, jos tuotetta on tarkoitus pakastaa. (Huhtakangas n.d.) Tarkoituksen mukainen pakkaus on käytännöllinen myös logistiikan kannalta.

Suomessa oli vuonna 2014 yhteensä 2 950 elintarvikkeita jalostavaa yritystä. Suurin osa näistä yrityksistä sijaitsi tiheimmin asutuissa maakunnissa: Uudellamaalla, Varsinais-Suomessa ja Pohjois-Pohjanmaalla. Yritysten koot vaihtelevat paljon, sillä vain 135 yritystä oli yli 50 henkilöä työllistäviä ja lopuista 2 815 yrityksestä 90 prosenttia oli alle 20 henkilöä työllistäviä. Elintarvikkeita jalostavista yrityksistä suurin osa, 2102 yritystä, sijaitsee kaupunkien ulkopuolella maaseudulla raaka-aineiden lähettyvillä. Yritykset, joiden tuotteita ostetaan päivittäin, kuten leipomot, sijaitsevat usein tiheimmin asutuilla alueilla, kuten kaupungeissa. (Väänänen 2017, 13.)

Vuonna 2017 Kanta-Hämeessä jalostavia elintarvikeyrityksiä oli 109, joista 76 yritystä työllisti vähemmän kuin 5 työntekijää. Suurin toimiala oli leipomot toiminta, jota harjoitti 31 prosenttia yrityksistä, toisena vihannesten,

marjojen ja hedelmien jalostus 20 prosentilla ja kolmantena teurastus ja lihanjalostus 17 prosentilla. (Aitojamakuja.fi 2017.)

4.2.3 Tukut ja logistiikka

Tukkukaupalla tarkoitetaan toimintaa, jossa tukku ostaa tavaraa, kuten elintarvikkeita, ja myy sitä eteenpäin esimerkiksi kaupoille ja muille yrityksille sekä julkiselle sektorille. Tavara voi olla peräisin kotimaasta tai ulkomailta. (Kauppa.fi 2017.)

Julkisten suurkeittiöiden ostokanaviin kuuluvat muun muassa tukkuliikkeet, joista suurin osa elintarvikkeista hankintaan. Suosituimpia ovat valtakunnalliset Foodservice-tukkukauppa (HoReCa eli Hotels, Restaurants ja Catering) harjoittavat suuret tukkuliikkeet, kuten Ruokakeskon tytäryhtiö Kespro Oy. Lisäksi Suomessa on pienempiä yksityisiä tukkuliikkeitä, kuten Patu-tukkuja, ja lähi- tai luomuruokaan erikoistuneita tukkuja. Elintarvikkeita ostetaan myös suoraan alueellisilta valtakunnallisilta meijereiltä, teurastamoilta ja leipomoilta sekä paikallisilta viljelijöiltä ja jalostajilta. (Väänänen 2017, 23.)

Tukkujen suosio perustuu niiden vaivattomuuteen: suuria raaka-ainemääriä on helppo tilata, sillä monien eri tavarantoimittajien käyttäminen vie aikaa. Lisäksi liikenne keittiön lastauslaiturilla vähenee, kun kaikki tarvittava voidaan vastaanottaa kerralla. Tämän vuoksi suurin osa suurkeittiöiden elintarvikkeista hankitaan tukusta. Tukusta tilaaminen on joissakin tapauksissa myös ympäristöystävällisempi vaihtoehto kuin monien eri tavarantoimittajien käyttäminen. (Väänänen 2017, 23.)

Elintarvikkeiden toimitus tukun kautta ei sulje pois lähituotteita, vaan tukkuliikkeet ottavat lähituotteita valikoimiinsa kysynnän mukaan. Lähiruokatuokkuja lukuun ottamatta tukkuliikkeiden lähituotevalikoimassa sekä niiden esilletuonnissa olisi parantamisen varaa, ja usein ruokapalveluiden pitää erikseen kysyä lähituotteiden perään. Tukuilta toivotaankin laajempaa lähituotevalikoimaa. (Väänänen 2017, 23.)

Logistiikan tehtävänä on toimittaa raaka-aineet ja elintarvikkeet asiakkaalle sovittuun paikkaan ja aikaan mennessä mahdollisimman edullisesti ja ekologisesti (Logistiikan maailma n.d.d). Lähiruuan etuna ovat lyhyet välimatkat tuottajan ja kuluttajan välillä, mikä tarkoittaa myös lyhyitä logistiikkaketjuja. Haasteena on kuitenkin suhteellisen korkeat pudotusmaksut toimituksen kokoon nähden. Logistiikan tukkuihin keskittymisen myötä lähituotteiden pudotusmaksujen ja toimitusten suhde on kohtuullisempi. (Väänänen 2017, 23.)

4.2.4 Suurkeittiöt

Julkisella keittiöllä tarkoitetaan julkisen sektorin keittiötä, jonka asiakkaina ovat koulut, päivä- ja vanhainkodit, sairaalat, Puolustusvoimat sekä kuntien ja valtion virastot. Julkiset keittiöt ovat ammattikeittiöitä, mutta ammattikeittiöihin kuuluvat lisäksi esimerkiksi ravintolat, kahvilat ja hotellit. Keittiöt jaetaan tehtäviensä mukaan valmistuskeittiöihin, joissa ruoka valmistetaan ja jakelukeittiöihin, joissa ruokaa ei valmisteta, vaan se tulee valmiina esimerkiksi keskuskeittiöltä. Nykyään suuret keskuskeittiöt ovat korvanneet valmistuskeittiöitä ja jakelukeittiöiden määrä on kasvanut. Nämä keittiöt muodostavat ruokapalvelut. (Väänänen 2017, 17–18.) Tässä opinäytetyössä julkisilla suurkeittiöillä tarkoitetaan tämän kuvauksen mukaisia keittiöitä.

Vuonna 2015 Suomessa toimi 8 561 julkista keittiötä, joista valmistuskeittiöitä oli 3 655 keittiötä (Päivittäistavara-ry n.d.; Väänänen 2017, 17). Julkisten sektorin keittiöissä valmistettiin samana vuonna 383 miljoonaa aterialaikkaa eli noin 2 miljoonaa aterialaikkaa päivässä. Julkiset ruokapalvelut käyttävät vuosittain noin 350 miljoonaa euroa ruokahankintoihin, joiden osuus kaikista hankinnoista on 1–3 prosenttia. Julkiset suurkeittiöt ovat siis tärkeitä asiakkaita lähiruuan käytön lisäämiseksi. Keittiöiden käyttämät elintarvikkeet välittyvät myös esimerkkinä ruokailijoille. (Väänänen 2017, 17–18.)

Suurkeittiöt ovat asiakkaana varma ostaja elintarvikeyritykselle. Tarjonta on pitkälle suunniteltua, joten myös ostot ovat ennakoitavissa hyvissä ajoin. Useimmissa keittiöissä ruokaa tehdään tai ainakin tarjotaan 5–7 päivänä viikossa. Peruselintarvikkeita sekä jalosteita kuluu siis suuria määriä ympäri vuoden, mutta keittiöstä riippuen kesällä lomien aikaan saattaa olla vähemmän asiakkaita. (Väänänen 2017, 15.)

Suurkeittiöille tärkeintä on toimitusvarmuus. Ruokapalveluiden asiakkaina on satoja ruokailijoita päivittäin, joten tilattuja elintarvikkeita tulee olla sovittu määrä, joka tulee olla toimitettuna ajoissa. Elintarvikkeiden pitää myös olla juuri sitä, mitä on tilattu, jotta niistä valmistettavat ateriat ovat ruokalistan mukaisia. Keittiöiden varastotilat ovat hyvin rajalliset, joten elintarvikkeita pitää toimittaa lähes päivittäin. (Väänänen 2017, 15.)

Suurkeittiö voi olla yritykselle perustulonlähde tai lisäasiakas toiselle taholle ensisijaisesti tuottavalle tai jalostavalle yritykselle. Suurkeittiöiden ja esimerkiksi ravintoloiden sesongit saattavat olla eri aikoihin, joten suurkeittiö lisäasiakkaina voi toimia hyvin tuotannon menekin tasaajana. (Väänänen 2017, 15.)

Alueellista tarjontaa hyödyntääkseen keittiöiden kannattaa tehdä ruokalista suunniteltaessa ja reseptiikkaa kehiteltäessä yhteistyötä lähiruoka-toimijoiden kanssa. Kun ruokapalveluiden tarpeet ovat tiedossa, lähiruoka-

katoimija osaa kasvattaa tarvittavan määrän raaka-aineita ja hankkia tarvittavaa laitteistoa tai räätälöidä tuotteen jalostusasteeltaan keittiön tarpeisiin sopivaksi. Yhteisellä tuotekehityksellä saadaan lisättyä paikallisten tuotteiden käyttöä ja alueelliset toimijat pääsevät mukaan tarjoamaan tuotteitaan. (EkoCentria 2017, 3.) Tällainen toiminta voi luoda pitkiäkin asiakassuhteita (Väänänen 2017, 15).

Suuret kerralla tarvittavat elintarvikemäärät ovat pienille lähiruokatoimijoille haaste. Yritysten kannattaa verkostoitua ja tehdä yhteistarjous. Vastaavasti hankinnat voidaan jakaa osiin, mikä helpottaa pienyritysten pääsyä markkinoille. Erityisesti sesonkiruokalistat ovat hyvä mahdollisuus lähiruokatoimijoille tarjota tuotteitaan, koska silloin toimitusvarmuutta suurlle määrälle tuotetta ei tarvitse taata vuoden ympäri. Myös keittiö hyötyy sesonkiruokalistasta, koska kyseiset elintarvikkeet ovat silloin edullisimmillaan. (Väänänen 2017, 15, 58.)

Lähiruuan lisäämiseksi ruokalistasuunnittelu tulisi tehdä lähiruokalähtöisesti ja sesonginmukaisia tuotteita hyödyntäen. Samalla voidaan luoda myös uusia reseptejä. Sesonkiruuat voidaan merkitä ruokalistalle esimerkiksi ”syysadon kasviksena”, mikä tuo mahdollisuuden käyttää sitä, mitä lähialueella on tarjolla. Lähiruuan näkyvyyttä voidaan tuoda esiin erilaisilla teemapäivillä, jolloin voidaan tarjota esimerkiksi oman alueen perinneruokia, mikä tukee samalla ruokakulttuurin säilymistä. Sesonkiruoka-aineiden käyttö myös turvaa niiden saatavuutta alueelta jatkossakin. (Puoskari, Wuori, Korhonen & Muilu 2013, 91–92.)

4.2.5 Kuntapäätäjät

Lähiruuan käytön lisääminen julkisissa keittiöissä lähtee usein liikkeelle kuntapolitiikasta, sillä kunnan verorahojen käytöstä vastaavat kuntapäätäjät. Lähiruuan käyttö ja käytön lisääminen ovat arvovalintoja ja päättäjien tuleekin pohtia, halutaanko kunnassa sitoutua lähiruuan käytön lisäämiseen. (Puoskari ym. 2013, 89.) Päätöksen teko lähiruuan lisäämiseksi lähtee siis kunnan poliittisesta tahtotilasta.

Päättäjien tehtävänä on laatia kuntastrategia kotimaisten elintarvikkeiden käytöstä kunnallisissa ruokapalveluissa. Strategiasta on käytävä ilmi kunnan tulevaisuuskuva ja se, minkälaisia tuotteita ja palveluja verorahoilla hankitaan tulevaisuuskuvan toteuttamiseksi. Päätös lähiruuan lisäämisestä kirjataan strategian lisäksi hankinta- ja palvelulinjauksiin, mikäli sellaiset on laadittu. Myös julkisia hankintoja tekevät yksiköt, kuten esimerkiksi koulun tai vanhainkodin keittiö, voivat lisätä lähiruuan käyttöä kirjamalla sen omaan strategiaansa. (Väänänen 2017, 26–27.)

Kunta voi kilpailuttaa tuotteet tai palvelun itse tai kuulua niin sanottuun hankintarenkaaseen, jossa hankintaprosessi tehdään kunnan puolesta eikä kunnan tarvitse kilpailuttaa tuotteita itse (KuntaPro 2018). Kilpailutuksen voi tehdä myös kunnallinen liikelaitos. Kunnat voivat myös olla osakkaina

elintarvikkeita kilpailuttavassa yhteishankintayksikkönä toimivassa osakeyhtiössä tai liittyä yhteishankintayksikön kilpailuttamiin elintarvikesopimuksiin. Vaikka näissä vaihtoehdoissa kunnat ovat hankintatoimen tai -organisaation asiakkaita, kunnilla on silti oikeus vaatia oman lähiruokalinjauksensa mukaisia tuotteita ja palveluja. (Väänänen 2017, 27.)

Lähiruuan kirjaaminen viralliseen kuntasuunnitteluun on tärkeä toimenpide tavoitteeseen pääsemisessä, sillä se ohjaa konkreettisia toimia esimerkiksi velvoittamalla elintarvikehankinnoista vastaavia tahoja, kuten hankintayksiköitä, huomioimaan lähiruuan (Puoskari ym. 2013, 89). Siksi linjauksen pohjalta laaditaankin hankintaohjeistus, jonka toteutumista seurataan (Väänänen 2017, 27).

Kuka tahansa kuntalainen voi tehdä aloitteen lähiruuan lisäämiseksi, mikäli kunta ei ole vielä tehnyt lähiruokaa tai muita lähituotteita käsitteleviä hankintapolitiikan linjauksia ja kirjannut niitä strategiaansa. Myös ulkopuoliset asiantuntijat tai kehittäjätahot voivat tehdä aloitteen. (Väänänen 2017, 26.) Palautetta ja toiveita voi kertoa myös esimerkiksi ruokapalveluiden henkilökunnalle, josta tieto välittyy eteenpäin.

Tiukat budjetit ja pelkän hinnan huomiointi hankinnoissa on johtanut siihen, että lähiruokaan ei panosteta tarpeeksi. Lähiruoka nähdään usein kalliimpana kuin muu kotimainen tai ulkomainen tuote, jota tuoteryhmästä riippuen lähiruoka ei aina ole. Lähiruuan lisääminen ruokapalveluissa tulee myös kokonaistaloudellisesti edullisemmaksi sen aluetaloudelliset hyödyt huomioiden. Tärkeää on myös huolellinen ruokalista- ja tuotannonohjaussuunnittelu, jotta esimerkiksi suurkeittiön raaka-aineiden hankintakustannukset eivät kasvaisi. Lähiruokaan liittyvän yhteistyön käynnistäminen saattaa vaatia enemmän aikaa kuin tavallisesti menisi. Eniten aikaa vie oman alueen tarjontaan tutustuminen ja hankintojen tekeminen. Lähiruoka kuitenkin maksaa itsensä takaisin. (Väänänen 2017, 20, 27–28.)

Kuntapäätäjien ei tarvitse olla lähiruuan tai hankintalain asiantuntijoita, vaan ratkaisuja voidaan miettiä yhdessä asianomaisten kanssa (Väänänen 2017, 28). Ateriapalveluilla on tärkeä rooli asiantuntijoina linjauksia laadittaessa. Keskusteluun on hyvä saada näkökulmia myös alueen lähituottajilta ja elintarvikeyrityiltä. (Puoskari ym. 2013, 90.) Kuntapäätäjä voi myös ottaa yhteyttä sellaisiin kuntiin, joissa lähiruuan käyttöä on saatu lisättyä onnistuneesti ja saada heiltä neuvoja omaan toimintaansa sovellettavaksi. Lähiruoka voi olla mukana kunnan brändäyksessä ja osana kunnan imagoa, joten kun lähiruuassa on onnistuttu lähiruuan lisäämisessä, sen saa antaa näkyä niin kuntalaisille kuin ulkopuolisillekin. (Väänänen 2017, 28, 41.)

Vuonna 2020 voimaan tuleva sote- ja maakuntaudistus nähdään uhkana ja hankaloittavana tekijänä lähiruuan käytölle. Uudistuksen myötä erilaiset tehtävät, kuten ateriapalvelut, eivät ole enää kunnan vaan maakunnan toimintaa. Uhista yksi on kuntien pieniksi jäävät ruokapalveluyksiköt, jolloin

lähiruuan käyttö voi olla hankalampaa. Ratkaisuna tähän voisi olla toiminnan yhtiöittäminen. Vaarana kuitenkin on, että ruokapalvelut siirtyisivät kuntien ja maakuntien yhteisten yhtiöiden suuriin valmistuskeittäisiin, jolloin tarvittavat volyymit olisivat mahdottomia lähiruokatoimijoille. (Määttä 2017; Väänänen 2017, 18.)

5 JULKISET HANKINNAT

Julkiset hankinnat ovat hankintoja, joita hankintayksiköt, eli muun muassa valtio, kunnat ja liikelaitokset, tekevät oman organisaationsa ulkopuolelta. Hankintalaissa on määritelty hankinnan ennakoitua arvoa koskevat menettelytavat, joita tulee noudattaa. Yhteistä kaikille menettelytavoille kuitenkin on se, että hankinta tulee kilpailuttaa avoimesti niin, että tarjouspyyntö on kaikkien saatavilla ja kilpailuun osallistuvia organisaatioita on kohtelava tasapuolisesti. (HILMA 2018.)

Julkisilla hankinnoilla on suuren volyymin vuoksi merkittävä rooli oman talousalueen hyvinvoinnin, työllisyyden, elinkeinoelämän ja ympäristöta-voitteiden edistämisessä. Hankintoihin käytettävät summat ovat merkittäviä. Kysymys on siten yksityisille yrityksille tärkeästä markkinapotentiaalista. Julkisten organisaatioiden hankintatoimilla on siis suuri merkitys alueensa yritysten kasvulle ja kehittymiselle. (Väänänen 2017, 30.)

5.1 Kilpailutus

Julkisten suurkeittiöiden elintarvikekilpailutuksen hoitaa usein hankintayksikkö tai hankintarengas. Kilpailutuksen ulkopuolelle on kuitenkin mahdollista jättää tuotteita, jotka ruokapalvelu voi itse kilpailuttaa tai hankkia pienhankintana. Tällöin sopimusehtoihin tulee sisällyttää rinnakkaisten toimitusten ja ostopoikkeamien salliminen esimerkiksi kausituotteille. (EkoCentria 2017, 3.)

Hankintaa valmistellessa tulee miettiä, minkälaisia paikallisia tuotteita halutaan valikoimiin ja miten hankinta mahdollistetaan. Kaikkia elintarvikkeita ei tarvitse kilpailuttaa yhtä aikaa, vaan kilpailutuksen voi jaksottaa elintarvikeryhmittäin eri vuosille. Ruokapalveluiden ja lähiruokatoimijoiden välinen vuoropuhelu auttaa hankinnan suunnittelussa. (EkoCentria 2017, 3.)

Pienet ja keskisuuret yritykset voivat päästä julkisten suurkeittiöiden elintarvikkeiden toimittajaksi joko suoraan tai tukun kautta. Lähiruokatoimijat voivat myös muodostaa yhteenliittymiä tarjouspyyntöön vastatakseen tai ostaa itseltään puuttuvan osuuden toiselta saman alan toimijalta alihankintana. (EkoCentria 2017, 3.)

5.2 Tarjouspyynnöt

Hankintaa tehtäessä laaditaan hankintailmoitus, josta käy ilmi muiden hankinta-asiakirjojen ohella millainen hankinta on kyseessä (Hankinnat.fi 2016a). Hankintailmoitusta täydentää tarjouspyyntö. Tarjouspyyntö on asiakirja, jonka tarkoituksena on kuvata hankinnan kohde sekä pyytää tuotteen tai palvelun toimittajia esittämään tarjouksensa määräaikaan mennessä. Jos hankintailmoitus ja tarjouspyyntö eroavat toisistaan sisällöltään, noudatetaan lain mukaan hankintailmoituksessa ilmoitettuja tietoja. (Hankinnat.fi 2016b.)

Hankintayksikkö voi asettaa tarjouksille erilaisia vähimmäisvaatimuksia, jotka voivat liittyä sekä tarjoajaan että tuotteeseen ja toimitukseen (EkoCentria 2017, 4). Vaatimusten tarkoituksena on varmistaa, että tarjoajalla on riittävät resurssit ja valmiudet toteuttaa hankintasopimus. Tarjoajat tai tarjoukset jotka eivät täytä hankintayksikön asettamia vaatimuksia on suljettava tarjouskilpailun ulkopuolelle. (Hankinnat.fi 2016c.) Tarjouspyynnöstä käy ilmi myös tarjousten vertailuperusteet, joita hankintayksikkö hyödyntää vertaillessaan tuotteen sopivinta hintaa tai lisälaatua (Väänänen 2017, 46).

Halutun ominaisuuden kirjaaminen vähimmäisvaatimukseksi tai vertailukriteeriksi vaikuttaa lähituottajien mahdollisuuksiin pärjätä tarjouskilpailussa (Väänänen 2017, 46). Markkinakartoituksen ja -vuoropuhelun avulla hankintayksikkö saa käsityksen siitä, miten hankittava elintarvikeryhmä kannattaa määritellä tarjouspyynnössä. Esimerkiksi liialliset vaatimukset saattavat estää joitakin yrityksiä tekemästä tarjousta. (EkoCentria 2017, 3.)

Muissa kuin pienhankinnoissa tarjouksista on valittava kokonaistaloudellisesti edullisin tarjous. Tämä tarkoittaa tarjousta, joka on joko hinta-laatusuhteeltaan paras, hinnaltaan alhaisin tai kustannuksiltaan edullisin. (Hankinnat.fi 2016d.)

Julkisissa hankinnoissa noudatetaan syrjimättömyysperiaatetta, jonka mukaan kaikkia tarjoajia tulee kohdella samalla tavalla. Kohtelu ei saa riippua asioista jotka eivät liity hankinnan toteuttamiseen. Yksi tällaisista asioista on tarjoajan sijoittuminen alueelle. Eri maa- tai paikkakunnilta olevia tarjoajia on siis kohdeltava samalla tavalla välimatkasta riippumatta, eivätkä hankinnalle asetetut vaatimukset saa olla tiettyä aluetta suosivia tai syrjiviä. Näiden sääntöjen vuoksi lähiruokaa ei voida pitää julkisissa hankinnoissa pisteitä tuovana vertailukriteerinä tai vähimmäisvaatimuksena. (Väänänen 2017, 30.)

Hankintayksikkö tai -rengas voi kuitenkin asettaa tuotteelle vaatimukseksi esimerkiksi tietyn säilöntäainepitoisuuden tai tuoreuden, joilla pystytään edistämään lähiruuan mahdollisuuksia tarjouskilpailuissa. Syventämällä hankintaosaamista voidaan siis nähdä lähiruuan mahdollisuudet myös julkisissa hankinnoissa. (Väänänen 2017, 30, 44.)

5.3 Kynnysarvot ja luonteva hankintakokonaisuus

Hankinnat jaetaan niiden ennakoitun arvon mukaan EU-kynnysarvot ja kansalliset kynnysarvot ylittäviin hankintoihin. Molempiin sovelletaan hankintalakia, mutta EU-kynnysarvot perustuvat GPA-sopimukseen ja komission antamaan asetukseen, kun taas kansalliset kynnysarvot perustuvat kansalliseen lainsäädäntöön. (Hankinnat.fi 2017.)

Pienhankinnat ovat kansalliset kynnysarvot alittavia hankintoja, joihin ei sovelleta hankintalakia. Pienhankinnat tulee silti kilpailuttaa ja niistä on hyvä ilmoittaa mahdollisimman avoimesti, sillä pienhankinta voi olla alueen pienyrittäjälle merkittävä tilaisuus tarjota tuotettaan. Pienhankintojen tarjoukset ovat myös muodoltaan kevyempiä ja ne voidaan hoitaa esimerkiksi sähköpostitse. Tarjouspyynnöt voidaan julkaista sähköisessä portaalissa tai esimerkiksi lehti-ilmoituksella. (Väänänen 2017, 37.)

Kansallinen kynnysarvo eli pienhankintojen yläraja elintarvikehankinnoille on 60 000 euroa ja EU-kynnysarvo 144 000 euroa (Hankinnat.fi 2017). Ruokapalveluilla on mahdollisuus hankkia tuotteita alle kansallisen kynnysarvon sopimusehtojen salliessa (EkoCentria 2017, 4).

Luontevalla hankintakokonaisuudella tarkoitetaan samanaikaisesti kilpailutettavia samantyyppisiä tuotteita tai palveluja. Luontevaksi hankintakokonaisuudeksi lasketaan tuoteryhmät, joista kaikki osat alalla toimiva yrittäjä voisi mahdollisesti tarjota, tai sellaiset tuoteryhmät, joiden osia ei perustellusti pystytä määrittelemään erillisiksi osiksi. Esimerkiksi yhdeltä leipomolta ostettavat tuotteet muodostavat luontevan hankintakokonaisuuden. Hankintakokonaisuus lasketaan yhdeksi hankinnaksi, jonka kokonaisarvo ratkaisee hankintaan sovellettavan kynnysarvon. Kokonaisarvo on myös samalla hankinnan ennakoitu arvo. (Väänänen 2017, 35.)

5.4 Hankintojen jakaminen

Uusi julkisia hankintoja koskeva lainsäädäntö astui voimaan 1.1.2017. Uudistuksen myötä pienten ja keskisuurten yritysten asemaa julkisissa hankinnoissa on pyritty parantamaan. Uudistuneen hankintalain mukaan hankintasopimuksen voi jakaa erillisiin osiin, joiden koon ja sisällön määrittelee hankintayksikkö. Tällöin hankintasopimus jaetaan luonteviin kokonaisuuksiin, joista voi suorittaa erillisen kilpailutuksen. Hankinnan osat voidaan kilpailuttaa myös erillisissä tarjouskilpailuissa. Toinen tapa on määrittellä hankintailmoitukseen millaisista osista yritys voi antaa oman osatarjouksensa. (Hankinnat.fi 2016e; Hämäläinen & Kumpulainen 2017.)

Hankintailmoituksessa on ilmoitettava, voiko tarjouksen tehdä yhdestä, useammasta vai kaikista osista. Jos tarjouksen voi antaa useammasta tai kaikista osista, ilmoituksesta on käytävä ilmi, moneenko osaan tarjous voi tulla valituksi. Lisäksi ilmoituksesta tulee selvittää ne säännöt ja kriteerit,

joita käytetään, mikäli tarjous tulisivikin valituksi ilmoitettua enimmäismäärää useampaan osaan. (Hankinnat.fi 2016e.)

Jakaminen voidaan toteuttaa esimerkiksi niin, että hankittavat tuotteet tai palvelut jaetaan erilaisiin ryhmiin tai alueen mukaan. Jakaminen ei saa vaikuttaa hankintakokonaisuuden ennakoituun arvoon, vaan ennakoitua arvoa laskettaessa kaikki osatarjoukset on huomioitava. (Hankinnat.fi 2016e.)

Jos hankinta jaetaan erillisiksi kilpailutuksiksi, on huomioitava ero jakamisen ja pilkkomisen välillä. Hankinnan pilkkomista on esimerkiksi hankinnan osiin jakaminen lain soveltamisen välttämiseksi tai eri kynnysarvon omaavien hankintojen toisiinsa liittäminen keinotekoisesti. Hankinnan pilkkominen on hankintalain 31 §:n mukaan kiellettyä. (Hankinnat.fi 2016e.) Hankintojen lainmukaisuutta valvoo Kilpailu- ja kuluttajavirasto KKV (Hämäläinen & Kumpulainen 2017).

Hankintasopimusta ei kuitenkaan ole pakko jakaa osiin. Mikäli hankintayksikkö ei näin halua tehdä, on hankintayksiköllä perusteluvollisuus, eli jakamatta jättämisen syyt on kerrottava joko hankinta-asiakirjoissa, hankintapäätöksessä tai hankintamenettelyä koskevassa erillisessä kertomuksessa. Syinä voivat olla esimerkiksi näkemys kilpailun rajoittamisesta jakamisella, sopimuksen liian vaikea toteuttaminen tai riski eri osien yhteensopimattomuudesta. (Hankinnat.fi 2016e.)

Jakamisen lisäksi hankintayksikkö voi myös yhdistää useamman osan tai kaikki osat samaan hankintasopimukseen. Yhdistettävistä osista on oltava tieto hankintailmoituksessa. (Hankinnat.fi 2016e.)

Hankintalain muuttuminen ja sopimuksen osiin jakamisen mahdollistaminen helpottaa muun muassa pienten ja keskisuurten lähiruokatuottajien ja -jalostajien pääsyä mukaan markkinoille ja samalla saadaan enemmän tarjouksia (EkoCentria 2017, 3). Julkisten suurkeittiöiden ja elintarviketeollisuuden tarvitsemat volyymit ovat usein niin suuria, että pienemmillä lähiruokatuottajilla ja -jalostajilla ei ole muuten mahdollisuutta tarjota tuotteitaan. Näin pienet ja keskisuuret tuottajat ja jalostajat voivat tehdä yhteistyötä ja tehdä yhdessä tarjouksen, eli muodostaa tarjousryhmittymän. (Väänänen 2017, 40.)

5.5 Markkinakartoitus ja -vuoropuhelu

Julkisilla ruokapalveluilla on käytössään kilpailutuskalenteri elintarvikkeille. Tarjouspyynnöille on siis suunniteltu arvioidut julkaisemisajankohdat, eli jokin tietty elintarvike kilpailutetaan tietyinä vuodenaikana tai vuotena. Jos tarjouskilpailun hankintailmoitukseen reagoiminen on lähiruokatuottajan tai -jalostajan ensimmäinen kontakti ruokapalvelutahoon, voi tämä olla liian myöhäistä. Pahimmassa tapauksessa ilmoitus jää kokonaan

lähiruokatoimijalta huomaamatta tai se huomataan vasta tarjousajan päättymisen jälkeen. (Väänänen 2017, 40.)

Jotta tämä vältettäisiin, yritys voi vaikuttaa tuleviin yhteistyöprojekteihinsa jo ennen tarjouspyyntöjen julkaisua. Yrityksen kannattaa käydä markkinavuoropuhelua eli olla aktiivisesti yhteydessä eri toimijoiden kanssa jo hankinnan suunnittelu- ja valmisteluvaiheessa. Markkinavuoropuhelu onkin usein onnistuneen lähiruokahankinnan edellytys. (Väänänen 2017, 40.)

Markkinavuoropuhelusta on hyötyä molemmille osapuolille: lähiruokatoimija saa riittävästi aikaa asiakirjojen laatimiseen, toimintansa ja tuotevalikoimansa suunnitteluun, resurssien hankkimiseen ja mahdolliseen tarjousryhmittymän perustamiseen. Hankintayksikön tai -renkaan hyödyt sen sijaan ovat muuan muassa lähituottajien osallistumismahdollisuuksien tukeminen, tarjousten määrän lisääntyminen, tarjouspyyntöjen epäselvyyksien vähentäminen ja parempi kaupallinen suhde toimittajien kanssa. Lisäksi hankintayksikkö voi saada tietoa hankinnan ennakoidusta arvosta. Tämä on hankintayksikölle hyödyllistä ja arvokasta tietoa, sillä on lainvastaista käyttää tarjouskilpailua markkinoiden hintatason selvittämiseen tai toimijoiden kartoittamiseen ilman aikomusta tehdä sopimusta. (Väänänen 2017, 40.)

Hankintayksikön on yrityksiä apunaan käyttäessään oltava varovainen ja huolehtia siitä, että vuoropuhelussa mukana olevat tahot eivät pääse vaikuttamaan liikaa tarjouspyynnön sisältöön, kuten esimerkiksi hankinnan kohteen kuvaukseen. Neuvoja voidaan toki käyttää apuna hankintamenettelyssä, mutta se ei saa johtaa esimerkiksi syrjimättömyysperiaatteen vastaiseen kilpailuun. (Väänänen 2017, 40.)

Markkinavuoropuhelun lisäksi hankintayksikkö voi tehdä markkinakartoituksen ennen hankintamenettelyn aloittamista. Markkinakartoitusta ei ole määritelty hankintalaissa tyhjentävästi, mutta yleisesti sillä tarkoitetaan markkinoilla olevaa tietoa, jota hankintayksikkö voi käyttää hyödykseen hankinnan suunnittelussa. (Väänänen 2017, 40.) Markkinakartoitus olisi hyvä aloittaa vähintään 1,5 vuotta ennen tarjouspyyntöä (EkoCentria 2017, 2).

Hankinnan suunnittelun aloittaminen voidaan aloittaa esimerkiksi lähitoimijoiden tai tuotevalikoiman kartoittamisella internetin avulla. Tiedotukseen voidaan käyttää kotisivuja, sanomalehteä, ennakoilmoitusta HILMAssa tai informaatiotilaisuutta. Erityisesti kahta viimeistä voidaan hyödyntää palautteen saamiseksi tarjouspyynnön luonnokseen. Monessa kunnassa järjestetään myös koulutuksia hankintojen perusteista ja tarjousten laatimisesta. (Väänänen 2017, 41.)

Markkinakartoituksessa ja -vuoropuhelussa keskeisessä asemassa ovat alalla toimivat yritykset. Vuoropuhelussa kannattaa huomioida eri tyyppiä ja kokoisia toimittajia parhaan mahdollisen tietopohjan kasaan saamiseksi. Pienillä, muutaman työntekijän yrityksillä voi olla vaikeuksia osallistua vuoropuheluun resurssien puutteellisuuden vuoksi. Vuoropuhelun laajuus ja aikataulu kannattaa siis järjestää niin, että myös pienemmillä yrityksillä olisi mahdollisuus osallistua ja jakaa arvokas tietonsa. Tuottajien lisäksi hankinnan suunnitteluvaiheessa kannattaa käyttää apuna myös tilaajaa tai käyttäjää, kuten julkisen suurkeittiön henkilökuntaa. Apua voi saada voi myös alueen kehittäjä- ja tukiorganisaatioiden asiantuntijoilta. Vuoropuhelua saadaan syvennettyä, kun keskustellaan suoraan toimijoiden kanssa esimerkiksi haastatteluiden tai konsulttien kautta. (Väänänen 2017, 40–41.)

Lähituottajat ja -jalostajat voivat täyttää myös Aitojamakuja.fi-sivuston tuotekortin, jonka ideana listata tuotteen ominaisuuksia ja saada yrittäjä mieltämään tuotteensa vahvuuksia. Korttia voidaan käyttää apuna yrittäjien ja ostajien välisissä neuvotteluissa. Myös hankintayksiköt voivat hyödyntää sivustoa lähiruokatoimijoita kartoittaessaan. (Aitojamakuja.fi n.d.b.)

6 HAASTATTELU JA KYSELY TUTKIMUSMENETELMINÄ

Opinnäytetyön tutkimusosuus koostui kahdesta osasta. Alun perin oli tarkoitus haastatella kaikkia lähiruuan arvoketjun edustajia. Haastatteluja ei kuitenkaan saatu sovittua tuottajien ja jalostajien kanssa, joten heille tehtiin sähköinen kysely.

6.1 Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tutkimusongelma on lähiruuan vähäinen käyttö Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä. Tämän selvittämiseksi työn tutkimusosudessa käsitellään lähiruuan käytön lisäämisen haasteita ja arvoketjun eri toimijoiden näkemyksiä. Tutkimusongelman pohjalta syntyi kolme tutkimuskysymystä:

- Miksi lähiruuan runsaampi käyttö ei onnistu Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä?
- Mitä arvoketjun eri toimijat toivovat lähiruualta ja yhteistyöltä?
- Mitkä asiat arvoketjun eri osapuolet kokevat haasteiksi?

Tutkimusongelma muotoillaan tutkimuskysymyksiksi, koska kysymyksiin on helpompi vastata ja sitä kautta löytää ratkaisu tutkimusongelmaan (Kananen 2014, 27).

6.2 Tutkimusotteiden valinta

Tutkimusongelman luonne määrää sopivimman tutkimusotteen eli lähestymistavan. Paras tutkimusote ongelmaan löytyy, kun tarkastellaan mitä tietoa tarvitaan ja mikä on paras tapa tiedon keräämiseen, analysoimiseen ja tulkitsemiseen. Tutkimusotteella eli lähestymistavalla tarkoitetaan menetelmien kokonaisuutta, joka voidaan yksinkertaisimmillaan jakaa määrälliseen eli kvantitatiiviseen ja laadulliseen eli kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Menetelmiä on muitakin riippuen näkökulmasta ja koulu-kunnasta. Erilaisia tutkimusotteita voidaan yhdistellä tarpeen mukaan, jolloin saadaan monimenetelmäisiä tutkimusyhdistelmiä. (Kananen 2014, 20–21.) Tutkimusongelman -ja kysymysten pohjalta päädyin laadulliseen tutkimukseen, mutta haastattelun osin epäonnistuttua osa tutkimuksesta oli myös määrällistä.

6.2.1 Laadullinen tutkimus

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa tutkimusta, jonka avulla pyritään löytämään uutta tietoa ja saada käsiteltävästä ilmiöstä syvälinen kuvaus (Kananen 2014, 17). Valitsin opinnäytetyöhöni kvalitatiivisen tutkimusotteen, sillä vaikka lähiruuan käytöstä on tietoa ja sen käyttöä on jo pitkään yritetty lisätä, jokin edelleen estää lähiruuan runsaamman käytön Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä.

Laadullisen tutkimuksessa tutkijalla ja tutkittavalla on suora kontakti ja tutkija kerää tietoa ilmiön parissa kentällä (Kananen 2014, 19). Tutkimuskysymyksiin ja sitä kautta tutkimusongelmaan saatiin kattavimmin tietoa keräämällä tietoa lähiruuan arvoketjun eri toimijoilta. Kaikkien toimijoiden kanssa ei ollut mahdollisuutta tavata heidän työskentely-ympäristössään, kuten työpaikalla, joten nämä tapaamiset järjestettiin Hämeen ammatti-korkeakoulun Forssan toimipisteen tiloissa.

6.2.2 Määrällinen tutkimus

Koska tutkimusmenetelmäksi valittu teemahaastattelu ei onnistunut lähituottajien ja -jalostajien kanssa, heidän kohdallaan päädyttiin kyselyyn. Tämä osuus tutkimuksesta toteutettiin siis kvantitatiivisesti eli määrällisesti. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on tärkeää omata ymmärrys tutkitavasta aiheesta, sillä esimerkiksi strukturoidun kyselyn vastausvaihtoehtojen oikeellisuus ja täsmällisyys riippuu hyvin pitkälti siitä, kuinka hyvin tutkija tuntee ilmiön (Kananen 2015, 73–74). Kyselyn tekemistä auttoi huomattavasti se, että olin teorian lisäksi jo haastatellut muita lähiruoka-ketjun toimijoita ja vaikuttajia.

6.3 Tutkimusmenetelmien valinta

Tässä luvussa käsitellään kahta eri tutkimusmenetelmää, teemahaastattelua ja kyselyä, sekä näiden tietojen pohjalta koottujen teemarungon ja kyselyn laatimista.

6.3.1 Teemahaastattelu

Laadullisessa tutkimuksessa tietoa voi kerätä eri tavoin. Tutkimusmenetelmäksi valikoitui työn tilaajan puolesta haastattelu, jonka tarkensin teemahaastatteluksi. Teemahaastattelua vapaampi syvähaastattelu olisi ollut myös varteenotettava vaihtoehto, mutta päädyin teemahaastatteluun koska halusin olla varma, että saan vastauksia tutkimuskysymyksiini.

Teemahaastattelu on kahden ihmisen välinen haastattelu, jossa keskustellaan yksi aihe eli teema kerrallaan. Tutkija on miettinyt teemat ja niihin sisältyvät kysymykset sekä näitä tarkentavat ja täydentävät kysymykset valmiiksi ennakkotietojen eli teorian pohjalta. Kysymykseen saatu vastaus synnyttää usein lisäkysymyksiä, joten tutkijalta edellytetään tilanneherkkyyttä. (Kananen 2014, 76–80.)

Teemahaastattelu soveltui hyvin aineiston hankinnan metodiksi, sillä haastateltavia oli vähän ja tutkimusjoukko oli pieni. Haastattelulla saatiin jokaiselta haastateltavalta mahdollisimman paljon tietoa ja näin varmistettiin tarpeeksi kattava tutkimusaineisto. Haastattelun etuihin kuuluu esimerkiksi kyselyyn verrattuna se, että lisäkysymyksiä on helppo esittää ja kysymysten järjestystä on mahdollista muuttaa tarpeen tullessa. Teemahaastattelu on onnistunut, jos sen aineisto tuottaa tuloksen tutkimusongelmaan. (Kananen 2014, 76–80.)

Teemahaastattelut käytiin kasvokkain ja ne äänitettiin, sillä vastausten kirjoittamiselle ei olisi ollut aikaa. Lisäksi äänittämällä haastattelutilanne pysyi mahdollisimman luontevana. Äänitys tapahtui iPadilla. Aineiston analysoinnin jälkeen usein herää uusia kysymyksiä, jonka jälkeen voidaan haastatella jo haastateltuja tahoja uudestaan (Kananen 2014, 76). Uusintahaastatteluja ei kuitenkaan nähty tarpeelliseksi tässä opinnäytetyössä, sillä vastauksia tutkimuskysymyksiin saatiin jo ensimmäisistä haastatteluista. Lisäksi jo ensimmäistenkin haastattelujen sopiminen oli suhteellisen työstä.

6.3.2 Teemarungon laatiminen

Ennen teemahaastattelua laaditaan runko, johon kirjataan keskusteltavat aiheet. Teemarunko on liitteenä (liite 1). Teemojen tulisi kattaa tutkittava ilmiö mahdollisimman hyvin. Haastatteluni kolme teemaa rakensin kolmen

tutkimuskysymyksen ympärille, jotta saisin varmimmin tutkimuskysymyksiini vastauksia. Haastattelurunkoni teemat olivat siis toiveet, haasteet ja lähiruuan runsaamman käytön esteet.

Teemoista keskustelu aloitetaan yleisellä tasolla, jonka jälkeen siirrytään yksityiskohtaisempiin kysymyksiin. Kysymykset tulee rajata ilmiön, eli tässä tapauksessa lähiruuan ja sen käytön, sisäpuolelle ja kohdistaa kysymykset tutkittavan tahon toimintaan. Hyviä kysymyksiä ovat avoimet kysymykset (miksi, milloin ja miten), jatkokysymykset (voisitteko täsmentää...?) ja hypoteettiset kysymykset (mitä jos...?). Tutkijan on otettava huomioon, että jokaiseen kysymysmuotoon latautuu oletus vastauksesta. Huonoja kysymyksiä sen sijaan ovat dikotomisat eli kyllä/ei-kysymykset ja itsestäänselvyydet. Haastateltavan vastauksiin ei tule ottaa kantaa, sillä vaarana on aiheiston vinoutuminen, jos haastateltava alkaa mielistellä haastattelijaa. (Kananen 2014, 76–80.)

Haastattelussa ei kannata mennä heti itse asiaan, vaan sopivaa ilmapiiriä ja luottamusta voi luoda esipuheella (Aaltola & Valli 2010, 32). Esipuheena kysyin haastateltavalta hänen tyypillisestä työpäivästään, mikä antoi samalla minulle ymmärrystä haastateltavan toimenkuvasta organisaatiossa. Keskustelimme työn tilaajan kanssa teemojen järjestyksestä ja päädyimme siihen, että haastattelut olisi hyvä aloittaa muita teemoja pehmeämmällä toiveet-teemalla. Tähän päädyttiin siksi, että lähiruoka on joillekin toimijoille vaikea aihe ja haastattelulla haluttiin pyrkiä välttämään minkäänlaista syyllistämistä. Seuraavaksi teemaksi valikoitui haasteet ja vasta viimeiseksi se, miksi lähiruokaa ei hyödynnetä suurkeittiöissä enempää, sillä kiperämpiin kysymyksiin on helpompi saada totuudenmukaisia vastauksia, kun luottamus haastattelijan ja haastateltavan välille on jo syntynyt (Aaltola & Valli 2010, 32).

Teemarungon tehtävänä on varmistaa, että kaikista teemoista tulee keskusteltua jokaisen kanssa, vaikka jokin teema jäisikin jonkun kohdalla vähemmän käsitellyksi (Aaltola & Valli 2010, 37). Haastatteluissani kaikki teemat käytiin läpi hyvin jokaisen haastateltavan kanssa, mutta jotkin kysymykset käsiteltiin toisia tarkemmin haastateltavasta riippuen.

6.3.3 Kysely

Lähtöuuttajien ja -jalostajien mielipiteiden ja näkemysten selvittämiseksi valikoitui sähköinen kyselytutkimus (liite 2). Lähtöimijoita on paljon ja he ovat kiireisiä, joten pyrin tekemään kyselystä mahdollisimman nopeasti vastattavan. Paperinen kyselylomake ei ollut edes vaihtoehto, vaan työn tilaajan kanssa päädyimme heti sähköiseen versioon. Kysely toteutettiin Webropol-kyselytyökalulla ja linkki kyselyyn lähetettiin yrityksille sähköpostitse kolme kertaa joulutammikuun aikana. Sähköpostin yhteydessä pyrittiin motivoimaan vastaanottajia osallistumaan kyselyyn ja kerrottiin kyselyn ja sen tulosten käyttötarkoitus.

6.3.4 Kyselyn laatiminen

Kuten haastattelulla, myös kyselyllä pyritään löytämään tutkimuskysymyksiin vastauksia. Kysely tehtiin haastattelujen jälkeen ja tekemieni haastattelujen tuloksista oli suuri apu kysymysten ja vastausvaihtoehtojen laatimisessa.

Kyselyn pituus ja selkeys ovat yksi tärkeimmistä seikoista niin vastaajalle kuin tutkijallekin. Vastausprosentti usein kärsii liian pitkästä kyselystä, jonka vuoksi päädyin tekemään kyselystä lyhyen, noin viidessä minuutissa vastattavan. Kysymykset ja vastausvaihtoehdot tulee muotoilla yleiskielellä niin, että vastaaja ymmärtäisi ne mahdollisimman samalla tavalla kuin kyselyn laatija. Tämä vaikuttaa myös osaltaan kyselyn tulosten luotettavuuteen. Kyselyn vastattavuutta voidaan varmistaa sijoittamalla helposti vastattavat kysymykset heti kyselyn alkuun. Myös kysymysten loogiseen järjestykseen ja aiheesta toiseen siirtymiseen on syytä kiinnittää huomiota, jotta vastaaminen olisi mielekkäämpää. Pääsääntönä kyselyissä on, että asiat kysytään kohtuullisen tarkasti, sillä karkeajakoisesti kerättyjä vastauksia on vaikeampi tiivistää analysointivaiheessa. Kysymysten tarkkuustasoon liittyy myös olennaisesti se, rajataanko kysymykseen valmiit vastausvaihtoehdot vai ovatko kysymykset vain avoimella tekstikentällä varustettuja. (KvantiMOT n.d.) Tällä on vaikutusta myös kyselyn pituuteen.

Halusin tehdä kyselystä nopeasti vastattavan, joten tein kysymyksiin valmiit vastausvaihtoehdot. Kysymyksiä oli 23, joista 22 oli strukturoituja suljettuja kysymyksiä tai monivalintakysymyksiä. Lisäsin kuitenkin useisiin kysymyksiin ”Muu, mikä?” -kohdan siltä varalta, että en olisi osannut ottaa huomioon kaikkia mahdollisia vastausvaihtoehtoja. Lisäksi kyselyn lopussa oli yksi avoin kysymys ja tekstikenttä, johon vastaajan oli mahdollista mainita kysymättä jääneitä asioita tai kertoa toiveitaan lähiruokaan liittyen. Kyselyssä oli myös kysymyksiä, joista osa tuli vastaajalle näkyviin vain, jos hän oli edellisessä kysymyksessä vastannut tietyn vastausvaihtoehdon, koska osa kysymyksistä, kuten ovatko julkiset suurkeittiöt perus- vai lisätulo, koski vain julkisille suurkeittiöille tällä hetkellä myyviä vastaajia.

6.4 Aineiston käsittely

Teemahaastattelu ja kysely ovat hyvin erilaiset tutkimusmenetelmät, joten niiden tulosten analysoiminen oli myös toisistaan poikkeavaa. Tässä luvussa käsitellään molempien aineistojen analysointiprosessit.

6.4.1 Teemahaastattelujen äänitteiden käsittely

Keräämäni haastatteluaineisto oli kaikki yhdessä muodossa, äänitiedostoina. Litteroin eli muutin äänitiedostot tekstimuotoon, jotta aineistoa olisi helpompi käsitellä ja vertailla keskenään. Teemahaastatteluaineisto kirjoiti-

tetaan tekstimuotoon yleensä mahdollisimman sanatarkasti, mutta litteroinnin hitauden vuoksi tutkija joutuu usein valitsemaan mitkä osat aineistosta ovat oleellisimpia ja kuinka tarkka litterointi on tarpeen. Tukena ovat kuitenkin alkuperäiset tallenteet, joihin on mahdollisuus tarpeen tullen palata. Litteroinnissa on erilaisia tasoja, joista tarkin huomioi puheen lisäksi muun muassa elkeet ja äänenpainot. Usein riittää kuitenkin karkeampi litterointi, jossa lauseen asiasisältö on tiivistettynä. (Kananen 2015, 160–161.) Itse litteroin aineiston tällä karkeammalla tavalla, sillä äänitettyä aineistoa oli monen tunnin edestä.

Vastaajat eivät usein kerro haastattelussa asiaansa suoraan, vaan tutkijan on löydettävä sanoman ydin litteroidusta tekstimassasta. Yksinkertaisin menetelmä, johon itsekin päädyin, on tekstin tiivistäminen ja asiasisältöjen löytäminen. Tekstejä voidaan segmentoida eli jakaa alatason asiasisältöihin, jolloin yksi asiakokonaisuus muodostaa yhden segmentin. (Kananen 2015, 166.) Litteroituja tekstejä lukiessani huomasin samankaltaisuuksia haastattelemieni kolmen keittiön välillä ja muiden lähiruokaan perehtyneiden organisaatioiden välillä, joten päädyin jaottelemaan tekstit ensin näiden kahden ryhmän teksteiksi. Tämän jälkeen segmentoin tekstit vielä erikseen aihepiireittäin, ensin haasteiksi ja ratkaisuehdotuksiksi/toiveiksi ja edelleen aiheittain kuten hinta, tarjouskilpailut ja niin edelleen.

6.4.2 Kyselyn tulosten käsittely

Kyselyn tulosten käsittely alkoi datan siirrosta Webropol-kyselytyökalusta Exceliin havaintomatriisiksi. Tämän jälkeen tulokset tiivistettiin suoriksi jakaumiksi, eli jokaiselle kysymyksen vastausvaihtoehdolle laskettiin vastauksia vastaava suhteellinen osuus prosentteina (Kananen 2015, 289). Suorat jakaumat muokattiin vielä diagrammeihin, jolloin tuloksia on helpompi tulkita.

Puutteelliset vastaukset tulisi poistaa, mutta muutaman kysymyksen vaje voidaan kuitenkin ottaa mukaan (Kananen 2015, 287). Puutteellisia vastauksia oli neljä, joista kolmesta puuttui vastaus yhteen kysymykseen ja yhdestä puuttui vastaus kolmeen kysymykseen. Koska vastauksia oli vain kymmenen, päätin laskea puutteelliset vastaukset kyselyn tuloksiin mukaan.

6.5 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen luotettavuutta tarkastellaan validiteetin ja reliabiliteetin avulla. Validiteetilla tarkoitetaan oikeiden asioiden tutkimista ja reliabiliteetilla tutkimustulosten pysyvyyttä eli samanlaisia tuloksia, jos tutkimus toistettaisiin. Näillä käsitteillä pyritään saatujen tulosten oikeellisuuteen. (Kananen 2015, 343.)

Validiteetti on hyvä, jos tutkimuksella on saatu vastaus siihen mitä on haettu. Puutteellisella validiteetilla tarkoitetaan tutkimusta, jossa tutkimus tai sen osa keskittyy enemmän tai vähemmän johonkin muuhun kuin oli alun perin tarkoitus. Validiteetin puuttuminen tekee tutkimuksesta arvottoman. (Virtuaaliammattikorkeakoulu n.d.)

6.5.1 Haastattelu

Tehtyjen haastatteluiden validiutta eli luotettavuutta tarkasteltaessa voidaan todeta, että vastauksista nousi esiin vastauksia tutkimuskysymyksiin. Haastattelukysymyksillä mitattiin, mitä opinnäytetyön tilaaja toivoi, eli tutkimuksen validiteetti on hyvä. Haastateltavat edustivat arvoketjun eri toimijoita ja muita lähiruokaan liittyviä tahoja hyvin siihen nähden, että tuottajia tai jalostajia ei saatu haastateltaviksi. Haastateltavien määrä olisi toki voinut olla suurempi kattavamman tuloksen saamiseksi ja sitä kautta validiteetin parantamiseksi, mutta haastateltavien löytäminen itsessään oli jo pieni haaste.

Vaikka haastattelujen tulokset käsiteltiin ja julkaistiin nimettömänä, on mahdollista, että vastauksiin on vaikuttanut haastateltavan halu antaa organisaatiostaan mahdollisimman lähiruokamyönteinen kuva. Haastateltavilla todennäköisesti oli myös ennakkokäsitys minusta lähiruuan kannattajana valitsemani opinnäytetyöni aiheen perusteella. Joihinkin kysymyksiin kaivattiin tarkennusta tai esimerkkejä, joten on mahdollista, että olen saattanut vaikuttaa haastateltavan vastaukseen. Haastattelussa on väärinymmärryksen vaara, mutta ainakin haastattelutilanteessa itselläni oli tunne, että olimme haastateltavan kanssa samalla aaltopituudella. Tulee myös ottaa huomioon, että esimerkiksi ruokapalvelun johtajan mielipide ei välttämättä vastaa koko keittiöhenkilökunnan kantaa asiaan.

6.5.2 Kysely

Kyselyn tuloksia tarkasteltaessa voidaan huomata, että siitä nousee esiin niitä asioita, joita olikin tarkoitus selvittää. Kyselyn validiteetti on siis hyvä. Kyselyyn vastanneet lähiruokayritykset edustavat suhteellisen kattavasti eri raaka-aineita ja tuotteita. Kooltaan ne edustavat kuitenkin vain mikro- ja pienyrityksiä. Tämän ja vastanneiden määrän (10) vuoksi kyselyn tuloksia ei voida yleistää koko Kanta-Hämeen lähiruokatoimijoiden kannaksi lähiruokaa liittyviin haasteisiin ja toiveisiin.

Kyselyn vastauksiin on voinut vaikuttaa vastaajien sen hetkinen mielentila, kiire ja asenne lähiruokaa tai kyselyitä kohtaan. Erityisesti vastausaktiivisuuteen vaikutti mitä todennäköisimmin jouluun ja vuodenvaihteeseen liittyvät kiireet. Kyselyn nimettömyys sen sijaan on todennäköisesti ollut eduksi tulosten luotettavuutta tarkastellessa.

Kyselyn tulosten luotettavuutta heikentää kysymysten 12 ja 20 vertailu, josta voidaan huomata joitakin ristiriitaisia vastauksia (kts. alaluku 8.2.5, s. 46). Todennäköisin syy tälle on kysymyksen 12 väärin ymmärtäminen.

7 PROJEKTIN ETENEMINEN

Tässä luvussa käsitellään projektin eri vaiheet tavoitteista toteutuksen kautta aikatauluun ja siinä pysymiseen. Lisäksi käydään läpi se, miten projekti erosi alkuperäisestä suunnitelmasta. Projektin onnistumista käsitellään luvussa 9 Johtopäätökset ja pohdinta.

7.1 Projektin tarve ja tavoitteet

Tarve tutkimukselle lähti LUO Next Step -hankkeelta, jonka toiminnan yhtenä osa-alueena on lähiruoka ja sen käytön lisääminen. Nykytilanne Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä on se, että lähiruokaa ei hyödynnetä niin paljon kuin olisi mahdollista. Opinnäytetyöni tavoitteena oli löytää ne esteet, joiden vuoksi lähiruuan runsaampi käyttö ei ole tällä hetkellä mahdollista. Lisäksi selvitettiin myös eri lähiruokaketjun tahojen haasteiksi kokemat asiat sekä toiveet lähiruokaan liittyen.

Kun lähiruuan runsaamman käytön syyt ovat selvillä, asiaan on helpompi puuttua ja löytää keinoja lähiruuan lisäämiseksi niin, että tulevaisuudessa Kanta-Hämeen suurkeittiöissä hyödynnettäisiin enemmän oman alueen tuotantoa. Ratkaisuja etsiessä voidaan samalla huomioida eri toimijoiden haasteet ja toiveet, jotta ratkaisut olisivat mahdollisimman tasapuolisia. Vastaavaa tutkimusta ei ole Kanta-Hämeessä ennen tehty, ja tämän tutkimuksen myötä on helpompi puuttua juuri Kanta-Hämeen haasteiden ratkaisemiseksi.

Ennen tutkimusta juttelin opinnäytetyön tutkimusosuudesta, lähiruuan käytöstä ja eri toimijoiden siihen liittyvistä ennakkokäsityksistä työn tilaajan, LUO Next Step -hankkeen projektipäällikön Laura Vainion kanssa. Tutustuin myös aiheeseen liittyvään teoriaan, jonka pohjalta teemahaastattelurunkoa oli valmiuksia lähteä rakentamaan. Pohjalla oli myös aiemmin opinnoissani suorittama kurssi, joka käsitteli muun muassa julkisia hankintoja.

7.2 Projektin toteutus

Projektin toteutustavaksi valikoitui haastattelu tilaajaan toiveesta, sillä näin aineistosta saataisiin mahdollisimman pätevä ja laaja. Haastattelun tarkensin itse teemahaastatteluksi, jolla varmistin saavani vastauksen tut-

kimuskysymyksiini. Haastateltavat löytyivät työn tilaajan kontakteista, Aitojamakuja.fi -sivustolta sekä Kanta-Hämeen ja sen eri kaupunkien toimijoita ja vaikuttajia googlaamalla.

Projektin etenemisen tarkistuspisteinä toimivat haastateltavien löytyminen, haastattelujen sopiminen sekä haastattelujen aineiston käsittely tuloksiksi. Näistä tarkistuspisteistä ensimmäisen kohdalla jouduttiin alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen tekemään muutos, kun haastatteluja ei saatu sovittua lähiruokatuottajien ja -jalostajien kanssa. Heidän kohdallaan aineisto päätettiin kerätä sähköisellä kyselyllä.

7.3 Projektin aikataulu

Ensimmäinen keskustelu työn tilaajan kanssa käytiin syyskuussa 2017. Alkuperäisen suunnitelmani mukaan haastattelut olisivat sijoittuneet marraskuulle, jotta joulukiireet eivät häiritse haastatteluajankohdian sopimista ja tutkimuksellinen osuus oli tarkoitus toteuttaa ainoastaan teema-haastattelujen avulla. Joulukuu oli varattu litterointia ja tulosten analysointia varten ja tammikuu opinnäytetyön loppuviilaukselle, jolloin opinnäytetyö olisi ollut valmis jo helmikuussa.

Varsinainen kirjoitustyö alkoi lokakuussa, jolloin tutustuin teoriaan ja tutkimusmenetelmiin. Teemahaastatteluun päädyttyäni aloin koota teemarunkoa. Suunnitelmaseminaari oli marraskuun alussa, jonka jälkeen otin yhteyttä mahdollisiin haastateltaviin. Sain kuitenkin vain pari vastausta haastattelupyyntöihini, joten etsimme työn tilaajan kanssa lisää mahdollisia haastateltavia ja myös hän otti kontakteihinsa yhteyttä muistuttaen heille lähettämästäni sähköpostista. Tämä aiheutti pientä myöhästymistä aikataulusta. Tarpeellinen määrä haastatteluja saatiin kuitenkin lopulta sovittua, mutta niistä suurin osa sijoittui alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen vasta joulukuulle. Marras-joulukuu kului siis opinnäytetyötä kirjoittaessa, haastatteluja sopiessa ja tehdessä sekä litteroinnin parissa.

Marraskuun haastattelupyyntöyhteydenotot eivät olleet johtaneet yhteenkään sovittuun haastatteluun lähiruokatuottajan tai -jalostajan kanssa siitäkään huolimatta, että sähköpostiviesti oli lähetetty kahdesti monelle toimijalle. Tämä saattoi johtua joulua edeltävistä kiireistä tai siitä, että lähiruoka on aiheena niin arka. Työn tilaajallakaan ei ollut kontakteissaan yhtään lähiruokatoimijaa, jota olisi voinut kehottaa vastaamaan viestiini, joten päädyimme yhdessä siihen, että tämä osion toteutettiin kyselyllä. Kyselyn tein joulukuun alkupuolella ja ensimmäisen kerran se lähetettiin Kanta-Hämeen lähiruokatoimijoille joulukuun puolessa välissä, toisen kerran joulun ja uuden vuoden välipäivinä ja vielä kolmannen kerran tammikuun alussa. Lähiruokatoimijoiden yhteystiedot löytyivät Aitojamakuja.fi-sivustolta, ja kysely lähetettiin suurilta osin samoille tahoille kuin haastattelupyyntöviestitkin. Tämä oli suuri muutos alkuperäiseen suunnitelmaan ja sen vuoksi aikataulu pitkittyi muutamilla viikoilla, sillä sekä tuloksien käsittely että tutkimusmenetelmään tutustuminen vei oman aikansa. Joulu-

ja tammikuu kuuluivat haastattelun ja kyselyn tuloksia käsitellessä sekä teorian täydentämisessä ja helmikuu tekstien hiomisessa ja tiivistämisessä. Tekstien lopullinen hiominen siirtyi näin maalisi- ja huhtikuulle.

8 TULOKSET

Haastattelujen ja kyselyn aineisto ja otanta olivat hyvin erilaiset, joten myös niiden tulokset on käsitelty toisistaan erillään.

8.1 Haastattelut

Haastattelin kahdeksaa lähiruuan kanssa tekemisissä olevaa toimijaa Kanta-Hämeen alueelta. Näihin toimijoihin kuului lähiruoka- ja tukiorganisaatioiden edustajia, kuntapäättäjä, tukku ja kolme eri keittiöiden edustajaa. Teemahaastatteluiden aineistosta nousi esiin hyvin paljon samoja haasteita, ratkaisuehdotuksia ja toiveita. Tämän vuoksi tuloksia ei ole järkevää käydä läpi haastateltavittain, vaan tein jaon keittiöiden ja muiden haastateltavien kokemien haasteiden välille. Ratkaisuehdotukset ovat omana alalukunaan.

8.1.1 Keittiöiden haasteet

Haastattelujen perusteella kolmen Kanta-Hämeen julkisen suurkeittiön tämän hetkiset tilanteet ja haasteet ovat hyvin samankaltaisia.

Haastateltujen ruokapalveluiden edustajien mukaan hankintatoimet on ulkoistettu eli hankintoja ei tehdä itse. Joissakin tuotteissa, kuten peruna, hiutaleet ja marjat, on kuitenkin jättyä hankintarenkaan ulkopuolelle ja ne kilpailutetaan erikseen itse. Keittiöt eivät kuitenkaan nähneet järkeväksi jäädä useamman raaka-ainekategorian kohdalla hankintarenkaan ulkopuolelle, koska hankintarenkaaseen kuulumisen edellyttää sopimuksesta riippuen tuotteiden tai vähintäänkin laskutuksen menemistä tukun kautta, joka aiheuttaa lisävaivaa keittiölle. Lähiruuan suosiminen hankinnoissa myös koettiin hankalaksi. Hankintarenkaaseen liittyessä on määriteltävä haluttujen elintarvikkeiden kriteerit, mutta ne koskevat lähinnä tuotteiden ravintoarvoja ja kotimaisuutta.

Suurimmat ongelmat lähiruuassa liittyivät tarvittavaan elintarvikemäärään, joka on monelle lähitoimijalle liian suuri. Tarvittava määrä vaikuttaa myös toimitusvarmuuteen, joka pitäisi olla taattu vuoden ympäri. Tämä vaikuttaa osaltaan myös siihen, miksi useamman tuotteen kohdalla ei ole halua jättäytyä hankintarenkaan ulkopuolelle. Myös väärä jalostusaste on usein ongelma erityisesti lihatuotteissa. Tasalaatuisuus ja pakkauskoke eivät ole tuottaneet ongelmaa.

Tukut ovat keittiöille helppo, nopea ja varma tapa tehdä tilaukset. Lähiruokatuotteen nähdään kuitenkin liian kalliina, vaikka kiinnostusta löytyykin. Normaalin tukun valikoimista löytyy toisinaan myös lähituotteita, mutta usein tukun valikoimiin päästäkseen tarvitaan suuret volyymit, johon lähiruokatoimija ei välttämättä pysty.

Haastattelemieni keittiöiden valikoima on pitkälti kunnista riippuvaisia, sillä kunnat määrittävät julkisille keittiöille rajoitukset elintarvikkeisiin käytettävän rahasumman. Myönnetyn rahamäärän käyttökohdetta tulee myös miettiä: halutaanko panostaa esimerkiksi ruuan ravintoarvoihin tai kotimaisuuteen, vai juuri lähiruokaan? Keittiöissä lähiruoka nähtiin kalliimpana kuin muu suomalainen ruoka, mutta toisaalta esimerkiksi lähiperuna on usein voittanut kilpailutuksen edullisuudellaan.

Lähiruuan käytön lisäämisestä on puhe, mutta konkreettiset teot, kuten asian strategiaan kirjaaminen, ovat jääneet toistaiseksi tekemättä. Lähiruuan kirjaaminen strategiaan tarkoittaisi lisää verorahoja ruokapalveluiden käyttöön, jolloin lähiruokaan voitaisiin panostaa. Tahtoa lähiruuan lisäämiseksi siis on, mutta ei vielä tarpeeksi. Suurin painoarvo on toki päätäjillä, mutta myös keittiöiden puolella nähdään mahdollisuus vaikuttaa. Keittiöiden asenne lähiruokaan itsessään on myönteinen, mutta sen nähdään tuovan liikaa vaivaa erillisten tilausten vuoksi.

Lähiruuan käytön lisäämistä hankaloittaa myös se, että lähialueen lähiruokatoimijoita ei tiedetä. Keittiö ja lähiruokatoimija eivät siis välttämättä kohtaa. Keittiöt ovat tehneet markkinakartoitusta jonkin verran, ja lähialueen tuotteita on ostettu esimerkiksi teemapäiviä varten.

Keittiöt eivät ole huomanneet lähiruuan kysynnässä muutoksia, mutta kotimaisuus kiinnostaa ruokapalveluiden asiakkaita entistä enemmän. Keittiöidenkin näkökulmasta lähiruokaa tärkeämpi ominaisuus on kotimaisuus.

8.1.2 Asiantuntijaorganisaatioiden, kuntapäätäjän ja tukun haasteet

Tuki- ja asiantuntijaorganisaatioiden, kuntapäätäjän sekä tukun käsitykset lähiruuan runsaamman käytön ongelmista ja mahdollisista ratkaisuista olivat hyvin yhteneviä. Suurimpina ongelmina nähdään hankintarenkaat, taho-tilan puuttuminen sekä keittiöiden tarvitsemat suuret elintarvikemäärät.

Hankintarenkaissa muutama iso toimija kilpailuttaa hankinnat, jolloin pienet toimijat eivät pysty edes tarjoamaan tuotteitaan. Hankintarenkaiden ja hankintojen ulkoistamisen myötä on samalla ulkoistettu hankintaosaaaminen. Esimerkiksi laadun ja etäisyyden kilpailuttaminen koetaan hankilaksi, kun taas halvimmän kilpailuttaminen on tuttua. Lähiruuan kilpailutus- ja tarjousmenettelyt ovat siis väärällä pohjalla. Hankintarenkaiden olisi mahdollista jakaa hankintansa, mutta niin ei kuitenkaan tehdä. Hankintarenkaat eivät myöskään tee markkinakartoitusta tai käy vuoropuhelua.

Lähiruuan hinta ei ole ongelma, mutta siitä usein pidetään ongelmana, koska aluetaloudellisia vaikutuksia ja arvoketjun merkitystä alueelle ei osata kaikissa kunnissa nähdä. Lähiruoka nähdään kalliimpina vaihtoehtona ja mielikuva lähiruuasta sekoitetaan usein luomuun. Yhdeksi syyksi hinta edellä menemiseen mainitaan hankintalaki, vaikka todellinen syy on tahtotilan puuttumisessa, jonka tulisi lähteä lakimuutosten sijaan päättäjistä. Tuotteesta ja tuottajasta riippuen lähiruoka voi toki olla kalliimpaa. Esimerkiksi laatujärjestelmävaatimus on niin suuri sijoitus pienyrittäjälle, että se väkisininkin vaikuttaa tuotteen hintaan.

Kanta-Hämeen kuntien tahtotilat lähiruuan lisäämiseen nähdään suurimilta osin puutteellisena. Puheita on paljon, mutta konkreettiset teot puuttuvat, joka johtuu usein lähiruuan hyötyihin perehtymättömyydestä. Tämä nähdään suurena esteenä lähiruuan käytön lisäämiseksi, sillä kaikki lähtee liikkeelle päättäjistä.

Julkisten suurkeittiöiden tarvitsema suuri elintarvikemäärä mainittiin yhdeksi suurimmista ongelmista, sillä se sulkee pienet toimijat heti tarjouskilpailun ulkopuolelle. Samoin käy tukkujenkin kohdalla. Myös tiettyjen tuotteiden rajallinen säilyminen, kuten juuresten nahistuminen myyntikelvottomaksi kevättä kohden, mainittiin ongelmaksi. Tuottajat ja jalostajat ovat jonkin verran yhteistyössä keskenään, mutta parantamisen varaa on, jotta yhdessä tarjoukseen vastaaminen olisi mahdollista. Yhteistarjouksen tekemisessä voi olla ongelmana se, että yhteistyötä tekevien lähitoimijoiden tuotteiden tulisi olla mahdollisimman samanlaiset.

Ongelmiksi mainittiin myös liian vähäinen markkinakartoitus ja -vuoropuhelu sekä keittiöiden erilaiset vaatimukset esimerkiksi tuotteiden jalostusasteisiin liittyen. Lisäksi osa tuottajista ei ole soveltunut myymään keittiöille, vaan on suuntautunut myymään kaupoille, elintarviketeollisuuteen tai suoraan tukuille.

Maakuntaudistus nähdään suurena uhkana paikalliselle tuotannolle ja sitä kautta ruokaturvalle.

8.1.3 Ratkaisuehdotukset ja toiveet

Merkittävin toimenpide lähiruuan lisäämiseksi julkisissa suurkeittiöissä tuki- ja asiantuntijaorganisaatioiden, tukun ja kuntapäättäjän mukaan on kunnan tahtotila. Tällä hetkellä lähiruuasta kyllä puhutaan ja asenne on siltä osin myönteinen, mutta teot puuttuvat. Lähiruuan käytön lisäämiseksi tulisi olla halua löytää ne keinot, joilla hankintoja voitaisiin tehdä lähiruokaa mahdollistavasti. Aluetaloudellisten vaikutusten perusteellinen selvitys laskelmilla toisi ymmärrystä lähiruuan hinnasta ja hyödyistä kunnalle ja faktaa päätösten tueksi. Lähiruuan lisäämisen kannalta on tärkeää, että päätös lisäämisestä kirjataan niin kunta- kuin maakuntastrategiaan ja ase-

tetaan tavoite. Asian kuitenkin nähtiin lähtevän liikkeelle keittiöiden tahotilasta ja ruokapalveluyksiköiden johtajista, sillä heillä on tieto reseptikasta ja siitä, mitkä raaka-aineet olisi helpointa korvata lähituotteilla. Lisäksi asiakkaiden palautteet kulkevat usein keittiöiden kautta.

Hankintaosaamiseen toivotaan parannusta niin tuottajien ja jalostajien kuin keittiöidenkin puolelta. Jonkinlaisilla kursseilla voitaisiin opettaa tarjouspyyntöjen laatimista lähiruokaa suosivilla kriteereillä, kertoa markkinakartoituksen ja -vuoropuhelun tärkeydestä ja ajankohdasta sekä hankintojen jakamisesta ja niihin yhdessä tarjoamisesta.

Yhteistyö on välttämätöntä, jotta pienillä ja keskisuurilla tuottajilla ja jalostajilla olisi tarpeeksi suuri määrä tuotetta tarjottavaksi. Tukiorganisaatioista kyselemällä ja erilaisilla tilaisuuksilla voitaisiin saada ruokaketjun tahot kohtaamaan ja luotua verkostoja niin tuottajien ja jalostajien välille kuin keittiöidenkin kanssa. Pienyrittäjät voisivat ryhmässä tehdä sen, mitä tukutkin tekevät: helpottaa keittiön työtä järjestämällä heille vain yhden tilauksen, laskun ja kuljetuksen monen sijaan. Näin myös toimitusvarmuus olisi taatumpi. Yksi vaihtoehto olisi myös perustaa alueelle useampi lähiruokatukku tämän hetkisen yhden ainoan lisäksi.

Ratkaisuksi keittiöt ehdottavat kilpailutuksen keventämistä niin, että se ei olisi niin hankalaa ja aikaa vievää. Toisaalta myös toivottiin hankintarenkään mahdollistavan osatarjoukset ja huomioivan lähiruokaa enemmän kilpailutuksissaan, jotta lähitoimijoiden tuotteet pääsisivät sitä kautta mukaan keittiöiden ruokalistoilta. Kattavat laskelmat lähiruuan kuluista ja hyödyistä sekä kirjaaminen kuntastrategiaan nähtiin tärkeänä myös keittiöissä. Keittiöt ovat olleet lähitoimijoiden kanssa käytyyn yhteistyöhön tyytyväisiä, mutta lähitoimijoilta toivotaan lisää aktiivisuutta lähestymiseen, tuotteidensa testattavaksi tarjoamiseen ja tuotekehittelyyn, mikäli esimerkiksi heidän tuotteensa jalostusaste on keittiön tarpeisiin sopimaton.

Muita ehdotuksia olivat lähituotteiden lisäämisen aloittaminen yksinkertaisimmista ruuista, kuten keitoista, joiden pakastejuurekset voitaisiin korvata lähialueen tuorejuureksilla. Helpoimmiksi lähituotteiksi keittiöt mainitsivat vihannekset ja myllytuotteet. Kasvisruuassa ja -proteiinissa nähtiin mahdollinen markkinarako lähitoimijoille. Lähiruuan käytön lisääminen nähtiin helpoimpana pienissä kunnissa ja toimintayksiköissä, joissa riskinhallinta ja vaikuttaminen on helpompaa kuin isommissa kunnissa ja kaupungeissa, koska hankintaa ja sitä kautta hankintaosaamista ei välttämättä ole ulkoistettu niin paljon. Merkinnöillä raaka-aineiden alkuperästä ruokalistassa voitaisiin vaikuttaa asiakkaiden asenteisiin ja tietoisuuteen lähiruusta.

8.2 Kysely

Tarkoituksena oli haastatella myös lähiruokatoimijoita ja -jalostajia, mutta vastaukset haastattelupyyntöihini jäivät lähelle nollaa. Syynä saattoivat

olla joulukiireet tai ylipäättään kiireinen yrittäjän arki. Aihe voi myös olla lähiruokatoimijoille arka, jonka vuoksi haastattelu saattoi kuulostaa epämiellyttävältä.

Haastattelun sijaan päädyin tekemään Webropol-kyselytyökalulla kyselyn, joka lähetettiin 42:lle Kanta-Hämeen lähiruokatoimijalle. Toimijat löytyivät Aitojamakua.fi-sivustolta ja kysely lähetettiin kaikille, joiden sähköpostiosoite oli saatavilla. Mukana oli niin pieniä kuin suuriakin yrityksiä ja erilaisia tuotteita riippumatta siitä, myyvätkö he tällä hetkellä tuotteitaan julkisille suurkeittiöille vai eivät. Kysely lähetettiin sähköpostitse kolme kertaa ja vastauksia saatiin 10 eri toimijalta. Kyselyn vastausprosentti on näin ollen noin 24 prosenttia. Vastanneiden määrä oli kuitenkin niin pieni, että tämän kyselyn pohjalta ei voida yleistää koko Kanta-Hämeen lähiruokatoimijoiden tilannetta tai mielipiteitä.

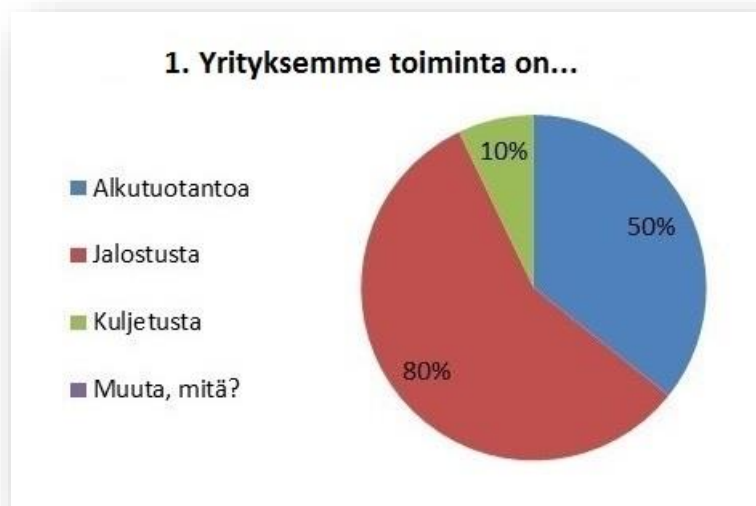
Tässä luvussa esitellään ensin kyselyn tulokset, jonka jälkeen seuraa tulosten yhteenveto. Osaan kysymyksistä oli mahdollista valita vain yksi vastausvaihtoehto, osa kysymyksistä oli monivalintoja. Tämä tulee huomioida monivalintojen ympyrädiagrammeja tulkittaessa, joissa värit näyttävät vastausten määrän jakautumisen, kun taas prosenttiluvut kertovat sen, kuinka moni vastaajista on valinnut kyseisen vastausvaihtoehdon. Lisäksi osa kysymyksistä aukesi vastaajalle vain, jos hän oli valinnut tietyn vastausvaihtoehdon edellisessä kohdassa. Tämä vaikuttaa oleellisesti joidenkin kysymysten vastausmäärään.

8.2.1 Perustiedot

Kyselyn kolmella ensimmäisellä kysymyksellä kartoitettiin kyselyyn vastanneiden yritysten toimintaa, kokoa ja tuotettavia elintarvikkeita.

Kysymykseen yrityksen toiminnasta oli mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto (kuva 2, s. 33). Vastanneista yrityksistä kahden toiminta on vain alkutuotantoa, viiden vain jalostusta, kahden sekä alkutuotantoa että jalostusta ja yhden alkutuotantoa, jalostusta sekä kuljetusta. Muuta, mitä? -kohtaan ei tullut yhtään vastausta.

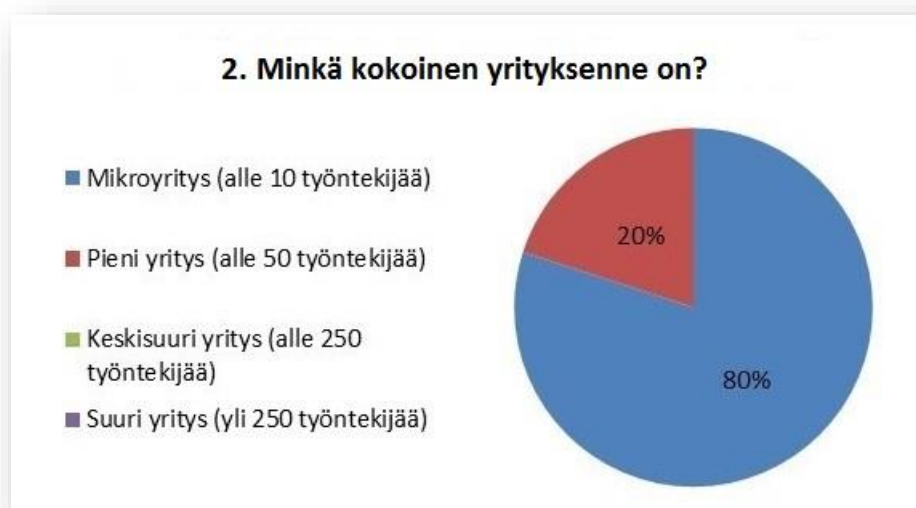
Vastausten perusteella Kanta-Hämeen mikro- ja pienyritysten (kts. kysymys 2, kuva 3, s. 33) toiminta on keskittynyt suurimmaksi osaksi jalostukseen ja jonkin verran myös alkutuotantoon.



Kuva 2. Vastanneiden yritysten toiminnan jakauma.

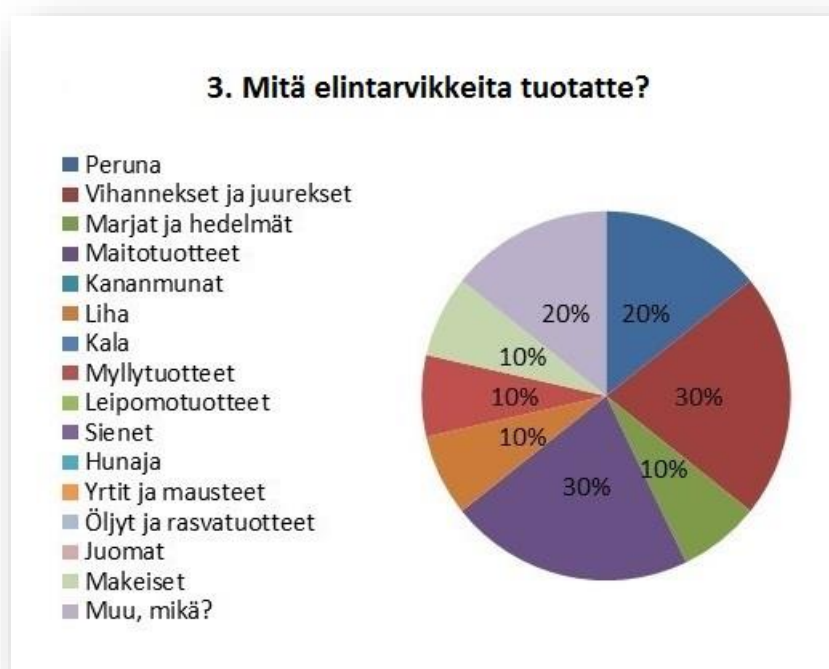
Kymmenestä vastaajasta kaksi oli pieniä yrityksiä ja loput kahdeksan mikroyrityksiä (kuva 3). Tämän kyselyn vastauksien tuloksia voidaan tarkastella vain pien- ja mikroyritysten näkökulmana lähiruuan lisäämisen haasteisiin ja mahdollisiin ratkaisuihin. Toisaalta, suurin osa lähiruokatoimijoista on pieniä yrityksiä, joten tulos ei yllätä.

Yritysten kokojen määritelmät ovat Tilastokeskuksen määrittelemiä (Tilastokeskus n.d.a; Tilastokeskus n.d.b).



Kuva 3. Vastanneiden yritysten kokojen jakauma.

Kysymykseen yritysten tuottamista elintarvikkeista oli mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto (kuva 4). Kymmenen vastanneen yrityksen toiminta keskittyy suurimmaksi osaksi vihanneksiin ja juureksiin, maitotuotteisiin ja perunaan. Toiseksi eniten tuotettuihin kuuluvat marjat ja hedelmät, liha, myllytuotteet sekä makeiset. Muu, mikä? -kohtaan makeisvalmistaja oli vastannut ksylitolipastillit ja perunaa ja vihanneksia tuottava yritys oli halunnut tarkentaa, että hänen tuotteensa ovat kuorittuja ja perunatuotteet kypsiä.

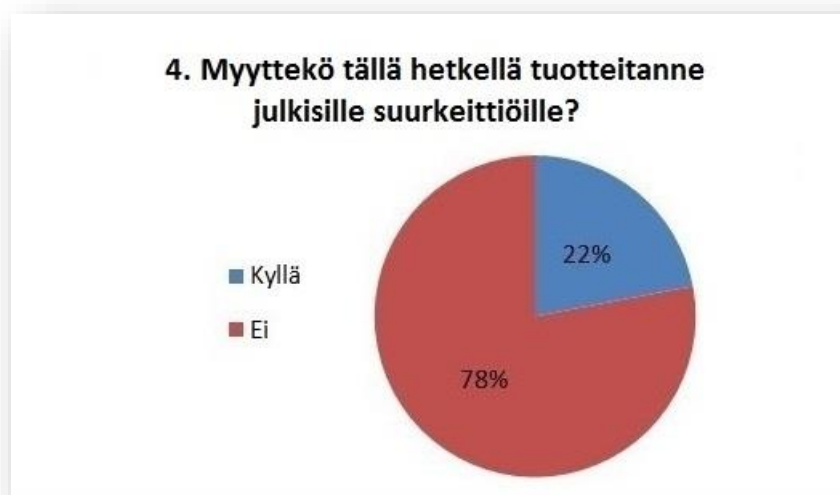


Kuva 4. Vastanneiden yritysten tuottamien elintarvikkeiden jakauma.

8.2.2 Julkiset suurkeittiöt ja tuotekehitys

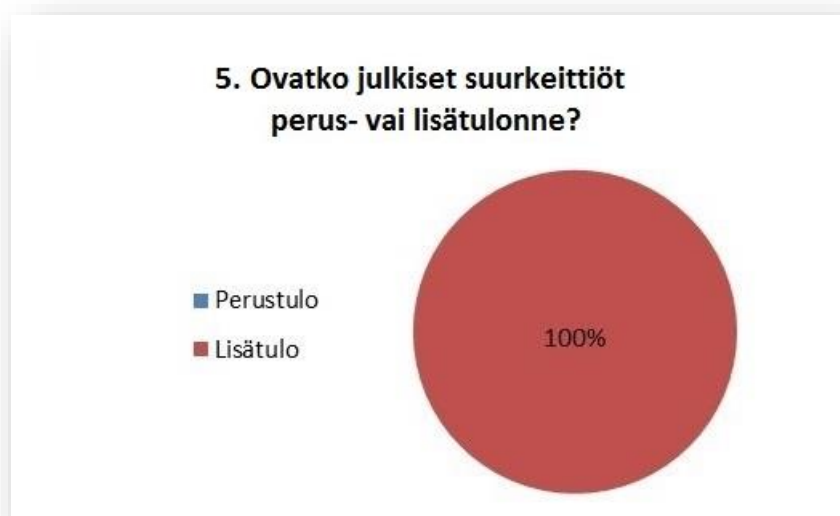
Seuraavat kysymykset käsittelevät lähitoimijoiden halua ja haasteita myydä tuotteitaan julkisille suurkeittiöille.

Vastaajista vain yhdeksän vastasi kysymykseen tämän hetkisestä myynnistä julkisille suurkeittiöille, eli yksi jätti vastaamatta (kuva 5, s. 35). Yhdeksästä vastaajasta vain kaksi myy tuotteitaan julkisille suurkeittiöille tällä hetkellä.



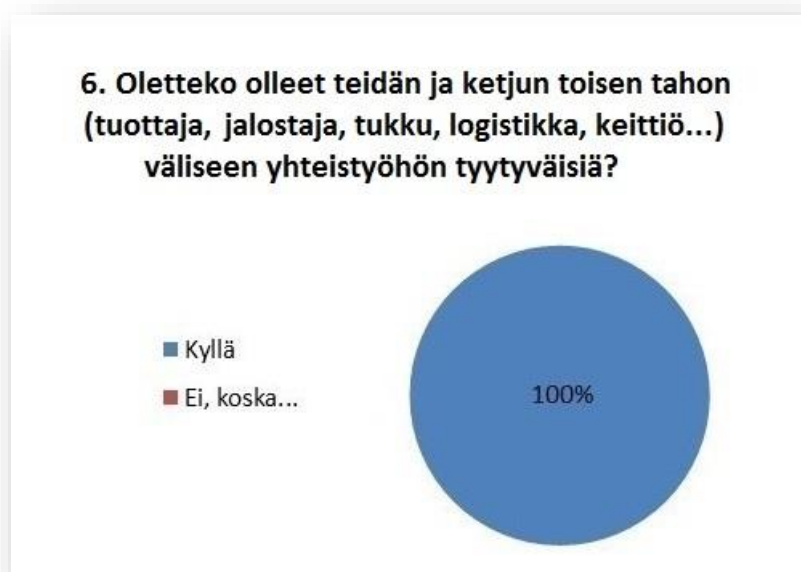
Kuva 5. Tällä hetkellä suurkeittiöille myyvien yritysten jakauma.

Viides kysymys (kuva 6) aukesi vain kahdelle vastaajalle eli niille, jotka vastasivat edelliseen kysymykseen kyllä. Molemmille vastaajille julkiset suurkeittiöt ovat lisätulo.



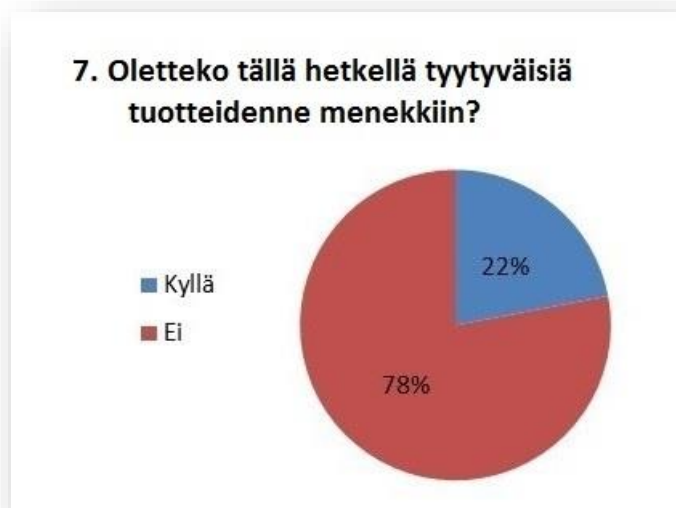
Kuva 6. Vastausten jakauma suurkeittiöiden osuudesta tuloihin.

Kuudes kysymys (kuva 7, s. 36) tuli näkyviin vain kahdelle vastaajalle eli niille, jotka olivat vastanneet kysymykseen neljä kyllä. Kuitenkin vain toinen heistä vastasi tähän kysymykseen. Toisen vastaajan vastaamattomuuden saattoi vaikuttaa se, että vastausvaihtoehdoissa ei ollut ”en osaa sanoa” -kohtaa, joka sulki pois vastauksen yhteistyöstä joka ei ole ollut huonoa mutta ei erityisen hyvääkään. Tätä en ollut vastausvaihtoehdoissa osannut huomioda, mutta asian olisi voinut mainita Ei, koska... -vaihtoehdon avoimessa tekstikentässä.



Kuva 7. Vastausten jakauma tyytyväisyyteen yhteistyöstä.

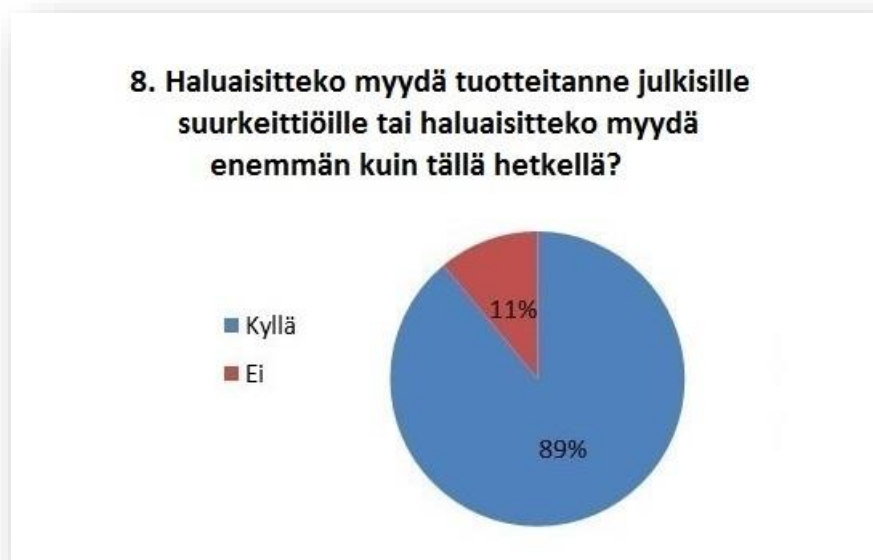
Kysymykseen tyytyväisyydestä tuotteiden menekkiin (kuva 8) vastauksia tuli vain yhdeksän. Vastaajista vain kaksi on tyytyväisiä tuotteidensa menekkiin, kun taas seitsemän ei ole.



Kuva 8. Vastanneiden tyytyväisyys tuotteidensa menekkiin.

Kysymykseen halusta myydä tuotteita julkisille suurkeittiöille (kuva 9, s. 37) vastauksia tuli vain yhdeksän. Vastanneista lähitoimijoista kahdeksan haluaisi myydä tuotteitaan julkisille suurkeittiöille tai myydä enemmän

kuin nyt. Vain yksi vastanneista ei halua. Sama vastaaja oli jättänyt vastaamatta edelliseen kysymykseen menekistä. Vastaamatta jättänyt vastaaja sen sijaan oli vastannut kyllä kysymykseen menekistä.

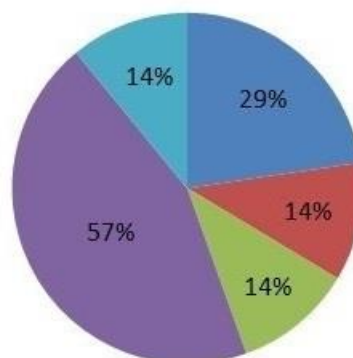


Kuva 9. Vastanneiden halu myydä tuotteitaan julkisille suurkeittiöille.

Yhdeksäs kysymys (kuva 10, s. 38) tuli näkyviin vain kahdeksalle vastaajalle eli niille, jotka olivat vastanneet edelliseen kysymykseen kyllä. Tähän kysymykseen vastauksia tuli kuitenkin vain seitsemän eli yksi jätti vastaamatta. Suurimmaksi haasteeksi nousee selvästi se, että lähitoimijat eivät pääse osaksi tarjouskilpailua, sillä tämän vaihtoehdon valitsi neljä vastaajaa. Toiseksi painavimpana syynä on keittiöiden tarvitsema suuri elintarvikemäärä, jonka valitsi vastaajista kaksi. Sopiva tuote ja toimitusvarmuus ovat näitä pienempiä haasteita, kummankin vaihtoehdon valitsi vain yksi vastaaja. Muu syy, mikä? -kohdan tekstikenttään ei tullut vastausta, vaikka yksi vastaaja sen valitsikin.

9. Miksi teidän ei tällä hetkellä ole mahdollista myydä julkisille suurkeittiöille tuotteitanne tai myydä niitä enempää?

- Emme pysty tuottamaan tarpeeksi tuotetta suurkeittiön tarpeisiin
- Emme pysty tuottamaan sopivaa tuotetta suurkeittiön tarpeisiin
- Emme pysty takaamaan suurkeittiö(i)lle toimitusvarmuutta
- Emme pääse osaksi tarjouskilpailua
- Muu syy, mikä?

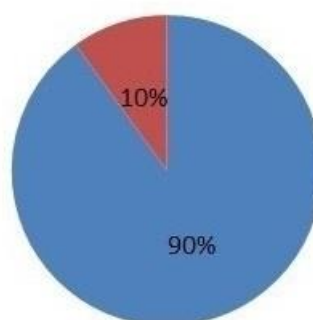


Kuva 10. Julkisille keittiöille myymisen esteet.

Vastauksia tuotekehitystä koskevaan kysymykseen (kuva 11) tuli kymmenen, joista yhdeksän ilmaisee lähitoimijoiden kiinnostusta tuotekehitykselle. Vain yksi vastaaja ei ollut kiinnostunut tuotekehityksestä. Sama vastaaja oli aikaisemmin vastannut olevansa tyytyväinen tuotteidensa menekkiin ja jättänyt vastaamatta haluunsa myydä tuotteitaan julkisille suurkeittiöille.

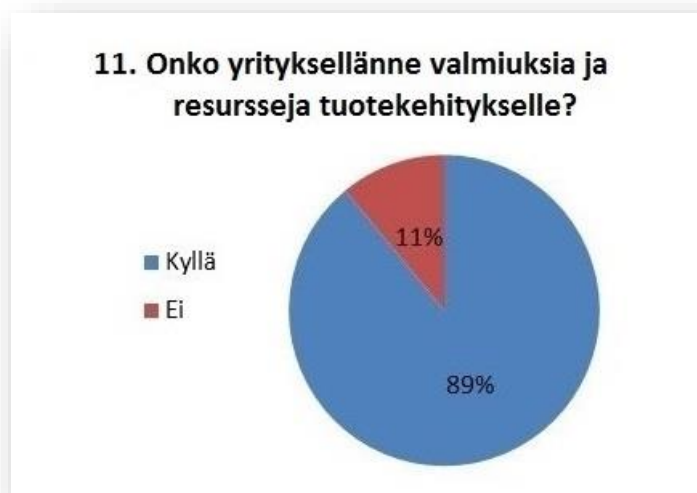
10. Kiinnostaako yritystänne tuotekehitys suurkeittiöiden tarpeita ajatellen?

- Kyllä
- Ei



Kuva 11. Kiinnostus tuotekehitykselle.

Yhdestoista kysymys (kuva 12) tuli näkyviin vain yhdeksälle vastaajalle eli niille jotka olivat vastanneet edellisen kysymyksen kyllä. Heistä kahdeksalla olisi valmiuksia ja resursseja tuotekehitykselle, yhdellä ei.



Kuva 12. Vastanneiden yritysten valmiudet tuotekehitykselle.

8.2.3 Hankinnat

Seuraavien kysymysten avulla kartoitettiin lähiruokatoimijoiden asiakassuhteita ja suhtautumista tarjouskilpailuihin.

Vastaus asiakkaiden hankintatapoja käsittelevään kysymykseen (kuva 13, s. 40) tuli kaikilta kymmeneltä vastaajalta, ja vastausvaihtoehtoja oli mahdollisuus valita useampi. Suurin osa kyselyyn vastanneista lähitoimijoista myy tuotteensa yrityksille ja kaupoille. Toisena tulevat myynti lähiruokatukselle ja/tai normaalille tukulle tai suoraan asiakkaille joko yhteydenoton kautta tai suoramyyntinä tilalta. Julkisten hankintojen kautta tuotteitaan myy vain yksi vastaajista.



Kuva 13. Vastanneiden asiakkaanhankintakanavat.

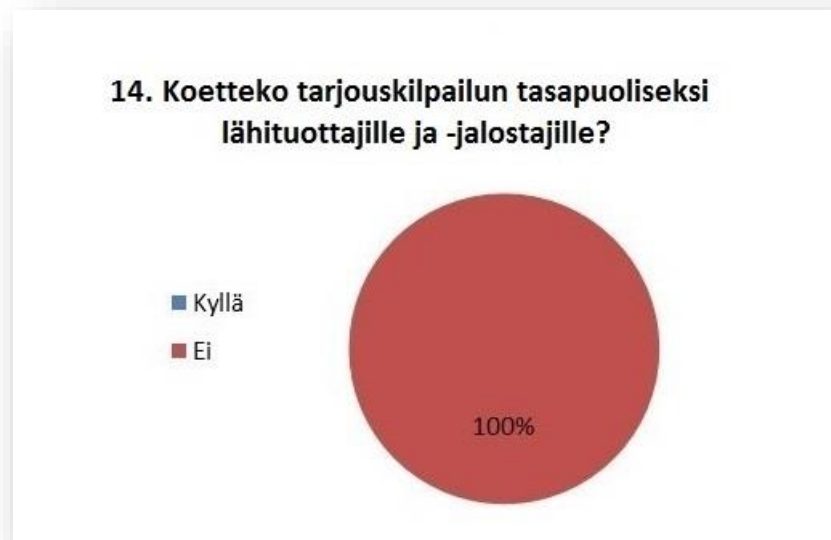
Kaikki kymmenen vastaajaa vastasivat kysymykseen asiakkaiden valintaperusteista (kuva 14). Merkittävin peruste asiakkaiden valinnalle on kysyntä, jonka kaikki vastaajat valitsivat. Etäisyys on asiakkaiden valintaperuste kolmelle vastaajalle ja hinta kahdelle. Sopimuksen kesto ei ollut yhdellekään vastaajista peruste asiakkaan valinnalle.



Kuva 14. Vastanneiden perusteet asiakkaiden valinnassa.

Kukaan kymmenestä vastaajasta kokenut tarjouskilpailua tasapuoliseksi lähituottajille ja -jalostajille (kuva 15, s. 41). Tämä voi olla yksi syy siihen,

miksi asiakkaiden hankkiminen julkisten hankintojen kautta sai vain yhden äänen kysymyksessä 12.

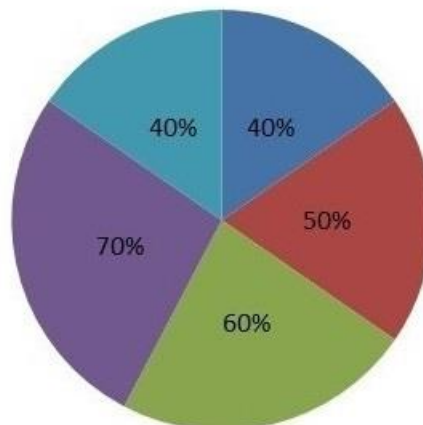


Kuva 15. Vastanneiden kokemus tarjouskilpailun tasapuolisuudesta.

Viidestoista kysymys (kuva 16, s. 42) tuli näkyviin vain niille, jotka olivat vastanneet edelliseen kysymykseen ei, eli tässä tapauksessa kaikille. Kaikki kymmenen vastaajaa vastasivat tähän kysymykseen, mutta kehotuksesta huolimatta osa valitsi enemmän tai vähemmän kuin kolme tärkeintä vaihtoehtoa. Ratkaisuna tarjouspyyntöjen epätasapuolisuuteen vastaajat näkivät ensisijaisesti sen, että keittiöt tekisivät edes osan hankinnoistaan ilman hankintarengasta ja tarjousten arviointikriteerit tulisi valita lähiruokaa suosivammaksi. Myös osatarjoukset, keittiöiden ja hankintarengaiden välisten sopimusten keston lyhentäminen ja pienhankintojen lisääminen nähtiin ratkaisuna. Hankintalain muutosta ei nähty ratkaisuna tähän ongelmaan.

**15. Mitä voitaisiin tehdä, jotta tarjouskilpailut olisivat tasapuolisia alueellisille tuottajille ja jalostajille?
(Valitse mielestäsi 3 tärkeintä vaihtoehtoa)**

- Lyhentää suurkeittiöiden ja hankintarenkaiden välisiä sopimuksia
- Enemmän osatarjouksen mahdollistavia tarjouspyyntöjä julkisiin hankintoihin
- Tarjousten arviointikriteerit lähiruokaa suosivammaksi
- Keittiöt tekisivät edes osan hankinnoista muun kuin hankintarenkaan kautta
- Lisätä pienhankintojen määrää
- Muuttaa (hankinta)lakia, miten?
- Muu, mikä?



Kuva 16. Vastanneiden ehdotukset tarjouskilpailujen tasapuolistamiseksi.

Vastauksia yhteistyötä koskevaan kysymykseen (kuva 17, s. 43) tuli kymmenen, joista neljän mukaan yhteistyötä on tehty, viiden mukaan ei ja yhtä vastaajista yhteistyö kiinnosti. Kaksi "ei" vastanneista oli kuitenkin vastannut kysymykseen 15 osatarjousten lisäämisen julkisissa hankinnoilla olevan mahdollinen ratkaisu tarjouskilpailun tasapuolistamiseksi.



Kuva 17. Vastanneiden jakauma yhteistyöhön muiden yritysten kanssa.

Markkinakartoituksen ja -vuoropuhelun aloitusajankohtaa kartoittavaan kysymykseen (kuva 18, s. 44) vastauksia tuli yhdeksän, eli yksi vastaajista jätti vastaamatta. Yli kaksi vuotta aikaisemmin kartoituksen ja vuoropuhelun aloitti vain yksi vastaajista. Vastaajista kolme vastasi alle vuoden ja yksi alle puoli vuotta. Vastaajista kahdella on vakioasiakkaat, joten kartoitus ei ole tarpeen. Vastaajista kaksi ei tee kartoitusta tai käy vuoropuhelua ollenkaan.



Kuva 18. Vastanneiden yritysten markkinakartoituksen ja -vuoropuhelun aloitusajankohdat.

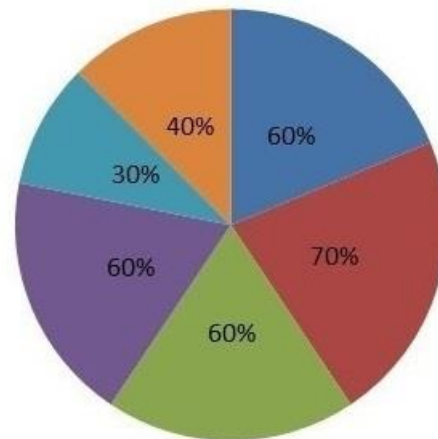
8.2.4 Lähiruoka Kanta-Hämeessä

Seuraavat kaksi kysymystä käsittelevät lähiruuan käyttöä Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä.

Kymmenestä vastaajasta seitsemän mielestä hinnan ei tulisi olla ainut kriteeri hankintoja tehdessä, jos lähiruuan käyttöä haluttaisiin lisätä Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä (kuva 19, s. 45). Toiseksi tärkeimmän toimenpiteen sijaan jakavat alutaloudellisten vaikutusten huomioiminen, tarjousten arviointikriteerit ja se, että keittiöt tekisivät enemmän ruokahankintoja itse. Poliittisten päätösten tärkeyden näki vastaajista neljä ja ruokaturvasta huolissaan oli kolme vastaajaa.

18. Miten lähiruuan käyttöä voitaisiin lisätä julkisissa suurkeittiöissä Kanta-Hämeen alueella? (Valitse mielestäsi 3 tärkeintä vaihtoehtoa)

- Keittiöiden tulisi tehdä enemmän hankintoja itse
- Kunnan ruokahankintoja ei tulisi tehdä pelkän hinnan perusteella
- Tarjousten arviointikriteereissä tulisi ottaa lähiruoka enemmän huomioon
- Alue taloudelliset vaikutukset tulisi ottaa enemmän huomioon
- Ruokaturva pitäisi ottaa enemmän huomioon
- Lähiruokaan liittyen tulisi tehdä enemmän poliittisia päätöksiä
- Muu, mikä?



Kuva 19. Vastanneiden mielestä tärkeimmät keinot lähiruuan käytön lisäämiseksi suurkeittiöissä.

Suurimmiksi haasteiksi yritysten omista haasteista nousi tuotteiden kysynnän riittämättömyys, joka oli haaste kuudelle kymmenestä vastaajasta (kuva 20, s. 46). Toisena isona haasteena on laitteiston riittämättömyys. Osalle vastaajista myös työntekijöiden puute ja muiden resurssien riittämättömyys (niitä kuitenkin tekstikenttään kertomatta) olivat haaste. Vastaajista kaksi vastasi että heidän yrityksellään ei ole tällä hetkellä haastateita, mutta toinen näistä vastaajista valitsi vastausvaihtoehdoista myös kysynnän haasteeksi.

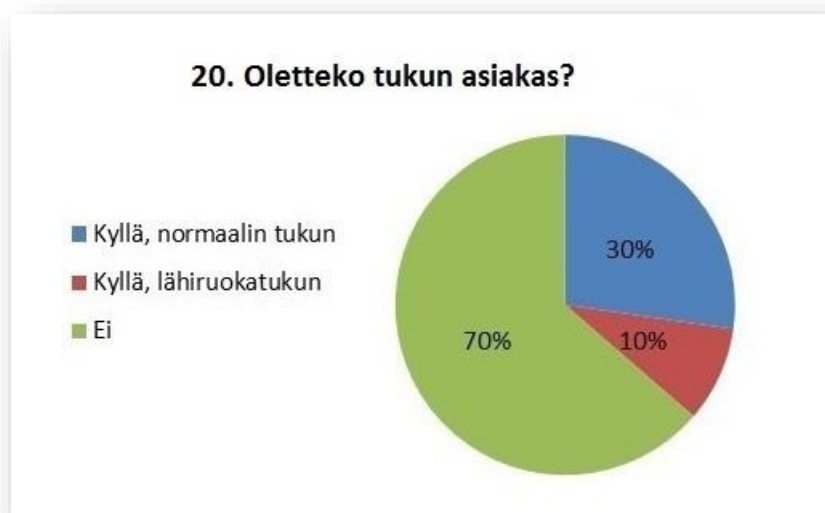


Kuva 20. Vastanneiden yritysten haasteet.

8.2.5 Muut

Kymmenestä vastaajasta seitsemän ei ole minkään tukun asiakas, kaksi on normaalin tukun asiakkaita ja yksi vastaaja on sekä normaalin että lähitukun asiakas (kuva 21, s. 47).

Kuitenkin tämän kysymyksen vastauksia verrattaessa kysymyksen 12 (Mitä kautta hankitte asiakkaanne?) vastauksiin voidaan todeta, että kaksi tähän kysymykseen ”ei” vastanneista on vastannut kysymykseen 12 tukun tai lähitukun ja vastaavasti kaksi ”kyllä, normaalin tukun” tai ”kyllä, lähiruoka-tukun” vastanneista ei ollut maininnut tukkuja vastatessaan kysymykseen 12. Yksi ”kyllä, normaalitukun” vastanneista oli vastannut kysymykseen 12 sekä normaali että lähitukun.



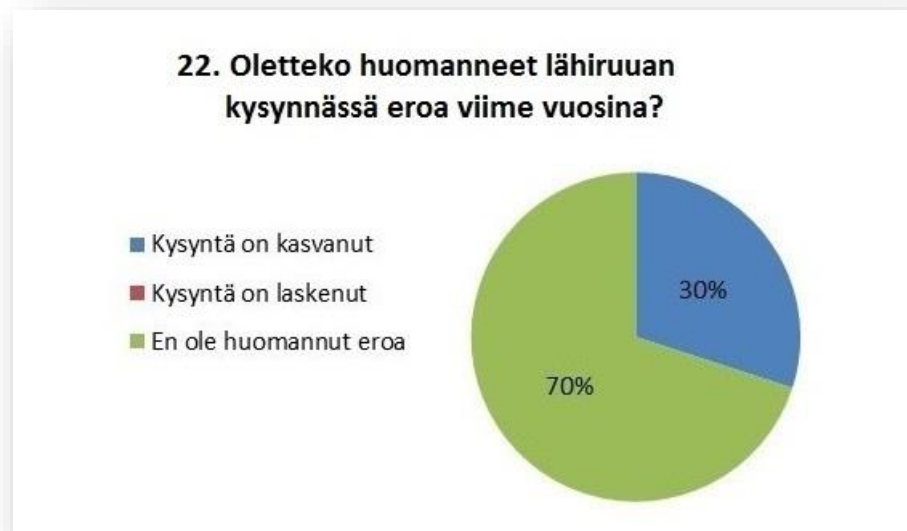
Kuva 21. Vastausten jakauma tukun asiakkuudesta.

Vain yksi kymmenestä vastaajasta on hakenut ja saanut tukea tukiorganisaatiolta (kuva 22). Loput yhdeksän vastaajaa eivät ole tukea edes hakeneet.



Kuva 22. Vastausten jakauma tuen hakemiseen ja saamiseen.

Vain kolme vastaajaa on huomannut lähiruuan kysynnän kasvaneen viime vuosina (kuva 23, s. 48). Seitsemän vastaajaa ei ole huomannut eroa kysynnässä.



Kuva 23. Vastaajien havainnot lähiruuan kysynnästä.

Kyselyn lopussa oli avoin tekstikenttä, johon vastaajilla oli mahdollisuus kommentoida asiaa omin sanoin. Vastaus tähän tuli vain yhdeltä vastaajalta, jonka mukaan ”Pienen toimijan on miltei mahdotonta toimittaa ilman välittäjä, esim. tukkua tai jalostajaa. Suurtaloustalouteen jalostaminen vaatii liikaa alkupanosta mm. Eviran takia.”.

8.2.6 Yhteenveto

Vaikka kyselyn tuloksia ei voidakaan vähäisen vastausmäärän ja yritysten kokojen edustavuuden vuoksi yleistää koko Kanta-Hämettä koskeviksi, voidaan tuloksista nähdä lähiruokatuottajien ja -jalostajien keskeisimmät haasteet ja toiveet.

Suurin osa vastaajista ei ollut tyytyväisiä tuotteidensa tämän hetkiseen menekkiin ja kysyntään, ja haluaa myydä ja kehittää tuotteita julkisille suurkeittiöille. Suurimmat esteet keittiöille myymiseen ovat kuitenkin epätasapuoliseksi koetut tarjouskilpailut sekä keittiöiden tarvitsemat suuret elintarvikemäärät. Ratkaisuksi näille ongelmille nähtiin ensisijaisesti keittiöiden ja hankintarenkaiden sopimusten ja yhteistyön vähentäminen sekä tarjousten arviointikriteerien muuttaminen lähiruokaa suosivammaksi, eli myös lähiruokatoimijat näkivät hankintaosaamisen heikkona.

Huomion kiinnitti se, kuinka myöhään kyselyyn vastanneet lähiruokatoimijat aloittavat markkinakartoituksen ja -vuoropuhelun. Vain yksi vastaajista aloitti hyvissä ajoin yli kaksi vuotta aiemmin, kun taas loput aloittivat suhteellisen myöhään, alle vuoden aikaisemmin. Osa ei tee kartoitusta tai vuoropuhelua ollenkaan, osalla on vakioasiakkaat. Tuotteiden kysynnän kannalta lähiruokatoimijoiden kannattaisi kiinnittää tähän huomiota, jotta he voisivat valmistautua mahdollisiin sopimuksiin ajoissa joko tuotteidensa

määrän tai mahdollisen yhteistyön merkeissä. Myös kyselyyn vastanneiden yritysten suurin ongelma, tuotteiden kysynnän puute, voisi osin ratketa markkinakartoitukseen ja -vuoropuheluun perehtymisellä ja tarpeeksi aikaisin aloittamisella.

Vain puolet vastanneista oli tehnyt tai oli kiinnostunut tekemään yhteistyötä muiden pienten tuottajien tai jalostajien kanssa. Tukiorganisaatioiden tuen hyödyntämien oli tulosten mukaan vähäistä. Tukiorganisaatioiden kautta yritykset kuitenkin voisivat saada apua tarjousosaamiseen ja markkinointiin sekä kontakteja toisiin yrityksiin, mikä voisi luoda yhteistyötä joka samalla ratkaisisi yritysten haasteita, kuten laitteiston puutetta ja tarjouksiin vastaamista.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tutkimusongelmana oli lähiruuan vähäinen käyttö Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä. Haasteiksi lähituottajat ja -jalostajat kokivat epätasa-arvoisen tarjouskilpailun ja keittiöiden tarvitsemat suuret elintarvikemäärät. Suuret määrät olivat rahan ohella myös keittiöiden haaste. Tuki- ja asiantuntijaorganisaatioiden, tukun ja kuntapäätäjän näkökulmasta suurimmat haasteet sen sijaan olivat kunnan tahtotilan puute, hankintarenkaat ja suuret elintarvikemäärät. Nämä kaikki ovat esteitä lähiruuan runsaammalle käytölle Kanta-Hämeen julkisissa suurkeittiöissä, mutta tulosten mukaan suurimmiksi esteiksi nousevat kunnan tahtotilan puute, julkisten suurkeittiöiden tarvitsema suuri elintarvikemäärä sekä hankintarenkaat. Kyselyn tuloksista voidaan myös nähdä, että markkinakartoituksessa ja -vuoropuhelussa sekä lähituottajien ja -jalostajien välisessä yhteistyössä olisi parantamisen varaa.

Toiveina tuottajilla ja jalostajilla oli keittiöiden ja hankintarenkaiden sopimusten vähentäminen sekä tarjousten arviointikriteerien muuttaminen lähiruokaa suosivammaksi. Keittiöt puolestaan toivoivat lähitoimijoilta aktiivisuutta ja hankintarenkaan huomioivan lähiruuan ja lisäävän osatarjouksien mahdollisuutta. Tuki- ja asiantuntijaorganisaatioiden, tukun ja kuntapäätäjän toiveina olivat kunnan tahtotilan parantuminen esimerkiksi erilaisten lähiruuan hyödyistä tehtyjen laskelmien avulla ja hankintaosaamisen kehittäminen.

Teoriaan perehdyttyäni minulle muodostui tietynlainen kuva lähiruokaan liittyvistä haasteista. Tulokset vastasivat pitkälti näitä oletuksia, mutta tutkimuksella saatiin vahvistettua juuri näiden syiden olevan suurimpia esteitä juuri Kanta-Hämeessä. Näin tulosten pohjalta on helpompi keskittyä ensin ratkomaan suurimmat ongelmat, ja siirtyä sitten pienempien ongelmien pariin – jotka tosin voivat selkiytyä kuin itsestään, sillä monet haasteista ovat linkittyneitä toisiinsa.

Lähiruuan käytön esteet ovat osaltaan ymmärrettäviä, sillä keittiöt toimivat kustannuspaineiden alla ja tarvittavat elintarvikemäärät eivät ole muutettavissa. Haasteet tiedostamalla niihin on kuitenkin helpompi puuttua ja kehittää uusia toimintamalleja. Poliittisen tahtotilan nostamiseksi voitaisiin tehdä laskelmia strategian tekemisen tueksi ja pyytää rohkeasti apua lähiruuan lisäämisessä onnistuneelta kunnalta. Hankintarenkaasta tiettyjen elintarvikeryhmien osalta poisjäämistä voisi tehdä pienin askelin ja aloittaa helpoimmin korvattavista tuotteista. Nykyisin myös erityisruokavalioiden, erityisesti kasvisruuan ja gluteenittomuuden, yleistyttyä lähiruokatoimijoilla voisi olla hyvä mahdollisuus tarjota tuotteitaan. Erityisruokavaliota noudattaa yleensä vain pieni vähemmistö ruokailijoista, joten tarvittavan elintarvikemäärän volyyymi ei olisi lähiruokatoimijalle liian suuri. Tämä voisi toimia myös vaihtoehtona niille, joiden on vaikea löytää omalta alueeltaan kumppania yhteistarjousta varten.

Suomessa lähiruuan lisäämisen haasteet on saatu ratkaistua joissakin kunnissa. Eurajoen kunnan palvelupäällikkö Anja Hakamaa kertoi, miten he ovat saaneet ratkaistua kunnan tahtotilaan ja suuriin elintarvikemääriin liittyvät haasteet. Hakamaan mukaan Eurajoella on valvutuneita valtuutettuja, joten tahtotilaa lähiruuan lisäämiseksi ei ole tarvinnut erityisemmin etsiä. Elintarvikehankinnat kilpailutetaan itse ja suurin osa ostetaan paikalliselta tukkutoimijalta, jonne monet paikalliset pienyrittäjät toimittavat tuotteensa. Hankintalain Hakamaa näkee haasteellisena ja kilpailutuksen pitkänä ja työläänä prosessina, jotka vaativat asiantuntijan apua eli myös rahallista panostusta kunnalta. (Hakamaa 2018.)

Olen pääpiirteittäin opinnäytetyöhön ja sen tutkimusosuuteen tyytyväinen. Jos kuitenkin voisin mennä ajassa taaksepäin, laatisin teema-haastattelurungon hieman toisin niin, että teemojen aiheet olisivat olleet pienempiä ja edenneet asia kerrallaan eivätkä tutkimuskysymyksittäin. Tämä olisi ollut toimivampi vaihtoehto itse haastattelutilanteessa ja helpottanut myös litteroidun aineiston käsittelyä. Tutkimusmenetelmää valitessa olisi myös voinut varautua paremmin siihen, että haastatteluun suostuvia tahtoja ei välttämättä löydy helposti.

Projektissa ja sen toteutumisessa oli useita riskejä, sillä aineistoa varten piti kerätä uutta tietoa, jonka saaminen oli täysin riippuvaista haastateltavista ja myöhemmin kyselyyn vastaajista. Nämä riskit minun olisi pitänyt tiedostaa paremmin jo tutkimussuunnitelmaa laatiessani ja tehdä jonkinlainen varasuunnitelma. Vaikka tuottajilta ja jalostajilta saatiinkin aineistoa kyselyn avulla, se ei silti vastaa yhtä kattavasti sitä, mitä haastatteluilla olisi saatu selville. Opinnäytetyön tutkimuksellinen osuus kuitenkin vastaa tutkimusongelmaan ja hanke voi hyödyntää tuloksia lähiruuan lisäämiseksi, joten tutkimusta voidaan pitää onnistuneena.

Tuloksia tarkastellessa tulee huomioida, että haastattelu ja kysely ovat hyvin erilaiset tiedonkeruumenetelmät ja että kyselyyn saatiin vastaus vain kymmeneltä vastaajalta, jolloin tuloksia ei voida yleistää. Jatkotutkimuksia

ajatellen olisikin hyvä, jos kaikilta tutkittavilta tahoilta olisi mahdollisuus kerätä tietoa samalla tiedonkeruumenetelmällä, joista haastattelu lienee antoisin. Lähiruoka on myös aiheena joillekin tahoille vaikea. Aiheesta on keskusteltu paljon ja siitä huolimatta käyttöä ei ole saatu lisättyä, joka voidaan kokea häpeänä tai syyllistävänä. Tämä tulee pitää mielessä myös mahdollisissa jatkotutkimuksissa ja niiden kysymyksiä laadittaessa, jotta saatu aineisto olisi mahdollisimman pätevää.

Opinnäytetyön tulokset osoittavat, että suurimmat esteet lähiruuan runsaammalle käytölle ovat kunnan tahtotilan puute, julkisten suurkeittiöiden tarvitsema suuri elintarvikemäärä ja hankintarenkaat. Itse lähtisin ratkaisemaan ongelmaa lähiruuan aluetaloudellisten hyötyjen kautta, jolloin kuntien tahtotiloja voitaisiin saada lähiruokamyönteisimmiksi ja järjestäisin erilaisia koulutustilaisuuksia eri osapuolille hankintaosaamisen kehittämiseksi. Mahdollisilla jatkotutkimuksilla voitaisiin pyrkiä ratkaisemaan näitä ongelmia ja syventyä esimerkiksi kuntien tahtotilan parantamiskeinoin tai tehdä kattava laskelma lähiruuan hyödyistä kunnalle. Myös esimerkiksi lähiruokatoimijoiden yhteistyöhön perehtyvä tutkimus voisi olla tarpeellinen lähiruuan käytön lisäämiseksi.

LÄHTEET

Aaltola, J. & Valli, R. (2010). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Aitojamakuja.fi (2017). Yritystilastot. Haettu 6.11.2017 osoitteesta <http://www.aitojamakuja.fi/tilastot.php>

Aitojamakuja.fi (n.d.a). Usein kysyttyä. Haettu 6.11.2017 osoitteesta <http://www.aitojamakuja.fi/suoramyynti/ukk.php?v=ukk>

Aitojamakuja.fi (n.d.b). Tuotekortti. Haettu 15.12.2017 osoitteesta <http://www.aitojamakuja.fi/tuotekortti.php?sm=3>

EkoCentria (2017). *Elintarvikkeiden hankintaopas*. Haettu 20.12.2017 osoitteesta http://www.ekocentria.fi/resources/public//Aineistot/lahiruoka_hankintaopas2017ebook.pdf

Evira (2016). Elintarvikkeiden jäljitettävyyys. Haettu 9.11.2017 osoitteesta <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/valvonta/jaljitettavyys/>

Evira (2017). Luomu. Haettu 3.11.2017 osoitteesta <https://www.evira.fi/yhteiset/luomu/>

Evira (2018a). Alkutuotanto. Haettu 6.11.2017 osoitteesta <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/alkutuotanto/>

Evira (2018b). Elintarvikehuoneistot. Haettu 14.11.2017 osoitteesta <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/elintarvikehuoneistot/>

Grace Communications Foundation (n.d.). Local & Regional Food Systems. Haettu 16.10.2017 osoitteesta <http://www.sustainabletable.org/254/local-regional-food-systems>

Hakamaa, A. (2018). Muutama kysymys lähiruokaan liittyen. Sähköpostiviesti tekijälle 26.2.2018.

Hankinnat.fi (2016a). Hankinnasta ilmoittaminen. Haettu 27.10.2017 osoitteesta <http://www.hankinnat.fi/fi/eu-hankinta/ilmoittaminen>

Hankinnat.fi (2016b). Tarjouspyyntö. Haettu 27.10.2017 osoitteesta <http://www.hankinnat.fi/fi/kansallinen-hankinta/tarjouspyynto>

Hankinnat.fi (2016c). Ehdokkaiden ja tarjoajien soveltuvuutta koskevat vaatimukset. Haettu 27.10.2017 osoitteesta
<http://www.hankinnat.fi/fi/eu-hankinta/soveltuvuus/ehdokkaiden-ja-tarjoajien-soveltuvuutta-koskevat-vaatimukset>

Hankinnat.fi (2016d). Kokonaistaloudellisesti edullisimman tarjouksen valinta. Haettu 11.11.2017 osoitteesta
<https://www.hankinnat.fi/eu-hankinta/tarjousten-valinta/kokonaistaloudellisesti-edullisimman-tarjouksen-valinta>

Hankinnat.fi (2016e). Hankinnan jakaminen osiin. Haettu 27.10.2017 osoitteesta
<https://www.hankinnat.fi/eu-hankinta/hankinnan-kohteen-kuvaus/hankinnan-jakaminen-osiin>

Hankinnat.fi (2017) Kynnysarvot. Haettu 21.11.2017 osoitteesta
<http://www.hankinnat.fi/fi/mika-julkinen-hankinta/kynnysarvot>

HILMA (2008). Yleistä julkisista hankinnoista. Haettu 21.11.2017 osoitteesta
<https://www.hankintailmoitukset.fi/fi/docs/yleista/>

Huhtakangas, P. (n.d.). *Kehittyvä elintarvike*. 48 Suurkeittiöt tarvitsevat pieniä ja suuria elintarvikepakkauksia. Haettu 14.11.2017 osoitteesta
<http://kehittyvaelintarvike.fi/teemajutut/48-suurkeittiot-tarvitsevat-pienia-ja-suuria-elintarvikepakkauksia>

Huoltovarmuuskeskus (n.d.). Huoltovarmuusorganisaatio. Haettu 30.12.2017 osoitteesta
<https://www.huoltovarmuuskeskus.fi/organisaatio/huoltovarmuusorganisaatio/>

Hämeen Liitto (2016). Häme-ohjelman Hankeportfolio. Haettu 5.10.2017 osoitteesta
<http://hameenliitto.fi/portfolio/uutta-liiketoimintaa-ja-kestavaa-kasvua-luo-next-step/>

Hämäläinen, E. & Kumpulainen, E. (2017). Hankintalainsäädännön keskeisimmät muutokset. Pwc. Haettu 27.10.2017 osoitteesta
<https://uutishuone.pwc.fi/hankintalainsaadannon-keskeisimmat-muutokset/>

Kananen, J. (2014). *Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta*. Jyväskylä: Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Kananen, J. (2015). *Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun*. Jyväskylä: Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.

Kauppa.fi (2017). Tukkukauppa. Haettu 3.1.2018 osoitteesta http://kauppa.fi/tietoa_kaupasta/toimialat/tukkukauppa

KuntaPro (2018). Hankinta ja kilpailutus. Haettu 22.2.2018 osoitteesta <https://kuntapro.fi/palvelut/hankinta-ja-kilpailutus/>

KvantiMOT (2010). Kyselylomakkeen laatiminen. Haettu 12.12.2017 osoitteesta <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

Jäntti, M. (2017). Nälänhätä voi iskeä Suomeenkin – asiantuntijat huolissaan: maatalouden näivettyminen nakertaa omaa leipäämme. *Yle* 17.7.2017. Haettu 30.12.2017 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-9720894>

Lehtonen, S. (2012). Lähiruoka täsmennettiin paikallisruuaksi. *Maaseudun tulevaisuus* 6.3.2012. Haettu 6.10.2017 osoitteesta <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/l%C3%A4hi-ruoka-t%C3%A4smennettiin-paikallisruuaksi-1.13053>

Linnanen, L. & Markkanen, E. (1997). Arvoketjuajattelu ympäristöosaamisen kehittämisessä – esimerkkinä elintarviketuotannon arvoketju. Haettu 29.10.2017 osoitteesta http://lta.hse.fi/1997/1/lta_1997_01_a5.pdf

Logistiikan maailma (n.d.a). Logistiikan maailma – termisanasto. Haettu 21.10.2017 osoitteesta <http://www.logistiikanmaailma.fi/aineistot/sanastot/logistiikan-maailma-termisanasto/>

Logistiikan maailma (n.d.b). Arvoketjut. Haettu 21.10.2017 osoitteesta <http://www.logistiikanmaailma.fi/aineistot/logistiikan-aidot/arvoketjut/>

Logistiikan maailma (n.d.c). Logistiikka luo arvoa. Haettu 21.10.2017 osoitteesta <http://www.logistiikanmaailma.fi/aineistot/logistiikka-lukiolaisille/logistiikka-luo-arvoa/>

Logistiikan maailma (n.d.d). Logistiikka. Haettu 2.11.2017 osoitteesta <http://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikka/>

LUO Next Step (n.d.) LUO Next Step. Haettu 5.10.2017 osoitteesta <http://www.hamk.fi/verkostot/luo-next-step/Sivut/default.aspx>

Luonnonvarakeskus (2016). Lähiruoka. Haettu 13.10.2017 osoitteesta <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/ruoka-ja-ravitsemus/lahiruoka/>

Lähellä kaupungissa (n.d.) Ruokaturva. Haettu 30.12.2017 osoitteesta <http://www.lahellakaupungissa.fi/paikat/joutomaa/ruokaturva/>

Maa- ja metsätalousministeriö (2013). *LÄHIRUOKAA – totta kai! Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020*. Haettu 6.10.2017 osoitteesta <http://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiruokaohjelmaFI.pdf/a30211ac-ff80-4722-984f-3fc26e5c1467>

Määttä, T. (2017). Sote-uudistus vaikuttaa ateriapalveluihin, miten käy lähiruualle? *Politiikan viidakkokirja. Pohdintaa yhteiskunnasta ja asiaa tavan ihmisen elämästä*. Haettu 29.11.2017 osoitteesta <http://tyttimtt.puheenvuoro.uusisuomi.fi/230528-sote-uudistus-vaikuttaa-ateriapalveluihin-miten-kay-lahiruualle>

Paikkatietoikkuna (2018). Haettu 14.2.2018 osoitteesta <https://kartta.paikkatietoikkuna.fi/>

Puoskari, S., Wuori, O., Korhonen, K. & Muilu, T. (2013). *Lähiruoan lisääminen kuntien julkisissa hankinnoissa Kainuussa ja Pohjois-Pohjanmaalla*. Haettu 19.11.2017 osoitteesta <http://www.mtt.fi/mttraportti/pdf/mttraportti99.pdf>

Päivittäistavarakauppa ry (n.d.). Foodservice-tukkukauppa. Haettu 22.11.2017 osoitteesta <https://www.ptty.fi/kaupan-toiminta/foodservice-tukkukauppa/>

Remes, K. (2017). Lähiruoan aluetaloudelliset vaikutukset. Powerpoint-esitys. Haettu 17.12.2017 osoitteesta <http://www.lahipuoti.fi/sisalto/uploads/L%C3%A4hiruoan-aluealoudelliset-vaikutukset-2017.pdf>

Ruokatieto (n.d.). Alkutuotanto. Haettu 8.11.2017 osoitteesta <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokavisa-vastuullisuus-ruokaketjussa/tuoteturvallisuus/ruuan-turvallisuus-suomalaisessa-ruokaketjussa/alkutuotanto>

Ruokatieto (n.d.) Mistä ruokakulttuuri koostuu? Haettu 6.1.2017 osoitteesta <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/hyva-tavaton-ruoka-ja-tapakulttuuri/mista-ruokakulttuuri-koostuu>

Tilastokeskus (n.d.a). Käsitteet. Haettu 12.12.2017 osoitteesta <http://www.stat.fi/meta/kas/mikroyritys.html>

Tilastokeskus (n.d.b). Käsitteet. Haettu 12.12.2017 osoitteesta
https://www.stat.fi/meta/kas/pienet_ja_keski.html

Viitaharju, L., Määttä, S., Hakala, O., & Törmä, H. (2014). *Työtä ja hyvinvointia! Lähiruoan käytön aluetaloudelliset vaikutukset Suomen maakunnissa*. Haettu 21.10.2017 osoitteesta
<http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja118.pdf>

Väänänen, S. (2017). *Lisää lähiruokaa julkisten keittiöiden asiakkaille*. Haettu 9.10.2017 osoitteesta
http://www.ekocentria.fi/resources/public//sisaltokaruselli/lahiruoka-opas2017_ebook.pdf

Virtuaaliammattikorkeakoulu (n.d.). Tutkimuksen validiteetti. Haettu 2.12.2017 osoitteesta
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413809750/1194415367669.html>

TEEMAHAASTATTELURUNKO

Haastateltavan ja haastattelun tiedot:

Organisaatio _____

Haastateltava _____

Aika _____

Paikka _____

Esipuhe

- Millainen työpäiväsi on ollut? Millainen on tyypillinen työpäiväsi?

Teema 1: Toiveet. Mitä arvoketjun eri osapuolet toivovat lähiruuan ja suurkeittiöiden yhteistyöltä?

- Mitä toivoisit otettavan huomioon hankintojen/ketjun eri vaiheissa?
 - Miten muun ketjun toiminta voisi helpottaa työtänne?
- Minkälainen tuotteen tulisi olla, jotta se helpottaisi työtänne/ketjun sujuvuutta?
 - Millaisia tuotteet ovat nyt?
 - Miten niitä voisi muuttaa?
- Muita kehitysehdotuksia? Toiveita?

Teema 2: Haasteet. Mitkä asiat arvoketjun eri osapuolet kokevat haasteiksi?

- Mitä lähiruokaan liittyviä haasteita ketjussa tällä hetkellä on?
 - Miten näitä ongelmia voisi ratkaista?
- Mitä lähiruokaan liittyviä haasteita organisaatiossanne on?
 - Miten näitä ongelmia voisi ratkaista?
- Mitä haluaisitte tehdä eri tavalla, jotta suurkeittiöissä käytettäisiin enemmän lähiruokaa?
 - Mikseivät nämä keinot ole (tällä hetkellä) mahdollisia?

Teema 3: Käyttö. Miksei lähiruuan runsaampi käyttö onnistu Kanta-Hämeen suurkeittiöissä?

Hankinnat:

- Miten (mitä kautta) hankitte asiakkaanne/tuotteenne? Millä perustein?
 - Käytättekö sähköisiä tilausjärjestelmiä?
 - Miksi? Miksi ei?
- Ovatko suuret elintarvikemäärät teille/asiakkaallenne haaste?
 - Ovatko hankinta-ilmoituksenne jaettuina, onko mahdollista tehdä osatarjous? / Teettekö yhteistyötä muiden pk-yritysten kanssa?
- Oletteko olleet teidän ja toisen ketjun tahon väliseen yhteistyöhön tyytyväisiä?
 - Tuottaja-jalostaja, tuottaja-keittiö, logistiikka-tukku jne.
 - Hankintoja varten liittoutuneet tuottajat/jalostajat
- Mitä voitaisiin tehdä, jotta tarjouskilpailut olisivat tasapuolisia?
 - Miten myös pienet alueelliset yritykset pääsisivät mukaan?

TEEMAHAASTATTELURUNKO

- Onko hankintojen tekoprosessissa jotain, mihin toivoisit muutosta?
 - Onko jotakin joka hankaloittaa?
- Milloin aloitatte markkinakartoituksen/markkinavuoropuhelun?
 - Millä tavoin?

Suurkeittiöt:

- Ovatko suurkeittiöt perustulonne vai lisää? Kuinka tärkeä asiakas? / Paljonko ostatte Kanta-Hämeen yritysiltä? Entä pk-yritysiltä?
- Miten lähiruuan käyttöä voitaisiin lisätä suurkeittiöissä?
 - Miten pk-yritysten tuottamaa lähiruokaa saataisiin enemmän käyttöön keittiöihin?
- Mitä esteitä Kanta-Hämeen suurkeittiöissä on lähiruuan runsaammalle käytölle?
 - Miten lähiruokaketju voisi toimia, jotta yhteistyö lisääntyisi?

Muut:

- Millaista tukea saatte tukiorganisaatiolta? Oletteko tyytyväinen? /Miten tuette lähiruokaketjun osapuolia?
- Oletteko huomannut eroa lähiruuan käytössä viime vuosina/vuosikymmeninä?
- Paljonko lähiruoka liian kallista?

- **Lopetus:** Onko vielä jotain, mistä haluaisit kertoa?

SÄHKÖINEN KYSELY

1. Yrityksemme toiminta on...

- Alkutuotantoa
- Jalostusta
- Kuljetusta
- Muuta, mitä? _____

2. Minkä kokoinen yrityksenne on?

- Mikroyritys (alle 10 työntekijää)
- Pieni yritys (alle 50 työntekijää)
- Keskisuuri yritys (alle 250 työntekijää)
- Suuri yritys (yli 250 työntekijää)

3. Mitä elintarvikkeita tuotate?

- Peruna
- Vihannekset ja juurekset
- Marjat ja hedelmät
- Maitotuotteet
- Kananmunat
- Liha
- Kala
- Myllytuotteet
- Leipomotuotteet
- Sienet
- Hunaja
- Yrtit ja mausteet
- Öljyt ja rasvatuotteet
- Juomat
- Muu, mikä? _____

4. Myyttekö tällä hetkellä tuotteitanne julkisille suurkeittiöille?

- Kyllä
- Ei

5. Ovatko julkiset suurkeittiöt perus- vai lisätulonne?

- Perustulo
- Lisätulo

6. Oletteko olleet teidän ja ketjun toisen tahon (tuottaja, jalostaja, tukku, logistiikka, keittiö...) väliseen yhteistyöhön tyytyväisiä?

- Kyllä
- Ei, koska... _____

7. Oletteko tällä hetkellä tyytyväisiä tuotteidenne menekkiin?

- Kyllä
- Ei

8. Haluaisitteko myydä tuotteitanne julkisille suurkeittiöille tai haluaisitteko myydä enemmän kuin tällä hetkellä?

- Kyllä
- Ei

9. Miksi teidän ei tällä hetkellä ole mahdollista myydä julkisille suurkeittiöille tuotteitanne tai myydä niitä enempää?

- Emme pysty tuottamaan tarpeeksi tuotetta suurkeittiön tarpeisiin
- Emme pysty tuottamaan sopivaa tuotetta suurkeittiön tarpeisiin
- Emme pysty takaamaan suurkeittiöille toimitusvarmuutta
- Emme pääse osaksi tarjouskilpailua
- Muu syy, mikä? _____

10. Kiinnostaako yritystänne tuotekehitys suurkeittiöiden tarpeita ajatellen?

- Kyllä
- Ei

11. Onko yrityksellänne valmiuksia ja resursseja tuotekehitykselle?

- Kyllä
- Ei

12. Mitä kautta hankitte asiakkaanne?

- Julkiset hankinnat
- Otamme tai meihin otetaan yhteyttä
- Myymme tuku(i)lle
- Myymme lähiruokatukulle
- Myymme yrityksille/kauppaketjuille
- Myymme suoramyyntinä tilalta
- Muuta kautta, mikä? _____

13. Millä perusteilla valitsette asiakkaanne?

- Kysyntä
- Hinta
- Etäisyys
- Sopimuksen kesto
- Muu, mikä? _____

14. Koetteko tarjouskilpailun tasapuoliseksi lähituottajille ja -jalostajille?

- Kyllä
- Ei

15. Mitä voitaisiin tehdä, jotta tarjouskilpailu olisivat tasapuolisia alueellisille tuottajille ja jalostajille? (Valitse mielestäsi 3 tärkeintä vaihtoehtoa)

- Lyhentää suurkeittiöiden ja hankintarenkaiden välisiä sopimuksia
- Enemmän osatarjouksen mahdollistavia tarjouspyyntöjä julkisiin hankintoihin
- Tarjousten arviointikriteerit lähiruokaa suosivammaksi
- Keittiöt tekisivät edes osan hankinnoista muun kuin hankintarenkaan kautta
- Lisätä pienhankintojen määrää
- Muuttaa (hankinta)lakia, miten?
- Muu, mikä? _____

16. Oletteko tehneet muiden (pk-)yritysten kanssa yhteistyötä, jotta voisitte vastata osatarjoukseen?

- Kyllä
- Ei
- Ei, mutta haluaisimme

17. Milloin aloitatte markkinakartoituksen ja -vuoropuhelun?

- Alle puoli vuotta aikaisemmin
- Alle vuoden aikaisemmin
- Yli vuoden aikaisemmin
- Emme tee markkinakartoitusta tai käy markkinavuoropuhelua
- Meillä on vakioasiakkaat, joten emme tee markkinakartoitusta tai käy markkinavuoropuhelua

18. Miten lähiruuan käyttöä voitaisiin lisätä kunnallisissa julkisissa suurkeittiöissä KantaHämeen alueella?

(Valitse 3 mielestäsi tärkeintä vaihtoehtoa)

- Keittiöiden tulisi tehdä enemmän hankintoja itse
- Kunnan ruokahankintoja ei tulisi tehdä pelkän hinnan perusteella
- Tarjousten arviointikriteereissä tulisi ottaa lähiruoka enemmän huomioon
- Aluetaloudelliset vaikutukset tulisi ottaa enemmän huomioon
- Ruokaturva pitäisi ottaa enemmän huomioon
- Lähiruokaan liittyen tulisi tehdä enemmän poliittisia päätöksiä
- Muu, mikä? _____

19. Mitä lähiruokaan liittyviä haasteita yrityksellänne tällä hetkellä on?

- Yrityksellämme ei ole tällä hetkellä haasteita
- Ei tarpeeksi työntekijöitä
- Ei tarpeeksi laitteistoa
- Ei tarpeeksi muita resursseja, mitä?
- Tuotteilla ei ole tarpeeksi kysyntää
- Muu, mitä? _____

20. Oletteko tukun asiakas?

- Kyllä, normaalin tukun
- Kyllä, lähiruokatukun
- Ei

21. Oletteko hakeneet ja saatteko tukea tukiorganisaatiolta (ProAgria, MTK, jne.)?

- Haettu ja saatu
- Haettu muttei saatu
- Ei ole haettu

22. Oletteko huomanneet lähiruuan kysynnässä eroa viime vuosina?

- Kysyntä on kasvanut
- Kysyntä on laskenut
- En ole huomannut eroa

23. Onko vielä jotain, mistä haluaisit kertoa? Toiveita, kehitysehdotuksia?