



Luomuelintarvikkeiden käyttöönoton haasteet ja mahdollisuudet ammattikeittiöissä

Eklund Juho & Juslén Ada

2012 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Luomuelintarvikkeiden käyttöönoton haasteet ja mahdollisuudet ammattikeittiöissä

Eklund & Juslén
Hotelli- ja ravintola-alan
liikkeenjohdon koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2012

Eklund, Juho; Juslén, Ada

Luomuelintarvikkeiden käyttöönoton haasteet ja mahdollisuudet ammattikeittiöissä

Vuosi 2012 Sivumäärä 54

Opinnäytetyön tavoitteena oli tarkastella luomuketjua, löytää siitä ongelmakohtia ja kriittisiä pisteitä sekä löytää ratkaisumalleja, jotka vaikuttavat luomuelintarvikkeiden käytön lisäämiseen suurissa ammattikeittiöissä. Opinnäytetyö oli toimeksianto Maa- ja metsätalousministeriön, Suomen Luomutuotus Oy:n ja Laurea-ammattikorkeakoulun tukemalta Luomua lautaselle - luomuruokaa julkisiin ruokapalveluihin -hankkeelta. Työn tarkoitus oli tuottaa ja analysoida eri tutkimusmenetelmin hankittua tietoa toimeksiantajalle luomuelintarvikkeiden soveltuvuudesta ammattikeittiöihin.

Tutkimuskysymyksenä oli, mitä luomuelintarvikkeita voitaisiin ottaa käyttöön Uudenmaan alueen suurammattikeittiöissä, minkälaista tuotekehitystä tarvitaan ja mitä haasteita käyttöönottoon liittyy. Työn teoreettinen viitekehys muodostuu kolmesta käsitteestä: luomuelintarvikkeista, tuotekehityksestä ja käyttäjälähtöisyydestä. Työssä käsitellään luomuelintarvikkeita ja niiden tuotekehitystä käyttäjälähtöisestä näkökulmasta.

Opinnäytetyö oli monivaiheinen prosessi, jossa menetelminä käytettiin sähköistä kyselyä, aistinvaraista arviointia ja fokusryhmäkeskustelua. Menetelmien avulla pyrittiin selvittämään Uudenmaan alueen julkisten ruokapalvelujen markkinakenttää sekä mahdollisia luomutuotteita, testaamaan niitä ammattikeittiöissä ja arvioimaan niitä aistinvaraisesti, sekä havainnoimaan ja analysoimaan alan ammattilaisten fokusryhmäkeskustelua luomuelintarvikkeiden ongelmista ja mahdollisuuksista.

Sähköisellä kyselyllä ei tavoitettu toivottua vastausmäärää, mikä vaikeutti tulosten tulkintaa. Tuotetestaukseen ja aistinvaraiseen arviointiin valittiin markkinoilla olemassa olevia luomutuotteita, joita arviointiin viidellä eri mittarilla. Tuloksista selvisi, että testatut luomutuotteet sopivat varsin hyvin suurammattikeittiön prosesseihin. Testatut tuotteet olivat erilaisia ja ne vaativat erilaisia valmistusmenetelmiä.

Fokusryhmäkeskustelun tuloksista ilmeni, että luomutuotanto ja -teollisuus ovat vielä melko kehittyvässä vaiheessa, vaikka molemmat kasvavat nopeasti. Lisäksi luomuketjun toimijoiden välistä keskustelua ja yhteistyötä pitäisi lisätä. Tuottajien, jatkojalostajien, tuotekehittäjien, tukkujen ja lopputuotteiden ostajien tulisi ymmärtää toisiaan ja jakaa riskejä enemmän keskenään, jotta luomutuotannon tarjonta saataisiin vastaamaan kysyntää ja näin luomutuotteiden hinnat saataisiin laskemaan.

Eklund, Juho; Juslén, Ada

The Challenges and Possibilities of Organic Grocery Deployment in Industrial Kitchens

Year

2012

Pages

54

The purpose of this thesis was to examine how the network of organic groceries works and to find out the breaking points in the chain as well as to list possibilities and better solutions for it to expand and improve. This thesis was commissioned by the project Organic Food to Municipality Kitchens (Luomua lautaselle - luomuruokaa julkisiin ruokapalveluihin) that was supported by the Ministry of Agriculture and Forestry of Finland, The Finnish Wholesale for Organic Food Ltd. and Laurea University of Applied Sciences. The objective was to produce and analyze the gathered information on the suitability of organic groceries in institutional kitchens.

The research question was which organic groceries are suitable for institutional kitchens in the Uusimaa area, what product development is needed and what challenges the deployment includes. The theoretical framework of this study consists of organic groceries, product development and user-oriented approach. The perspective is on observing the field from a user-oriented point of view.

The research method used was an internet-based questionnaire where the organic grocery market in the Uusimaa area was studied. Also multi-sensory evaluation was used to list usable organic groceries and to test them in practise in an institutional kitchen. Observing and analyzing a focus group meeting was necessary to list problems and possibilities of organic groceries according to experts of the Finnish food industry.

The results of the questionnaire were inadequate due to the lack of answers, which made an analysis impossible. The testing and multi-sensory evaluations of different organic groceries showed that there are some usable products on the market that sustain the processes used by industrial kitchens.

The results of the focus group meeting demonstrated that the level of organic food industry in Finland is still quite low although it is growing rapidly. The people within the organic food industry should invest in better communication within the chain and co-operation between each other. Different participants should equally share the financial risks, so that the prices of organic groceries, which seem to be the number one problem, can be dropped. It is also important to share knowledge within the chain so that producers can respond to market demands.

Key words Organic groceries, multi-sensory evaluation, focus groups, industrial kitchens

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto..... | 7 |
| 2 | Luomua lautaselle - luomuruokaa julkisiin ruokapalveluihin -hanke..... | 8 |
| 3 | Opinnäytetyön käsitteet | 8 |
| 3.1 | Luomuelintarvikkeet | 9 |
| 3.1.1 | Luonnonmukainen viljely..... | 9 |
| 3.1.2 | Luomun valvonta | 10 |
| 3.1.3 | Luomu ammattikeittiöissä | 10 |
| 3.1.4 | Luomuelintarvikkeiden asetukset | 11 |
| 3.1.5 | Luomusuunnitelma | 12 |
| 3.2 | Käyttäjälähtöisyys | 13 |
| 3.2.1 | Käyttäjät tuotekehityksen tukena..... | 14 |
| 3.2.2 | Erilaiset käyttäjät | 15 |
| 3.3 | Tuotekehitys..... | 15 |
| 3.3.1 | Tuotekehityksen työvaiheet | 16 |
| 3.3.2 | Tuotekehitysprojektin käynnistäminen..... | 16 |
| 3.3.3 | Luonnosteluvaihe | 17 |
| 3.3.4 | Kehittelyvaihe..... | 17 |
| 3.3.5 | Viimeistelyvaihe | 18 |
| 4 | Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus..... | 18 |
| 5 | Työn vaiheet ja käytetyt menetelmät..... | 19 |
| 5.1 | Aistinvarainen arviointi osana elintarvikkeiden tuotekehitystä | 20 |
| 5.1.1 | Aistinvaraiseen arviointiin vaikuttavat tekijät | 21 |
| 5.1.2 | Tuotetestauksen toteutus..... | 22 |
| 5.1.3 | Tuotetestauksen tulokset | 23 |
| 5.2 | Fokusryhmät | 24 |
| 5.2.1 | Järjestäminen, suunnitteleminen ja johtaminen | 25 |
| 5.2.2 | Toteutus..... | 26 |
| 5.2.3 | Analysointi | 27 |
| 5.3 | Havainnointi | 29 |
| 5.3.1 | Havainnointitilanne | 31 |
| 5.3.2 | Havaintojen analysointi | 31 |
| 5.3.3 | Videomateriaalin käyttäminen havainnoinnissa..... | 32 |
| 6 | Videomateriaalin analysointi..... | 34 |
| 7 | Esiinnousseet ongelmat ja kriittiset pisteet..... | 35 |
| 7.1 | Taloudelliset ongelmat ja voiton tavoittelu | 35 |
| 7.2 | Kommunikaatio- ja asenneongelmat | 37 |

| | |
|--|----|
| 7.3 Käytännön ongelmat | 38 |
| 8 Esiinnousseet ehdotukset ja toiveet luomutuotannosta ja elintarvikkeista | 39 |
| 8.1 Eteneminen suunnitelmallisesti | 40 |
| 8.2 Toimivat luomuelintarvikkeet | 41 |
| 8.3 Yhteistyö ja riskinotto | 42 |
| 8.4 Volyymi parantaa saatavuutta ja laskee hintoja | 43 |
| 8.5 Tiedottamisen tärkeys | 44 |
| 9 Fokusryhmän vuorovaikutuksen analyysi..... | 44 |
| 10 Johtopäätökset..... | 45 |
| Lähteet | 48 |
| Kuviot | 51 |
| Taulukot | 51 |
| Liitteet..... | 51 |

1 Johdanto

Luonnonmukaisesti tuotetut eli luomuelintarvikkeet ovat nostaneet suosiotaan Suomessa sekä yksityisellä että julkisella sektorilla. Luomun kysynnän kasvun seurauksena esille on noussut kysymyksiä luomuelintarvikkeiden soveltuvuudesta suuriin ammattikeittiöihin. Onko luomuelintarvikkeiden saaminen suurammattikeittiöiden valikoimiin vielä riittämättömällä tasolla? Mitä ongelmakohtia ”pellolta pöytään” -ketjussa on?

Tämä opinnäytetyö saatiin toimeksiantona Maa- ja metsätalousministeriön, Suomen Luomutuokku Oy:n ja Laurea-ammattikorkeakoulun tukemalta Luomua lautaselle - luomuruokaa julkisiin ruokapalveluihin -hankkeelta, jonka päämääränä on lisätä luomuruoan käyttöä julkisissa ruokapalveluissa. Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli tuottaa tietoa toimeksiantajalle ja auttaa tätä pääsemään asetettuihin osatavoitteisiin Luomua lautaselle - hankkeessa.

Opinnäytetyön tavoite oli tarkastella luomuketjua, löytää siitä ongelmakohtia ja kriittisiä pisteitä sekä löytää ratkaisumalleja, jotka vaikuttaisivat luomuelintarvikkeiden lisäämiseen suurissa ammattikeittiöissä. Jotta tavoitteeseen päästiin, oli ensin tutustuttava luomuelintarvikkeiden historiaan, säädöksiin ja nykytilaan. Tutkimusta lähdettiin tekemään käyttäjälähtöisestä näkökulmasta. Opinnäytetyöntekijät toteuttivat yhteistyössä toimeksiantajan kanssa myös jo markkinoilla olevien suurtalouskeittiöille suunnattujen luomuelintarvikkeiden aistinvaraista arviointia. Tämä toteutettiin Laurea-ammattikorkeakoulun Leppävaaran toimipisteen BarLaurea -oppimisympäristössä ja arvioijina olivat Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijoita.

Tavoitteen saavuttamisen kannalta merkittävin tutkimusmenetelmä oli toimeksiantajan järjestämä fokusryhmätapaaminen, jossa elintarvikealan ammattilaiset kokoontuivat keskustelemaan luomuelintarvikkeiden ja suurtalouskeittiöiden nykytilasta sekä löytämään erityisesti julkisiin keittiöihin sopivia luomutuotteita. Fokusryhmäkeskustelu videoitiin ja analysoitiin kuvanauhalla. Työn lopputuloksiin päädyttiin pitkän ja vaiheikkaan prosessin jälkeen koostaen saatua tietoa Uudenmaan alueen kuntien ruokapalvelupäälliköille lähetetystä kyselystä, tuotetestauksen tuloksista sekä fokusryhmäkeskustelun puheenvuorojen analysoinnista.

2 Luomua lautaselle - luomuruokaa julkisiin ruokapalveluihin -hanke

Luomua lautaselle -hanke on yksivuotinen pilottihanke, jonka tarkoituksena on nostaa luomutuotteiden käyttöä julkisissa ruokapalveluissa. Hankkeen projektiryhmään kuuluivat Laurea-ammattikorkeakoulun lisäksi Keravan ruokapalvelu, Novia yrkeshögskola, Suomen Luomutukku Oy, Viikki Food Centre, Lahden Ateria, MTK Uusimaa, SLC/NSP, Ruoka-Suomi sekä Aitoja makuja. (Hankesuunnitelma 2011.)

Hankkeen taustalla on valtioneuvoston periaatepäätös, jolla kannustetaan julkisten ruokapalvelujen tuottajia kestäviin elintarvikehankintoihin ja lisäämään luonnonmukaisesti tuotettua kasvispohjaista tai sesonginmukaista ruokaa vähintään kahteen ateriaan viikossa vuoteen 2015 mennessä. (VnP. 4/2008.) Voidaan myös päätellä, että luomu on kasvattamassa suosiotaan ammattikeittiöissä. Maa- ja metsätalousministeriön rahoittamaan ja EkoCentrian toteuttamaan vuonna 2002 käynnistettyyn Portaat Luomuun -ohjelmaan oli vuoteen 2009 mennessä liittynyt 295 keittiötä, joista noin puolet olivat julkisia keittiöitä. (EkoCentria 2012.)

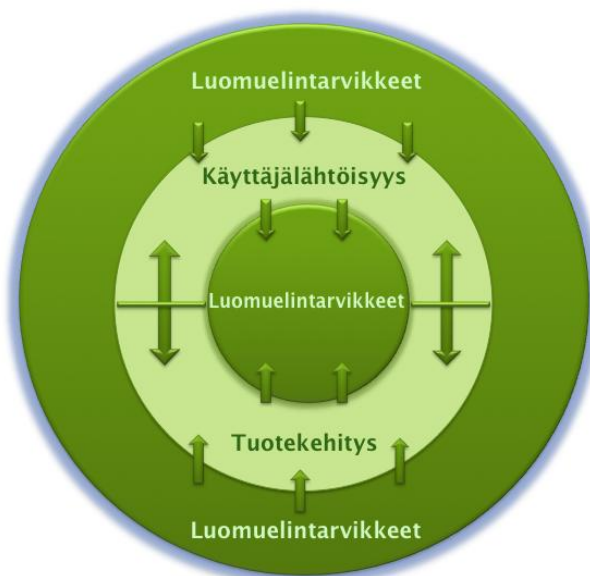
Julkisten ruokapalvelujen luomuun siirtymisen ongelmia ovat kuitenkin muun muassa sopivien tuotteiden löytäminen, suurkeittiöihin sopivien jatkojalostettujen tuotteiden saatavuus ja julkisten keittiöiden luomuyhteensopivien toimintamallien kehittymättömyys. ”Julkisen ruokapalvelun asiakkailta ei ole tietoa ruoan tuottajista eikä alkuperästä. Julkisen ruokapalvelun potentiaali kestävien valintojen edistämiseen kuluttajakäyttäytymisessä on hyödyntämättä.”(Hankesuunnitelma 2011.)

”Hankkeen päämäärä on luomuruoan käytön kasvu julkisissa ruokapalveluissa ja hankkeen päätavoite on parempi asiakasymmärrys luomutoimijoille, mikä mahdollistaa julkisten keittiöiden asiakastarpeita paremmin vastaavan luomutuotevalikoiman kehittämisen yhteistyössä”(Hankesuunnitelma 2011). Opinnäytetyön aihe liittyy Luomua lautaselle - luomuruokaa julkisiin ruokapalveluihin -hankkeeseen ja on saatu toimeksiantona Laurea-ammattikorkeakoulun Leppävaaran toimipisteen projektin johtoryhmältä. Opinnäytetyön tutkimukset ja niiden tulokset tulevat auttamaan hankkeen jäseniä pääsemään ennalta määrättyihin osatavoitteisiinsa.

3 Opinnäytetyön käsitteet

Työn teoreettinen viitekehys muodostuu kolmesta käsitteestä, jotka linkittyvät vahvasti työhön. Nämä kolme käsitettä ovat luomuelintarvikkeet, käyttäjälähtöisyys ja tuotekehitys.

Käsitteet tukevat toinen toisiaan työssä ja ohjaavat sitä oikeaan suuntaan. Opinnäytetyöhön on luotu käsitekartta kuvaamaan työssä käytettyjen käsitteiden välisiä suhteita, kuviosta ilmenee kuinka luomuelintarvikkeiden vaikutus on kaksitahoinen (Kuvio 1). Tämä johtuu käyttäjälähtöisyyden ja tuotekehityksen muodostamasta suhteesta, jossa luomuelintarvikkeille luodaan ikään kuin uusi merkitys työn edetessä. Kappaleissa 3.1, 3.2 ja 3.3 käsitteet kuvataan tarkemmin.



kuvio 1: Käsitekartta

3.1 Luomuelintarvikkeet

Luomu eli luonnonmukainen tuotanto perustuu lähtökohtaisesti kokonaisvaltaiseen ekologiseen näkemykseen koko elintarvikeketjusta. Se perustuu ympäristöön ja luonnonvaroihin, ruoka tuotetaan ilman keinotekoisia lannoitteita ja torjunta-aineita. Luomuelintarvikkeilla tarkoitetaan luonnonmukaisesti tuotettuja elintarvikkeita, joiden viljely, tuotanto ja jalostaminen tapahtuvat edellä mainitun näkemyksen pohjalta. (Luomu.fi. Miten luomu määritellään? 2011.)

3.1.1 Luonnonmukainen viljely

Luonnonmukainen maatalous tarkoittaa ekologisesti kestävästä maataloutta, jossa kaikki tehdään ekologisesta näkökulmasta katsottuna. Tuotannosta on riisuttu keinotekoiset menetelmät ja siinä keskitytään luonnontalouden omiin kiertoihin ja toimintoihin. Sanalla ”luomu” voidaan viitata myös joihinkin tuotantosäännöksiin, mutta sanaa ei voida käyttää

sellaisten jalostamattomien maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden yhteydessä, joita ei ole tuotettu voimassa olevien säännöksiä mukaisesti. (Luomu.fi. Miten luomu määritellään? 2011.)

Esimerkiksi luomupelto muuttuu tavanomaisesta pellostä vähitellen. Peltoa on täytynyt viljellä luonnonmukaisesti ja valvotusti vähintään kolme kasvukautta, muuntumista kutsutaan siirtymävaiheeksi. Luomutuotannon lähtökohtana ovat vuoroviljely sekä eloperäiset lannoitteet, näin saadaan puhdas ja laadukas sato, ilman kemiallisia, helppoliukoisia ravinteita. (Luomu.fi. Vuoroviljely 2011.)

3.1.2 Luomun valvonta

Luomutuotantoketjua valvotaan hyvin tarkasti: ketjuun kuuluvat luomusiemeniä tuottava tila, luomuraaka-aineita tuottava tila, luomutuotteita valmistava, maahantuoja tai varastoiva yritys ja luomutuotteita myyvä kauppa. Luomutiloilla suoritetaan luomuvalvontaa, jolloin tarkastetaan eri viljelylohkot, viljelytoimet, varasto sekä kirjanpito luomusiementen ostamisesta ja luomutuotteiden myynnistä. Jokaisen luomutuotteen alkuperä pystytään selvittämään tarkasti aina luomutilalle tai luomusertifioituun luonnosta keruualueeseen ja poimijaan asti. Tarkastuskäyntejä suoritetaan vähintään kerran vuodessa ja valvotut luomutuotteet saavat luomumerkin, joka takaa tiloille ja tuotteille luotettavuuden. (Luomu.fi. Luomutuotannon valvonta - tukea ja turvaa 2011.)

Luomumerkit kertovat valvotusta luomutuotteesta. Luomumerkkejä on sekä virallisia että epävirallisia. Virallisia luomumerkkejä ovat Luomu - valvottua tuotantoa -merkki sekä EU:n luomumerkki eli ”Eurolehti”, joka vaihtui ns. Tähtämerkistä vuonna 2010. Epävirallisia luomumerkkejä taas ovat Luomuliiton myöntämä leppäkerttumerkki, joka voidaan myöntää vain kotimaiselle luomutuotteelle sekä Demeter-merkki. (Kuluttajavirasto 2011.)

Luomuvalvontaan kuuluu useampi eri taho, Suomessa luomuvalvonnan hoitaa Maa- ja metsätalousministeriö, Elintarviketurvallisuusvirasto, Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontaosasto ja Ahvenanmaan maakuntahallitus. (Luomu.fi. Luotettavasti aitoa 2011).

3.1.3 Luomu ammattikeittiöissä

Luomun käyttö on kovassa kasvussa, sillä taloustutkimuksen mukaan vuodesta 2010 vuoteen 2011 luomun käyttö ammattikeittiöissä kasvoi: jonkin verran luomua käyttävien yritysten keskuudessa luomun käyttö kasvoi 43 prosentista 61 prosenttiin ja päivittäin luomua käyttäviä yrityksiä on 6 prosenttia keittiöistä. (Luomutietopankki 2012.) Maa - ja metsätalousministeriö

on rahoittanut ja EkoCentria toteuttanut Portaas luomuun -ohjelman, joka auttaa ammattikeittäjiä lisäämään luomutuotteiden käyttöä keittiöissä. (EkoCentria 2011.) Portaas luomuun -ohjelma helpottaa ja edistää ammattikeittäjiä käyttämään ja lisäämään luomuelintarvikkeita. Ohjelmassa on viisi eri tason porrasta, ja ammattikeittäjän sijoittuminen portaille riippuu luomutuotteiden käytön määrästä. Viides eli ylin porras edellyttää keittiön käyttävän luomutuotteita aina kun niitä on saatavilla, kaikista eri raaka-aineryhmistä. (Portaas luomuun. 5 porrasta luomuun 2012.)

Fazerin liityttyä Portaas Luomuun -ohjelmaan, se lisäsi luomutuotteiden käyttöä lähes 550 yrityksen henkilöstö- ja oppilaitosravintolassa. Myös Katri Antell on lisännyt luomun käyttöä organisaatiossaan. Ketjuista mm. Royal Ravintolat käyttävät paljon luomua, mutta tuovat sitä vähän esille menuissaan ja julkikuvassaan. (Luomutietopankki 2012.) Luomun saatavuus kasvaa ja paranee jatkuvasti. Tukkuliikkeissä on jo runsas valikoima luomutuotteita ja ketjuravintolat ovat hyvin aktiivisia tukkuliikkeiden käyttäjiä. Useat muut yritykset ovat lisänneet luomuvälikoimaansa ostamalla suoraan tuottajilta. (Luomutietopankki 2012.)

Suomessa koko maan luomumarkkinoiden arvo kaupoissa ja suoramyynnissä on noin 120 miljoonaa euroa (2011). Kasvuun vaikuttaa sekä saatavuuden että kysynnän lisääntyminen. Julkiset ravintolat kulkevat edellä ja yksityiset seuraavat perässä. Maa- ja metsätalousministeriön tukema Portaas luomuun -hanke on suunnattu julkisiin keittiöihin, mutta mukana on myös yksityisiä ravintoloita joista osa on yltänyt ylimmälle portaallesi asti. (Luomutietopankki 2012.)

3.1.4 Luomuelintarvikkeiden asetukset

Jotta elintarviketta voidaan kutsua luomuelintarvikkeeksi, pitää sen maataloudesta peräisin olevien raaka-aineiden osuus oltava vähintään 95 % luomua. Jäljelle jäävä 5 % voi olla EVIRAN erikseen hyväksymiä tuotteita tai tavanomaisia hyväksytyiltä listalta löytyviä tuotteita. Luomuelintarvikkeeksi ei saa myöskään kutsua luonnonvaraisesta metsästyksestä tai kalastuksesta peräisin olevia tuotteita. (EVIRA. Luomuelintarvikkeiden jalostus 2010.)

Koostumukseltaan luomuelintarvikkeet ovat myös tarkoin säädeltyjä. Esimerkiksi lisäaineita ja valmistuksen apuaineita saa käyttää vain 10 % siitä, mitä tavanomaisten elintarvikkeiden jalostuksessa saa käyttää. Tuotteessa käytetyn suolan perusainesosana on oltava natrium- tai kaliumkloridi ja aromeista sallitaan vain luontaiset aromivalmisteet ja -aineet. Vitamiineja, kivennäis- ja hivenaineita, mikroravinteita ja aminohappoja saa lisätä vain, jos niiden käyttöä edellytetään lakisääteisesti. Suomessa ei ole lisäyksiä koskevaa lainsäädäntöä, joten

esimerkiksi D-vitamiinin lisääminen luomumaitoon ei ole sallittua. (EVIRA. Luomuelintarvikkeiden koostumus 2010.)

Luonnosta kerättäviä tuotteita, kuten marjoja, sieniä ja luonnonyrtejä ei pidetä automaattisesti luomuna. Luomuksi näitä saa kutsua vain, jos ne on kerätty tarkastetuilta, valvontaan liittyneiltä keruupaikoilta. Keruutuotteiden ostajat ja keruupaikat tarkastetaan vuosittain ja tämän lisäksi jokaisen kerääjän on annettava kirjallinen sitoutuminen keruutuotteiden ostajalle, jossa sitoudutaan noudattamaan luomupoiminta ehtoja. (EVIRA. Luonnonvaraiset tuotteetko automaattisesti luomua? 2010.)

Alhaisen jalostusasteen valmistuksella tarkoitetaan maatilalla harjoitettua omien maataloustuotteiden käsittelyä. ELY-keskus valvoo alhaisen jalostusasteen valmistusta ja valvontaa tehdään vuosittain tuotantotarkistuksissa. EVIRA (2010) katsoo seuraavat toimenpiteet alhaisen jalostusasteen valmistukseen kuuluviksi:

- . jauhojen, ryynien, hiutaleiden tms. valmistus
- . juuresten ja kasvien kuoriminen, pilkkominen ja ryöppääminen
- . marjojen jäädyttäminen
- . yrttien kuivaaminen
- . mehujen valmistaminen ilman lisättyä sokeria tai elintarvikelisiä aineita tai valmistuksen apuaineita
- . luomuraaka-aineiden sekoittaminen keskenään kuten raasteet tai yrttisekoitukset
- . teurastus ja lihan paloittelu luomuhyväksytyssä teurastamossa tai leikkaamossa
- . leikkaamosta palautuvien pakattujen lihojen myynti sekä pakkaamattomien lihojen pakkaaminen ja myynti

(EVIRA. Maatilalla tapahtuva luomumaataloustuotteiden alhainen jalostus 2010.)

3.1.5 Luomusuunnitelma

EVIRA velvoittaa jokaista luomutuotantoon ryhtyvää toimijaa tekemään ennen toiminnan aloittamista niin kutsutun luomusuunnitelman. Suunnitelmassa tulee selvittää, mitä ja minkälaista luomutoiminta on, millä käytännön toimenpiteillä luomutuotannon säädöksiä valvotaan ja varmistetaan toiminnan eri vaiheissa. EVIRA (2010) vaatii luomusuunnitelmasta löytyvän ainakin seuraavat seikat:

- . toiminnasta (mitä tehdään ja kenelle)
- . erilläänpidosta (jos samoissa tiloissa käsitellään myös tavanomaisesti tuotettuja

tuotteita)

- . kirjanpidosta ja taseesta
- . tuotteiden koostumuksesta
- . pakkausmerkinnöistä
- . kuljetusjärjestelyistä
- . mahdollisista alihankinnoista
- . puhdistustoimista (jos toiminnassa on myös tavanomaisia elintarvikkeita)
- . asiakirjoihin tulevista merkinnöistä

(EVIRA. Luomusuunnitelman kuvaukset 2010.)

Suunnitelmaa tulee päivittää ja siihen tulee tehdä muutoksia, jos toiminnassa tapahtuu jotain uutta, esimerkiksi jos joku tuote poistuu valikoimasta tai jos tuotteen koostumus muuttuu. EVIRA tekee toimijoille vuosittaisia tarkastuksia, joissa tarkastetaan kuinka hyvin luomusuunnitelma vastaa toimintaa ja noudatetaanko suunnitelmaa päivittäisessä toiminnassa. (EVIRA. Luomusuunnitelma 2010.)

3.2 Käyttäjälähtöisyys

Käyttäjälähtöisyys tarkoittaa esimerkiksi tuotekehityksessä jonkun palvelun tai tuotteen käyttäjän mukaan ottamista tuotteen kehittämiseen tai parantamiseen. Tällöin pystytään maksimoimaan käyttäjätyytyväisyys ja saamaan yritykselle useampia uskollisia asiakkaita. Käyttäjälähtöisyyden ja asiakaslähtöisyyden välillä on olemassa selvä ero. Esimerkiksi jonkun tuotteen tai palvelun tiedonkeruussa asiakastieto voi jäädä melko suppeaksi ja pinnalliseksi, koska palautteenantoon liittyy yleensä voimakas reagointi tuotetta tai palvelua kohtaan. Sen sijaan käyttäjätieto sisältää yleensä syvempää tuntemusta esimerkiksi käyttötilanteista, -ympäristöistä ja käyttäjästä itsestään. (Hyysalo 2009, 12 - 20.)

Orava (2009) määrittelee käyttäjälähtöisyyden siten, että se tarkoittaa käyttäjän osallistuttamista tutkimus-, kehitys- ja innovaatio toimintaan aktiivisesti. Kun käyttäjä on osallistunut, tulee hänestä subjektiivinen ja tasa-arvoinen toimija muiden Living Lab -toimijoiden seurassa. Living Labilla tarkoitetaan puolestaan ”käyttäjälähtöistä avoimen innovaation ekosysteemiä tosielämän ympäristössä.” (Orava 2009, 11.)

Vuonna 2010 ilmestyneen VTT:n julkaisun mukaan käyttäjiä voidaan ottaa mukaan yritysten tuotekehitys- ja innovointityöhön monella eri tavalla. Samassa tutkimuksessa kerrotaan, että nykyorganisaatioissa tuotekehityksen prosessin roolit kehittäjästä kuluttajaan ovat menneet sekaisin. Organisaatiot pitävät tärkeänä kehittää keinoja, joilla asiakkaita ja käyttäjiä

saataisiin enemmän mukaan yritysten tuote- ja palvelukehitysprosesseihin. (Apilo, Eerola, Konttinen, Lappalainen & Pelkonen 2010, 3 - 4.)

Seinäjoen Teknologikeskuksen kehittämispäällikkö Titta-Liisa Koivuportaan mukaankäyttäjälähtöinen innovaatiotoiminta on löytänyt paikkansa kansallisesta innovaatiopolitiikasta ja yhä useammin käyttäjillä itsellään on halua puuttua tuotekehitysprosessiin ja täten myös vaikuttaa, minkälaisia tuotteita tai palveluita he saavat lopputuotteeksi. Kyseinen toiminta pyrkiikin parantamaan innovaatiotoimintaa julkisella ja yksityisellä sektorilla. Sektorien yhteistyöhön perustuvat innovaatio- ja kehitysympäristöillä, esimerkiksi Living Labeilla, pyritään kehittämään käyttäjälähtöistä innovaatiopolitiikkaa. (Orava 2009, 5.)

Sundbo ja Toivonen (2011) muistuttavat, että tuotekehitys- ja innovaatioprosessiin osallistuva käyttäjä ei välttämättä ole se ”ensimmäinen” käyttäjä, joka uuden tuotteen tai palvelun lisäarvosta hyötyy. Usein hyödynsaajana on ketjun viimeinen linkki eli loppukäyttäjä. Kauaskantavalla käyttäjälähtöisellä tuotekehitysprosessilla pyritään myös hyödyttämään tulevia eli potentiaalisia käyttäjiä. Tuotteen ja palvelun käyttäjillä on myös ero: siinä missä tuotteen käyttäjä hyötyy vain lopputuotteesta, hyötyy palvelun käyttäjä myös palveluprosessista. (Sundbo & Toivonen 2011, 5.)

3.2.1 Käyttäjät tuotekehityksen tukena

Käyttäjää voi ottaa tuotekehitykseen mukaan monella eri tavalla: käyttäjiä voidaan käyttää tuomaan tietoa käyttöympäristöstä ja -tavoista tuotekehitystiimeille silloin, kun tuote tai miljö on tuotekehittäjille tuntematon, tai käyttäjiä voidaan haastatella ja ottaa heitä sitä kautta mukaan tuotesuunnitteluun, jotta tuotekehittäjät voivat saada yksityiskohtaisemmin selkoa tuotteelta vaadituista ominaisuuksista. (Hyysalo 2009, 55.)

Tuotekehittäjien ja tuotteen käyttäjien välisen yhteistyön hyödyt nojaavat pitkälti siihen, että käyttäjät pystyvät ilmaisemaan kehittelijöille, mitä he haluavat tuotteeltaan. Mikäli tuote onnistuu tyydyttämään käyttäjien tarpeet, voidaan tuotetta pitää tällöin paitsi onnistuneena myös uskottavana. Yhteistyössä on myös riskejä, sillä tuotekehittäjät voivat valita myös vääriä käyttäjiä yhteistyöhön, jolloin kehiteltävä tuote voi segmentoitua vain jonkun pienen ryhmän vaatimukseen sopivaksi, jolloin se saattaa menettää kannattavuuttaan. Hyysalo (2009) sanoo, että käyttäjien innostuneisuus on ratkaiseva tekijä kehitysprosessissa ja on mahdollista, että käyttäjät eivät itsekään tiedä mitä tuotteelta tulevaisuudessa vaaditaan. (Hyysalo 2009, 93 - 95.)

3.2.2 Erilaiset käyttäjät

Kun tehdään tutkimusta tai tuotekehitystä käyttäjälähtöisesti yhteistyöllä, on syytä segmentoida käyttäjät. Tämä helpottaa tuotekehittäjiä todellisten käyttäjien löytämisessä. Johtavat käyttäjät edustavat yleensä pientä, mutta hyödyllistä ryhmää, jotka pystyvät nostamaan esiin tarpeitaan yksityiskohtaisesti ja luomaan tulevaisuuden kuvia tuotteen tai palvelun vaatimuksille. Suurinta käyttäjien ryhmää edustaa tavallisten käyttäjien ryhmä, jonka henkilökohtaiset halut tuotteelta ovat johtavia käyttäjiä minimalistisemmat. (Hyysalo 2009, 96 - 97.)

Ratkaisevat käyttäjät ovat ryhmänä mielenkiintoinen poikkeus, sillä heidän tarpeensa yleensä ajavat tuotteen menestykseen tai unholaan. Tämän käyttäjäryhmän potentiaali on kiinni heidän mukavuudenhaluisuudessaan, sillä yleensä ratkaisevat käyttäjät eivät käytä tuotteita, jotka eivät ole helppoja käyttää tai eivät muuten vaan sovi käyttötarkoituksiinsa. On syytä kuitenkin muistaa, että jokainen käyttäjä on erilainen. Yritykset ovatkin hyödyntäneet eri käyttäjiä tuotekehityksen eri vaiheissa esimerkiksi jakamalla heitä ”testikäyttäjiin tai strategisiin partnereihin.” (Hyysalo 2009, 97 - 98.)

3.3 Tuotekehitys

Tuotekehityksellä tarkoitetaan kehittämisprosessia, jonka lopputuloksena on uusi tai paranneltu tuote tai palvelu. Monivaiheinen tuotekehitysprosessi sisältää muun muassa tuoteidean selvittämisen, luonnostelun, suunnittelun ja testauksen. Tuotekehityksen merkittävin tavoite on täyttää ennalta asetetut tekniset ja taloudelliset tavoitteet niin optimaalisesti kuin on mahdollista. Tuotekehitystoiminta on hyvin luovaa toimintaa, jossa vaaditaan muun muassa luonnontiedon hyvää hallintaa. (Jokinen 1999, 9)

Tuotekehityksessä ei aiemmin tavattu käyttää suunnitellusti erilaisia menetelmiä käyttäen entisaikoina, sillä toiminta oli usein osin sattumanvaraista. Nyky-yhteiskunnan tarpeet ovat kuitenkin ajaneet organisaatioita valmiiden suunnittelumenetelmien kehittämiseen, sillä tuotteiden elinkaari on lyhentynyt ja kilpailu on samalla koventunut. Tuotekehitys on saatava sisällytetyksi yrityksen rakenteisiin markkinointi- ja valmistusvaatimuksia silmällä pitäen, ja tuotekehitys- ja suunnitteluprosessi pitää linkittää muuhun tuotantoprosessiin. Oikein suoritettuna tämä tuottaa yritykselle kilpailukykyisempiä tuotteita vähemmillä kustannuksilla. (Jokinen 1999, 10 - 11)

3.3.1 Tuotekehityksen työvaiheet

Jokisen (1999,14) mukaan tuotekehityshanke voidaan jakaa neljään toimintavaiheeseen. Näitä ovat käynnistäminen, luonnostelu, kehittäminen ja viimeistely. Käynnistämävaiheella tarkoitetaan aikaa ennen hankkeen toteuttamispäätöstä, jolloin huolellisesti ja kattavasti selvitetään uuden tuotteen markkinanäkymät ja valmistuskustannukset. Luonnosteluvaiheessa tehdään tehtävän analyysi ja asetetaan uudelle tuotteelle tavoitteet ja vaatimukset.

Kehittämävaihe on prosessin yksi vaativimpia osia, jossa pitää havaita tuotteen heikkoja kohtia, joita pyritään karsimaan, sekä etsiä taloudellisesti ja teknillisesti oleellimmat osat jotka pyritään optimoimaan. Prosessin viimeinen vaihe on viimeistely, jossa laaditaan tuotteelle tai palvelulle käyttöohjeet jne. Viimeistelyssä tuotteesta valmistetaan yleensä prototyyppi ja "nollasarja", joilla testataan valmistusmenetelmiä ja saadaan tietoa tuotteen valmistushajonnasta ja ominaisuuksista. Seuraavissa kappaleissa kerrotaan yksityiskohtaisemmin työvaiheista. (Jokinen 1999, 14 - 17)

3.3.2 Tuotekehitysprojektin käynnistäminen

Perusedellytys uuden tuotteen kehittämiseksi on tuotteen tarve. Tarve kuitenkin vaatii myös rinnalleen idean toteuttamismahdollisuudesta. Jotta löydettäisiin uusia tuote- tai kehitysideoita, on etsittävä tietoa itse yrityksen sisältä ja yrityksen ulkopuolelta. Käytettäviä menetelmiä tiedon keräämiseksi yrityksen ulkopuolelta ovat muun muassa markkina-analyysit, asiakkaiden kyselyt, kilpailijoiden tuotteiden analyysit ja tekniikan kehityssuunnitteet. Yrityksen sisältä tarvitaan tietoa mm. henkilöstön tiedontasosta, valmistusmahdollisuuksista, taloudellista mahdollisuuksista ja käytettävissä olevan tutkimushenkilöstön määrästä. (Jokinen 1999, 17 - 20)

Kun tuoteidea on syntynyt, etsitään sille oma tuotealue. Tuoteidean ominaispiirre voi olla, että se on valmistettu tietyistä raaka-aineista, tai että se on tehty tietyllä valmistusmenetelmällä. Yrityksestä ja sen ulkopuolelta kerätyt tiedot voivat antaa kehittäjille osviittaa kartoittamaan niitä tuotealueita, joille toimintaa voisi kohdentaa. Kun tuoteidea on valmis, siitä laaditaan kehitysehdotus. Se kattaa tuotteen kuvauksen, tekniset ja taloudelliset vaatimukset, aikataulun, sekä käytettävissä olevan kehityspanoksen. (Jokinen 1999, 20 - 21)

3.3.3 Luonnosteluvaihe

Tämän vaiheen tarkoituksena on löytää erilaisia ratkaisuluonnoksia tuotteelle, jota ollaan kehittämässä. Vaiheen työ on luovaa ja se sisältää kaikkiaan kahdeksan työvaihetta; kehitystehtävän analysointi; vaatimusten ja tavoitteiden asettaminen; ratkaisujen etsiminen; osatoimintojen ratkaisujen karsiminen, arvostelu ja testaus; osatoimintojen ratkaisujen yhdistäminen kokonaistoiminnoksi; kokonaistoiminnon ratkaisujen karsiminen, arvostelu ja testaus; ratkaisuluonnokset ja kehitettävän ratkaisuluonnoksen valinta ja testaus. (Jokinen 1999, 21 - 22.)

Analysoinnissa selvitetään mm. asiakkaiden toiveet ja omien tai jo olemassa olevien tuotteiden heikot kohdat. Kehityspäätöksen läpikäymisessä kannattaa kiinnittää myös huomiota siihen, mikä on ongelman ydin, mitä ollaan ratkaisemassa. Kun tavoitteita asetetaan tuotteelle, ne kannattaa asettaa tietysti korkealle. Jokisen (1999, 30) mukaan tavoitteet ja vaatimukset kannattaa ryhmitellä kolmeen luokkaan: kiinteisiin vaatimuksiin, jotka ratkaisun tulee ehdottomasti täyttää; vähimmäisvaatimuksiin, eli vaatimuksiin joilla on raja-arvo, jonka ylittäminen tai alittaminen on toivottavaa; toivomuksiin, jotka otetaan mukaan mahdollisuuksien mukaan. (Jokinen 1999, 23 - 30.)

Ratkaisujen etsiminen lähtee liikkeelle tehtävän yleistämisellä, joka helpottaa olennaisten vaatimusten tunnistamista sekä kokonaistoiminnon tunnistamista. Yleistämistä ei saa kuitenkaan viedä liian pitkälle, sillä muuten koko ongelman käsittely laajenee liikaa. Yleistämisen jälkeen tehtävä jaetaan toiminnoiksi. Kokonaistoiminta jaetaan osatoiminnoiksi, jolloin koko ratkaisun etsiminen helpottuu, kun etsitään ensin ratkaisuja pienemmissä kokonaisuuksissa. Seuraavaksi siirrytään ideointiin, jossa menetelmänä voi käyttää esimerkiksi aivoriihtä. Kun ideointi synnyttää ratkaisuja, on oleellista että ratkaisut testataan ja arvioidaan. Arviointia kannatta tehdä kolmesta näkökulmasta: haittavaikutusten, herkkyyden ja potentiaalisten ongelmien kannalta. (Jokinen 1999, 30 - 33 ja 86.)

3.3.4 Kehittelyvaihe

Kun luonnosteluvaihe on ohi, voidaan siirtyä kehittelyvaiheeseen, jossa tapahtuu tuotteen yksityiskohtien suunnittelu. Suunnittelu tapahtuu tuotteen teknillisiä ja taloudellisia näkökulmia tarkastellen. Kehittelyvaiheessa on hyvä vielä kerrata tuotteelle asetetut tavoitteet ja vaatimukset, joita voivat olla esimerkiksi vaatimukset raaka-aineiden suhteen jne. Kehittelyvaiheessa on tuotteesta myös tarkoitus ideoinnin avulla poistaa ns. heikkoja kohtia. Tässä apuna voidaan käyttää arvoanalyysiä, joka on tuotekehitystoiminnassa laajasti käytetty työmuoto. Siinä tuotteen arvo on se, mitä mikin sen toiminto maksaa.

(Jokinen 1999, 90 - 92)

Puhutaan konstruktioista, kun tuotteen heikon kohdat on selvitetty ja poistettu. Tämän jälkeen työn seuraavassa vaiheessa keskitytään konstruktion yksityiskohtien suunnitteluun. Tämän tarkoituksena on tunnistaa kohteita, joiden optimointi parantaisi valmiin konstruktion arvoa. Näitä kohteita ovat yleensä teknisesti ja taloudellisesti merkittävät kohteet. Kehittelyvaihe on viety päätökseen, kun kehitetylle konstruktiolle haetaan vahvistuspäätös. (Jokinen 1999, 90 - 91)

3.3.5 Viimeistelyvaihe

Tuotekehitysprosessin viimeinen työvaihe on viimeistely. Viimeistelyssä kiinnitetään huomiota konstruktion selittämiseen, eli konstruktioista laaditaan työ-ohjeet ja työselityksen jne. Yleensä konstruktioista tehdään prototyyppi tai nollasarja, jolla testataan tuotetta lisää, mutta jos kyse on jostain suuremmasta yksittäisestä konstruktioista, esimerkiksi paperikoneesta, ja sen prototyyppi on mahdotonta valmistaa, on mahdollista rakentaa siitä pienoismalli prototyypin sijaan. (Jokinen 1999, 96)

Viimeistely voidaan jakaa seitsemään vaiheeseen: yksityiskohtien viimeistelyyn, jossa ratkaistaan esim. mistä raaka-aineet hankitaan jne.; kokoonpanokuvien laatimiseen, jossa tuotteelle laaditaan kuljetusohjeet, säilytysohjeet jne.; työselitysten laadintaan, jossa tuotteelle kehitetään käyttöohjeet jne.; ohjeiden tarkistukseen, joissa huomioidaan, että ohjeet ovat yksiselitteisiä ja mm. standardien mukaisia; prototyypin suunnitteluun, jossa valmiista tuotteesta valmistetaan koekappale; nollasarjan valmistukseen, jossa tutkitaan tuotteen valmistusmenetelmiä; ja viimein päätöksen tekemiseen tuotannon alkamisesta. Päätös tuotteen tuotantoon menemisestä ei suinkaan tarkoita, että kyseisen tuotteen tuotekehitys olisi ohi, sillä tuotteen ollessa markkinoilla, sitä on kehitettävä edelleen jotta se pysyisi kilpailukykyisenä. (Jokinen 1999, 96 - 99)

4 Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus

Luomua lautaselle -hankkeen osatavoitteiksi on hankesuunnitelmassa (2011) lueteltu ”julkisten keittiöiden luomutuotteiden käyttöön liittyvän luomuraaka-aineisiin ja jatkojalostukseen liittyvien tarpeiden selvitys, luomutuotteiden jalostukseen liittyvien tukimahdollisuuksien selvittäminen ja niistä tiedottaminen, julkisiin keittiöihin soveltuvien luomutuotteiden testaaminen keittiössä, aistinvarainen arviointi sekä tuotekehitystarpeiden määrittäminen, luomutuottajien arvostuksen parantaminen lisäämällä julkisen ruokapalvelun

asiakkaiden tietämystä tuotteen alkuperästä, tarvekartoituksen ja tuotetestauksen tulosten tiedottaminen molemmilla kotimaisilla kielillä, sekä toimijaverkoston ja hankesuunnitelman rakentaminen valtakunnallista hanketta varten.”

Opinnäytetyön tavoite oli tarkastella luomuketjua ja löytää siitä ongelmakohtia, kriittisiä pisteitä sekä löytää ratkaisumalleja, jotka vaikuttavat luomuelintarvikkeiden lisäämiseen suurissa ammattikeittiöissä. Opinnäytetyön tarkoitus oli tuottaa toimeksiantajalle tietoa ja auttaa toimeksiantajaa pääsemään osatavoitteisiin Luomua lautaselle -luomuruokaa julkisiin ruokapalveluihin -hankkeessa.

5 Työn vaiheet ja käytetyt menetelmät

Hankkeen johtoryhmän toiveiden mukaisesti teetettiin sähköinen kysely, jonka avulla pyrittiin selvittämään Uudenmaan alueen julkisten keittiöiden nykytilaa luomutuotteiden osalta. Kysely lähetettiin sähköpostin välityksellä Uudenmaan kuntien ruokapalvelupäälliköille yhdessä hankkeesta kertovan saatekirjeen kanssa. Kysely oli apuväline markkinaselvityksessä. Markkinatutkimuksella pyritään tutkimaan markkinakenttää ja siellä tapahtuvia muutoksia. Perinteisesti markkinatutkimuksessa käytetään tiedonkeruumenetelminä kyselyitä ja fokusryhmiä. Markkinatutkimuksella voidaan myös tutkia asiakkaiden tai muiden ryhmien tarpeita, eli tehdä tarvekartoitusta, jonka avulla voidaan paljastaa mitä asioita, palveluita tai tuotteita asiakkaat haluavat. (Goffin, Koners & Lemke 2010, 3 - 7.)

Ensimmäinen versio kyselystä tehtiin johtoryhmän toiveiden mukaisesti, jonka jälkeen opinnäytetyöntekijät saivat ohjeen muokata kyselyä lisää. Johtoryhmässä kuntien ruokapalvelupäälliköiltä oli tarkoitus kysyä tuoteryhmittäin:

- Mitkä ovat kolme käytetyintä raaka-ainettanne (volyymi vuodessa, jalostusaste) ja niiden käyttömäärät kiloina vuodessa? Onko joku niistä luomua?
- Mitä luomutuotteita (volyymi vuodessa, jalostusaste) käytätte tällä hetkellä?
- Mitä kolmea tuotetta haluaisitte käyttää luomuna (volyymi vuodessa, jalostusaste)?
- Minkä asioiden koette olevan esteenä luomutuotteiden käytölle omassa toiminnassanne?

Tuoteryhmiä olivat maitotalous-, liha-, kala-, teolliset, kuiva- ja hedelmä- ja vihannestuotteet. Hankkeen johtoryhmä päätti kyselyn lopullisesta sisällöstä ja rakenteesta ja oli vastuussa sen lähettämisestä. Sähköisen kyselyn teknisestä toteutuksesta ja ulkoasusta vastasivat opinnäytetyöntekijät ja heidän vastuullaan oli myös tulosten yhteenveto ja analysointi. Kysely laadittiin Google Docs -ohjelman avulla.

Kysely on aineistonkeruumenetelmä, jolla voidaan kerätä halutessa todella laaja aineisto. Kyselyn suunnittelu ja koonti on tärkeää, sillä hyvällä suunnittelulla aineisto voidaan analysoida nopeasti. Kyselylomakkeita voidaan rakentaa kolmella yleisellä tavalla: avoimilla kysymyksillä, monivalintakysymyksillä ja skaaloilla. Avoimilla kysymyksillä vastaaja saa itse kirjoittaa vastauksensa ja ilmaista itseään, monivalintakysymyksissä vastaaja merkitsee rastilla valmiiksi annetun vastausvaihtoehdon ja skaaloissa esitetään väittämiä, joista vastaaja valitsee mielestään sopivimman vaihtoehdon asteikolla yhdestä viiteen. (Hirsjärvi ym. 2009, 193 - 200.)

Kyselyllä on tutkimuksena kuitenkin myös heikkouksia, sillä esimerkiksi kysymysten asettaminen saattaa aiheuttaa väärinymmärryksiä. Myös yksi suuri ongelma on kato, eli vastaamatta jättäminen. Tämä on prosentuaalisesti suurempi ongelma silloin, kun vastaajia ei ole ennalta valikoitu. Kyselylomakkeen huolellinen suunnittelu on tärkeää hyvän aineistonkeruun kannalta. Lomakkeen selvyys, tarkat ja lyhyet kysymykset sekä lomakkeen pituus ovat asioita, joihin kannattaa kiinnittää paljon huomiota. (Hirsjärvi, ym. 2009, 195 - 196.)

Luomua lautaselle -hankesuunnitelmassa (2011) mainitaan, että ”kyselyllä tehdyn markkinaselvityksen tueksi toteutetaan tuotetestausta, jossa kartoitetaan 10 - 15 luomutuotteen soveltuvuutta ammattikeittiöolosuhteissa BarLaureassa”. Testausta varten laadittiin aistinvarainen arviointilomake (Liite1), jonka avulla pyrittiin löytämään parhaiten ammattikeittiöolosuhteisiin soveltuvat luomuelintarvikkeet. Arviointilomakkeen laatimisesta vastasivat hankkeen johtoryhmä ja Laurea-ammattikorkeakoulun Leppävaaran toimipisteen aistinvaraisen arvioinnin ammattilaiset.

5.1 Aistinvarainen arviointi osana elintarvikkeiden tuotekehitystä

Elintarvikkeiden tuotekehityksessä aistinvarainen arviointi on yksi elintarviketuotekehityksen kulmakivistä. Kuin mikä tahansa idea, sitä ryhdytään kehittämään, jos kehittämisen tarve on pystytty osoittamaan. Elintarviketeollisuutta ja sen tuotekehityksiä ohjaavat myös monet tutkimustulokset ja kilpailijat. Elintarvikemarkkinoilla myös tuotteiden erilaisia valmistustapoja ja raaka-aineita voidaan uudelleen kehittää asiakkaiden tarpeiden mukaiseksi. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 121.)

Uusien elintarvikkeiden markkinoille tuominen on monivaiheinen prosessi, jossa tärkeiksi elementeiksi nousee kuluttajien mielipide. Asiakkaiden tarpeiden tietäminen on olennaisen tärkeää, sillä elintarvikeasioissa mieltymykset saattavat vaihdella yksilöittäin jopa tilanteen mukaan. Esimerkiksi erilaiset ruoka-aineallergiat vaativat elintarviketeollisuudelta jatkuvaa

tuotekehitystä, jotta korvaavia tuotteita saataisiin markkinoille. (Tuorila ym. 2008, 120 - 121.)

Aistinvaraista arviointia käytetään laatututkimuksissa, jossa arvioidaan jonkun tietyn elintarvikkeen makua, hajua, ulkonäköä ja rakennetta. Menetelmiä käytetään pääasiallisesti kahdella alueella: aistinvaraisissa tutkimuksissa, joissa tuotetaan tietoa elintarvikkeiden ominaisuuksista ja ruoan hyväksyttävyydestä tutkimuksissa, joissa arvioidaan jonkun elintarvikkeen soveltuvuutta markkinoille ja tietyn tyyppisille kuluttajille. (Tuorila ym. 2008, 15.)

Aistinvaraista mittaamista käytetään yleisesti elintarviketeollisuudessa laadunvarmistuksessa ja tuotekehityksessä. Arvioinnin luotettavuus perustuu laatuominaisuuksien ja mieltymysten eron ymmärtämiseksi. Jotta saataisiin laadullisesti kelpaavaa aistinvaraista arviointia, on huolehdittava, että arvioiva raati on saanut koulutusta liittyen erojen ymmärtämiseen. (Tuorila ym. 2008, 15.)

Elintarvikkeiden tuotekehitykseen kuuluvat myös tuotekokeilut. Yleensä kokeilut alkavat tuotevaatimusten määrittämisellä useasta eri näkökulmasta. Kokeiltavasta tuotteesta tehdään tuotekuvaus, johon merkitään muun muassa tuotteen säilyvyys, valmistusmenetelmät ja kuvaus tuotteesta. Tuotteita kokeillaan koekeittiöissä, joissa voidaan verrata erilaisia valmistustapoja, raaka-aineita ja valmistaa tuotteesta pieniä koe-eriä. Tärkeintä on selvittää tuotteiden laatuun liittyviä ominaisuuksia esimerkiksi erilaisilla erotustesteillä. Soveltuvuutta tuotantoon testataan valmistamalla koe-eriä, joiden avulla arvioidaan ja optimoidaan valmistusprosessia. Myös tuotteen säilyvyyttä on seurattava aistinvaraisin ja mikrobiologisin keinoin. (Tuorila ym. 2008, 121 - 127.)

Jos kehitettävä tuote on pakattavaa mallia, on tuotekehitys siinäkin tärkeää. Vaikka pakkauksen ja sen ulkoasun suunnittelu liitetään usein markkinoinnista vastaavien tehtäväksi, on syytä muistaa, että tuotteen ja pakkauksen on vastattava toisiaan. Tekniset järjestelyt koskien pakkauksen merkintöjä ja tuoteohjeita liittyvät läheisesti tuotekehitystyöhön. Tuotetta voidaan koemarkkinoida, jolloin välttyään puolivalmiin tuotteen lanseeraamiselta. Koemarkkinoinnista on hyötyä esimerkiksi silloin, jos potentiaalisilta asiakkailta hankitaan tietoa käyttäen hyväksi esimerkiksi kuluttajatestejä. (Tuorila ym. 2008, 128 - 129.)

5.1.1 Aistinvaraiseen arviointiin vaikuttavat tekijät

Ihmisen aistit kehittyvät jo hyvin varhaisessa vaiheessa, ja on tutkittu, että jo sikiövaiheessa äidin ruokatottumukset voivat vaikuttaa lapsen aistikokemuksiin. Lapsen toistuva altistuminen tietylle ruoalle vaikuttaa usein lisäten sen miellyttävyyttä. Usein ihmisen

mieltymykset joihinkin ruokiin ovat kulttuuriperustaisia. Yksilön ruokamieltymykset kehittyvät koko elämän ajan ja ovat suurimmalta osin opittuja, niihin vaikuttavat suuresti sosiaalinen ja kulttuurinen ympäristö. Kokemukset ruosta ja ruokailutilanteista luovat mielikuvia, asenteita ja odotuksia. Ihmisen aistihavainnointit vaikuttavat yksilön suhtautumiseen ruokaan, eli hyväksyykö vai hylkääkö hän ruoan ja kuinka paljon siitä pidetään. (Tuorila ym. 2008, 68.)

Ihmisillä on selkeästi mieltymys makeaan ja usein makeus liitetään ruokakulttuureissa juhla-aikoihin ja tiettyihin aterian osiin. Ihmiset ovatkin tottuneet syömään, juomaan ja valmistamaan elintarvikkeita makeina, ja näistä tuotteista on muodostunut yksi merkittävä osa-alue teollisessa tuotannossa. Maun lisäksi myös hajujen kokeminen epämiellyttäväksi tai miellyttäväksi on suurimmalta osin opittua. Ihminen oppii oman ruokakulttuurinsa hajumaailman vähitellen jo lapsuudessa. Syöminen on kokonaisuus, joka sisältää ruoan lisäksi tunnetiloja ja tilanteita - lapsuuden kokemukset ja tilanteet vaikuttavat aikuisiälläkin kokonaisvaltaisesti ruokamaailmaan. (Tuorila ym. 2008, 67.)

Aikaisemmista altistuksista haju-, maku- ja muille ärsykeille kertyy koko ajan tietoa aivoihin ja nämä kokemukset ja havainnot sekoittuvat aivoissa mielikuviin, asenteisiin ja odotuksiin. Kulttuuri, uskonto ja asenteet sekä kielteiset että myönteisesti vaikuttavat vahvasti ruoan kokeilemiseen ja käyttöön. Sosiaalisesti ja kulttuurisesti opitaan, milloin mitäkin ruokaa tulisi nauttia ja mitä voidaan yhdistellä. Eri tilanteet kuten nälkäisyys, janoisuus ja ajankohta vaikuttavat siihen, miten ihminen kokee ruoan ja hyväksyykö hän sen. Ihmisten makumieltymyksiin vaikuttaa ruokakulttuurien lisäksi myös aika, ajassa makumieltymykset muuttuvat ja kehittyvät jatkuvasti. (Tuorila ym. 2008, 68 - 72.)

Kokemusten ja mieltymysten perusteella tutuilta ruoilta odotetaan tietynlaisia aistinvaraisia ominaisuuksia. Mieltymykset ruokaan pysyvät samana tai voivat kasvaa, jos se vastaa odotuksia vastaavasti taas poikkeamat ja virheet ruoassa vaikuttavat ihmisen arviointiin, tietysti suuruuden mukaan. Suuri pettymys ruoassa voi aiheuttaa tuotteen valmistajan tai sitä tarjoavan ravintolan hylkäämisen. (Tuorila ym. 2008, 68 - 69.)

5.1.2 Tuotetestauksen toteutus

Aistinvaraisessa arvioinnissa selvitettiin testattavan elintarvikkeen ulkonäköä, hajua, väriä tuotteen sisällä, maun ensivaikutelman miellyttävyyttä, maun ja rakenteen perusteella tuotteen miellyttävyyttä, sekä sitä vastasivatko tuotteen maku ja rakenne testajan odotuksia. Testausryhminä toimivat Laurea Leppävaaran ensimmäisen vuoden matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opiskelijat, joista osa oli tutustunut aistinvaraisen arvioinnin teoriaan Palvelutuotteen suunnittelu -opintojaksolla. Hankkeen johtoryhmä valitsi opiskelijat

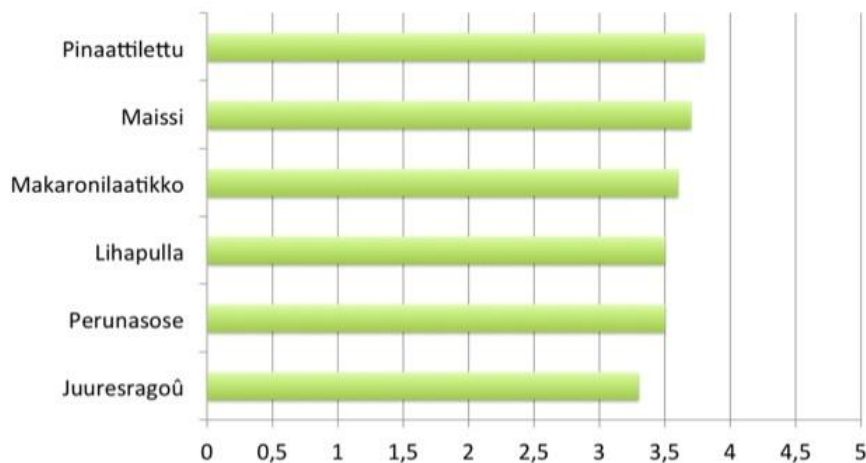
testausryhmiksi, koska opiskelijat haluttiin tutustuttaa projekti- ja hankemaailmaan ja käytännön työelämään.

Alkuperäinen suunnitelma oli valita testattavat tuotteet Uudenmaan kuntien ruokapalvelupäälliköille lähetetyn kyselyn vastauksien perusteella. Aikataulullisista syistä ja kyselyyn vastanneiden vähydestä johtuen johtoryhmä valitsi testattavat tuotteet sen hetken saatavuuden perusteella. Testaukseen valittiin yhteensä kuusi eri luomutuotetta ja -elintarviketta: luomumakaronilaatikko, luomulihapulla, luomumaissi, luomupinaattilettu, luomuperunasose ja luomujuuresragoû. Aistinvaraisen arvioinnin tilaisuudesta ja valvonnasta vastasivat opinnäytetyön tekijät. Arvioinnit tapahtuivat rauhallisessa ja mahdollisimman oikeaoppisessa ympäristössä. Testaajille jaettiin lomakkeet, testattavat tuotteet, kynät ja vesilasit.

5.1.3 Tuotetestauksen tulokset

Tuotteita arvioitiin viidellä eri mittarilla, joita olivat tuotteen yleisvaikutelma, maun ensivaikutelma, väri tuotteen sisällä, tuotteen haju ja tuotteen ulkonäkö. Testauksien päätyttyä opinnäytetyön tekijät kokosivat tulokset yhteen ja analysoivat tuloksia. Analysoinnin jälkeen tulokset esiteltiin hankkeen johtoryhmälle, joka esitti ne edelleen fokusryhmätapaamisessa. Tuloksista kävi ilmi, että parhaimman kokonaisarvosanan sai Kruunu Herkun luomupinaattilettu (3,8 / 5). Sitä seurasivat kokonainen luomumaissi (3,7 / 5), luomumakaronilaatikko (3,6 / 5), Leuton luomulihapulla (3,5 / 5), luomuperunasose (3,5 / 5) ja luomujuuresragoû (3,3 / 5) (Kuvio 1).

Kokonaisarvosana aistinvaraisen arvioinnin luomutuotteista



Kokonaisarvosana testatuista luomutuotteista asteikolla 0 - 5.
0 = Ei lainkaan miellyttävä. 5 = Erittäin miellyttävä.

N: 10

Taulukko 1: Kokonaisarvosana aistinvaraisen arvioinnin luomutuotteista.

Tuloksista ilmenee, että testatut tuotteet soveltuvat hyvin suurammattikeittiön prosesseihin, vaikkakin ne ovat hyvin erilaisia tuotteita ja tarvitsevat erilaisia valmistustapoja. Tuloksien perusteella joitain tuotteita jatkotestattiin Keravan ruokapalvelujen toimipisteeseen, jossa tuotteita arvioitiin samaisella aistinvaraisella arviointilomakkeella. Lopulliset tulokset tullaan esittämään hankkeen virallisessa raportissa.

5.2 Fokusryhmät

Termi fokusryhmä tulee englannin kielen vastineesta ”focused group discussion”. Se tarkoittaa joukkoa ennalta valittuja henkilöitä, joilla on tarvittavat tietotaidot ja ammattitaidot, keskustelemassa muiden ammattilaisten kanssa valitusta aiheesta, tuotteesta tai palvelusta. Henkilöt ovat usein ennalta valittuja omien kokemuksiansa tai läheisesti aiheeseen liittyvien työtehtäviensä perusteella fokusryhmän jäseneksi. (Goffin ym. 2010, 52.)

Fokusryhmäkeskustelua voidaan pitää osana kvalitatiivista tiedonkeruuta. Keskusteluun osanottajat voivat vapaasti keskustella keskenään. Esimerkiksi markkinoinnillisissa keskusteluissa, fokusryhmät ovat tärkeä osa tiedonkeruuta ja palautteenkeruuta tuotteen ominaisuuksista ennen kuin tuote julkaistaan markkinoille. (Goffin ym. 2010, 52.)

Fokusryhmäkeskustelut sekoitetaan usein ryhmähaastatteluihin, vaikkakin niiden välillä on selvä ero. Ryhmähaastatteluissa tutkija kysyy kysymyksiä joukolta henkilöiltä ja saa kaikilta henkilökohtaisen vastauksen esitettyihin kysymyksiin. Fokusryhmäkeskusteluissa tutkija rohkaisee ryhmän jäseniä keskustelemaan keskenään valitusta aiheesta. Tämä voi valjastaa keskusteluun lisää kysymyksiä kaikilta ryhmän jäseniltä. Fokusryhmäkeskusteluissa voidaan tuoda myös ilmi ryhäsuhhteita, jos päätetään seurata, miten yhden mielipiteet vaikuttavat toisten henkilöiden käyttäytymiseen tai mielipiteisiin. Fokusryhmätapaamisia ollaan yleensä kuvailtu ”ohjatuksi keskusteluksi.” (Goffin ym. 2010, 52.)

5.2.1 Järjestäminen, suunnitteleminen ja johtaminen

Jotta fokusryhmätapaaminen tuloksineen olisi mahdollisimman onnistunut, on Goffinin, Konersin ja Lemken mukaan (2010, 53.) syytä kiinnittää huomiota seuraavaan kolmeen seikkaan: suunnitteluun ja osallistujien valitsemiseen, session johtamiseen ja johtajan valitsemiseen, sekä tuloksien analysoimiseen (Taulukko 1).

| Suunnittelu | Johtaminen | Analysointi |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - päämäärän asettaminen - kysymysten valitseminen - osallistujien valitseminen ja ryhmiin jako - fokusryhmien lukumäärän päättäminen - paikan valitseminen | <ul style="list-style-type: none"> - käytännön asiat - session johtajan valitseminen - vuorovaikutus - Materiaalit & käytännöt/tekniikat | <ul style="list-style-type: none"> - sisällön analyysi - ryhmän vuorovaikutus - ohjeiden laatiminen - Raportit ym. |

Taulukko 2: Fokusryhmän järjestäminen (Goffin ym. 2010, 54)

Fokusryhmäsuunnittelun yksi tärkeä vaihe on päämäärän asettaminen. Tärkeää on, että kaikki ryhmän jäsenet tietävät yhteisen päämäärän, mistä keskustelussa on kyse ja mitä varten tapaaminen järjestetään. Kun päämäärät on selvitetty, on hyvä paneutua kysymysten laatimiseen. Tapaaminen on hyvä järjestää maksimissaan viiden tai kuuden asiakysymyksen ympärille mistä keskustelu viriää. Tärkeintä on, että kysymykset ovat mahdollisimman aktivoivia. Osallistujien valitsemisessa kannattaa kiinnittää erityistä huomiota siihen kuinka hyvin osallistujien taustat vastaavat keskustelun aihetta. Kehitys- tai arvioivissa keskusteluissa on hyvä, jos osallistujalla on ennalta jonkin tason tietoa aiheesta tai kiinnostusta aihetta kohtaan. Pääsääntöisesti osallistujien valitseminen on tapauskohtaista ja on järjestäjien vastuulla, että sopivat henkilöt valitaan keskusteluun. (Goffin ym. 2010, 54 - 58.)

Jos päätetään jakaa osallistujia pienempiin fokusryhmiin, on hyvä jakaa heidät esimerkiksi demograafisiin tekijöihin perustuen. Lukumäärällisesti fokusryhmien määrään vaikuttaa osallistujien lukumäärä ja keskusteltava aihe. Suositus on 8 - 10 osallistujaa, mutta usein näin ei voida toimia aikataulullisista ja taloudellisista syistä. Käytetyimpiä on 2 - 3 ryhmän malli, mutta sen tulokset saattavat jäädä liian pinnallisiksi. Paikanvalinta on seikka, jolla on suuri vaikutus osallistujiin. Jos osallistajat tuntevat toisensa, paikalla ei ole niin suurta merkitystä, mutta jos ryhmä ei tunne toisiaan mukavuuteen ja häiriöttömyyteen kannattaa panostaa. Nimilappuja kannattaa hyödyntää, jotta ihmiset voivat puhutella toisiaan ja tuolit pitää asetella niin, että kaikki näkevät toisensa. Virvokkeet ovat myös välttämättömiä, jos keskustelu kestää enemmän kuin tunnin. (Goffin ym. 2010, 58 - 59.)

Tapaamisen johtamisessa on luonnollisesti otettava huomioon käytännön asioita, esimerkiksi on erittäin tärkeää nauhoittaa sessio, jotta sen tuloksia voidaan analysoida. Videotallennus on paras tapa, jotta voidaan tutkia ryhmäsuhteita ja analysoida henkilökemioiden vaikutuksia keskustelussa esimerkiksi henkilöiden ilmeiden perusteella. Tallennuksesta on kuitenkin syytä kysyä lupa etukäteen ja ilmoittaa siitä vielä session alussa. Myös tunnelman virittäminen keskustelulle suopeaksi on tärkeää ja siihen kannattaa käyttää aikaa. (Goffin ym. 2010, 59 - 60.)

Fokusryhmäkeskustelun johtajan rooli on olennainen. Johtaja on itse asiassa väärä sana, sillä rooli on lähinnä sovittelijamainen ja neutraali. Hyvä fokusryhmäkeskustelun johtaja on hyvä kuuntelija, motivoiva ja empaattinen ja hänellä tulee olla hyvää tilannetajua. Hänen tulee antaa tilaa keskustelun edetä omalla painollaan, mutta pitää se aiheen raameissa. Vuorovaikutuksen kannalta on tärkeää, että johtaja pyrkii jakamaan puheenvuoroja järjestelmällisesti, mutta keskustelun ehdoilla. Halutessaan fokusryhmäkeskustelua voidaan tukea erilaisilla tukimateriaaleilla, aktivoivilla tekniikoilla ja käytänteillä. Ryhmälle voidaan jakaa esimerkiksi visuaalista aineistoa, kuten valokuvia tai mainoksia, joista voidaan ammentaa uusia aspekteja keskusteluun. (Goffin ym. 2010, 61 - 64.)

5.2.2 Toteutus

Hankesuunnitelman mukaisesti hankkeen johtoryhmä järjesti fokusryhmätapaamisen, jossa keskusteltiin avoimesti BarLaureassa tehtyjen tuotetestauksien tuloksista ja otettiin kantaa luomuelintarvikkeiden tuotekehitystarpeisiin. Opinnäytetyöntekijät päättivät kerätä aineistoa perustuen keskustelussa ilmi tulleisiin käyttäjäkokemuksiin, ammattilaismielipiteisiin, sekä käytännön esimerkkeihin. Tapaamisen ajankohta oli 19.4.2012 ja paikkana oli Laurea Leppävaaran vieressä sijaitseva Työväenopisto.

Hankkeen johtoryhmä oli lähettänyt kutsut tapaamisiin puolitoista kuukautta ennen tapaamista. Kutsut lähetettiin kaikille 28:lle Uudenmaan alueen ruokapalvelupäällikölle, valituille yksityisen sektorin ruokapalvelupäälliköille sekä erikseen valituille elintarviketeollisuuden edustajille. Tapaamiseen pääsi osallistumaan vain 4 henkilöä, joista kukaan ei ollut julkisen ruokapalvelusektorin edustaja. Osallistujat olivat Eeva-Liisa Lahti ISS Palvelut OY:stä, Aulikki Johansson Palmiasta, Timo Luotonen Lagerblad Foodsista, sekä Timo Marttinen Kruunu Herkusta. Laurea-ammattikorkeakoulua edusti hankkeen johtoryhmä eli Ilari Paananen, Ritva Jäättelä, Henry Lybäck ja Milla Harjula.

Tilaisuus oli suunniteltu kestävän 2 tuntia, joista ensimmäinen puoli tuntia varattiin hankkeen esittelylle ja keskusteluun johdatuksella. Tämän jälkeen alkoi varsinainen vapaamuotoinen keskustelu luomutuotteiden kehitystarpeista ja luomutuotteiden kriittisistä tekijöistä vieraiden omien kokemusten pohjalta. Myös hyvien toimintamallien ja luomuketjun oikeiden toimenpiteiden löytäminen luomuraaka-aineiden lisäämiseksi julkisissa keittiöissä oli pohdittavana. Keskustelun johtajana toimi projektipäällikkö Henry Lybäck.

5.2.3 Analysointi

Fokusryhmäkeskusteluista kerätty aineisto tulee analysoida systemaattisesti ja huolellisesti. Fokusryhmäkeskusteluiden litterointi on vaikeaa, sillä jokainen puhuja on tunnistettava ja ongelmia saattaa aiheuttaa esimerkiksi päällekkäinen puhuminen tallenteessa. Sisällönanalyysi voidaan tehdä litteroidusta materiaalista ja havainnoijien muistiinpanoista. Sisällönanalyysissa kannattaa kiinnittää huomiota siihen, tuliko keskustelussa esiin esimerkiksi tarinoita, metaforia tai lainauksia, sillä niistä voi selvittää hienovaraisia аспекteja käyttäjänsä mielipiteistä. (Goffin ym. 2010, 64 - 66.)

Ryhmän vuorovaikutuksen analysointi on ehkä koko analysointiprosessin vaikein vaihe. On vaikeaa päätellä, miten fokusryhmän jäsenten mielipiteet vaikuttavat toisiinsa ja miten esimerkiksi jäsenten demografiset taustat vaikuttavat mielipiteisiin. Tärkeää on huomata, miten ihmiset puhuvat keskustelun aiheesta: minkälaista kieltä he käyttävät, minkälainen on heidän äänenpainonsa ja millaista kehonkieltä he käyttävät. Nämä kaikki tekijät antavat viitteitä puhujan käsityksistä aiheesta. Analysoijan tulee myös raportoida kaikista vahvoista näkökulmaeroista, riidoista tai muista vakavista konflikteista ryhmässä, sillä nämä asiat antavat usein viitteitä tutkijalle, onko aiheessa jotain tekijöitä, joista on vaikea puhua julkisesti. Fokusryhmän jäsenille on tärkeää nähdä heidän käymästä keskustelusta tehty raportti. Yleensä käytettyjä raporttityyppejä ovat teemaraaportti, kronologinen raportti, kerronnallinen raportti tai etnograafinen raportti. (Goffin ym. 2010, 66 - 67.)

Opinnäytetyöntekijöiden rooli fokustyhmätapaamisessa oli havainnoida keskustelua ja kerätä sitä kautta aineistoa. Tilaisuus myös videotaltioitiin, jotta keskustelun aineistoa voitaisiin analysoida myös myöhemmin ja yksityiskohtaisemmin. Varmuuden vuoksi keskustelusta taltioitiin myös äänite sanelukoneella. Opinnäytetyöntekijät eivät ottaneet osaa varsinaiseen keskusteluun, vaan seurasivat tapahtumaa sivusta.

Fokusryhmäkeskustelun analyysi voi olla kvalitatiivisesti hankalaa, mutta hyvä kuuntelu on ensimmäinen asia, jonka avulla analyysi sujuu helpommin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkijan täytyy aloittaa ilman ennako-oletuksia lopputuloksista ja tutkijan täytyy olla avoin kaikille mahdollisille tulosvaihtoehdoille. Analyysiprosessin ominaispiirteet ovat kurinalaisuus, systemaattisesti rakennetut vaiheet, oikein määritelty analyysitapa ja useat palautekierrokset. (Krueger 1998, 3 - 4.)

Fokusryhmäkeskustelun kvalitatiivisen analyysin haastavuudesta kertoo esimerkiksi se, että osanottajat voivat vastata samaan kysymykseen käyttäen eri sanoja, mutta he voivat tarkoittaa samaa asiaa. Tutkijan rooli on löytää sisältö sanojen takaa vertaillen puheenvuoroja. Analyysia tehdessä voi usein myös törmätä kysymykseen, puhuivatko osanottajat sittenkään samasta asiasta tai oliko puhujilla ymmärrys aiheesta. (Krueger 1998, 6.)

Krueger (1998) mainitsee, että fokusryhmäkeskustelun analyysin yksi tärkeimmistä seikoista on taso, millä raakamateriaalia tulkitaan. Tähän hän on kehittänyt nelivaiheisen prosessin, jota kutsutaan ”analyysijatkumoksi”(Kuvio 2).



kuvio 2: Analyysijatkumo (Krueger 2008, 27)

Raakamateriaalilla tarkoitetaan tässä yhteydessä pelkkää kerättyä tietoa, mitä ei ole millään tavalla tulkittu. Tämänkaltaista tulkintatasoa voidaan käyttää, jos halutaan pelkkiä osanottajien lainauksia esimerkiksi jonkun tutkimuksen tueksi ”kannattamaan tai kumoamaan” käsityksiä jostain keskustellusta aiheesta. Yleensä näin alhaista tulkintatasoa ei suositella laadullista tutkimusta tehdessä. (Krueger 1998, 27.)

Jatkumon seuraavaa vaihetta kutsutaan selitysvaiheeksi. Siinä esitellään lyhyen tiivistelmän avulla lausuntoja ja kommentteja keskustelusta. Jos tätä tyyliä käytetään, saadaan

selityksestä tehokkaampi, jos siinä esitellään tiivistelmän seuraksi sitä valottavia sitaatteja tai lainauksia. On monia tapoja valita valottavia lainauksia tiivistelmän tueksi: jos tutkimus tähtää aiheen monimuotoiseen analysointiin, on suositeltavaa valita värikkäitä ja vahvoja mielipiteitä sisältäviä lainauksia. Jos taas halutaan luoda katsauksia aiheeseen joka on tarkkaan rajattu, kannattaa tällöin valita lainauksia, jotka ovat enemmän valtavirtaa. (Krueger 1998, 27.)

Tulkintavaihe on jatkumon yksi vaikeimmista vaiheista, sillä siinä tähdätään jo selitysvaiheen perusteella tarjoamaan, mitä lainauksilla tarkoitetaan. Siinä, missä selitysvaiheen prosessin lopputuloksena on tiivistelmä tai kategorisointi raakamateriaalista, on tulkintavaiheen päämääränä tarjota ymmärrystä raakamateriaalista. Tässä vaiheessa on tärkeää muistaa, että esitettyjen tulkintojen tulee perustua raakamateriaaliin. (Krueger 1998, 28.)

Suositus menee taas tulkintaakin pidemmälle. Tässä vaiheessa perustuen analyysijatkumoon voidaan tulkintojen avulla tehdä suosituksia tulevaisuutta varten ja esittää erilaisia mahdollisia strategioita, kuinka fokusryhmissä pohdittuja asioita tulisi jatkaa tai kehittää. Kun tätä vaihetta kohti jatkumossa liikutaan, tulisi ottaa selvää keskustelun aiheesta lisää ja ymmärtää fokusryhmän keskustelijoiden taustoja ja päämääriä. Ennen kuin suosituksia tehdään, on hyvä palata vielä tulkintavaiheeseen ja pohtia mahdollisia vaihtoehtoisia tulkintoja ja miettiä tarkkaan, mitä puheenvuoroissa oikeasti tarkoitettiin. (Krueger 1998, 28.) Analyysia tehdessä opinnäytetyöntekijät nojasivat edellä kuvailtuun neliportaiseen analyysijatkumomalliin.

5.3 Havainnointi

Havainnointi eli observointi on tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmä. Havainnointi on systemaattista tarkkailua ja aineistoa voidaan kerätä erilaisissa tilanteissa, sekä keinotekoisessa että luonnollisessa ympäristössä. Havainnoinnin avulla voidaan saada hyvin selville, miten ihminen käyttäytyy luonnollisesti toimintaympäristössä tai käyttäytyvätkö ihmiset siten kuten sanovat, menetelmä on siis hyvin tärkeä ja hyödyllinen. Havainnointi voi itsessään olla tutkimuksellinen menetelmä tai sitä voidaan täydentää haastatteluilla tai kyselyillä tai sillä voidaan täydentää haastatteluita ja kyselyitä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 103.)

Havainnointia voidaan hyvin käyttää esimerkiksi, kun kyseessä on kehittämistehtävä. Kohteena voi olla yksilön toiminta ja vuorovaikutus toisten ihmisten kanssa. Teollinen ja palvelutuotanto sekä ammatit muodostuvat toiminnoista ja niiden ketjuista. Lisäksi havainnointi on hyvä menetelmä tutkittaessa vaikeasti ennakoitavia ja nopeasti muuttuvia

tilanteita tai jos halutaan kehittää esimerkiksi ympäristöä tai esinettä. Havainnointia voi myös käyttää menetelmänä tilanteissa, joissa halutaan tietoa, joita tutkittavat eivät todennäköisesti halua suoraan haastattelijalle sanoa, tai jos tutkittavilla, esimerkiksi lapsilla, on kielellisiä vaikeuksia. (Ojasalo ym. 2009, 103.)

Ennen havainnoinnin varsinaista aloittamista täytyy tehdä perusteellinen pohjatyo. Tärkein kysymys suunnittelussa on, mikä on havainnoijan rooli ja kuinka näkyvä hän on havainnointitilanteessa. Havainnoijan rooleja voi olla erilaisia, ääripäänä on täysin passiivinen havainnoija, joka on täysin ulkopuolinen tarkkailija, eikä osallistu millään tavalla organisaation kehittämiseen. Toisena ääripäänä on aktiivinen havainnoija, joka taas osallistuu tilanteeseen ja on havainnoitavaa organisaatiota kehittävä konsultti. Kehittämistyössä havainnoijan rooli on yleensä edellä mainittujen ääripäiden väliltä. Havainnoijan täytyy selvittää roolinsa jo ennen havainnointitilannetta, roolin salailua ei pidetä nykyisin hyvänä vaihtoehtona, sillä havainnoija voi esiintyä organisaatiossa monin eri tavoin. (Ojasalo ym. 2009, 104 - 105.)

Tutkimuksen alkuvaiheessa on suotavaa käyttää havainnointia ilman osallistumista, silloin havainnointi auttaa kehittäjää perehtymään aiheeseen. Havainnointia voidaan tehdä kohteen tietämättä, esimerkiksi havainnoimalla peiliseinän takaa tai vierailemalla organisaatiossa asiakkaan roolissa. Osallistuvassa havainnoinnissa havainnoija itse taas osallistuu tutkittavan kohteen toimintoihin, tällöin roolina voi olla esimerkiksi asiakas tai työntekijä. Tämänkaltaisissa tilanteissa yleensä kuitenkin havainnoija vaikuttaa toimintaan vähäisesti ja vuorovaikutus tapahtuu kuitenkin pitkälti kohteen mukaan. (Ojasalo ym. 2009, 105.)

Havainnoija saattaa tarvita erilaisia lupia ja hyväksyntöjä ennen varsinaista havainnointitilannetta, esimerkiksi lupa videointiin tai nauhoitukseen on aina saatava. Varsinkin organisaation johdon hyväksyntä on tärkeä tehtäessä tutkimusta organisaation tai virallisen yhteisön tiloissa. Yleensä tämä lupa saadaan helposti, jos hanke koskee organisaation kehittämistä. Havainnoinnissa organisaation toimintakulttuurin ja luottamuksen saavuttaminen luottamuksen saavuttaa helposti, jos havainnoija itse on luottohenkilö organisaation sisällä. (Ojasalo ym. 2009, 104.)

Havainnointitekniikkana voidaan käyttää joko strukturoitua tai strukturoimatonta toimintaa. Strukturoitu havainnointi tarkoittaa jäseneltyä toimintaa, ongelma jäsenellään tarkasti ennen varsinaista havainnointitilannetta ja lisäksi tehdään kehittämistehtävän pohjalta luokitteluja. Strukturoimaton havainnointi on taas väljää ja joustavaa toimintaa, sitä käytetään, jos tahdotaan paljon ja monipuolista tietoa tutkittavasta asiasta. Vaikka havainnointia ei luokitella valmiiksi, hyödynnetään kuitenkin kehitettävään ilmiöön liittyvää teoriaa, jonka avulla laaditaan oletuksia ilmiössä mahdollisesti tapahtuvista asioista. Aina

havainnoitaessa on ensin määriteltävä sen tavoitteet ja päätettävä havainnoilta vaadittava tarkkuus, riippumatta siitä mitä havainnointitekniikkaa käytetään. (Ojasalo ym. 2009, 105.)

5.3.1 Havainnointitilanne

Havainnointi kohdistuu aina tiettyyn ennalta määrättyyn kohteeseen ja on tärkeää pitää havainnointi mahdollisimman järjestelmällisenä, jotta aineisto on luotettavaa. Havainnoinnin tulokset on laitettava tilanteessa muistiin välittömästi. Hyviä rekisteröintitapoja ovat esimerkiksi täytettävä havainnointilomake, havainnointipäiväkirjan kirjoittaminen, videointi, valokuvaaminen tai äänittäminen. Kohteesta riippuen on hyvä myös havainnoida havainnoitavien liikehdintää, eleitä, asentoja sekä ilmeitä, myöskin kaikkia aisteja voidaan käyttää havainnointitilanteessa. (Ojasalo ym. 2009, 104.)

Ihminen ei pysty muistamaan ja havainnoimaan kaikkea kuulemaansa ja näkemäänsä. Ihmisen katse on valikoiva ja havainnointitilanteessa informaation määrä liian suuri ihmisen sitä kokonaisvaltaisesti havainnoitavaksi. Hyvä apuväline tällaisissa tilanteissa on videokamera, sillä sen avulla saadaan tallennettua äänen lisäksi ilmeet, eleet ja liikkeet. On hyvä huomioida kaikki nämä, sillä ne ovat merkittävä osa tulosten kannalta, jos tutkitaan ihmisten toimintaa. Videoinnin avulla havainnoija pystyy keskittymään paremmin muistiinpanojen kirjoittamisen sijasta tilanteen tarkkailuun, lisäksi myöhemmin on mahdollista palata kuvattuun aineistoon tekemään lisähavainnointia. (Ojasalo ym. 2009, 104.)

5.3.2 Havaintojen analysointi

Havainnoinnissa tulkintaan vaikuttaa aina kerätyn aineiston perinpohjainen ymmärtäminen. Kehittäjän täytyy osata selittää tarinan juoni kerätyn aineiston pohjalta. Havainnointimenetelmällä kerätty aineisto ei liity suoraan yhteen, vaan havainnoijan täytyy muodostaa siitä looginen kokonaiskuva. Ymmärrys ja uusi tieto ei muodostu irrallisista ajatuksista, vaan tietoon tarvitaan teorian, aineiston ja kehittäjän välistä keskustelua. Laadullisen tutkimuksen analysointi koostuu yleensä kahdesta toisiinsa nivoutuvasta vaiheesta. (Ojasalo ym. 2009, 106.)

Ensimmäisessä vaiheessa pelkistetään eli havainnot yhdistetään toisiinsa ja toisessa vaiheessa tuloksia tulkitaan. Kerätty aineisto luo materiaalipohjan, jonka avulla voidaan ratkaista kehittämistehtävä. Kerätty aineisto kuvaa sitä, mitä tutkittavat tekivät havainnointitilanteen aikana, eli havainnointien kuvaaminen on siis vain aineiston dokumentointia ja vasta tämän jälkeen aineistoa tulkitaan ja analysoidaan. Tarkoituksena on pelkistää eli yhdistää havaintoja

laajempiin ryhmiin tai luokkiin, näin ollen tutkimusaineisto on selkeä ja hallittava aineisto. (Ojasalo ym. 2009, 106 - 107.)

Havainnointimenetelmissä on aina riskinsä, lopputulokseen voi vaikuttaa esimerkiksi se, että havainnoija itse häiritsee tutkittavaa tilannetta läsnäolollaan tai jopa muuttaa sitä kokonaan, tätä kutsutaan ns. kontrolliefektiksi. Tätä riskiä voidaan lievittää sillä, että ennen varsinaista havainnointitilannetta havainnoija vierailee tutkittavassa tilanteessa useamman kerran tai sitten pidentää itse havainnointiaikaa. Tämän avulla tutkittavat tottuvat havainnoijan läsnäoloon ja havainnoijalle selviää, mitkä ovat normaaliolosuhteet ja mitkä tilanteet poikkeavat. Yksi riski voi olla myöskin se, että havainnoija itse suhtautuu tutkittavaan tilanteeseen tai ryhmään emotionaalisesti, tämä voi heikentää havainnoinnin objektiivisuutta. (Ojasalo ym. 2009, 105.)

5.3.3 Videomateriaalin käyttäminen havainnoinnissa

Nyky aikaisten videokameroiden helppokäyttöisyys ja niiden pieni koko, jonka vuoksi niitä on helppo kantaa mukana, ovat syitä siihen, että videotallennus kvalitatiivisen tutkimuksen apuna on yleistynyt. Erityisesti videotallenteen käyttö varmistettaessa tutkimustuloksia on suosittua. Jotta videotallennusta voidaan käyttää tutkimuksessa luotettavana lähteenä, tulee kuvaajan/tutkijan ymmärtää mitä ja miten kuvataan. Videokuvauksen, kuten minkä tahansa muunkin tutkimusmenetelmän käyttö tulee nojautua taustateoriaan. (Vienola 2005, 71.)

Vienola (2005) jakaa kuvausmiljööt kahteen luokkaan: avoimeen ja suljettuun tutkimusympäristöön. Avoimella tutkimusympäristöllä tarkoitetaan esimerkiksi torilla kuvaamista. Tällöin kuvaajalla ei ole varmuutta esimerkiksi siitä, keitä paikalla on ja kuinka monta heitä on. Suljettu tutkimusympäristö tarkoittaa esimerkiksi jonkin toimiston työntekijöiden kuvaamista, jolloin toimiston työntekijät mitä luultavimmin tuntevat toisensa ja tietävät toistensa työtehtävät. Yleisesti ottaen, mitä suljetumpi tutkimusympäristö, sitä systemaattisemmin ja selkeämmin voi teoriaan nojata. (Vienola 2005, 71 - 72.)

Kun jotain tutkittavaa kohdetta kuvataan, on yleensä paras mahdollinen kuvaaja tutkija itse. Tällöin saadaan synkronoitua kuvattavaan kohteeseen tai aiheeseen ja tutkimuksen taustaan liittyvä teoria. Tämä perustuu edellä mainittuun seikkaan, että tutkijan tulee tietää miten ja mitä kuvataan. Videotallennuksen käyttö perustuu tutkimuksen alussa asetettuihin ideoihin ja tavoitteisiin. Tämän vuoksi videotallennus onkin yleistä esimerkiksi etnologisissa tutkimuksissa. (Vienola 2005, 72.)

Jakkula (2002) puolestaan käsittelee videotutkimusta siten, että videomateriaalin analysointiin eivät välttämättä päde samat lainalaisuudet (teoriat ja käsitteet) kuin etnografiseen kenttätööhön. Tämä johtuu muun muassa siitä, että tutkimuksessa keskitytään liian paljon vuorovaikutuksen, eikä niinkään prosessin kuvaukseen. Sen takia videotallenteen analysointi tarvitsee tuekseen etnografista kenttätöitä, joita ovat esimerkiksi osallistuva havainnointi ja haastattelut. (Jakkula 2002.)

Videoinnin käyttö tutkimuksissa on myös haasteellista. Esimerkiksi esiintymispelot saattavat asettaa tutkimuksen tielle. Kamera on esine, joka voi saada ihmiset käyttäytymään eri tavoin. Jotkut ihmiset saattavat korostaa joitain luonteenpiirteitä itsessään voimakkaammin aistiessaan kameran läsnäolon ja toiset saattavat hiljentyä täysin. Toisaalta kamera ei ole sen häiritsevämpi kuin tietoisuus inhimillisestä havainnoijasta joukossa. (Vienola 2005, 73.)

Vienola (2005) myös muistuttaa, että intymiteettisuoja on tätä nykyä yksi suurimmista syistä videotallennuksesta kieltäytymiselle. Onkin syytä muistaa, että ennen kuvaustilannetta kuvattaville tehdään selväksi, että tilaisuus kuvataan. Aikuisilta luvan saaminen on helpompaa kuin esimerkiksi lapsilta. Kirjallinen suostumus onkin ainoa, joka takaa kuvaajan oikeusturvan tutkimuksessa. Varsinkin jos nauha julkaistaan jossain julkisessa tilaisuudessa, on luvan kysyminen ehdotonta. Jos videonauha jää tutkimusta varten analysoitavaksi, voidaan sopia kuvattavien kanssa yhteisymmärryksessä nauhan tuhoamisesta, kun tutkimus on ohi. (Vienola 2005, 73.)

Kuvauksen suunnittelu ja itse kuvaus ovat tutkimuksellisesta näkökulmasta tärkeimmät vaiheet prosessissa, sillä virheitä ei voi enää kuvauksen jälkeen korjata. Kuvauksen testaus ja mikrofonin kuuluvuus kannattaa kokeilla ennen varsinaista kuvausta. Tutkijoiden on myös syytä muistaa, että kuvaustilanteessa kamera ei rekisteröi kaikkea tietoa tallennushetkestä. Esimerkiksi tuoksut ja lämpötila ovat asioita, joita kamera ei tallenna. Sen takia tutkijoiden läsnäololla saadut havainnot kuvaustilanteessa antavat analysointivaiheessa tukea videonauhalle (Jakkula 2002.) Vienola (2005) puolestaan toteaa, että kameran esittelemisellä kuvattaville ennen kuvausta voi olla myös positiivisia vaikutuksia heidän käyttäytymiseen: he saattavat tarkentaa omaa kantaansa asioista ahkerammin ja valita sanansa heidän kulttuuriaan ja mielipiteitään paremmin ilmaisevilla sanoilla, mikä taas helpottaa tutkijan työtä. (Vienola 2005, 74.)

Videohavainnointi on erinomainen kokonaishavainnoinnin apuväline, sillä siinä missä havainnoija pystyy keskittymään vaan aina tiettyyn kohteeseen, pystyy kamera tallentamaan kokonaiskuvaa lahjomattomasti. Tallennuksen hyvyys tulee esiin erityisesti pieniä helposti paljaalla silmällä ohitettavia yksityiskohtia etsiessä. Tutkijalla on avaimet tarkastella videokuvaa rajattomia kertoja erilaisilla strategioilla, mikä avaa havainnointimahdollisuuksia

huomattavasti. Nämä katselustrategioiden vaihdokset tekevät havainnoinnista systemaattista. (Vienola 2005, 74.)

Videotutkimuksen yksi puoli on se, että analysointivaiheessa kuvanauha avautuu eri tutkijoille eri tavalla, sillä nauhan analysointi riippuu paljolti tutkittavasta näkökulmasta. Esimerkiksi kuvaustilanteessa mukana ollut katsoo nauhaa täysin eri tavalla kuin sellainen, joka ei mukana ollut. Yhdestä nauhasta voidaan täten saada paljon erilaisia tutkimustuloksia. Kun havainnoijia on useita, havaitseminen ”paikallistuu ja rakentuu sosiaalisiin käytäntöihin”. (Jakkula 2002.)

Videonauhojen arviointi ja analysointi ovat raskasta ja aikaa vievää puuhaa. Olisikin hyvä, jos tutkijalla olisi käytettävänä avustaja, jonka kanssa nauhaa voisi käydä läpi. Suositeltavaa on myös pitää parin viikon tauko katseluiden välissä, jotta edellisen kerran vaikutus olisi jäänyt mahdollisimman pieneksi. Videoiden käyttö saattaa tuoda tutkimukseen paljon enemmän aitousia ja aineistona se voi olla korvaamatonta jonkun muun aineiston ohessa, varsinkin jos puhutaan tutkimustuloksien varmistamisesta. Videoinnin käyttö tutkimuksessa vaatii kuitenkin sekä tutkijoilta, että tekniseltä kalustolta todella paljon. (Vienola 2005, 78 - 79.)

6 Videomateriaalin analysointi

Teoriaan pohjautuen opinnäytetyöntekijät valitsivat videonauhan havainnoinnin kohteeksi. Fokusryhmäkeskustelusta taltioidun videonauhan analysointi aloitettiin katsomalla video kaksi kertaa läpi alusta loppuun. Toimenpiteellä palautettiin mieleen keskustelun kulku ja sisältö ja samalla tarkastettiin nauhoitteen äänen- ja kuvanlaatu. Teknisesti nauhoite oli moitteeton ja selkeä, joten audiovisuaalista estettä analysoinnille ei ollut. Koska kyseessä oli ns. suljettu tutkimusympäristö, oli analysointi helppo rajata ja aloittaa.

Videon tarkastelun jälkeen päätettiin aloittaa analysointi keskustelussa kahdesta selvästi esiinnousseesta eri näkökulmasta. Keskustelulla itsellään oli ennalta sovitut teemat, joiden ympärille keskustelu muodostui ja niiden pohjalta nousi selvästi esiin kaksi teemaa, joita olivat luomutuotannon ja - elintarvikkeiden kriittiset pisteet ja ongelmat sekä kehitysehdotukset ja toivotut toimintatavat. Keskustelijat toivat esiin omia kokemuksiaan avoimenoisesti ja pohtivat maltillisen ammatillisesti luomutuotannon tulevaisuutta.

Seuraavaksi litteroitiin puheenvuoroista nousseet edellä mainittujen teemojen mukaiset lauseet yksityiskohtaisesti katsomalla video vielä kolme kertaa, jolloin toinen opinnäytetyöntekijä keskittyi ongelmia ja kriittisiä pisteitä koskeviin puheenvuoroihin ja

toinen kehitysehdotuksia ja toivottuja toimintatapoja koskeviin lausuntoihin. Rooleja vaihdettiin toiseen katseluun ja kolmannessa katselussa molempia näkökulmia tarkasteltiin yhdessä.

Tämän jälkeen kun puheenvuorot oli litteroitu, päätettiin ne jakaa ryhmiin lausuntojen sisältöjen mukaisesti. Apuna käytettiin Kruegerin analyysijatkumon mallia. Tämä helpotti kokonaiskuvan hahmottamista ja analysoinnin tekemistä. Ryhmittelyn avulla voitiin myös analysoida suurempia kokonaisuuksia ja pohtia mahdollisia ratkaisuja paremmin, sillä se toi esiin isompia teemoja niin ongelmista kuin kehitysehdotuksista. Lopuksi analysoitiin ryhmän vuorovaikutusta ja keskustelutilanteen ilmapiiriä.

7 Esiinnousseet ongelmat ja kriittiset pisteet

Yksi ennalta asetetuista tavoitteista fokusryhmälle oli keskustella luomutuotteiden ja -tuotannon kriittisistä pisteistä ja ongelmista. Osallistujissa aihe herätti paljon keskustelua ja ilmi tuli kokempohjaisia kertomuksia siitä, kuinka paljon erilaisia ongelmia luomutuotanto tällä hetkellä sisältää. Suurkeittiöpuolen ja julkisen sektorin osalta monet esille tulleet kriittiset pisteet saattavat ollakin ratkaisevia ongelmia selvitettäväksi. Puheenvuoroista otetut sitaatit jaettiin kolmeen pääkategoriaan: taloudellisiin ja ahneuteen liittyviin ongelmiin, kommunikaatio- ja asenneongelmiin ja käytännön ongelmiin.

7.1 Taloudelliset ongelmat ja voiton tavoittelu

”Tukun edustajat haluavat tietää kuinka paljon suurtalouskeittiöt sitoutuvat ostamaan tuotteita. Tällöin toiminnan kehittäminen ja markkinoiden luominen on vaikeaa.”

”Kuntien strategioissa korostetaan luomua, mutta taloudellisissa ahdingoissa strategioita muutetaan liian hepposin perustein.”

”Luomun jatkojalostaminen on kallista.”

”Volyymit ovat pienet, joista johtuvat suuret logistiikkakustannukset.”

”Luomutuotteissa on kovat katteet.”

”Kuka maksaa, että luomutuotanto kasvaa?”

”Suomessa on tuotekehitelty paljon hyviä tuotteita, jotka ovat lopulta kaatuneet hintaan.”

”Luomuelintarvikkeen lopputuotteen hinnasta suurimman siivun vie työvoimakustannukset juuri jatkojalostuksen takia.”

”Monissa tuotteissa on hinnoissa ylilyöntejä, niin kaupan, viljelijöiden ja tuotannonkin toimesta.”

”Tuottajan näkökulmasta tuntuu joskus, että tuottajat saavat tehdä kaikkensa, jotta kauppias saisi parhaimman katteen.” -

”Yleensä luomuketjun portailla häviäjiä ovat alkutuottajat ja jatkojalostajat.”

Keskustelusta tuli ilmi, että suurin ongelma luomumarkkinoiden kehityksessä ja kasvussa liittyy taloudellisiin seikkoihin. Lisäksi monista puheenvuoroista havaitsi, että luomuketjun eri portailla tavoitellaan välitöntä rahallista voittoa. Luomutuotannon lainalaisuudet ja alhainen volyyymi aiheuttavat, sen ettei luomutuotteille löydy jatkojalostuspaikkoja tuotantopaikkojen läheisyydestä. Tämä tarkoittaa suuria logistiikkakustannuksia. Muutaman osanottajan puheenvuoron mukaan luomun piirissä on yleistä, että alkutuottajat ja jatkojalostajat tekevät työtään melko pienillä katteilla, mutta lopputuotteen hinta nousee viimeistään kauppialla liian suureksi.

Erään puheenvuoron perusteella voidaan myös sanoa, että lopputuotteen korkea hinta ei tee hyvää luomun brändille, vaan se ymmärretään markkinoilla ikään kuin trendikkäänä luksustuotteena. Suurkeittiö- ja julkisen ruokapalvelujen puolella luomun hankintaa estää selvästi korkeampi hinta. Hintaerot eivät ole kaikissa tuotteissa suuria, mutta euronkin ero normaalituotettuun tuotteeseen voi olla ratkaiseva, kun puhutaan julkisen palvelun suurammattikeittiöiden ruokailijamääristä.

Luomun korostaminen poliittisten päätöksiensä apuvälineenä esimerkiksi kuntien strategioissa saa varmasti positiivista huomiota, mutta siihen sitoutuminen vaikeina taloudellisina aikoina on hankalaa. Resurssipulassa luomuvaihtoehdot jäävät helposti huomiotta. Keskustelun elintarviketuotannon edustajilta sai kuulla, että esimerkiksi vähittäiskaupan puolella katteet saattavat vaihdella normaalituotteen 30 prosentista luomutuotteen 100 prosenttiin.

Suurtalouskeittiöpuolella ja julkisella sektorilla suositaan isoja keskitettyjä tukkuja raaka-aineiden ja tavaroiden hankinnassa. Joidenkin keskustelijoiden kokemusten perusteella tukut haluavat erityisesti luomutuotteiden kohdalla tietää, kuinka paljon ammattikeittiöt ovat

valmiita ostamaan luomuelintarvikkeita. Tällöin riskejä ei juuri oteta eikä markkinatkaan pääse kasvamaan luomun osalta.

7.2 Kommunikaatio- ja asenneongelmat

”Luomussa harrastetaan viherpesua. Luomu on vain tuotantotapa. Esimerkiksi Itävallassa on kolmekerroksisia luomukanaloita, joissa luomun ideologia on jo kaukana.”

”Miten todennetaan, että luomu on se ainoa oikea vaihtoehto? Sille pitää olla peruste, ennen kuin se voi laajentua.”

”Tietämättömyys on suurin ongelma. Se pitää luomun vain trendinä.”

”Luomusta julki oleva tieto on niin ristiriitaista, ettei ole järkeä tuottaa valtakunnassa jotain, mikä ei välttämättä ole kaikille turvallista.”

”Ulkomaalaisilta tuottajilta löytyy sertifikaatit, mutta ongelmana on ovatko ne luotettavia ja ovatko tuotteet säädösten mukaisesti tuotettuja, esimerkiksi venäläiset sienet ja marjat.”

”Käsitteet sotkeutuvat myös hyvin helposti toisiinsa, esimerkiksi luomusta tulee helposti lähiruokaa.”

”Alueellisen tuotannon alkuperämerkinnät ovat harhaanjohtavia.”

”Suomessa kaikki isot tahot, jotka tukevat viljelijöitä tai lihankasvattajia, tukevat normaalituotannon edistämistä. Lihataloilla ei ole luomukasvattamiseen neuvovia tahoja. Luomuviljelyn ja -kasvattamisen ymmärrys on oltava, jotta se saataisiin kustannustehokkaaksi.”

”Tuottajat eivät välttämättä tiedä mitä tuotteita markkinoille halutaan. Voidaanhan me tietysti neljän seinän sisällä itse mietiskellä, että mikä olisi kiva tuote. Siksi peräänkuulutan yhteistyötä.”

”Ammattikeittiöiden sitoutuminen luomuun on heikkoa.”

”Luomutuotteisiin sitoutuminen on tunteenvaraista. Faktatietoa terveysvaikutuksista ei ole ja luomu nähdään ennemminkin trendijuttuna.”

”Suurkeittiöt haluavat kotimaista luomua, mutta yksityiskuluttajille on aivan sama mistä maasta luomu on peräisin.”

Keskustelusta esille noussut ongelma on, että luomusta liikkuu markkinoiden, päättäjien, kuluttajien ja jopa viljelijöiden sekä kasvattajien piireissä täysin erilaista ja ristiriitaista tietoa luomun terveysvaikutuksista ja ominaisuuksista. Tämä viittaisi kommunikaatio-ongelmiin suurien segmenttien ja klustereiden välillä, joista luomumarkkinoiden kasvu on riippuvainen.

Viestinnän aiheesta keskustelussa tuli eniten väittelyä ja eri tahojen asenteita pystyi havainnoimaan. Tuotannon puolen edustajat olisivat selvästi tahtoneet tietää minkälaisia ja mitä tuotteita kuluttajat ja ammattikeittiöt haluaisivat markkinoille. Tuli myös selväksi, että yksityiset kuluttajat ja suuret ammattikeittiöt suhtautuvat luomuun eri tavoilla. Keskustelussa esitetyistä tutkimustuloksista kävi ilmi, että esimerkiksi kuluttajat sitoutuvat luomuun vahvemmin kuin ammattikeittiöt, mutta eivät välitä luomun alkuperästä niinkään paljon kuin ammattikeittiöt.

Viestinnän kannalta oli mielenkiintoista myös havahtua yli päätensä sen vaikeuteen ja ongelmiin elintarvikeasioissa. Puheenvuorojen perusteella esimerkiksi alkuperämerkinnöissä sana ”kotimainen” viittaa Euroopassa Euroopan rajojen sisällä tuotettuun ja ”suomalainen” kotimaiseen. Myös jalostajien ja suurien lihatalojen rooli oli ihmetyttävää. Ne ovat tuotannon rahoittajia, mutta tukevat ja valistavat puheenvuorojen perusteella normaalituotantoa yli luomutuotannon. Se vaikuttaa erittäin negatiivisesti luomutuotannon kustannustehokkuuteen jo alkutuotantovaiheessa.

7.3 Käytännön ongelmat

”Luomun pullonkauloja ovat pienten markkinoiden tuomat haasteet, siirtymäaikojen tuomat viiveet ja luomun väärin brändäys.”

”Pakkauskoost eivät ole suosiollisia tuottajille esimerkiksi mausteissa varsinkaan tuotekehitysvaiheissa. Pakkauskoost ja -erät ovat joko liian suuria tai sitten joudutaan käyttämään yksittäispakattuja tuotteita.”

”Jos elintarviketuottajille toimitetaan tuotantovaiheessa oleville tuotteille yksittäispakattuja luomukermapurkkeja, on teollisuus luomun ja ympäristöystävällisyyden ihanteesta kaukana.”

”Tukut ovat melko nihkeitä ottamaan vastaan uusia tuotteita tuottajilta, kysynnän pitää tulla ensin asiakkailta.”

”MKT teki aikanaan kaikkensa polkeakseen luomun alas ja perustuotannon ylös koska se oli heidän jäsenkuntansa intresseissä. Silloin tehtiin luomulle paljon hallaa, joka vaikuttaa vieläkin kuluttajien mielipiteisiin.”

”Luomutuotteiden hankintaan menee 85 % hankinta-ajasta.”

”Saatavuus on Suomessa ongelma: Suomessa luomutuotannon piiriin kuuluu 6 sikatilaa, kymmenkunta viljelee luomuperunaa ja 1 luomumeijeri. Vaihtoehtoja ei ole paljon.”

”Kaikissa teollisissa valmisruoissa ei pysty käyttämään suomalaisia raaka-aineita, esimerkiksi pastaa, joka ei ole laadullisesti hyvää.”

Käytännön ongelmien alle päätettiin kategorisoida yleisiä ongelmia, mitä keskustelussa tuli ilmi. Tuotannollisessa mielessä uusien luomutuotteiden tuotekehitys on selvästi vaikeaa, sillä se ei puheenvuorojen perusteella ole kustannustehokasta, ympäristöystävällistä tai helppoa. Kaikki perustuu luomun huonoon saatavuuteen, mutta tästä nousikin keskustelussa esiin yksi paradoksi: viljelijöiden ja tuottajien kokemusten perusteella luomulle ei ole riittävästi kysyntää, kun taas ostava sektori on sitä mieltä, että tarjonta on heikkoa.

Myös historiallisia asioita nousi esiin, esimerkiksi keskustelu siitä, kuinka luomutuotanto brändättiin väärin Suomessa jo sen alkuaikoina ja perustuotantoa ylistettiin ohi luomun Suomen maataloudelliseksi peruskiveksi. Kahden henkilön mielestä tämä on tehnyt luomulle vahinkoa, joka vaikuttaa vieläkin luomuasenteisiin. Hieman väittelyäkin aiheesta saatiin aikaiseksi.

Luomuelintarvikkeiden ja laadun siteestä keskusteltiin myös. Jotkut osanottajat olivat sitä mieltä, että luomu ja laatu eivät aina kohtaa varsinkaan, jos on kovia paineita ja kiire saada luomuvaihtoehtoja perustuotteiden rinnalle markkinoille. Tällöin syntyy epäonnistumisia, joka tekevät taas vahinkoa luomutuotannolle ja luomun julkisuuskuvalle.

8 Esiinousseet ehdotukset ja toiveet luomutuotannosta ja elintarvikkeista

Toinen fokusryhmälle ennalta asetettu tavoite oli pohtia ehdotuksia ja toiveita liittyen luomutuotteiden ja -tuotannon toimivuuteen ja kehittämiseen. Keskustelussa tuli ilmi paljon yhteisiä toiveita toimivista toimintamalleista, jonka avulla luomun tulevaisuus näyttäisi

kehittyvän eteenpäin. Osallistujilla oli omakohtaisia kokemuksia epäonnistumisista ja sitä kautta löydettyjä parannusehdotuksia. Puheenvuoroista otetut sitaatit jaettiin viiteen pääkategoriaan: eteneminen suunnitelmallisesti, toimivat luomuelintarvikkeet, yhteistyö ja riskinotto, volyymi parantaa saatavuutta ja laskee hintoja sekä tiedottamisen tärkeys.

8.1 Eteneminen suunnitelmallisesti

”Ensimmäinen asia on tahtotila.”

”Jos ja kun tiedettäisiin tarve eli kuinka paljon ja mitä, olisi kaikkien osapuolten helpompi lähteä toteuttamaan sitä.”

”Pitäisi hakea toimittajia ja sitten kysellä kuka sitä tiettyä tuotetta haluaisi eli niiden tarpeiden löytäminen on tärkeää.”

”Kannattaa valita sellaiset tuotteet tuotekehitykseen joilla on jo tarve.”

”Haetaan ensin sitoutumista eli onko tarvetta.”

”Edetään porrastamalla.”

”Ei halua kaikkea heti, silloin hintakaan ei ole niin iso kynnys.”

”Julkisella sektorilla käyttämällä ensin ulkomailta tuotuja luomutuotteita luodaan kysyntä kotimaisille luomutuotteille.”

”Elintarviketeollisuudella yleensä bisnes on muualla kuin luomussa. Meidän tarkoitus on monikäyttöinen luomutuotanto markkinoilla.”

”Luomutuotteet pitää keskittää ja tukuttaa.”

”Tukku avaa kanavat pienille toimijoille eli markkinat aukeavat.”

Alkutuotannon siirtyminen luomuun vie pitkän ajan, minkä vuoksi täytyy edetä suunnitelmallisesti ja maltillisesti. Keskustelussa tuli ilmi, että tärkein asia on selvittää tarve, eli minkälaisille tuotteille olisi kysyntää. Tämän jälkeen tulisi selvittää, onko olemassa mahdollisia tuottajia ja vastaako määrät kysyntää. Sitoutuminen luomuun pitkäjänteisesti auttaa jokaista luomun porrasta etenemään sekä kehittymään.

Usean osallistujan mielestä olisi tärkeää luoda kysyntä kotimaisille luomutuotteille tuomalla ensin markkinoille ulkomailta tuotuja luomutuotteita. Keskusteluun viitaten ammattikeittiöt haluavat tehdä hankintansa ja ostonsa tukkujen kautta, joten myös luomutuotteet tulisi toimittaa keittiöihin tukkujen kautta. Tukkujen avulla myös pienemmät toimijat saisivat tuotteensa markkinoille ja kasvatettua volyymia.

8.2 Toimivat luomuelintarvikkeet

”Pitää haarukoida oikeat tuotteet, sillä on olemassa todella hyviä kotimaisia luomutuotteita joita tuotannossa riittää.”

”Espoo catering ja Turun ateria ottaisivat käyttöön kaksi yksinkertaista tuotetta, jotka eivät ole hinnalta kalliita ja niillä haettaisiin sitä volyymia. Luomuporkkana ja -kaali, ne eivät ole hinnaltaan kalliita ja niiden saatavuus on kotimaassa hyvä.”

”Kaikkea ei tarvitse tehdä luomuna, pitäisi keskittyä perustuotteisiin ja helposti saataviin tuotteisiin.”

”Peruselintarvikkeista tulisi aloittaa, esimerkiksi vanhainkodeissa ja päiväkodeissa. Eli jo olemassa olevilla elintarvikkeilla, esimerkiksi puuro ja velli hiutaleet.”

”Olemme tehneet valinnan, että pyrimme aina käyttämään kotimaisia raaka-aineita, mutta jos saatavuus ja laatu ei ole kohdallaan käytämme ulkomaisia luomuraaka-aineita, esimerkiksi luomupasta on tällainen raaka-aine.”

”Se kertoo, että on olemassa kysyntää jos kerta kuluttajapuolella luomutuotteilla on jo iso kysyntä.”

Keskustelussa yritettiin saada selville jo olemassa olevia toimivia luomuelintarvikkeita sekä toiveita tulevista tuotteista. Yhteisymmärryksenä kaikkien keskustelijoiden kesken tärkeimpänä olisi saada ensin luomuna jo toimivat peruselintarvikkeet kuten esimerkiksi kaali, porkkana, peruna, viljatuotteet ja pasta. Nämä kaikki tuotteet ovat mahdollisia hankkia kohtuullisen hintaisena, mikä helpottaisi volyymien nostamista.

Monesti tuli ilmi, että kotimaiselle luomulle olisi enemmän kysyntää kuin ulkomaiselle, ja tämän vuoksi tulisikin yhteistyössä löytää ne toimivat kotimaiset tuotteet, joita tuotannossa on jo paljon. Erään ruokapalvelupäällikön mukaan julkisten ruokapalveluiden kannalta olisi

juuri hyvä testata volyymien riittoisuutta suurilla sektoreilla kuten vanhainkodeissa ja päiväkodeissa.

Tuotekehityskeskustelussa kävi ilmi tuottajien ongelmat kehittää suurissa erissä uusia suurtalouskeittiöille suunniteltuja tuotteita, koska tietyt raaka-aineet toimitetaan teollisuudelle yksittäispakattuina tuotteina valtavissa erissä. Tämän perusteella keskustelijat olivat sitä mieltä, että se kertoo kysynnän olemassaolosta, mutta vain yksityiskuluttajille suunnatulla sektorilla.

8.3 Yhteistyö ja riskinotto

”Luomutuotannon kasvuun ja hyötyihin uskotaan.”

”Yhteistyöllä tämä saadaan toimimaan, miettimällä järkeviä toimintatapoja.”

”Korostetaan yhteistyötä, sen avulla löytyy toimivat tuotteet”

”Kaikki lähtee yhteistyöstä.”

”Jos kaikki olisi linjassa ja kaikilla yhtä iso tahto tämä toimisi.”

”Koko ketjun pitää olla sitoutunut.”

”Kaikkien tulisi jakaa riskiä luomuketjussa.”

”Luomuketjun saa toimimaan jos riskiä jaetaan tasapuolisesti.”

”Pitäisi uskaltaa testata tuotteita ja niiden sopivuutta.”

Luomun kasvuun ja hyötyihin uskotaan, mutta siirtyminen luomuun vaatii uskallusta ja riskinottoa. Keskustelussa olevista puheenvuoroista tuli usein ilmi sana ”yhteistyö”, tätä korostettiin ja pidettiin yhtenä tärkeimpänä etenemisen työkaluna. Aina alkutuotannosta asiakkaaseen saakka tulisi kommunikoinnin ja yhteistyön olevan mutkatonta, jotta päästäisiin haluttuihin lopputuloksiin.

Jokaisen luomuketjussa olevan täytyisi jakaa riskiä, jotta suurimmilta tappioilta vältyttäisiin. Keskustelijoilla oli omakohtaisia kokemuksia epäonnistumisesta ja rohkeista riskien ottamisista. Riskien jakaminen koko sektorilla tarkoittaisi niiden osuuden pienenemistä

jokaisella portaalla, joka käytännössä tarkoittaisi mahdollisten suurien tappioiden jakamista pienempiin osiin, jolloin toimintaketju ei katkeaisi pienyritysten ollessa voimattomia kohdatessaan ylitsepääsemättömiä vaikeuksia.

Keskustelun perusteella tuotteiden testaus ennen markkinoille menoa olisi tärkeää, sillä luomu on jo valmiiksi haastava vaihtoehto ammattikeittiöille tarttua isoilla markkinoilla. Tämä tarkoittaa sitä, että mahdollisten huonojen luomukokemuksien valossa, kynnys luomutuotteisiin siirtymisestä kasvaa entisestään. Keskustelussa käsiteltiin aihetta, että luomun ja laadun tulisi olla sidoksissa toisiinsa nykyistä paremmin.

8.4 Volyyymi parantaa saatavuutta ja laskee hintoja

”Jos Suomen Puolustusvoimat olisi siirtynyt luomuun niin kuin Norjassa tehtiin, olisi heti tullut isot volyymit luomutuotannolle automaattisesti. Eli yksi tai kaksi isoa toimijaa nostaa volyymeja niin paljon, että se nostaa luomutuotannon ja jatkojalostuksen uudelle tasolle.”

”Volyymien kasvu keventää logistiikkakuluja ja täten se myös vaikuttaa luomun hintaan laskevasti.”

”Jos yksikin asiakas tai käyttäjä ostaisi jonkun tuotteen edes kerran tai kaksi viikossa luomuna se kasvattaisi luomutuotantoa jo huomattavasti ja hintoja saataisiin alas.”

”Luomuketjun toiminta vaikuttaa siihen mihin luomun hinta lopulta asettuu, yhteisellä sitoutumisella saadaan volyymit ylös ja hinnat alemmas.”

Keskusteluun osallistuneet tahot olivat yhtä mieltä siitä, että vain volyymejä nostamalla luomun hinta saadaan laskemaan. On selvää, että kaikkia tuotteita, esimerkiksi luomunaudanlihaa, ei riitä edes nyt kaikille sitä haluaville, mutta suurien toimijoiden asettuessa markkinoille selvine ostotoiveineen saisi myös alkutuotantoporrasta mukaan tuotantotalkoisiin, jotta tavaraa saatavuus olisi suurempaa ja jatkuvampaa.

Julkisten ruokapalveluiden osalta keskusteltiin mahdollisten luomuviikkojen tai muiden mahdollisten ”teemapäivien” toteutuksesta, jolloin luomuruokaa saataisiin tutustutettua ja vietyä suurtalouskeittiöiden piireihin paremmin. Jos tämänkaltaista toimintaa saataisiin harjoitettua systemaattisesti, nostaisi jo se volyymeja markkinoilla ja laskisi hintoja.

8.5 Tiedottamisen tärkeys

”Luomutuotteen arvostuksen parantaminen, lisäämällä luomutietoutta maanviljelijöille, jalostajille ja asiakkaille, korostamalla pellolta pöytään - periaatetta.”

”Luomun lisäarvojen tiedottaminen kuluttajille on tärkeää, jolla kumotaan harhakäsitykset.”

”Mikä on luomu? Pitäisi välttää karkeaa jakoa ja hyvän ja pahan asettelua: luomuruoka hyvää kaikki muu on paha.”

”Ruuasta tulisi kertoa asiakkaille mitä se on ja tiedottaa sen eettisyydestä.”

”Voisi ajatella että ruuasta tiedottaminen olisi asiakkaille lisäarvoa.”

Kuten ongelmassa jo käytiin läpi, ristiriitainen tieto luomutuotannosta joka portaalla olisi niitettävä pois ja valistusta tulisi lisätä jokaisella sektorilla, jotta luomun faktat saataisiin esiin. Keskustelussa nousi selvästi esiin kaikkien toimijoiden halu saada lisää tietoa asiakkaille lopputuotteesta, sillä se keventäisi kynnystä joka portaalla luomun esiintuomiseksi.

Tiedotuksen tulisi olla systemaattista ja vain luomuun kohdistuvaa, sillä muutaman keskustelijan mielestä luomusta puhutaan usein verraten sitä normaalituotantoon tai pahimmassa tapauksessa aiheyyhteydet asetellaan ”hyvä ruoka-paha ruoka” - muotoon. Tällöin leiriytymistä luomu- tai normaaliruoan taakse voitaisiin välttää ja luomutuotteille saataisiin lisäarvoa sekä mahdollisesti positiivisempaa vastaanottoa käyttäjä- ja kuluttajakunnassa.

9 Fokusrhmän vuorovaikutuksen analyysi

Mukanaolo itse keskustelussa auttoi arvioimaan fokusryhmän keskinäistä vuorovaikutusta ja videotallenteelta voitiin tarkastella tätä myöhemmin paljon yksityiskohtaisemmin. Henkilöiden kiinnostus ja ammattitaito tulivat keskustelusta selvästi esille ja virikepuheenvuoro auttoi keskustelun sytyttämisessä hyvin. Tunnelmaa voitaisiin kuvata melko avoimeksi ja helpoksi käydä keskustelua. Osanottajat vaikuttivat viihtyvän ja virvokkeista oli huolehdittu hyvin.

Keskustelun alkaessa kävi selväksi, että osa keskustelijoista tunsu toisensa jo entuudestaan, mikä omalla tavallaan helpotti tunnelman avoimuutta. Kaikki esittelivät toisensa toisilleen ja odottivat keskustelua. Ennen virikepuheenvuoroa osanottajille tehtiin selväksi, että tilaisuus

nauhoitetaan ja kuvataan myöhempää analyysia varten, eikä tämä tuottanut kenellekään ongelmaa.

Videota tarkemmin analysoidessa päästiin helposti siihen tulemaan, että etenkin elintarviketeollisuuden edustajat olivat hyvin tietoisia luomutuotannon nykytilasta ja jakoivat muille tätä tietoa. Tietoa esitettiin omakohtaisten tarinoiden välityksellä, joka selvästi nosti muiden kuuntelijoiden mielenkiintoa. Tätä tukee se, että edellä mainittujen puhuessa harvoin kukaan keskeytti tai puhui päälle.

Elintarviketeollisuuden edustajat olivat molemmat miehiä ja heidän äänenkäyttönsä oli voimakkuudeltaan kuuluvampaa ja selkeämpää, kun taas ruokapalveluiden edustajat olivat molemmat naisia ja heidän äänenkäyttönsä oli huomattavasti hiljaisempaa. Miehet myös puhuivat enemmän eleillä ja vetivät huomiota niillä omiin puheenvuoroihinsa. Hankkeen edustajat puheenvuoroillaan yrittivät saada paljon keskustelua aikaiseksi ja esimerkiksi katsekontaktilla aktivoita tiettyjä keskustelun osanottajia. Hankkeen edustajat myös peräänkuuluttivat konkretiaa vieraiden puheenvuoroissa ja kannanotoissa.

Teollisuuden edustajista oli huomattavissa myös eniten positiivisia asenteita luomun kehittämistä kohtaan, kun taas ruokapalveluiden edustajat olivat melko negatiivisia puheenvuoroissaan ja nostivat ongelmia enemmän esiin. He olivat myös eniten hiljaa keskustelun aikana, vaikka heidän mielipiteitä haluttiinkin tasaisin väliajoin kuulla. Teollisuuden edustajat peräänkuuluttivat paljon yhteistyön tärkeyttä, jotta luomu saataisiin toimimaan, mutta ruokapalveluiden edustajat nostivat yhteistyön vaikeudet enemmän esille.

Keskustelu osoittautui mukaansatempaavaksi, sillä suunniteltua välitaukoa ei ehditty pitää ja keskustelu venyi aiottua pidemmäksi. Jopa virikepuheenvuoroa valmistellessa koettiin odottamia teknisiä ongelmia, joka hieman yllätyksellisesti johti avoimeen ja vapautuneeseen keskusteluun päivän aiheesta. Keskustelun mukaansa vetävyydestä kertoo myös ajoittainen aiheesta lipsuminen, johon kuitenkin puheenjohtaja puuttui kysymällä suoria kysymyksiä päivän aiheesta.

10 Johtopäätökset

Opinnäytetyön ensimmäinen vaihe oli yhdessä hankkeen johtoryhmän kanssa suunnitellun kyselyn lähettäminen Uudenmaan alueen kuntien ruokapalvelupäälliköille. Kyselyn tarkoitus oli selvittää julkisten keittiöiden nykytilaa luomutuotteiden osalta, sekä mitä ja minkälaisia luomuelintarvikkeita julkisten keittiöiden hankinnoista vastaavat henkilöt haluaisivat olevan saatavilla. Kysely lähetettiin 28 ruokapalvelupäällikölle, joista vain neljä (Järvenpää, Siuntio,

Kerava ja Nurmijärvi) vastasivat kyselyyn. Vain neljästä vastauksesta on vaikea tehdä johtopäätöksiä otoksen ollessa kovin suppea.

Vastausten määrä kuitenkin viestii siitä, että kunnalliset ruokapalvelupäälliköt eivät joko ehtineet tai kokeneet tarpeelliseksi vastata lähetettyyn kyselyyn. Kyselystä lähetettiin kaksi erillistä muistutusviestiä, joissa heitä kehoitettiin vastaamaan kyselyyn sen päättymispäivään mennessä. Kysymykseksi jää, onko kunnallisten ruokapalvelupäälliköiden vaikea kertoa kunnan sisäisestä luomutilanteesta ja -toiveista omalla nimellä ja rehellisesti vaikkakin ilman sitoutumista hankintoihin tai ostopäätöksiin. On myös mahdollista, että asetettujen kysymysten muoto ja laajuus saattoivat vaikuttaa lopputulokseen.

Opinnäytetyön toisena vaiheena oli aistinvaraiset tuotetestaukset BarLaureassa.

Tuotetestauksissa jouduttiin turvautumaan varasuunnitelmaan, sillä testattavien tuotteiden piti määräytyä Uudenmaan ruokapalvelupäälliköille lähetetyn kyselyn perusteella. Koska vastauksia tuli vain neljä, testaukseen valittiin sillä hetkellä saatavia suurtalouskeittiöihin soveltuvia luomuelintarvikkeita. Testatut tuotteet olivat hyvin valittuja, sillä ne olivat eri tuoteryhmistä edustaen sekä pääruokia että lisukkeita. Lisäksi mukana oli sekä liha- että kasvituotteita. Kokonaisarvosana-asteikolla 0 - 5 kaikki tuotteet sijoittuivat asteikolle kolmesta neljään. Luomupinaattilettu sai parhaimman arvosanan 3,8.

Tulokset kertovat siitä, että testatut luomutuotteet ovat hyvin soveltuvia suurtalouskeittiöön. Suurin osa testatuista tuotteista ovat ”perinteistä suurkeittiöruokaa”, jota voidaan pitää hyvänä ennusmerkkinä siitä, että luomuvaihtoehdot myös toimivat suurkeittiöolosuhteissa ja niitä voidaan valmistaa suurissa erissä. Tuotetestauksen piti jatkua hankkeen osalta siten, että BarLaureassa parhaimmiksi äänestetyt 2 - 3 tuotetta jatkotestattaisiin Keravan ruokapalvelun ja Lahden Aterian kunnallisissa keittiöissä, missä tuotteita olisi jouduttu valmistamaan erilaisin menetelmin ja isommissa erissä. Näissä toimipisteissä myös testaamien eri asiakassegmenteillä (lapset, vanhuksat ym.) olisi mahdollista. Viimeisimmän tiedon mukaan testaukset molemmissa toimipisteissä ovat vielä kesken.

Opinnäytetyön päätutkimusvaiheeksi osoittautui lopulta fokusryhmäkeskustelu, jonka hanke järjesti Laurea-ammattikorkeakoululla. Keskustelun tavoitteena oli löytää ongelmakohtia ja kriittisiä pisteitä luomutuotteista ja -tuotannosta. Fokusryhmäkeskustelun analyysin perusteella yksi suurimmista ongelmista oli luomutuotantoon liittyvät taloudelliset ongelmat, sekä eri ketjun portailta oleva voiton tavoittelu. Muita havaittuja kriittisiä pisteitä on viestintään ja kommunikointiin liittyvät ongelmat sekä asenneongelmat luomutuotantoa kohtaan. Myös muita käytännön ongelmia nousi analyysistä esiin, mukaan lukien luomuelintarvikkeiden laatukysymykset ja luomuelintarvikkeiden tuotekehityksen kustannustehokkuus.

Näiden ongelmakohtien kautta voidaan päästä johtopäätökseen, että luomutuotannon piirissä on monella portaalla vielä kehitettävää. Luomutuotanto ja koko prosessit ovat Suomessa vielä kehityksensä alkutaipaleella verrattuna muihin maihin. Luomutuotanto nousi nopeasti trendikkääksi ja kysytyksi tuotantomenetelmäksi ja nyt yritetään saada tuotantokoneistoa toimimaan vähemmän suunnitelmallisilla kokeiluilla. Luomuelintarvikkeet toimivat yksityiskuluttajatasolla, mutta suurkeittiöihin sopivia tuotteita ja etenkin niiden jatkojalostusmahdollisuuksia täytyy vielä kehittää paljon. Tuottajaportaan ja ostavan portaan väliset näkemuserot tulisi selvittää yhteistyössä, sillä täten saataisiin loppukuluttajallekin oikea näkökulma luomusta.

Toinen fokusryhmäkeskustelun tavoite oli löytää kehitysehdotuksia ja toiveita koskien luomutuotantoa ja -elintarvikkeita. Analyysin perusteella tultiin siihen johtopäätökseen, että suunnitelmallisesti eteneminen olisi tärkeä lähtökohta luomutuotannon edistämiseksi. Koska luomutuotantoon siirtyminen kestää kauemmin, olisi sitoutuminen luomuun pitkäjänteisesti erittäin tärkeää. Toinen tärkeä asia luomun suurtalouskeittiöissä edistämisen kannalta olisi löytää toimivat peruselintarvikkeet, joissa kohtaisivat sekä laatu että volyymi. Voidaan sanoa, että jos toimivia peruselintarvikkeita suurkeittiöihin ei saada, on luomua vaikea systemaattisesti lisätä suurtalouskeittiöissä.

Luomutuotanto kasvaa tasaista vauhtia Suomessa. Analyysin perusteella voidaan tulla siihen johtopäätökseen, että kaikkien luomuketjussa olevien tahojen tulisi ottaa ja jakaa riskejä enemmän, jotta luomutuotantoa saataisiin lisättyä vieläkin enemmän, mikä johtaisi eri tuotteiden parempaan saatavuuteen ja hintojen laskuun. Lisäksi tulisi perinpohjaisesti selvittää kuinka paljon luomun tuotanto oikein maksaa verrattuna normaaliin viljelyyn tai kasvatukseen, jotta hintaepäselvyyksiltä vältyttäisiin niin alkutuottaja-, kuin kuluttajaportaalla.

Opinnäytetyön eri vaiheissa olisi ollut tärkeää saada enemmän osallistujia tutkimuksen eri vaiheisiin. Yhtenä johtopäätöksenä koko prosessista voidaan pitää sitä, että avoimen keskustelun virittäminen ja yhteistyön aloittaminen eri tahojen kanssa on haastavaa. Tästä esimerkkinä voidaan pitää fokusryhmätapaamista. Mikäli keskusteluun olisi osallistunut useampia henkilöitä luomuketjun eri portailta, olisi erilaisia näkökulmia ja mielipiteitä voitu jakaa paremmin ja selkeämmin koko ketjulle ja luoda yhteistyösuhteita. Suomen kokoisessa maassa yhteistyöllä on mittaamattoman suuri merkitys uusien innovaatioita ja menestystarinoita luotaessa.

Lähteet

Goffin, K., Koners, U. & Lemke, F. 2010. Identifying hidden needs - creating breakthrough products. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 11. painos. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.

Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä - tuote, tutkimus, menetelmät. Keuruu: Otavan kirjapaino.

Jokinen, T. 1999. Tuotekehitys. Helsinki: Hakapaino.

Jäättelä, R. 2011. Hankesuunnitelma: Luomua lautaselle- luomuruokaa julkisiin ruokapalveluihin. Vantaa: Laurea- ammattikorkeakoulu.

Krueger, R. 1998. Analyzing & Reporting Focus Group Results. Lontoo: SAGE Publications.

Ojasalo K., Moilanen T. & Ritalahti J. 2009. Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro.

Orava, J. 2009. Living Lab -toiminta Suomessa. Vaasa: Waasa Graphics.

Tuorila, H., Parkkinen, K. & Tolonen, K. 2008. Aistit ammattikäyttöön. Helsinki: WSOY.

Sundbo, J & Toivonen, M. 2011. User-based Innovations in Services. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.

Sähköiset lähteet

Apilo, T., Eerola, A., Konttinen, J., Lappalainen, I. & Pelkonen, A. 2010. Monimuotoinen käyttäjälähtöisyys yritysten uudistuvassa innovaatiotoiminnassa - huomioita käyttäjälähtöisen innovaatiopolitiikan kehittämiseen. Viitattu 22.2.2012.
<http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2010/T2536.pdf>

EkoCentria. Portaatt Luomuun -ohjelma. Viitattu 18.2.2012.

<http://www.portaattluomuun.fi/tausta>

EVIRA. 2010. Luomuelintarvikkeiden jalostus. Viitattu 7.11.2012.

<http://www.evira.fi/portal/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/elintarvikkeet/jalostus/>

EVIRA. 2010. Luomuelintarvikkeiden koostumus. Viitattu 7.11.2012.

<http://www.evira.fi/portal/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/elintarvikkeet/koostumus/>

EVIRA. 2010. Luomusuunnitelma. Viitattu 7.11.2010.

<http://www.evira.fi/portal/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/elintarvikkeet/luomusuunnitelma/>

EVIRA. 2010. Luomusuunnitelman kuvaukset. Viitattu 7.11.2010.

<http://www.evira.fi/portal/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/elintarvikkeet/luomusuunnitelma/>

EVIRA.2010. Luonnonvaraiset tuotteetko automaattisesti luomua. Viitattu 7.11.2012

<http://www.evira.fi/portal/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/elintarvikkeet/luonnontuotteet/>

EVIRA. 2010. Maatilalla tapahtuva luomumaataloustuotteiden alhainen jalostus. Viitattu 7.11.2012.

http://www.evira.fi/portal/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/elintarvikkeet/alhainen_jalostus/

Jakkula, K. 2002. Esineiden antaminen-kehityksen peili ja kieltä ennakoiva sosiaalinen merkki 9-34 kuukauden iässä. Viitattu 7.11.2012

<http://herkules.oulu.fi/isbn9514266536/isbn9514266536.pdf>

Kuluttajavirasto. Luomumerkki. Viitattu 25.2.2012.

<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/ymparistomerkit/luomumerkki/>

Luomu.fi. Aidosti maukasta. Viitattu 17.2.2012.

<http://www.luomu.fi/tietoja-2/hyvaa-makua/aidosti-maukasta>

Luomu.fi. Hyvinvoivasta maasta. Viitattu 17.2.2012.

<http://www.luomu.fi/tietoja-2/hyvaa-puhtaasti/hyvinvoiva-maa-tuottaa-puhdasta-hyvaa>

Luomu.fi. Hyvää puhtaasti. Viitattu 17.2.2012.

<http://www.luomu.fi/tietoja-2/hyvaa-puhtaasti>

Luomu.fi. Luonnollisen terveellistä. Viitattu 17.2.2012.

<http://www.luomu.fi/tietoja-2/hyvaa-makua/luonnollisen-terveellista>

Luomu.fi. Luotettavasti aitoa. Viitattu 17.2.2012.

<http://www.luomu.fi/tietoja-2/hyvaa-makua/luotettavasti-aitoa>

Luomu.fi. Miten luomu määritellään?. Viitattu 17.2.2012.

<http://www.luomu.fi/luonnonmukainen-tuotanto/miten-luomu-maaritellaan>

Luomu.fi. Puhtaasti tuoretta. Viitattu 17.2.2012.

<http://www.luomu.fi/tietoja-2/hyvaa-makua/puhtaasti-tuoretta>

Niemi E. Luomutietopankki. Lisää luomua ammattikeittiöissä. Viitattu 18.2.2012.

<http://www.luomu.fi/tietopankki/lisaa-luomua-ammattikeittioissa/#more-5562>

Niemi E. Luomutietopankki. Tuottajalta ammattikeittiöön. Viitattu 18.2.2012.

<http://www.luomu.fi/tietopankki/tuottajalta-ammattikeittioon/>

Ruokatieto. Luomua tilastoissa. Viitattu 18.2.2012.

http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruokafaktaa/Luomua_tilastoissa

Ruokatieto. Ruokavalion kokonaisuus ratkaisee. Viitattu 17.2.2012.

http://www.ruokatieto.fi/Suomeksi/Ruoka_ja_terveys/Luomutuotteet_ruokavaliossa/Luomu_osana_ruokavaliota

Vienola, V. 2012. Videoiden käyttö tutkimuksen apuvälineenä. Viitattu 7.11.2012.

<http://sokl.joensuu.fi/verkkajulkaisut/tutkivaope/pdf/vienola.pdf>

Kuviot

| | |
|--------------------------------|----|
| kuvio 1: Käsitekartta | 9 |
| kuvio 2: Analyysijatkumo | 28 |

Taulukot

| | |
|--|----|
| Taulukko 1: Kokonaisarvosana aistinvaraisen arvioinnin luomutuotteista. | 24 |
| Taulukko 2: Fokusryhmän järjestäminen | 25 |

Liitteet

| | |
|------------------------------|----|
| Liite 1: Testauslomake | 52 |
|------------------------------|----|

Liite 1: Testauslomake



Päivämäärä _____

Lomakenumero _____

Hyvä testaaja

Kiitoksia halukkuudestanne osallistua tähän luomutuotteita koskevaan aistinvaraiseen testaukseen.

Saatte testissä _____ luomutuotetta arvioitavaksi. Täyttäkää jokaiselle näytteelle oma vastauslomake.

Arvioikaa näytettä vasta sen jälkeen, kun olette vastannut näytteen ulkonäköä ja hajua koskeviin kysymyksiin.

Teidän ei tarvitse syödä näytettä kokonaan. Riittää, kun maistatte tuotetta sen verran, että osaatte vasta kysymyksiin.

Neutralisoikaa makuhermonne vedellä aina ennen uutta näytettä.

Ympyröi sopiva vaihtoehto

- | | | | | | |
|---------------------|------------|-----------|----------------------|----------|-----|
| 1. Sukupuoli | Nainen | Mies | | | |
| 2. Ikäryhmä | 20-30 | 30-40 | 40-50 | 50-60 | 60- |
| 3. Kaupunki | Espoo | Kerava | Lahti | | |
| 4. Julkinen palvelu | Oppilaitos | Päiväkoti | Vanhustenpalvelutalo | Sairaala | |



Arvioi näytteen miellyttävyyttä. Ympyröi sopivin vastausvaihtoehto.

5. Arvioi näytteen värisävy ja pinnan rakenne ulkonäön perusteella

| | | | | | | |
|-------------------------|---|---|---|---|---|----------------------|
| Ei lainkaan miellyttävä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Erittäin miellyttävä |
|-------------------------|---|---|---|---|---|----------------------|

Kirjoita tähän kommentteja näytteen ulkonäöstä:

6. Arvioi näytteen hajua

| | | | | | | |
|-------------------------|---|---|---|---|---|----------------------|
| Ei lainkaan miellyttävä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Erittäin miellyttävä |
|-------------------------|---|---|---|---|---|----------------------|

Kirjoita tähän kommentteja näytteen hajusta:

7. Halkaise näyte ja arvioi näytteen väriä tuotteen sisältä.

| | | | | | | |
|-------------------------|---|---|---|---|---|----------------------|
| Ei lainkaan miellyttävä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Erittäin miellyttävä |
|-------------------------|---|---|---|---|---|----------------------|

Kirjoita tähän kommentteja näytteen väristä:



8. Laita näyte suuhun, puraise muutaman kerran ja arvioi sitten maun ensivaikutelman miellyttävyyttä

Ei lainkaan
miellyttävä

1 2 3 4 5

Erittäin
miellyttävä

Kirjoita tähän kommentteja maun ensivaikutelmasta:

9. Arvioi lopuksi maun ja rakenteen perusteella näytteen yleisvaikutelmaa, miellyttävyyttä:

Ei lainkaan
miellyttävä

1 2 3 4 5

Erittäin
miellyttävä

Kirjoita tähän kommentteja maun ja rakenteen miellyttävyydestä:

Vastasiko näytteen maku ja rakenne odotuksiasi? Perustele vastauksesi