

Luomu- ja lähiruoan käyttö Pihka-ravintoloissa

Bettina Rytsy



Tekijä(t) Bettina Rytsy	
Koulutusohjelma Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Luomu- ja lähiruoan käyttö Pihka-ravintoloissa	Sivu- ja liitesivumäärä 32 + 2
<p>Opinnäytetyössä perehdyttiin luomu- ja lähiruokaan ravintolassa sekä selvitettiin työpaikkaruokailun merkitystä. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää vaikuttaako luomu- ja lähiruoan käyttö ihmisten lounaspaikkavalintaan. Toimeksiantajaravintola on mukana Portaat luomuun-ohjelmassa, jonka tavoitteena on lisätä luomuruoan käyttöä. Alatavoitteena oli tarkoitus selvittää tulisiko asiakkaiden mielestä luomu- ja lähiruoan käyttöä lisätä ravintolassa.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa selvitettiin mitä luomu- ja lähiruoka tarkoittavat Suomessa ja muualla Euroopassa ja perehdyttiin niiden käyttöön ammattikeittiöissä. Tietoperustassa kerrottiin työpaikkaruokailun kehityksestä Suomessa.</p> <p>Tutkimus tehtiin marraskuussa 2018 kolmessa Pihka-ravintolassa ja se toteutettiin ravintolan lounasaikana viikon ajan. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Asiakkaista 114 vastasi tutkimukseen. Lomakkeet tallennettiin Webropol-ohjelmaan analysointia varten.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella lounaspaikan valintaan vaikutti eniten lounasruoan maku, laatu ja lounaspaikan sijainti. Luomu- ja lähiruoalla oli hyvin pieni merkitys lounaspaikan valinnassa ja vain muutama vastaaja valitsi luomu- ja/tai lähiruoan merkittäväksi tekijäksi lounaspaikkavalintaa tehtäessä.</p> <p>Tulosten perusteella selvisi, että naisilla luomu- ja lähiruoan käyttö lounasruoissa vaikutti ostopäätökseen todennäköisemmin kuin miehillä. Kyselyyn vastanneista kuitenkin suurin osa oli miehiä. Lähiruokaa toivottiin hieman enemmän käytettäväksi lounaalla kuin luomua, mutta molempien kohdalla niiden käyttöä pidettiin arvossaan. Vastanneista suurin osa oli valmiita maksamaan luomu- ja lähiruoasta hieman enemmän.</p> <p>Tutkimus osoittaa, että ihmiset arvostavat luomu- ja lähiruokaa, mutta niiden käyttö ei vaikuta valtaosan lounaspaikkavalintaan. Lähiruokaa toivottiin enemmän käytettäväksi lounaalla, mutta luomulla oli hieman suurempi vaikutus lounaspaikkavalintaan.</p>	
Asiasanat Luomu, lähiruoka, työpaikkaruokailu, henkilöstöravintola, lounasruokailu	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Luomuruoka	3
2.1	Luomun historia	3
2.2	Luomu Suomessa	5
2.2.1	Luomu alkutuotannossa	5
2.2.2	Luomuruoka ammattikeittiössä	7
2.3	Luomutuotanto Euroopassa	8
3	Lähiruoka	11
4	Lounasruokailu Suomessa	15
4.1	Lounasruokailun historia	15
4.2	Työaikainen lounasruokailu	16
5	Kyselytutkimus ravintola Pihkassa	19
5.1	Toimeksiantajan esittely	19
5.2	Työn tavoite ja menetelmä	19
5.3	Kyselylomakkeen laatiminen ja toteuttaminen	20
6	Tutkimuksen tulokset	22
6.1	Asiakkaat	22
6.2	Lounaskäyttäytyminen	23
6.3	Arvot	26
7	Pohdinta	29
	Lähteet	33
	Liitteet	40

1 Johdanto

Nuorten aikuisten kiinnostus ympäristöä, eläinten oloja ja hyvinvointia kohtaan nostaa luomuruoan suosiota (Pro Luomu 2018.). Myös ravintolat suosivat sesonkimaista ajattelua raaka-aineissa. Trendi on kasvussa, mutta ei varmasti ohimenevää.

Opinnäytetyön päätavoitteena on selvittää:

- vaikuttavatko luomu- ja lähiruoan käyttö ihmisten lounaspaikkavalintaan

Alatavoitteina haluan selvittää:

- onko asiakkaille tärkeää, että valikoimassa on luomu- ja lähiruokaa ja
- tulisiko niiden käyttöä lisätä

Työ on tutkimusluonteinen ja se toteutettiin asiakaskyselyinä.

Opinnäytetyössä selvitetään luomu- ja lähiruokaa käsitteinä sekä niiden historiaa nykypäivään saakka. Luomutuotanto tarkoittaa tuotteiden valmistusta ympäristöä ja eläimiä kunnioittaen ja luonnon monimuotoisuus säilyttäen. (MTK 2018.)

Lähiruoka on suomalaista, lähellä tuotettua ruokaa, jonka tarkoituksena on edistää alueensa työllisyyttä, ruokakulttuuria ja taloutta. Lähiruoassa tuottaja, alkuperä ja valmistaja ovat tiedossa ja tuotteet valmistetaan, myydään ja kulutetaan omalla alueella. (MTK 2017.)

Opinnäytetyössä perehdytään myös työpaikkaruokailun historiaan ja nykypäivään. Työpaikkaruokailu alkoi kehittyä jo 1800-luvun puolella, kun ruokaloita perustettiin tehtaiden yhteyteen, mutta vasta 1970-luvulla todettiin työpaikkaruokailulla olevan positiivisia vaikutuksia työntekijöiden työtehoon ja -terveyteen. (Lehtinen, Peltonen & Taurén 2011, 21-23, 26.) Nykyään työnantajan mahdollistama lounasetu on 70 prosentilla naisista ja miehistä 60 prosentilla. (THL 2017.)

Opinnäytetyön toimeksiantaja on ravintola Pihka. Pihka on Juuri Yhtiöt Oy:n henkilöstöravintolapuoli, joka tarjoaa sesongin tuotteista valmistettua ruokaa. Pihka-ravintoloita on viisi ja asiakaskysely toteutettiin kolmessa ravintolassa. Pihka-ravintolat saavat suurimman osan käyttämistään kasviksistaan suoraan luomulähtuottajalta Stadin Puutarhurilta. Pihka on mukana myös Portaat luomuun- ohjelmassa, jossa pyritään lisäämään luomutuotteiden määrää portaittain. (Pihka 2019.)

Tutkimus toteutettiin kolmessa eri Pihka-ravintolassa kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Tutkimus suoritettiin yhden viikon aikana, jolloin asiakkaille jaettiin lounasaikana kyselylomakkeita täytettäväksi (Liite 1). Yhteensä 114 asiakasta vastasi kyselyyn.

Kyselylomake sisälsi 15 kysymystä, joista kolmen viimeisen kysymyksen aikana tarkasteltiin 108 vastausta, koska kuusi asiakasta ei ollut huomannut lomakkeen olevan kaksipuolinen. Vastaukset tallennettiin Webropol-ohjelmaan, jonka kautta tuloksia oli helppoa analysoida.

Tutkimuksen tavoitteena oli, että toimeksiantaja pystyy tulosten avulla selvittämään, kuinka paljon asiakkaille merkitsee jo ravintolan käytössä olevat luomu- ja lähiruokatuotteet sekä kehittämään luomu- ja lähiruokan käyttöä asiakkaiden toiveiden mukaiseen suuntaan.

2 Luomuruoka

Luomu-lyhenne tulee sanasta luonnonmukainen. Luomun tarkoituksena on säilyttää luonto elinvoimaisena muun muassa vaihtelemalla viljeltävien tuotteiden laatua ja kierrättämällä ravinteita, välttää kemiallisia torjunta- ja lisäaineita sekä mahdollistaa kotieläimille riittävä tila ja lajinomainen käyttäytyminen. (Pro Luomu 2018.) EU:n luomulainsäädäntö määrittelee säännöt luomutuotannolle ja Suomessa Elintarviketurvallisuusvirasto Evira valvoo ja ohjaa luomutuotantoa. (MTK 2018.)

Luomun tunnistaa EU:n vihreästä Eurolehti-merkistä, joka on pakollinen EU:n alueella tuotetuille ja pakatuille luomutuotteille. Suomessa Eurolehti-merkin lisäksi voi saada Luomuliiton oman Leppäkerttu-merkin, mikäli luomutuote on Suomessa tuotettu. (MTK 2018.) Luomuelintarvikkeissa sallitaan vain 47 lisäainetta, kun tavallisessa elintarviketuotannossa lisäaineita on noin 400. (Luomuravintola a.)

Tavoitteena ja haasteena on löytää jalostusta varten luomuviljelyyn soveltuvia lajikkeita niin eläin- kuin kasvikunnasta. (Luke 2016.) Luomualan kehittäminen tarjoaa kuluttajalle vaihtoehtoa valita luomua tavallisesti tuotetun ruoan sijaan. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014, 9.)

2.1 Luomun historia

Ensimmäinen luonnonparantola perustettiin Saksan Berliinin lähelle vuonna 1893. Tämä toimi vastaiskuna teollistumiselle ja kaupungistumiselle. Hoitoihin kuului muun muassa raitis ilma, liikunta ja kasvisruoka sekä ruumiillista työtä ja kädentaitoja arvostettiin. Saksassa liikettä alettiin kutsua nimellä elämänuudistus, Lebensreform. Jo 1800-luvun lopulla eläimiin liittyvä eettisyys nousi pintaan osalla kasvissyöjistä ja vaihtoehtoisella viljelytavalla tuotetuille elintarvikkeille syntyi kysyntää. Esimerkkiä karjattomaan viljelyyn saatiin Kaukoidän perinteisestä viljelystä. Saksassa viljelytapa, jossa typen sidonta maaperään tapahtui biologisesti ja jossa hyödynnettiin kasviperäisten jätteiden kierrätystä, sai oman tuotemerkkinsä ja tuotantoehtonsa 1920-luvulla. (Heinonen 2004, 331-332.)

Uudet viljelytavat levisivät muihin maihin ja niistä kehittyi uusia viljelysuuntauksia. Englannissa ja Yhdysvalloissa 1930-1940-luvuilla suuntaa kutsuttiin orgaaniseksi viljelyksi, Saksassa ja Sveitsissä 1940-1950-luvuilla orgaanis-biologiseksi viljelyksi ja Ranskassa 1950-1960-luvuilla biologiseksi. Myös Suomessa 1900-luvun alkupuolella toimi useita vaihtoehtoliikkeitä. 1900-luvun alkupuoliskolla Suomessa toimi noin kymmenen kasvisravintolaa ja ensimmäinen kasvissyönnistä ja luonnonparannuksesta kertova lehti perustettiin vuonna

1910. Suomenkieliset kasvisyöjät perustivat oman yhdistyksen vuonna 1913 nimellä Suomen Vegetaarinen Yhdistys. (Heinonen 2004, 333-334.)

Suomen Vegetaristinen Seura perustettiin vuonna 1932. Kasvisruoan terveellisyys korostui ja uskonnollinen ja yhteiskunnallinen vaikuttaminen jäivät taka-alalle. Suomalaissyntyisen Are Waerlandin luomaa uutta ravitsemusjärjestelmää alettiin kutsua waerlandismiksi, jossa kasvisruokavaliota täydennettiin maitotuotteilla ja lisäksi paastottiin sekä pysyttiin raittiina. (Heinonen 2004, 335-336.)

Toinen maailmansota muutti viljelykulttuuria. Keinolannoitteiden myötä satoa saatiin enemmän. Nautakarjasta luovuttiin, eikä apilanurmea pidetty enää viljelykierrossa. Tämä johti yksipuoliseen viljelyyn ja rikkakasveihin, jotka tuhottiin jälleen kemiallisilla torjunta-aineilla. Valtion tuella viljelijöitä kannustettiin keinolannoitteiden käyttöön ja heille jaettiin ostotodisteita, joilla he saivat lannoitteita ilmaiseksi. Ihmiset kuitenkin alkoivat kiinnittää huomiota torjunta-aineiden haittavaikutuksiin ja niiden käyttöä alettiin valvoa ja haitallisimmaksi havaitut aineet poistuivat käytöstä. (Heinonen 2004, 336-337.)

1970-luvulla luomuviljelijöitä oli noin parikymmentä. Vuosikymmeniä kestäneen tauon jälkeen myös tavanomaisessa viljelyssä kiinnostuttiin biologisesta typensidonnasta. Biologisella typensidonnalla tarkoitetaan, kun maaperän ja maanpinnan bakteerit hyödyntävät ilmakehän typpeä ja muuttavat sen kasveille sopivaksi. Tähän johti typpilannoitteiden ja polttoaineiden raju hinnan nousu. (Heinonen 2004, 340; Ruokatieto 2018.)

Valtio osallistui luomutuotannon edistämiseen vasta 1980-luvun lopulla. Markkinoilla lisääntynyt luomutuotteiden määrä ja niiden erilaiset nimitykset saivat elinkeinohallituksen perustamaan ryhmän näitä pohtimaan. Maa- ja metsätalousministeriön perustaman komitean tehtävänä oli tutkia luomutuotannon markkinoita, valvontaa ja laajuutta. Maa- ja metsätalousministeriö aloitti tukemaan luomutuotannon kehittämistä komitean ehdotuksesta ja palkkasivat kuusi luomuneuvojaa vuonna 1987. (Heinonen 2004, 340-341.)

Suomen Luonnonmukaisen Viljelyn Yhdistysten Liitto, myöhemmin Luomuliitto, perustettiin vuonna 1985. Heti seuraavana vuonna Luomuliitto aloitti valtakunnallisen valvontajärjestelmän kokoamisen ja laati ensimmäiset tuotantoehtonsa. Pari vuotta myöhemmin, vuonna 1988, ehdot laadittiin koskemaan myös eläintuotantoa. Luomuliiton ehdotuksen mukaisesti vuonna 1990 otettiin käyttöön siirtymävaihetuki. Vuonna 1989 luomuviljelijöitä oli 373 ja siirtymävaihetuen myötä vuonna 1994 jo 1818 viljelijää. (Heinonen 2004, 342.)

Suomen liittyttyä Euroopan unioniin alettiin viljelijöille maksamaan luonnonmukaisen viljelyn tukea osana ympäristötukijärjestelmää. Erillistä tuotantotukea pystyi saamaan kolmi-vuotisen siirtymävaiheen jälkeen. Valvonta siirtyi Luomuliitolta viranomaisille ja tämän myötä maa- ja metsätalousministeriö otti käyttöön aurinkomerkinä tunnetun oman luomu-tuotemerkinsä vuonna 1998. Euroopan unioniin siirtymisen jälkeen luomuviljely kuusin-kertaistui ensimmäisten kymmenen vuoden aikana. (Heinonen 2004, 343.)

2.2 Luomu Suomessa

Luomun kulutus ja kysyntä kasvaa tasaisesti koko Suomessa. Kun on tarjontaa, on myös kysyntää. Vuodesta 2011 lähtien luomun myynti on kasvanut noin 90 prosenttia vähittäis-kaupoissa. Kasvua on edesauttanut luomutuotteiden saatavuuden parantuminen. Luo-musta eniten kiinnostuneita ovat nuoret kuluttajat, jotka ostavat luomua lähinnä ympäris-tön, eläinten olojen ja yleisen hyvinvoinnin takia. Vuonna 2018 luomun markkinaosuus on 2,3%. (Pro Luomu 2018.) Vuonna 2017 Tanskassa luomun markkinaosuus oli 13,3% ja Ruotsissa 7,4%. Organic Denmarkin markkinointijohtaja Pernille Bundgårdin arvion mu-kaan hyvän luomutuotteiden myynnin syynä on ruokakauppaketjujen aktiivinen työ laajen-taa luomuvälikoimaa sekä Organic Denmarkin organisoima kampanja Ren Madglaede, jonka avulla luomusta pyritään tekemään jokapäiväinen valinta. Kampanjaa rahoittavat EU ja tanskalaiset luomualalla työskentelevät yritykset. (Pro Luomu 2018.)

2.2.1 Luomu alkutuotannossa

Eviran ennakkotietojen mukaan luomumaatilojen osuus kasvaa vuonna 2018 10,6 pro-senttiin. Luomuviljelyyn siirtyy vajaa 500 uutta tilaa ja poistuu vajaa 100 tilaa. Luomutilojen määrä tulee olemaan yli 5000 tilaa. (Evira 2018.) Eviran taulukosta vuotta 2018 verrattuna aiempiin vuosiin voi havaita luomuviljelyn kehityksen olevan kasvussa.

Pro Agria kertoo, että yrittäjää ohjeistetaan luomutuotantoon perehdyttämiskoulutuksilla, joissa selvitetään yrittäjälle, mitä luomutuotanto pitää sisällään ja mitä se vaatii yrittäjältä. Siirtymäsuunnitelma laaditaan pitämään sisällään varsinaisen tuotantosunnitelman, ta-louslaskelmat, viljelykierron- ja ruokinnansuunnittelun. Siirtymävaiheessa kolmas vuosi on ensimmäinen markkinoitava luomusatovuosi. Maidontuotannossa eläimen on ollut oltava 6kk luomuhoidossa ja naudanliha vaatii 12kk luomuhoidoa, jotta tuote on luomua. (Pro Ag-ria 2014.)

Vuoden 2011 hallitusohjelmassa tavoitteeksi asetettiin luomu- ja lähiruoan kasvun lisäämi-nen merkittävästi. Kehittämisohjelmassa parannetaan pienten yritysten ja lähituottajien

mahdollisuuksia osallistua hankintakilpailutuksiin sekä luomuruoan markkinointia, jalostusta ja vientiä kehitetään. Kehitysohjelmaa ohjamaan perustettiin vuonna 2012 seitsemän ministeriön ryhmä, jonka tehtävänä on kehitysohjelman sisällön linjaaminen. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014, 5.)

Luomukasvituotannossa härkäpapu on arvostetussa roolissa. Härkäpapu sisältää paljon valkuaisaineita, jotka ovat hyväksi niin ihmisille kuin eläimillekin valkuaisrehuna. Härkäpavun juuressa olevat bakteerit sitovat tyyppiä itseensä ja varastoivat sen tätä kautta maahan. Tämä pitää maan elävänä myös muita kasveja varten. (Nuora & Pöytäniemi 2013, 51.) Tätä valkuaisrehua tarvitaan entistä enemmän, kun luomukotieläintuotanto kasvaa. Maa- ja metsätalousministeriön rehustrategiatyöryhmän mukaan valkuaisrehun viljelyä tulisi lisätä, löytää uusia luonnonmukaiseen ja tavanomaiseen viljelyyn soveltuvia valkuaiskasveja sekä säilyttää riittävät kannustimet EU-tukipolitiikassa. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014, 9.)

Suomalaisessa luomukotieläintuotannossa siipikarjan luomukasvattamisessa on riskinsä. Pakolliset ulkoiluvaatimukset lisäävät kontaktien määrää luonnonvaraisiin eläimiin ja riski kampylobakteeriin kasvaa, koska bakteeri on ulkoapäin tuleva. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014, 10.) Luomusäännöt eivät velvoita tilallisia tautisuojauksiin tai ennaltaehkäisemään tauteja. Eläintautien torjuntayhdistys ETT ry:n ohjeistukset sekä kansallisiin eläinten terveydenhuoltojärjestelmiin kuulumisen on täten vapaaehtoista, jolloin on huolehdittava, että tilallisilla on riittävästi tietoa tautiriskeistä ja ennaltaehkäisevästä toiminnasta, joka myös tulee pystyä todentamaan. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014, 10.)

Manner-Suomen maaseudun luomukorvauksiin varattiin korvaussummaksi 50 prosenttia enemmän vaalikaudella 2014-2020 kuin edellisellä kaudella. Luomuvihannesten kasvattamisen kalleuden vuoksi vihannestuotannon tuki nousi 600 euroon/ha/v. Myös kotieläintuotannon tukea on nostettu kustannusten nousun myötä ja markkinoilla on pulaa luomuliha ja -lihavalmisteista.

Myydyimmät luomutuoteryhmät ovat maito, hedelmät, vihannekset, kuumat juomat, kuten kahvi, tee ja kaakao sekä kananmunat ja mehut. Korkein markkinaosuus on luomukananmunilla, jopa 15% myytyjen tuotteiden arvosta. Ihmiset ostavat eniten myös suurimoita ja puurohiutaleita sekä lastenruokia luomuna, joiden markkinaosuus on jopa 10% myytyjen tuotteiden arvosta. (Pro Luomu 2017.)

2.2.2 Luomuruoka ammattikeittiössä

Hallituksen luomualan kehittämissuunnitelmassa vuoteen 2020 tavoitteena on lisätä luomutuotannon määrää, kotimaisten luomuelintarvikkeiden tarjontaa sekä parantaa luomutuotannon saatavuutta ammattikeittiöiden ja kaupan kautta. Tavoitteena on kasvattaa vuoteen 2020 mennessä luomualaa 20 prosenttiin kaikesta viljellystä alasta. Suomen luomukeruualue, 11,6 miljoonaa hehtaaria, on maailman suurin sertifioitu luomukeruualue. Alueella ei ole käytetty kemiallisia lannoitteita tai torjunta-aineita menneiden kolmen vuoden aikana. (Maa- ja metsätalousministeriö 2016.)

Taloustutkimuksen loppuvuodesta 2017 teettämän Food Service Feedback 2017-tutkimuksen mukaan ammattikeittiöistä noin neljä kymmenestä käyttää luomutuotteita viikoittain ja lähiruokaa lähes puolet tutkimukseen osallistuneista keittiöistä. Tutkimukseen osallistui noin 600 ammattikeittiöiden hankintavastaavaa. (Taloustutkimus 2018.) Tukkujen mukaan ammattikeittiöiden eniten käyttämät luomutuoteryhmät ovat pasta, myllytuotteet, pakasteleipä, kahvi, kananmuna sekä valko- ja punaviini. Tukkujen rinnalla toimii myös muita myyntikanavia luomutuotteita varten, kuten erikoistukut ja toimitukset suoraan tuottajilta. (Luomuravintola b.)

Luomutuotteet ovat kalliimpia kuin tavallisesti tuotetut tuotteet, mutta ruokalistan ja hankintojen suunnittelulla voidaan vaikuttaa kustannuksiin. Ruokalistan muuttamisessa luomuksi tulee huomioida reseptiikka, valmistusmenetelmät sekä eri ruokalajien määrä listalla. Ilman lisäkustannuksia luomuksi voi vaihtaa vähentämällä kalliin lihan osuutta ruokalistalla ja lisäämällä edullisempien kasvisruokien osuutta sekä minimoimalla ruokahävikki. Yhden merkittävän tuotteen vaihtamisella luomuksi, on mahdollisuus saavuttaa hallituksen 20% luomutavoite. (Luomuravintola b.)

Mikäli ravintola ilmoittaa tarjoavansa luomuruokaa, tulee tällöin koko annos olla valmistettu luomuraaka-aineista. Vettä ja tavanomaista suolaa saa käyttää kuitenkin valmistuksessa. Mahdollista on myös ilmoittaa asiakkaalle yksittäisistä luomuraaka-aineista annoksessa. Riistaa eikä luonnon kaloja luokitella luomuksi. (Luomuliitto 2018.)

Helsingin kaupungin päiväkodit ovat käyttäneet luomutuotteita valikoimassaan vuodesta 2012. Syksyllä 2018 päiväkodit ottivat käyttöön rasvattoman D-vitamiinoidun luomumaidon. (Helsingin kaupunki 2018.) Maitopohjaisia luomutuotteita ei ole EU-lainsäädännön puitteissa aiemmin saanut D-vitamiinoida, mutta vuonna 2016 Suomen oman lainsäädännön päivityksen myötä pakolliseksi tuli homogenoidun rasvattoman luomumaidon D-vitamiinointi. (Valio 2018.)

Julkiselle hankintapuolelle asetettu valtioneuvoston periaatepäätös vuodelta 2013 sitoo valtion hankintayksiköt keittiöissä ja muissa ruokapalveluissa hankkimaan sesonginmukaisia, kasvipainotteisia ja luomuelintarvikkeita. Tavoitteena on, että vuoteen 2020 mennessä valtion keittiöissä on 20 prosenttia luomua. (Maa- ja metsätalousministeriö 2016.) Vuonna 2017 luomun ykkösmaassa Tanskassa ravintoloiden myynnistä jopa 9,2% oli luomua. (Pro Luomu 2018.)

Suomessa on käytössä Portaat Luomuun- ohjelma, joka on ammattikeittiöille tarkoitettu vapaaehtoinen, mutta maksullinen ohjelma, joka auttaa keittiöitä lisäämään luomutuotteita valikoimiin. Ohjelma on kuusi portainen, jossa vähitellen lisätään luomutuotteiden käyttöä. Ohjelma velvoittaa keittiöitä toimimaan myös muuten kestävän kehityksen mukaisesti, kuten suosia kausituotteita, seuraamaan jätteiden määrää ja veden sekä sähkön kulutusta. (Luomuravintola c.)

Portaat Luomuun teettämien laskelmien mukaan luomun osuus ammattikeittiöissä voisi olla jopa 20 prosenttia ilman lisäkustannuksia, jos minimoidaan hävikin määrä sekä lihan osuutta ja kalliimpien ruokalajien osuutta vähennetään. (Maa- ja metsätalousministeriö 2016.) Portaat Luomuun- ohjelmassa on mukana jo 2476 ravintolaa. (Luomuravintola d.) Portaat Luomuun- ohjelmaan rekisteröityneiden ravintoloiden eniten käytetyt luomutuotteet vuonna 2017 järjestyksessä suurimmasta pienimpään olivat piimä, hiutaleet, tuore leipä, jauhot, maito, kahvi, pasta, peruna, jogurtti, riisi, kasvismaito, porkkana, muut juomat, viini. (Luomuravintola 2017.)

2.3 Luomutuotanto Euroopassa

Euroopan unioni määrittelee luomutuotannon tarkoittamaan kestäväää kehitystä, joka ei ole haitaksi eläimille eikä ympäristölle sekä tämän koskevaksi tuotantoketjun vaiheita tuotannosta myyntiin asti. EU-asetuksen tarkoituksena on varmistaa, että luomutuotanto ja -tuotteiden pakkausmerkinnät noudattavat samoja laatuvaatimuksia joka puolella Eurooppaa. Luomutuotteiden elintarvikemerkinnoille on pakollisena EU:n oma luomutunnus eli eurolehti-merkki. Se takaa, että vähintään 95% maatalousraaka-aineista on luomua. (Euroopan parlamentti 2018.)

Huhtikuussa 2018 Euroopan parlamentin jäsenet hyväksyivät uudet päivitettyt asetukset. Lopullisen hyväksynnän tekee vielä ministerineuvosto ennen kuin asetus astuu voimaan 1. tammikuuta 2021. Asetuksen päivitettyt säännöt koskevat muun muassa tiukempaa val-

vontaa, jossa tulevaisuudessa tarkastetaan kaikki tuotantoketjuun osallistuvat niin maanviljelijöistä maahantuontiin asti kerran vuodessa. Yhdenmukaisuusperiaatteen mukaan jatkossa kaikki kolmannen maiden viljelijöiden EU-alueelle tuomat tuotteet noudattavat samoja sääntöjä kuin alueella toimivat viljelijät. EU-alueella toimivien viljelijöiden tulee pyrkiä estämään ja ottamaan huomioon viljelykasvien mahdollinen saastuminen esimerkiksi mahdolliset viereiseltä pellolta tulevat kemialliset torjunta-ainejäämät. EU:n jokaiseen jäsenmaahan perustetaan tietokanta, josta pystyy näkemään luomusiementen ja luomueläinten saatavuuden. Mahdollistetaan osittainen luomuviljely, kunhan viljelijä erottaa selkeästi luomutuotetut ja tavanomaisesti tuotetut tuotteet toisistaan. Asetukseen hyväksytään uusia tuotteita, kuten korkki, suola ja eteeriset öljyt sekä pienviljelijöiden sertifiointia helpotetaan. (Euroopan parlamentti 2018.)

Euroopan parlamentin mukaan vuonna 2016 euromääräisesti koko Euroopan alueella kulutettiin luomuruokaa 30,7 miljardin euron edestä. Saksassa eniten, jopa 9,5 miljardin euron edestä. Espanja, Saksa, Ranska ja Italia kattavat jopa 54,4% Euroopan Unionin luomuviljelystä alueesta. (Euroopan parlamentti 2018.)

IFOAM EU on Euroopan luomusektorin etujärjestö, joka organisoi Tallinnassa konferenssin vuonna 2017 ja esitellen strategiansa, jossa luomuviljely kattaisi puolet kaikesta viljelyalasta vuoteen 2030 mennessä. IFOAM:n tavoitteet on jaettu kolmeen eri teemaan: Organic on every table, Improve – Inspire – Deliver, Fair play – Fair pay. IFOAM EU:lla on yli 200 jäsentä 34 eri maassa ympäri Eurooppaa. (Luomuinstituutti 2017; IFOAM EU Group.)

IFOAM:n Organic on every table- (Luomua jokaiseen pöytään) teeman mukaan tavoitteet voidaan saavuttaa tuomalla korkealuokkainen ruoka kaikkien tietoisuuteen. Tämä voidaan saavuttaa lisäämällä tuotantoa ja tunnettavuutta niin kuluttajien kuin päättäjien joukossa. Luomun tunnettavuutta voidaan lisätä liittämällä yhteen viljelijät, kuntajohtajat, kansalaisten aloitekyky, yritykset, koulut, kokit ja terveyden puolesta puhujat. Jotta tuloksia saataisiin, tulee viljelijöiden, yritysten ja muiden osallisten lisätä tuotannon kapasiteettia, tukea muutosta ja lisätä luomun kannattavuutta. Kouluilla, ravintoloilla ja yksityisillä sekä julkisilla sektoreilla on myös suuri rooli siinä, mitä ihmiset syövät. (IFOAM EU Group.)

Improve – Inspire – Deliver- (Paranna – Inspiroi – Toimita) teemassa korostetaan luomutuottajien merkitystä lisätä tuottavuutta, kierrätystä ja uusiutuvien energialähteiden käyttöä sekä parantaa eläinten terveyttä ja hyvinvointia. Myös markkinoinnin tärkeys korostuu. Mainostamalla kasviperäisiä proteiinilähteitä ja parempiluokkaisia eläinkunnan tuotteita onnistutaan pienentämään hiilijalanjälkeä ja kehittämään terveellisempää ruokavaliota.

Teemassa myös vaaditaan luomutuotannon parissa työskenteleviltä aktiivisuutta osallistua tutkimuksiin ja innovaatioprojekteihin ja jakaa tätä tietoa eteenpäin myös koko Euroopan sisällä. Päättäjien tulee rahoittaa enemmän tutkimuksia sekä luomuun keskittyvää koulutusta ja tiedotusta tulee lisätä.

Teemassa Fair play – Fair pay (Reilu peli – Reilu maksu) korostetaan toimitusketjun tärkeyttä osallistua löytämään reilumpia ja avoimempia ratkaisuja ruokajärjestelmään. Hankalaa on kulujen ja hyötyjen yhteensovittaminen. Mahdollisuuksia on torjunta- ja tuholaisten verotus sekä palkitseminen ympäristöä tukevasta toiminnasta. Kolmannessakin teemassa korostuu päättäjien merkitys. Päättäjiltä toivotaan houkutinta rohkaisemaan toimijoita muuttamaan hinta- ja tuotedataa. Lisäksi merkitystä nähdään alueellisilla toiminoilla, kuten kommuuni- ja kaupunkiviljelyllä, jotka tukevat maatalouden elpymistä ja luovat uskoa ruokajärjestelmään. (IFOAM EU Group.)

3 Lähiruoka

Lähiruokaohjelmassa lähiruoalla tarkoitetaan erityisesti paikallisruokaa, joka edistää oman alueen paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria, joka on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. Omalla alueella tarkoitetaan maakuntaa tai sitä vastaavaa tai pienempää aluetta. (Maa- ja metsätalousministeriö.)

Valtioneuvosto hyväksyi maa- ja metsätalousministeriön valmisteleman Lähiruokaohjelman periaatepäätöksenä vuonna 2013. Tavoitteina vuoteen 2020 on lähiruoan tuotannon monipuolistaminen, kysynnän lisääminen, jalostusasteen nostaminen, parantaa pienimuotoista elintarviketaloutta ja myyntiä, lähiruoan osuuden kasvattaminen julkisissa hankinnoissa, alkuvaiheen tuotannon parantaminen, yhteistyön kehittäminen lähiruokasektorilla toimivien kesken, ruokaketjun ja ruoan toimijoiden arvostuksen lisääminen. (Maa- ja metsätalousministeriö.)

Vertauksena Suomen lähiruoan määritelmälle, Englannissa CPRE:n eli Campaign to Protect Rural Englandin lähiruoan määritelmä tarkoittaa, että ruoka saa olla tuotettu vain 30 mailia eli hieman yli 48 kilometriä sieltä, missä se on myyty. CPRE työskentelee korostakseen lähiruoan etuja, joita muun muassa ovat maanviljelijöiden saama oikeudenmukaisempi palkka, työpaikkojen luominen maaseudulle, kylien elävöittäminen sekä ruoan kuljettamisesta aiheutuneiden päästöjen väheneminen, kun ruokaa kuljetetaan vain lähialueille. (CPRE.)

Lähiruokaa myydään esimerkiksi toreilla, kauppahalleissa, lähiruokamyymälöissä, markkinoilla ja useimpien kauppojen osastoilta. Tyypillisiä suomalaisia lähiruokatuotteita elintarvikkeissa ovat juurekset, leivät, leivonnaiset, sipuli ja peruna. Paikallisuuden lisäksi lähiruoalla tarkoitetaan myös käsityöläisyyttä, tuotannon pienuutta ja raaka-aineiden puhautta. (Maaseutu Plus 2017.)

Luonnonvarakeskus LUKE tutkii suomalaisten kuluttajien käsityksiä lähiruoasta sekä itse tuotantoa. Luonnonvarakeskuksen tavoitteena on myös kehittää lähiruokatuottajien osaaamista liiketoiminnassa, kehittää yhteistyötä eri toimijoiden kesken ja tutkia lähiruoan ekologisia vaikutuksia. (Maaseutu Plus 2017.)

Julkisen puolen ruokahankinnat ovat vuositasolla 300 miljoonaa euroa ja työllistävät ihmisiä jopa 80 000 henkilötyövuoden verran. Pääministeri Sipilän hallitus kirjasi hallitusohjelman tavoitteeksi lisätä suomalaisten elintarvikkeiden osuutta julkisissa hankinnoissa. (Ekocentria 2017, 6-7.) Vuoden 2015 hallituksen linjauksessa pyritään ruokatuotannon

kannattavuuden nousuun ja kauppataseen parantumiseen 500 miljardilla vuoteen 2020. Tämän kärkihankkeen tavoitteena on lisätä puhtaiden suomalaisten elintarvikkeiden käyttöä ja vientiä, parantaa maatalouden kannattavuutta ja maksuvalmiutta. Alkuperämerkkien näkyvyyttä parannetaan ja lisätään kotimaisen ruoan käyttöä. (Ekocentria 2017, 9.)

Julkisen sektorin hankintalaki antaa ammattikeittiöille mahdollisuuden käyttää lähiruokaa, mutta esteitä lähiruoan käytön lisäämiselle ovat useimmiten hintaan pohjautuvat valinnat, tuottajien liian pienet toimitusmahdollisuudet suhteessa ammattikeittiöiden tarpeisiin, puute hankintaan liittyvässä koulutuksessa, osaamisessa ja ohjeistuksessa sekä strategisessa päätöksenteossa. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013, 19.) Jos tuottajat haluavat lähiruokaa ja pientuotantoa suurkeittiöiden valikoimiin, tulee heidän tällöin olla tietoisia ravintoloiden hygieniasta, logistiikasta ja raaka-aineiden jäljitettävyydestä. (Käyhty 2011, 90.) Koko Suomessa julkisten keittiöiden käyttämistä raaka-aineista noin 15% on omalla alueella tuotettuja. Muualta Suomesta tuotuja on noin 60% ja ulkomailta 20% tuotteista. Tyypillisiä oman alueen tuotteita ovat juurekset, vihannekset, tuore leipä ja marjat. (Ekocentria 2017, 62.)

Ammattikeittiöt tilaavat suurimman osan tuotteistaan suurista valtakunnallisista tukuista. Näiden lisäksi käytettävissä ovat alueelliset leipomot, vihannestukut, meijerit ja teurastamot. Suoraa kauppaa ammattikeittiöt voivat tehdä myös paikallisten viljelijöiden kanssa. Lähiruokatuotteiden kysynnän kasvaessa, kasvaa myös tukkuliikkeiden kiinnostus ottaa valikoimiin lähiruokatuotteita, kuitenkin tukkujen toivottaisiin ottautuvan aktiivisemmin lähiruokatuotteiden myyntiin, jolloin koko vastuu ei jäisi ammattikeittiöille. (Ekocentria 2017, 23.)

Pohjois-Karjalassa toiminut Polvijärven Herkku oli Suomen ensimmäinen lähiruokatukku. Tukun tavoitteena oli saada maakunnan tuotteita pääkaupunkiseudun kauppoille ja ravintoloille. Mukana oli kala- ja liha-alan yrityksiä sekä mehu- ja marjatoimittajia. Yrityksen yhteistyökumppaneina toimi Blenderi.fi-tukku, Tukkutori sekä ravintola Juuri. Polvijärven Herkun toiminta on lakannut konkurssiin vuonna 2011. (Sisä-Savon Seutuyhtymä 2010; Kauppalehti, 2018a.) Humppilasta koitoisin oleva LähiPuoti Remes on vuonna 2013 toimintansa aloittanut lähiruokatukku, joka toimittaa lähiruokatuotteet suoraan ammattikeittiöille niin julkisella kuin yksityiselläkin puolella sekä kahviloille, myymälöille ja pitopalveluyrityksille. Toiminta-alueena on pääsääntöisesti Hämeen, Satakunnan ja Varsinais-Suomen alue. (Parasta Pöytään Pirkanmaalta 2016.)

Lähiruoan saaminen ammattikeittiöihin voi olla lähiruokayrittäjille haasteellista. Ei tunneta ammattikeittiöiden toimintatapoja hankinnoissa, joten yrittäjien on vaikea markkinoida tuotteitaan keittiöille. Suuret yritykset tietävät milloin markkinoida tuotteitaan, jolloin pienet tuottajat jäävät helposti varjoon. (Ekocentria 2017, 53-54.) Lähiruoan käyttö on myös osa kestävästä kehityksestä ja sen huomioiminen kaikissa keittiön toimissa vähentää ympäristövaikutuksia, lisää taloudellista tuottavuutta, kehittää ruokakulttuuria ja sosiaalisia vaikutuksia. (Ekocentria 2017, 55.) Lähiruokaan ja ruokakulttuuriin liittyy vahvasti myös juomakulttuuri. Erityisesti olut on kokenut arvonnousun, kun monet pienpanimot tuovat markkinoille käsitöläis- ja erikoisoluita. Maaseudun yritystoimintaa ovat kasvattaneet myös paikalliset tilaviinit ja -liköörit. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013, 18.)

Yrittäjöpohjaiset ravintolat ovat nähneet lähiruoassa lisäarvotekijän, mutta esikäsitellyistä ja jalostetuista raaka-aineista ja tuotteista on pula. Lähiruoan ongelma on myös pienten erien kuljetus ja varastointi. Yrittäjät voivat yhteistyöllä taata ravintoloille ja kaupoille riittävän tuotevalikoiman ja toimittaa raaka-aineet kustannustehokkaammin. Tätä varten tulisi alueittain luoda yritysperusteisia tukkuja, jotka verkostoituvat keskenään ja jakeluketjuja, jotka sopivat pienienkin erien jakeluun. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013, 14-15.)

Lähiruoan saatavuutta ja käyttöä edistämään on perustettu Lähiruoka Akatemia ry yhdistys. Yhdistys neuvoo ja kouluttaa lähiruoan toimittajia, ammattikeittäjiä ja kuluttajia sekä toimii näiden edunvalvojana. Lisäksi yhdistys järjestää lähiruokaa tukevia tapahtumia ja on yhteydessä viranomaistahojen ja organisaatioiden kanssa. (Lähiruoka Akatemia 2018a.) Yhdistyksen vuoden 2018 tarkoituksena oli nostaa lähi- ja luomuruoan yhteiskäyttö 30%:n ammattikeittiöissä, niin julkisella kuin yksityiselläkin puolella, pienentää hävikkiä ammattikeittiöissä ja saada tätä kautta säästöjä, lisätä tietoisuutta alueen taloudellisista vaikutuksista lähi- ja luomuruoan käyttöönoton myötä, saada luomuruoka suurkeittiöiden arkeen sekä perustaa lyhyisiin toimitusketjuihin ja alueellisiin tuotteisiin pohjautuva lähiruokatuotantokutoimijoiden verkosto. (Lähiruoka Akatemia 2018b.)

Lähiruokaa ja kauden raaka-aineista valmistettua ruokaa tarjoavat useat ravintolat ympäri Suomen. Esimerkiksi heinolalaisessa kauppa ja ravintola Heilassa jopa 80% tuotteista saadaan 100 kilometrin säteeltä. Paikan kahvila-ravintola tarjoaa lähituottajien raaka-aineista valmistettuja kahvila-, lounas- ja ala carte-tuotteita. Myös Mikkeliässä toiminut, josta on sulkenut ravintola suosii raaka-aineina lähiruokaa kauden mukaan suoraan alueen pientoimittajilta. (Ruokaoivallus; Länsi-Savo 2017.) Tammikuussa 2017 Helsingissä avautui pop-up lähiruokaravintola, joka oli auki vain neljä viikonloppua vuodessa. Kaikki ravintolan käyttämät raaka-aineet tulivat suoraan tuottajilta. Vuoden neljä viikonloppua pitävät

sisällään aina kuluvan vuodenajan raaka-aineet. Perustajat haluavat haastaa asiakkaita ajattelemaan raaka-aineiden alkuperää. (City 2016.)

Helsingin erittäin tunnetun ravintola Grönin ideologiaan kuuluu kauden raaka-aineet, lähiruoka, luomu, luonnosta kerätyt raaka-aineet ja Skandinaaviset tuotteet ja ravintola voitti vuoden 2018 parhaan ravintolan palkinnon Suomen 50 parasta ravintolaa-äänestyksessä. (Ravintola Grön; Viisi tähteä 2018.)

Helsingin ytimessä sijaitseva Natura suosii täysin lähialueella tuotettuja raaka-aineita valikoimassaan ja valmistaa annoksensa kauden ja saatavilla olevien raaka-aineiden mukaan. Lihat tulevat suoraan suomalaisilta, heidän tuntemiltaan tiloilta sekä sienet, marjat ja villiyrtit tutuilta kerääjiltä. Harvat ulkomailta tuodut tuotteet ovat luomua tai fair trade-merkittyjä. Ravintola tekee yhteistyötä jopa 30 eri toimittajan kanssa ja osa heidän käyttämistään raaka-aineista tulee ravintolan omalta kasvimaalta Helsingistä. (Ravintola Natura.)

4 Lounasruokailu Suomessa

Lounas nautitaan useimmiten keskipäivällä, mutta ravintoloiden mukaan tarjoilu-aika saattaa hieman vaihdella. Yleensä lounas sisältää alku- ja pääruoan tai pääruoan ja lisuke-salaatin sekä jälkiruoan tai kahvin. (Lehtinen, Peltonen, Taurén 2011, 92-93.) Susanna Raulio selventää väitöskirjassaan lounasta tarkoittamaan kello yhdentoista ja yhden välillä syötäviä ruokia. Suomessa lounas on yleensä lämmin ateria, joka sisältää pääruoan lisäksi leivän ja levitteen, salaatin sekä juoman, kun taas useissa Euroopan maissa lounaaksi luokitellaan kylmä, nopeasti syötävä välipala, kuten täytetty voileipä. (Raulio 2011, 15-16.)

Taloustutkimuksen mukaan Suomessa valmistettiin 63 miljoonaa ateriaa 1550 henkilöstö-ravintolassa vuonna 2009. (Helakorpi, Jallinoja, Prättälä, Raulio & Vikstedt 2012, 4.) Noin kolmannes työssäkäyvistä syö työpaikkaruokalassa päivittäin ja parhaimmat mahdollisuudet henkilöstöravintolassa syömiseen on ylemmillä toimihenkilöillä ja suurimmilla yrityksillä. (THL 2017.)

4.1 Lounasruokailun historia

Ennen teollistumista elettiin maatalousyhteiskunnassa, jossa ateriat työpäivän aikana olivat suuri luontoisetu ja näin ollen myös suuri osa palkasta. Teollistumisen myötä työpaikat saattoivat sijaita suurissa tehdashalleissa eikä koti enää ollut työpaikan yhteydessä, kuten agraariyhteiskunnassa. 1800-luvun puolella välissä vain lapsilla oli ruokala, jossa he saivat syödä. Teollistuminen oli vapauttanut piit ja rengit päättämään itse omista syömisistään rahapalkkaa vastaan. Lounasaika vietettiin useimmiten kotona ja eväitä saivat tuoda vain vuorotyöläiset. Ammattientarkastajat kehittivät 1800-luvun lopulla perustamaan työpaikkaruokaloita tehtaiden yhteyteen. Ruokalat yleistyivät vasta kunnolla itenäistymisen aikaan. Kallis hinta vaikutti pitkälti, miksi ihmiset söivät mieluummin kotona kuin ruokaloissa. Työturvallisuuslaki vuonna 1930 velvoitti työnantajat järjestämään työntekijöille ruokailutilan, jossa on mahdollisuus ruoan lämmittämiseen. (Lehtinen ym. 2011, 21-23.)

Valtion omistuksessa toiminut ravitsemuskeskus hoiti aluksi työmaaruokaloita, mutta siirtyi hoitamaan 1960-luvulla työpaikkaruokaloita ja heti perään vuonna 1970 koulutuskeskusten ruokaloita. Työmaaruokaloitten osuus pieneni ja pysyvät ruokalat yleistyivät. Huomattiin työpaikkaruokailun merkitys työtehosta sekä terveydessä ja 1970-luvun puolella vä-
lissä sovittiin, että valtion kaikki työntekijät ovat oikeutettuja työpaikkaruokailuun. (Lehtinen ym. 2011, 26.)

1970-luvulla ravintoloiden kysyntä nousi, koska työnantajien tuli järjestää työpaikkaruokailu, mutta kaikilla yrityksillä ei ollut mahdollisuutta tarjota työpaikkaruokailua. Kehitettiin lounasseteli, joka kelpasi monissa ravintoloissa. Työpaikkaruokaloiden määrä kasvoi vuoteen 1989 asti, mutta kyseisenä vuonna verotusarvoa nostettiin jopa kaksinkertaiseksi ja vähitellen työpaikkaruokaloiden määrä väheni jopa 1970-luvun tasolle. Pikaruokaravintolat nostivat suosiotaan ihmisten keskuudessa nopeana vaihtoehtona. (Lehtinen ym. 2011, 17-19; Viinisalo 2005, 17.)

4.2 Työaikainen lounasruokailu

Terveyden ja hyvinvointilaitoksen mukaan joka kolmannes työikäisistä suomalaisista syö lounaan henkilöstöravintolassa päivittäin ja parhaimmat mahdollisuudet lounastamiseen on isoimmilla työpaikoilla ja korkeammassa asemassa olevilla. Myös korkeammin koulutetut syövät matalammin koulutettuja useammin henkilöstöravintolassa sekä miehillä ja naisilla koulutustaso nousi siviilisäätyä ja ikää merkittävämmäksi tarkasteltaessa henkilöstöravintolan käyttöä. Pääkaupunkiseudulla asuvilla oli tutkimuksen mukaan paremmat mahdollisuudet lounastaa henkilöstöravintolassa kuin muualla päin Suomea asuvilla. (THL 2017; Helakorpi ym. 2012, 18.)

Raulion mukaan ihmisten ruoka- ja lounaspaikkavalintaan vaikuttaa muun muassa ruoan saatavuus, edullisuus, henkilöstöravintolan sijainti, työolosuhteet ja -ajat. Myös lounaalla on havaittu olevan tärkeä merkitys sosiaalisuuden kannalta etenkin miehille. Korkeammin koulutetut miehet söivät useammin lounasta yhdessä työkavereiden kanssa, kun taas matalammin koulutetut söivät valmiita aterioita muualla ja mieluummin yhdessä työkavereiden kanssa taukahuoneessa kuin yksin henkilöstöravintolassa. Myös vuorotyöllä, ajanpuutteella ja työpaikalla olevilla lounasmahdollisuuksilla on vaikutuksia lounasvalintaan, esimerkiksi ajanpuute ajaa ihmisen helpommin syömään lounaan työpisteen ääressä kuin henkilöstöravintolassa. (Raulio 2011, 21, 23.)

Helkkola (2013) kertoo pro gradu-tutkielmassaan, että tutkimusten mukaan liian korkeaksi koettu henkilöstöravintolalounaan hinta saa ihmiset helpommin syömään eväitä. Jos tarjolla on edullisempi vaihtoehto, kuten eväsrुokailu, ei henkilöstöravintolassa lounastamista koeta välttämättömäksi. Yhdeksi hintaan vaikuttavaksi tekijäksi voidaan huomioida henkilöstörुokailun toistuvuus ja arkisuus. Jokapäiväisissä, arkisissa menoissa pyritään löytämään edullisin ratkaisu. Myös korkeaksi koettuun hintaan vaikuttaa lounaan koettu arvo, jossa hinta suhteutetaan ruoan laatuun ja muihin koettuihin tekijöihin. Tällöin ihmiset eivät valitse lounaspaikkaansa vain varallisuutensa perusteella, vaan kokevatko he lounaan arvon sen hinnan suuruiseksi. (Helkkola 2013, 12.)

Helakorven ym. mukaan naisista jopa 41 prosenttia söi eväitä, vaikka mahdollisuus olisi ollut henkilöstöravintolassa syömiseen. Miehistä yli puolet söi lounaan henkilöstöravintolassa, kun siihen oli mahdollisuus ja eväitä söivät vain matalamman koulutustason 45-64-vuotiaat miehet. Kun henkilöstöravintolassa lounastaminen ei ollut mahdollista, miehistä 42 prosenttia ja naisista jopa 63 prosenttia söi eväitä lounaaksi. Miehistä 27 prosenttia ja vastaavasti naisista seitsemän prosenttia söi henkilöstöravintolan puuttuessa muissa ravintoloissa. Pääkaupunkiseudulla henkilöstöravintolan puuttuessa miesten yleisin lounastamispaikka oli ravintola tai baari, kun taas muualla Suomessa suosituinta oli eväiden syöminen vastaavassa tilanteessa. Naiset valitsivat eväät niin pääkaupunkiseudulla kuin muualla Suomessakin. (Helakorpi ym. 2012, 20-23.)

Ritva Prättälän, Susanna Raulion, Eva Roosin (2012) mukaan työnantajien tulisi kannustaa työntekijöitä syömään henkilöstöravintoloissa, koska sillä on todettu olevan hyötyä työntekijän terveyden, ravinnon ja tuotteliaisuuden kannalta. Heidän mukaansa Suomessa on havaittu, että työntekijät, jotka syövät työpaikkaruokalassa, syövät enemmän kalaa ja kasviksia. Henkilöstöravintolassa syömisen on todettu voivan lisätä kasvisten syöntiä suomalaisilla, ja etenkin matalammin koulutetuilla. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen mukaan henkilöstöravintolassa syöjät valitsevat useammin kasvisruokaa, kasviksia, kalaa, keitettyä perunaa ja marja- sekä hedelmäruokia. (Prättälä, Raulio & Roos 2012, 178; THL 2017.)

Lounasetu on työnantajan mahdollistama etu työntekijälle, joko luontoisetuna tai lounasvähennyksenä, jossa työntekijä maksaa lounaastaan 75 prosenttia ja työnantaja 25 prosenttia. Vuonna 2018 ravintoetu oli vähintään 6,50€ ja enintään 10,40€ ja lounasasetelin arvo liikkui 8,70€ ja 10,40€ välillä. Vuonna 2019 ravintoedun minimimäärä nousee 6,60€ ja maksimimäärä 10,50€. Työntekijä saa yhden lounasasetelin jokaista työpäivää kohden, joita on kuukaudessa noin kaksikymmentä. (Edenred; Veronmaksajat 2017a; Veronmaksajat 2018b.)

Matkailu- Ravintolapalvelut Mara ry:n vuoden 2016 ravintolaruokailun trenditutkimus osoittaa, että kahden viikon aikana ihmiset söivät noin 3,5 ateriaa ravintolassa. Tutkimus osoittaa myös, että eniten ravintolapalveluita käyttivät pääkaupunkiseudulla asuvat, hyvin tienaat, johtavassa asemassa olevat sekä 15-24-vuotiaat. Päivällisen sekä illallisen osuus kasvoi, joka vähensi lounasruokailun osuutta ja täten henkilöstöravintoloissa syömistä. (Matkailu- ja Ravintolapalvelut Mara ry 2016.)

Tuoreen joulukuussa 2018 julkaistun ravintolaruokailun trenditutkimuksen mukaan henkilöstöravintolassa ruokaili 21 prosenttia vastaajista eli noin 322 ihmistä. Tutkimuksen prosenttiosuudet kuvaavat vastaajia, jotka ovat syöneet ulkona viimeisen kahden viikon aikana. Henkilöstöravintoloissa syöminen kasvoi seitsemän prosenttiyksikköä vuodesta 2016. Tutkimuksen mukaan eniten lounaspaikkavalintaan vaikutti ravintolan sijainti, jonka prosentuaalinen osuus oli vuonna 2018 ja 2016 sama, 49 prosenttia. Toiseksi eniten valintaan vaikutti ruoan laatu, 48 prosenttia. Prosentuaalinen osuus laski hieman vuodesta 2016. Kolmanneksi tärkeimpänä esiin nousi edullinen hintataso, 43 prosenttia. Prosentuaalinen ero vuoden 2018 ja 2016 välillä oli vain prosentin verran. (Paakkari, M. 2018, 7,13.)

Tutkimuksessa selvitettiin asteikolla 1-4, mitä tekijöitä vastaajat arvostavat ravintolaruokailussa eniten. Tärkeimpänä pidetään ruoan makua, jonka keskiarvo 3,5 oli vuonna 2018 ja 2016 sama. Toiseksi nousi ruoan monipuolisuus keskiarvolla 3,1 ja kolmanneksi tärkeimmäksi nostettiin raaka-aineiden kotimaisuus keskiarvolla 2,7 ja jonka keskiarvo on ollut sama vuoden 2014 trenditutkimuksesta lähtien. Lähiruoan keskiarvo oli 2,4, mutta sen edelle nousi seitsemän muuta tärkeämmäksi koettua tekijää. Luomuruokavaihtoehto sijoitui viimeiseksi merkittäväksi tekijäksi keskiarvolla 2,0. (Paakkari, M. 2018, 15.)

Tutkimuksessa selvitettiin myös nautitun aterian hintaa, jossa prosentuaalisesti eniten vastaajat nauttivat 5-9,99 euron hintaisen aterian. Prosenttiosuus laski vuodesta 2016 ja vastaavasti hintaluokan 10-14,99 prosenttiosuus kasvoi vuonna 2018 verrattuna vuoteen 2016. (Paakkari, M. 2018, 35.)

5 Kyselytutkimus ravintola Pihkassa

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää vaikuttavatko luomu- ja lähiruoan käyttö ihmisten lounaspaikkavalintaan. Tutkimuksessa selvitettiin myös, onko luomu- ja lähiruoan käytöllä merkitystä asiakkaille ja tulisiko niiden osuutta lisätä. Tutkimus toteutettiin ravintola Pihkassa. Pihka-ravintolat kuuluvat Juuri Yhtiöt Oy:lle ja ravintoloita on yhteensä viisi, joista kolmessa toteutettiin kyselytutkimus. Tutkimus kesti viikon verran, joka pidettiin kolmessa Pihkassa (Ruoholahti, Meclu ja Kalasatama) marraskuussa 2018.

5.1 Toimeksiantajan esittely

Juuri Yhtiöt Oy on vuonna 2004 perustettu yritys, jonka ensimmäinen ja tunnetuin ravintola on ravintola Juuri. Yhtiöön kuuluu lisäksi ravintola Latva, viisi Pihka henkilöstöravintolaa, Juuri Cafe & Bar, Ohrana Krouvi panimo, Kasarmin Salit, Juuri Tapahtumat ja Marimekon henkilöstöravintolana toimiva Maritori. Vuonna 2017 yrityksen liikevaihto oli 6,9 miljoonaa euroa ja henkilöstöä oli 85. (Kauppalehti 2018b.) Juuri-ravintolan lähtökohtana on ollut suomalaisten raaka-aineiden käyttö, paikallisuus ja alkuperä. Juuri Yhtiöt ovat olleet mukana monessa tapahtumassa, kuten Taste of Helsinki ja Flow-festivaalit ja vastaanottaneet useamman vuoden Helsingin juhlatuokkien Huvila-teltan ravintolapalveluista. Juuri Tapahtumat on vastannut Jussi-gaalan ravintolapalveluista ja gaalailallisesta. (Juuri 2018a.) Maritori voitti lokakuussa 2018 eniten luomun käyttöä lisänneen yksityisen ravintolan tittelin. Suurin osa heidän käyttämistään luomutuotteista tulee Stadin Puutarhurilta noin 500 metrin päästä. (Juuri 2018b.)

5.2 Työn tavoite ja menetelmä

Työn tavoitteena oli selvittää vaikuttaako luomu- ja lähiruoan käyttö ihmisten lounaspaikkavalintaan. Lisäksi selvitettiin, mitkä tekijät vaikuttavat kyselyyn vastanneiden asiakkaiden ostopäätökseen. Aiemmin tutkittua ostokäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä avattiin ravintolaruokailun trenditutkimuksessa, jossa lounaspaikkavalintaan vaikutti tärkeimpänä sijainti ja tämän jälkeen vasta laatu ja hinta.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää. Kvantitatiivinen tutkimus vaatii riittävän suuren vastausmäärän, joita tarkastellaan numeerisen ja prosentuaalisen tiedon pohjalta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa kyselylomakkeet ovat kaikille vastaajille samanlaiset valmiilla vastausvaihtoehdoilla. (Heikkilä 2014, 8.) Tuloksien pohjalta Pihka-ravintolat voivat päättää lisätäkö luomu- ja lähiruoan käyttöä lounaalla ja näin palvella asiakkaita heidän toivomustensa mukaisesti.

5.3 Kyselylomakkeen laatiminen ja toteuttaminen

Lomake tehtiin kaksipuoliseksi yhdelle A4-paperille ja kysymyksiä oli yhteensä viisitoista (liite 1). Tarkoituksena oli pitää kysymysten määrä mahdollisimman pienenä ja valita tarkoin kysymykset, joihin halutaan vastaus, jotta osallistujat jaksavat vastata kaikkiin kysymyksiin. Kysymyksissä ei annettu vastausvaihtoehtona ”en osaa sanoa”. Lomake sisälsi kysymyksen työtehtävästä yrityksessä, jossa vastausvaihtoehtona oli myös ”joku muu, mikä” sekä yhden monivalintakysymyksen. Muuten kysymykset olivat suljettuja kysymyksiä.

Kyselyn alussa oli saateteksti, jossa kerrottiin kyselyn olevan osa opinnäytetyötä ja aiheen käsittelevän luomu- ja lähiruokaa sekä kerrottiin kyselyn toteuttaja. Kysely aloitettiin helpoilla kysymyksillä vastaajasta itsestä, kuitenkin säilyttäen vastaaja anonyyminä. Ensimmäisenä kysyttiin vastaajan sukupuolta, jossa vaihtoehtoina oli myös ”muu” ja ”en halua vastata”, tällä pyrittiin ottamaan huomioon kaikki tasa-arvoisesti. Toisena kysymyksenä tiedusteltiin vastaajan ikää ja kolmantena toimenkuvaa yrityksessä, jossa jätettiin viimeiseksi vastausvaihtoehdoksi ”joku muu, mikä”, jotta vastaaja voi itse määritellä tähän toimenkuvansa.

Kysely jatkui kysymyksellä, kuinka usein vastaajat lounastavat ravintolassa. Tällä pyrittiin selvittämään, kuinka moni vastaajista oli vakioasiakkaita ja ketkä harvemmin ravintolassa lounastavia. Seuraavaksi kysyttiin, tarkistavatko vastaajat lounastarjonnan etukäteen vai vasta paikan päällä. Kuudentena kysymyksenä selvitettiin käyttävätkö vastaajat luomua tai lähiruokaa arjessaan kotona. Tämä antoi osviittaa siitä, toivovatko asiakkaat luomua ja lähiruokaa myös lounasruoassa. Tämän kysymyksen kautta päästiin kysymykseen, jossa selvitettiin vaikuttaako asiakkaiden ostopäätökseen, jos lounaslistalla on ilmoitettu käytettävän luomu- ja lähiruokaa. Tämän koin tärkeimmäksi kysymykseksi lomakkeella.

Kahdeksannessa ja yhdeksännessä kysymyksessä eriteltiin luomu- ja lähiruoka toisistaan ja kysyttiin toivovatko vastaajat listalle enemmän luomu- ja lähiruokaa. Toimeksiantajan kannalta tärkeäksi kysymykseksi koin, näkyykö ravintolassa luomu- ja lähiruokaa käyttö. Yhdestoista kysymys selvitti luomu- ja lähiruokaa vaikutusta laatuun. Onko näillä selkeä yhteys toisiinsa vastaajien mielestä. Kysymykset 12 ja 13 selvittivät alkuperän ja muiden tekijöiden vaikutusta lounasruoan ja -paikan valintaan. Kolmastoista kysymys oli monivalintakysymys, jossa vastaajaa pyydettiin ympyröimään kolme hänelle tärkeintä vaihtoehtoa lounaspaikan valinnassa. Näillä saatiin tarkemmin selville, mitkä muut tekijät vaikuttavat lounaspaikkavalintaan ja valitsevatko vastaajat vaihtoehdoista muut tärkeämmäksi kuin luomun ja lähiruokaa. Viimeiset kysymykset 14 ja 15 käsitelivät hintaa. Vastaajilta kysyttiin,

olisivatko he valmiita maksamaan enemmän luomu- ja lähiruoasta ja kuinka paljon he olisivat valmiita maksamaan.

Lomakkeen tekoprosessi alkoi kysymysten muodostamisella ja lomakkeen kehittämällä. Kysymyksiä muokattiin paljon, jotta ne vastaisivat parhaiten siihen, mitä halutaan kyselyllä tutkia. Kyselylomakkeen testasi kaksi ihmistä muutamaa otteeseen ennen kuin lomake meni asiakkaille täytettäväksi. Toinen testaja oli toimeksiantajayrityksen keittiötoimenjohtaja.

Tutkimuksen kohderyhmä oli Pihka ravintoloiden lounasasiakkaat. Kolmessa ravintolassa asiakasmäärät vaihtelevat päivittäin 200-600 välillä. Tutkimus toteutettiin Pihka Ruoholahdessa, Meclussa ja Kalasatamassa 26.-30.11.2018 lounasaikaan klo 11-14. Paperisia lomakkeita jaettiin asiakkaille kassalla lounasostosta tehdessä. Vastaajia ei valittu etukäteen vaan jokaiselta asiakkaalta kysyttiin, mikäli he olisivat halukkaita vastaamaan kyselyyn. Tutkimukseen pyrittiin saamaan mahdollisimman erilaisia vastaajia ja vastaajissa olikin niin kanta-asiakkaita kuin satunnaisia kävijöitä. Vastaajille kerrottiin mitä aihetta tutkimus käsittelee ja kuka on tutkimuksen laatija. Kaikki vastaajat palauttivat lomakkeet niille varattuun laatikkoon tai suoraan opinnäytetyön laatijalle.

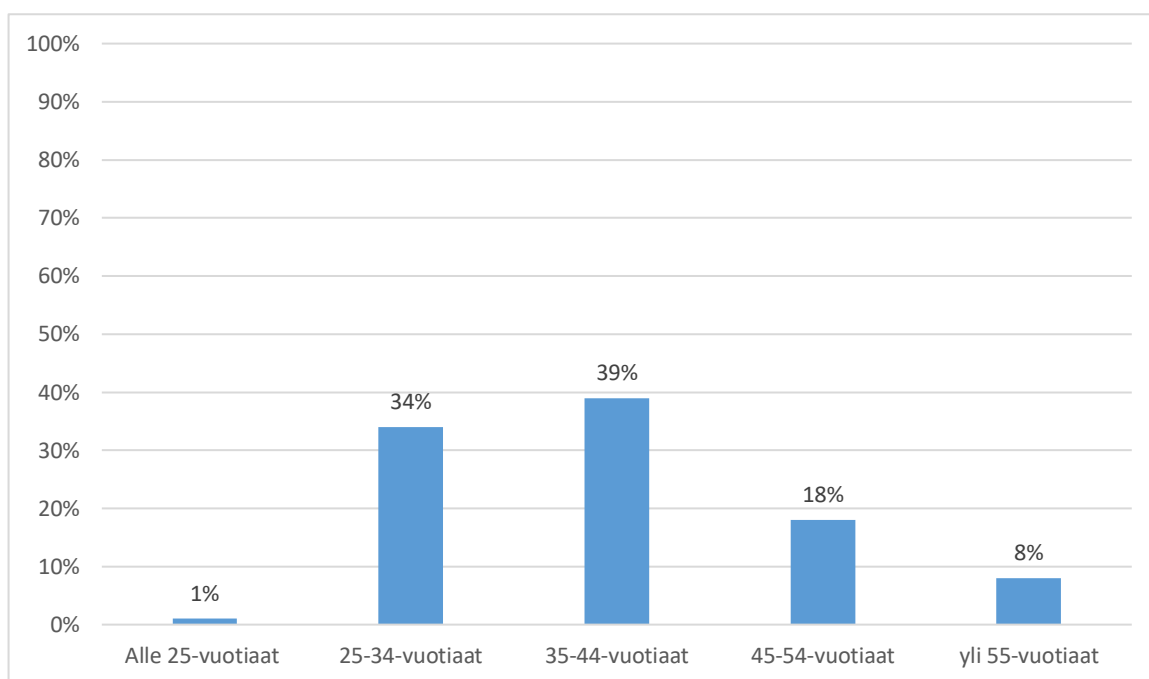
Vastauksia saatiin yhteensä 114. Kuusi vastaajaa eivät olleet vastanneet kaikkiin kysymyksiin, joten kolmen viimeisen kysymyksen kohdalla (kysymykset 13-15) jouduttiin tarkastelemaan 108 vastaajan tuloksia. Kyselylomake oli tulostettu kaksipuoliseksi, jolloin nämä kysymykset olivat jääneet huomaamatta. Vastaukset jakautuivat epätasaisesti eri toimipisteiden välillä, joten tuloksia tarkastellaan yhdessä, eikä tarkastella erikseen eri toimipisteitä. Vastaukset tallennettiin Webropol-ohjelmaan, jolloin tulosten analysoiminen on helpompaa. Webropol raportoi tulokset suoraan pylväsdiagrammeiksi, jolloin niiden analysoiminen on helpompaa.

6 Tutkimuksen tulokset

Tässä osiossa käsitellään tutkimuksen tuloksia, joita havainnollistetaan kaavioiden avulla. Kysymykset on jaettu kolmeen eri kategoriaan: asiakkaat, lounaskäyttäytyminen ja arvot.

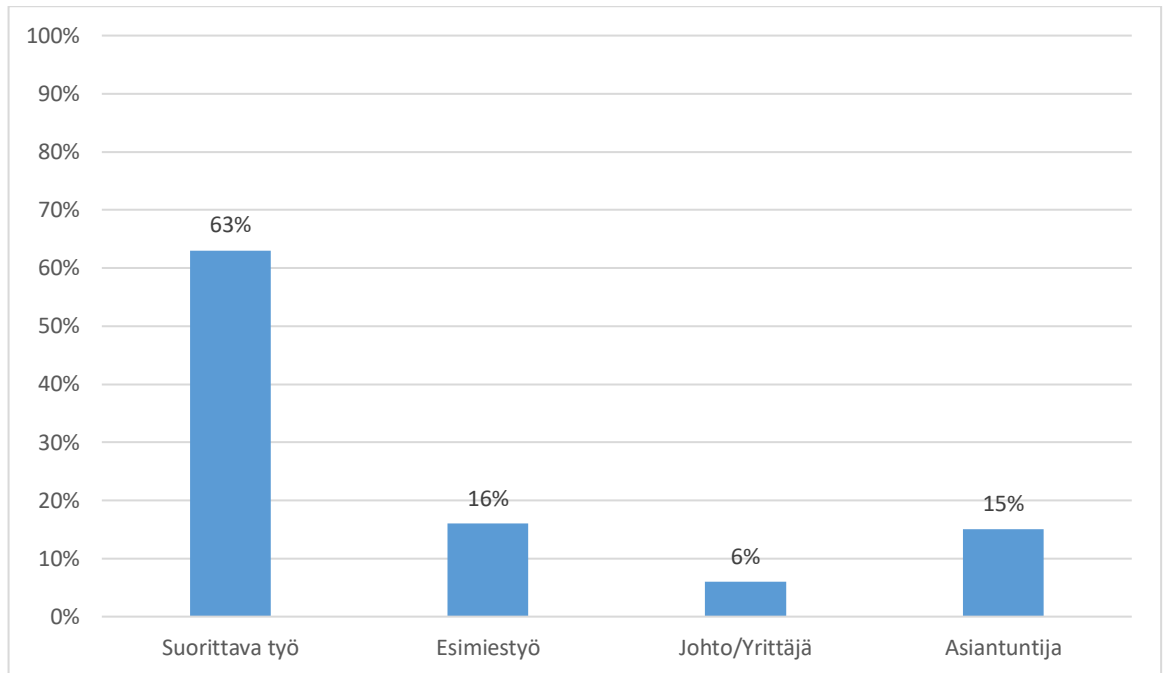
6.1 Asiakkaat

Kyselyyn vastasi yhteensä 114 asiakasta. Vastaaajista 59 prosenttia oli miehiä ja 39 prosenttia naisia. 2 prosenttia vastaajista oli merkinnyt ”en halua vastata”-kohdan ja kukaan vastaajista ei ollut vastannut sukupuolikysymyksen ”muu”-kohtaan. Iältään vastaajat olivat pääosin 35-44-vuotiaita, jopa 39 prosenttia (kuvio 1), mutta toiseksi suurimman ikäryhmän muodostivat 25-34-vuotiaat (34%). 45-54-vuotiaita oli vastanneista 18 prosenttia ja yli 55-vuotiaita vain 8 prosenttia. Vähemmistöksi jäi alle 25-vuotiaat vain yhdellä prosentilla.



Kuvio 1. Pihka-ravintoloiden ikäjakauma n=114

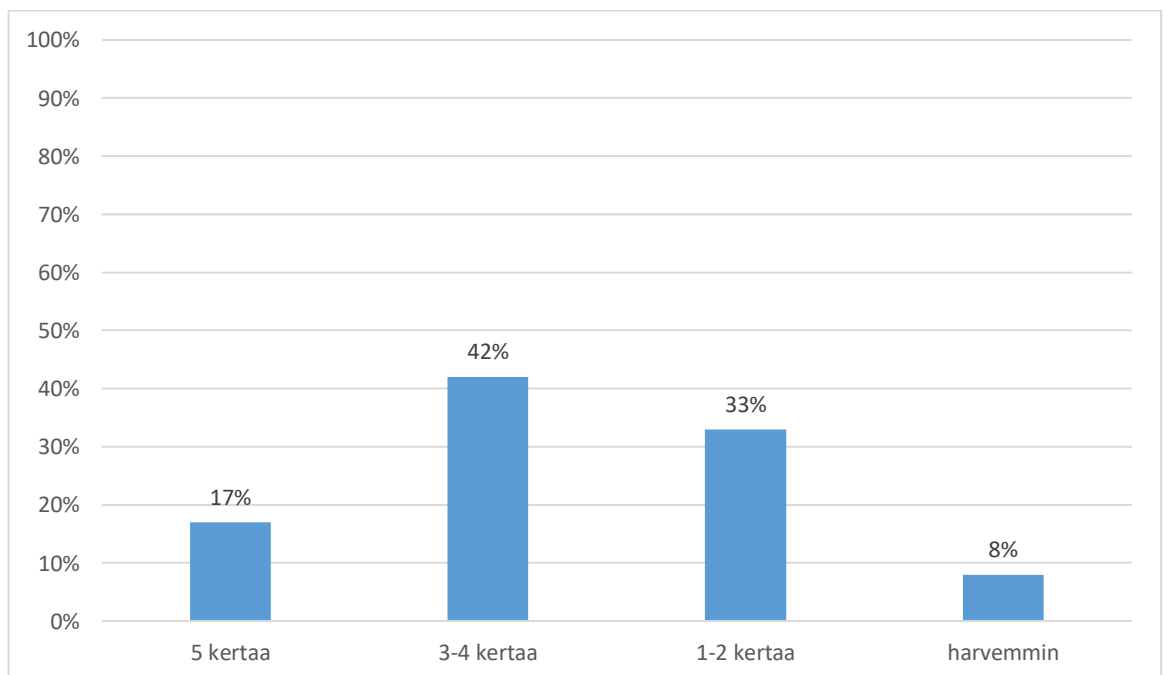
Kyselyyn vastanneista 63 prosenttia vastasi olevansa suorittavassa työssä (Kuvio 2). Esi- miehiä oli vastaajista vain 16 prosenttia ja 15 prosenttia vastaajista oli merkinnyt ”joku muu, mikä” kohdan ja vastanneet avoimeen kenttään asiantuntija. Johtajana tai yrittäjänä toimi kuusi prosenttia vastaajista.



Kuvio 2. Toimenkuva yrityksessä n=114

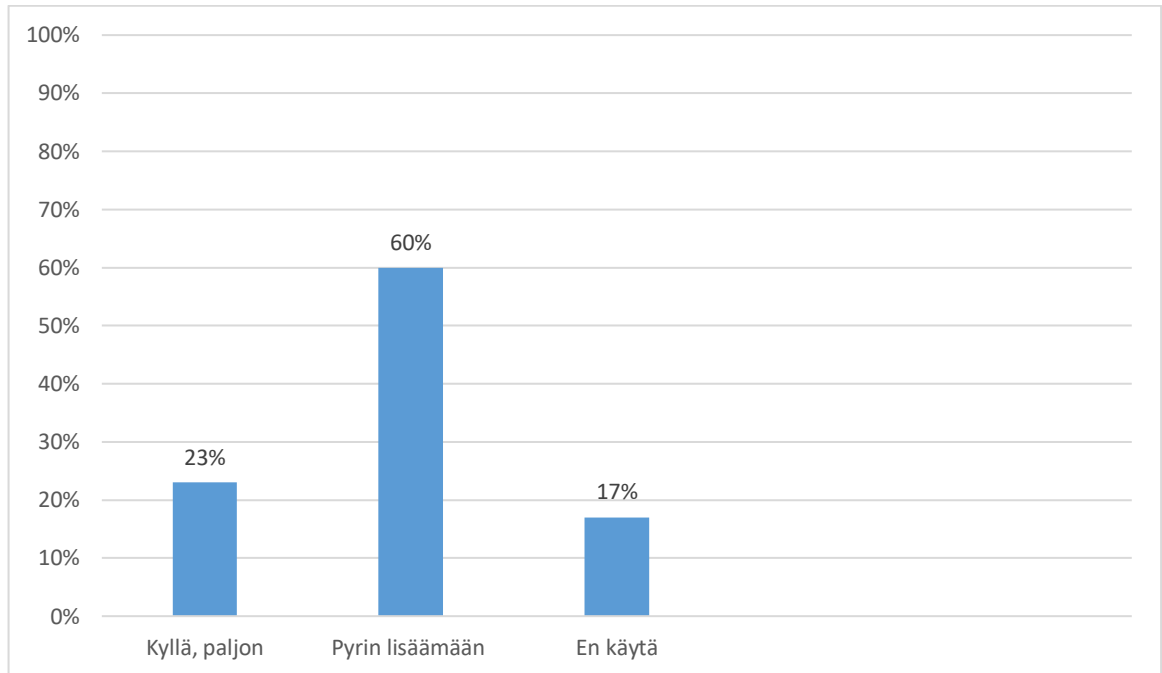
6.2 Lounaskäyttäytyminen

Asiakkailta kysyttiin kuinka usein he lounastavat Pihka-ravintolassa (Kuvio 3). Vastaajista suurin osa (42%) ilmoitti lounastavansa 3-4 kertaa viikossa. Vastaajista 33 prosenttia ilmoitti syövänsä 1-2 kertaa viikossa. Vastaajista 17 prosenttia lounastaa viisi kertaa viikossa ja harvemmin vain 8 prosenttia.



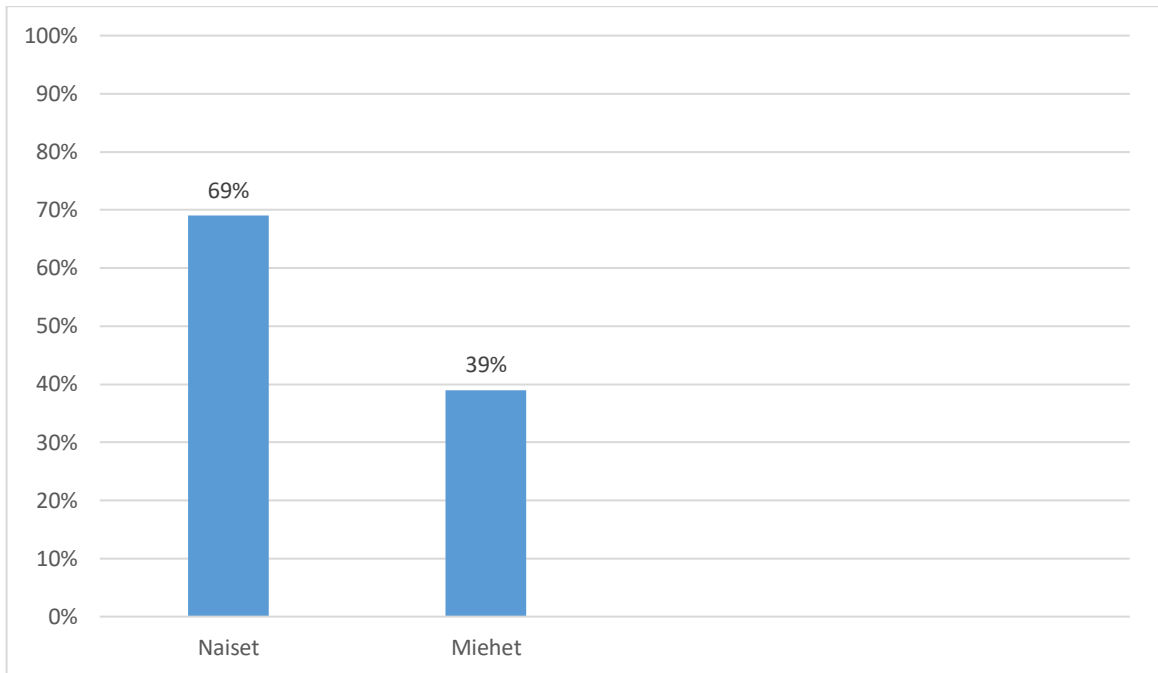
Kuvio 3. Lounasruokailukerrat viikossa n=114

Asiakkailta tiedusteltiin myös käyttävätkö he kotona arjessaan luomu- ja lähiruokaa (Kuvio 4). Vastaajista 60 prosenttia vastasi pyrkivänsä lisäämään luomu- ja lähiruokan käyttöä. Vastaajista 23 prosenttia vastasi ”kyllä, paljon” ja 17 prosenttia vastasi, ettei käytä luomu- ja lähiruokaa. Yli puolet vastanneista kertoi tarkistavansa päivän lounaslistan etukäteen. Suurin osa asiakkaista tarkistaa päivän lounaan Pihkan nettisivuilta, lisäksi Pihkalla on useita uutiskirjeen saajia, jotka saavat sähköpostiinsa aina alkavan viikon lounaslistan. Vastaajista 36 prosenttia vastasi tarkistavansa joskus lounaslistan etukäteen ja vain 13 prosenttia vastasi, ettei tarkasta lounaslistaa etukäteen.



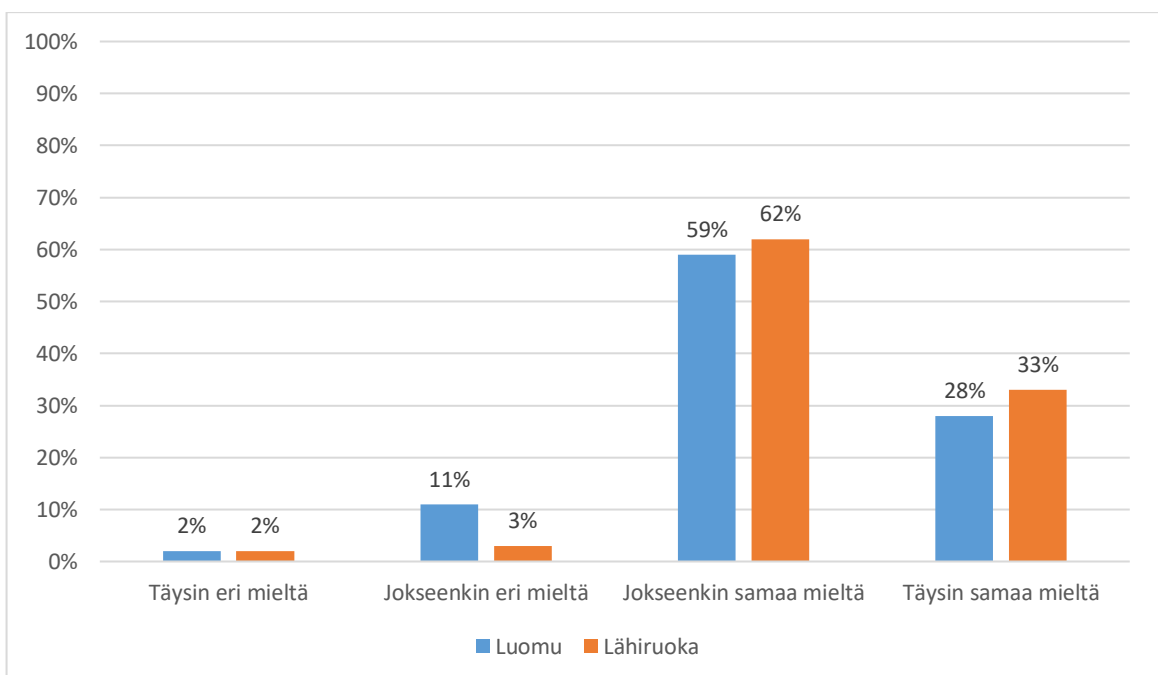
Kuvio 4. Luomu- ja lähiruokan käyttö arjessa kotona n=114

Vastaajilta kysyttiin, vaikuttaako heidän ostopäätökseensä, mikäli lounaslistalla on luomu- ja lähiruokaa (Kuvio 5). Sekä ”kyllä” (50%) että ”ei” (50%) vaihtoehdot saivat yhtä paljon vastauksia. Kyseisen kysymyksen kohdalla vastauksia tarkasteltiin sukupuolijakauman mukaan. Naisista noin 69 prosenttia vastasi luomu- ja lähiruokan vaikuttavan ostopäätökseen ja miehistä samoin vastasi noin 39%. Naisvastaajia oli 45, kun miesvastaajia vastavasti oli 67.



Kuvio 5. Luomu- ja lähiruoan myönteinen vaikutus ostopäätökseen n=114

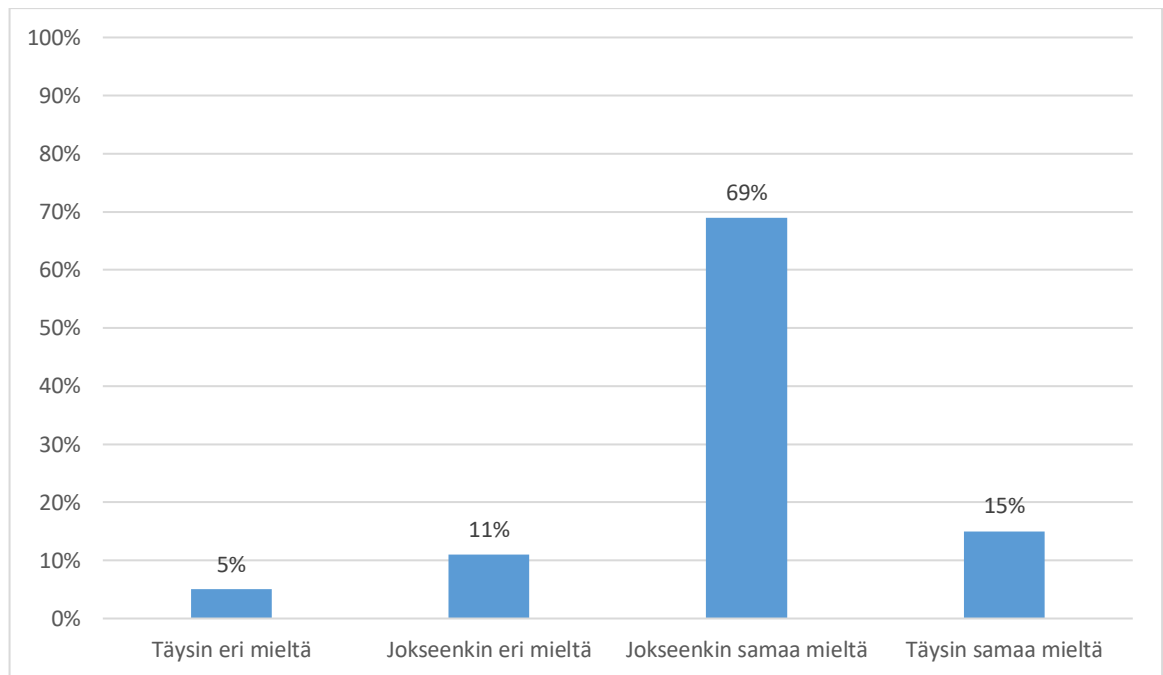
Asiakkailta kysyttiin, toivoisivatko he, että lounaalla käytettäisiin enemmän luomu- ja lähiruokaa. Nämä kaksi termiä, luomu ja lähiruoka, erotettiin toisistaan eri kysymyksiksi. Näin pystyttiin tarkastelemaan, kokevatko asiakkaat toisen toistaan tärkeämmäksi. Täysin samaa mieltä oli 28 prosenttia vastaajista luomuruoan osalta ja 33 prosenttia lähiruoan osalta. Vastaajista 59 prosenttia kertoi olevansa jokseenkin samaa mieltä, että luomua pitäisi käyttää enemmän lounaalla. Lähiruoan osalta 62 prosenttia oli jokseenkin samaa mieltä. Vain pieni prosentuaalinen osa vastaajista oli eri mieltä luomu- ja lähiruoan käytöstä lounasruoissa.



Ravintolan kannalta tärkeä kysymys oli, näkyykö Pihkassa luomu- ja lähiruoan käyttö. Vastaajista yhteensä 76 prosenttia vastasi luomu- ja lähiruoan näkyvän joko hieman tai melko paljon.

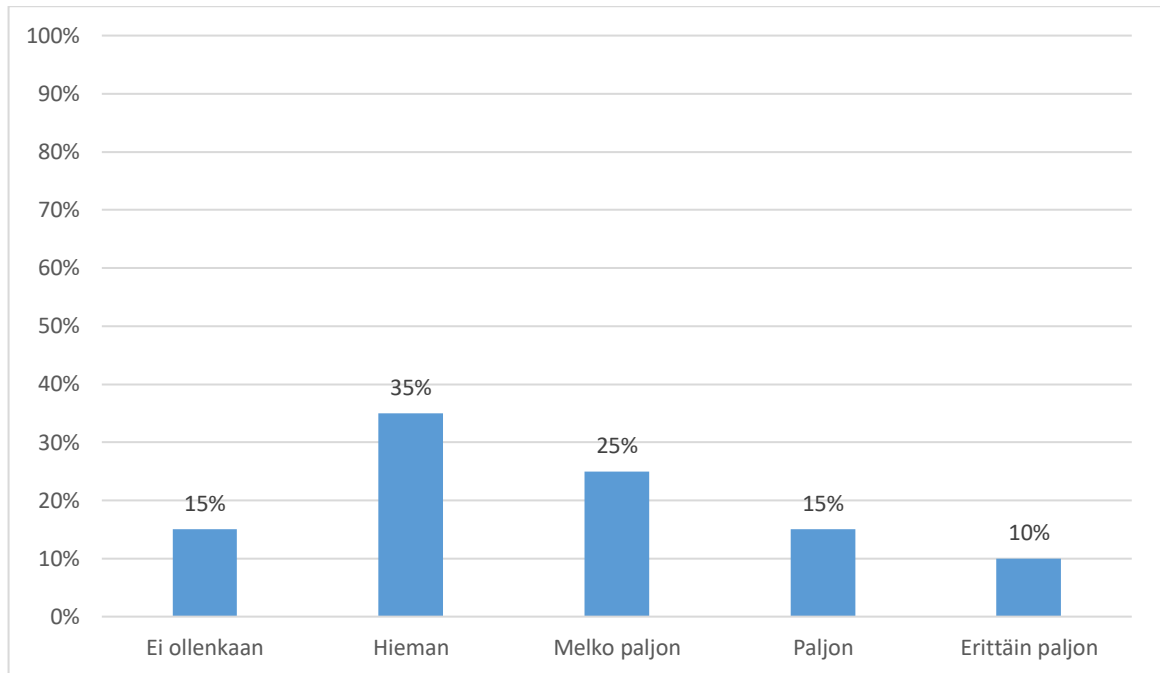
6.3 Arvot

Asiakkailta kysyttiin kokevatko he luomu- ja lähiruoan vaikuttavan lounaan laatuun (Kuvio 6). Vastaajista 69 prosenttia oli sitä mieltä, että luomu- ja lähiruoka vaikuttaa lounasruoan laatuun.



Kuvio 6. Luomu- ja lähiruoka vaikuttaa lounaan laatuun n=114

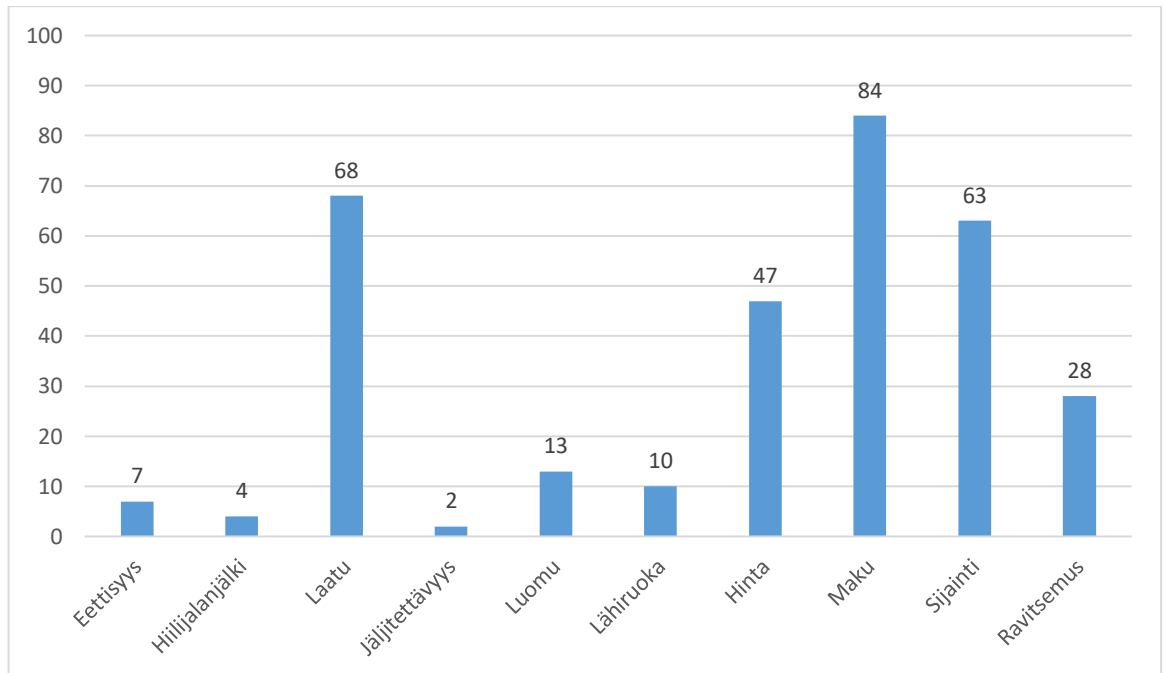
Kyselyssä haluttiin selvittää, kokevatko asiakkaat raaka-aineiden alkuperän vaikuttavan lounasruoan valintaan ja onko raaka-aineiden alkuperällä heille merkitystä (Kuvio 7). Eniten vastaajista (35%) vastasi sen vaikuttavan hieman, ja 25 prosenttia ”melko paljon”. Vastausvaihtoehdot ”ei ollenkaan” ja ”paljon” saivat yhtä paljon (15%) vastauksia ja vain 10 prosenttia oli täysin samaa mieltä.



Kuvio 7. Raaka-aineiden alkuperän merkitys lounasruoan valinnassa n=114

Kysymyksissä 13-15 tarkasteltiin vain 108 vastaajan vastauksia, koska kuusi vastaajaa eivät olleet vastanneet kolmeen viimeiseen kysymykseen, jotka käsittelivät lounaspaikan valintaan vaikuttavia tekijöitä ja hintaa.

Monivalintakysymyksessä asiakkaita pyydettiin ympyröimään kolme tärkeintä tekijää lounaspaikkaa valittaessa (Kuvio 8). Suurin osa asiakkaista oli ympyröinyt pyydetyn kolme tekijää, mutta muutamia vastauksia oli, joissa oli ympyröity useampi tai vähemmän. Valittujen vastausten lukumääräksi saatiin 329. Eniten asiakkaiden mielestä lounaspaikan valintaan vaikutti maku, joka oli ympyröity 85 kertaa, toiseksi laatu (68 kertaa), kolmanneksi sijainti (64 kertaa) ja neljänneksi hinta (48 kertaa). Luomun oli kokenut vaikuttavaksi tekijäksi vain 13 vastaajaa ja lähiruoan 10 vastaajaa. Kysymystä tarkasteltiin myös sukupuoli-jakauman perusteella, jossa naisvastaajia oli 42 ja miesvastaajia 66. Naisista kuusi vastaajaa oli valinnut luomun yhdeksi kolmesta tärkeimpänä pitämästään tekijästä ja lähiruoan oli valinnut kahdeksan naisvastaajaa. Miehistä luomun valitsi myös kuusi vastaajaa ja lähiruoan vain kaksi vastaajaa.



Kuvio 8. Kuinka paljon merkitystä tekijöillä on lounaspaikkaa valittaessa n=108

Viimeiset kaksi kysymystä käsittelivät hintaa. Asiakkailta kysyttiin, olisivatko he valmiita maksamaan luomu- ja lähiruoka-annoksesta enemmän. Vastajista 50 prosenttia oli jokseenkin samaa mieltä ja 34 prosenttia jokseenkin eri mieltä. Vain viisi prosenttia vastajista olisi ollut täysin valmiita maksamaan luomu- ja lähiruokalounaasta enemmän. Tarkennuksena asiakkailta kysyttiin, kuinka paljon he olisivat valmiita maksamaan luomu- ja lähiruokalounaasta. Pääsääntöisesti vastaukset jakoutuivat 10 euron (41%) ja 11 euron (39%) välille, 19 prosenttia olisi ollut valmiita maksaa 12 euroa lounaasta ja vain prosentti 13 euroa.

Naisilla luomu- ja lähiruoan käyttö lounaslistalla vaikutti todennäköisemmin heidän ostopäätökseensä kuin miehillä. Luomu- ja lähiruoalla koetaan olevan jokseenkin arvoa ja sitä mielellään syödään, mutta lounaspaikan valintaan vaikuttavien tekijöiden mukaan suurimmat merkitykset ovat maulla, laadulla ja sijainnilla. Suurin osa vastajista ovat valmiita maksamaan luomu- ja lähiruoasta normaalin lounaan verran, 10-11 euroa riippumatta, kuinka paljon luomu- ja lähiruokaa käytetään. Tulokset osoittavat, että luomu- ja lähiruoka eivät vaikuta merkittävästi ihmisten lounaspaikkavalintaan ja lähiruokaa toivottiin hieman luomua enemmän käytettävän lounasruoissa.

7 Pohdinta

Ravintola Pihkassa on paljon kanta-asiakkaita, jotka tutkimuksen mukaan lounastavat Pihkassa 3-4 kertaa viikossa. Kaikista 114 vastaajasta 59 prosenttia oli miehiä. Viitaten aiemmin esiin nostamaani Helakorven ym. tutkimukseen, miehistä noin puolet söi henkilöstöravintolassa lounaan, mikäli siihen oli mahdollisuus (Helakorpi ym. 2012, 20-23.). Tämän tiedon pohjalta ravintola voisi miettiä, miten he saisivat houkutelua enemmän naisia asiakkaakseen ja pidettyä kanta-asiakkaat tyytyväisenä. Pihkassa 3-4 kertaa viikossa lounastavista 42 prosenttia oli iältään 35-44-vuotiaita, ja suurin osa kyseisestä ikäluokasta oli suorittavassa työssä. Luokittelen nämä toimistotyötä, mutta itsensä suorittavaan työhön luokittelevat kuitenkin korkeammin koulutetuiksi, joten tämä tukee Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen tutkimusta (2017), että korkeammassa asemassa olevilla on todennäköisempää ruokailla henkilöstöravintolassa kuin alemmassa asemassa olevilla.

Vuoden 2018 tuoreen ravintolaruokailun trenditutkimuksen mukaan sijainti vaikuttaa eniten ihmisten lounaspaikkavalintaan. Sijainnin jälkeen tärkeimmiksi nousi laatu ja hinta. (Paakkari, M. 2018, 7,13.) Pihkassa toteutetussa tutkimuksessa tärkeimmäksi nousi maku ja laatu, ja vasta kolmantena sijainti. Tämä on yllättävä tieto, koska suurin osa Pihka-ravintolan asiakkaista on kanta-asiakkaita ja suurin osa on töissä samassa talossa, joten voisi kuvitella sijainnin olevan tärkein valintakriteeri. Toki Pihka-ravintolat sijaitsevat keskeisillä paikoilla Helsingissä, joten valinnanvaraa lounaspaikaksi on paljon tarjolla. Tällöin sijaintia tärkeämpänä esiin nousee ruoan maku ja laatu. Hinta oli tutkimuksessa neljänneksi tärkein kriteeri. Tähän mahdollisesti vaikuttaa, että suurin osa asiakkaista saa työnantajan tarjoaman lounasedun lounaskortin tai -setelien muodossa, jolloin itse ei tarvitse maksaa täyttä lounaan hintaa. Kyselyn toteuttamisen aikoihin Pihka Meclun ja Pihka Ruoholahden samassa rakennuksessa toimivilla yrityksillä oli sopimuslounashinta, jolla he saivat lounaan verottajan määrittelemän ravintoedun (10,40 euroa vuonna 2018) hinnalla. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää vaikuttaako luomu- ja lähiruoan käyttö ihmisten lounaspaikkavalintaan ja tulokset osoittavat, että luomu- ja lähiruoan merkitys paikkavalinnassa on hyvin pieni ja moni muu tekijä menee näiden edelle.

Lounaslistalla oleva luomu- ja lähiruoka vaikutti enemmän naisten ostopäätökseen kuin miesten. Vaikka vastaajista pienempi osa oli naisia, niin silti naiset todennäköisemmin ostivat lounaan, mikäli se sisälsi luomu- ja lähiruokaa. Ravintola voisi pohtia saisiko luomu- ja lähiruokaa enemmän käyttämällä lisättyä naisasiakkaiden määrää.

Tuloksien pohjalta selvisi, että lähiruokaa toivotaan enemmän lounaslistalle kuin luomuruokaa. Tämä voi tosin johtua siitä, että luomuruoka saatetaan mieltää hyvin kalliiksi ja tällöin pelätään hinnan nousua. Myös luomu- ja lähiruoalla koettiin olevan merkittävästi vaikutusta lounaan laatuun. Tämä ehkä perustuu ihmisten tietoon luomuruoan viljelystä ja eläinten oloista sekä lähiruoan osalta kuvaan vastuullisista tuottajista. Ristiriitaista on, että lähiruokaa toivotaan tutkimuksen mukaan enemmän lounaslistalle, mutta luomu vaikutti todennäköisemmin ihmisten lounaspaikkavalintaan kuin lähiruoka.

Yllättävää oli, että raaka-aineiden alkuperällä ei koettu olevan kuin hieman vaikutusta lounasruoan valintaan (Kuvio 7). Vastausvaihtoehdot ”ei ollenkaan” ja ”hieman” muodostavat jopa 50 prosenttia vastauksista. Kuitenkin luomuruoka on helposti jäljitettävissä ja Suomessa luomutarkastuksia tekevät ELY-keskus, Evira ja Valvira ja näiden laitoksien tunnus näkyy numerosarjana luomutuotteessa (Luomu.fi). Vastaus on ristiriidassa laatukysymyksen kanssa. Vastaajat olivat jokseenkin samaa mieltä (69%), että luomu- ja lähiruoalla on vaikutusta lounaan laatuun. Kuitenkaan ruoan alkuperällä ei ollut juuri merkitystä. Ei ole merkitystä onko ruoka luomu- ja/tai lähiruokaa, mutta sen ollessa, laadun koettiin olevan parempi. Mielenkiintoista olisi tietää osaavatko ihmiset erottaa luomu- ja lähiruoan toisistaan ja tietävätkö he mitä ne tarkoittavat? Kyseisessä tutkimuksessa oletettiin ihmisten erottavan nämä kaksi käsitettä toisistaan, mutta mikäli aiheesta tekisi vielä laajemman tutkimuksen niin näitä kysymyksiä olisi hyvä pohtia. Juuri Yhtiön slogan on ”Maku. Alkuperä. Intohimo.” jossa alkuperällä on paljon merkitystä raaka-aineissa ja se viittaa vahvasti luomu- ja lähiviljelijä Stadin Puutarhurin kanssa tekemään yhteistyöhön.

Ravintolan nykyinen lounaan hinta on 10,50 euroa. Hintaa laskettiin 11 eurosta vuoden 2019 alussa. Asiakkaat vastasivat olevansa valmiita maksamaan luomu- ja lähiruoasta jokseenkin enemmän, mutta suurin osa vastaajista vastasi hinnaksi 10-11 euroa. Nykyinen lounaan hinta on hyvin optimaalisesti hinnoiteltu vastaamaan asiakkaiden toiveita.

Vuoden 2018 ravintolaruokailun trenditutkimuksessa selvitettiin mitä tekijöitä ravintolaruokailijat arvostavat. Tärkeimmäksi nousi ruoan maku, monipuolisuus ja kotimaisuus. Luomu- ja lähiruoka olivat viimeisten joukossa merkittävänä tekijöinä. (Paakkari, M. 2018, 15.) Kuitenkin lähiruoka ja kotimaisuus kulkevat käsikädessä, mutta tässä tutkimuksessa ne ovat hyvin erillään toisistaan. Pihkassa toteutettu tutkimus tukee tätä. Maku oli ylivoimaisesti tärkeimmäksi valittu tekijä, mutta lähiruokaa tärkeimpänä piti vain kymmenen ihmistä ja luomua kolmetoista ihmistä. Tuloksia tarkasteltiin myös sukupuolijakauman perusteella ja niistä selvisi, että vaikka naisvastaajia oli vähemmän kuin miesvastaajia niin naisvastaajat valitsivat todennäköisemmin luomu- ja/tai lähiruoan lounaspaikkaan vaikuttavaksi tekijäksi. Miesvastaajista vain kaksi oli valinnut lähiruoan merkittäväksi tekijäksi.

Ristiriitaista on, että lähiruokaa kuitenkin toivottiin enemmän käytettävän lounaalla kuin luomuruokaa. Luomu- ja lähiruoan valinneiden kohdalla puhutaan kuitenkin niin pienistä vastaajamääristä, että voidaan todeta tulosten perusteella, että luomu- ja lähiruoka eivät vaikuta ihmisten lounaspaikkavalintaan. Kotimaisuutta ei tutkimuksessa erikseen kysytty.

Pihka-ravintolat käyttävät ennestään luomu- ja lähiruokaraaka-aineita suhteellisen paljon, mutta tutkimus osoitti, että vastaajien mielestä ravintolan käyttämä luomu- ja lähiruoka näkyy vain hieman tai melko paljon asiakkaille. Tämä tieto antaa ravintolalle hyvät edellytykset lisätä luomun ja lähiruoan näkyvyyttä lounaslistoillaan entisestään.

Tutkimuksen päätarkoituksena oli selvittää vaikuttaako luomu- ja lähiruoan käyttö ihmisten lounaspaikkavalintaan. Niillä on arvoa ja niitä mielellään syödään, mutta tutkimuksen perusteella voisi sanoa, että moni muu tekijä, kuten maku, laatu ja sijainti, vaikuttaa päätökseen luomu- ja lähiruokaa enemmän. Tutkimuksen mukaan luomu- ja lähiruokaa toivottiin jokseenkin enemmän, joten tämän tutkimuksen pohjalta Pihka-ravintoloilla voisi olla hyvä mahdollisuus lisätä näiden käyttöä entisestään ja houkutellessa näin ulkopuolisia luomusta ja lähiruoasta kiinnostuneita asiakkaita lounaalle.

Kyselyyn vastasi 114 asiakasta, mutta kolmen viimeisen kysymyksen kohdalla tarkasteltiin 108 vastaajan vastauksia. Kuusi vastaajaa eivät olleet huomanneet kääntää kaksipuolista lomaketta ympäri ja näin vastaukset jäivät saamatta. Suunnitteluvaiheessa lomakkeeseen olisi ollut hyvä laittaa nuoli ensimmäiselle sivulle merkiksi kyselyn jatkumisesta.

Tutkimuksesta toivottiin kaikkia viittä Pihka-ravintolaa koskeva tutkimus, mutta kahdesta ravintolasta ei saatu vastauksia erinäisistä syistä. Vastausmäärät olivat suoraan riippuvaisia siitä, olinko itse opinnäytetyön tekijänä paikalla pyytämässä asiakkaita täyttämään kyselyn. Tällä tuntui olevan merkitystä kyselyyn vastanneille.

Tutkimus jäi kahden toimipisteen tulosten puuttuessa pintapuoliseksi, mutta tavoitteet saavutettiin näiden kolmen paikan kohdalla. Tarkoituksena oli selvittää vaikuttaako luomu- ja lähiruoan käyttö ihmisten lounaspaikkavalintaan. Niillä on hyvin vähän merkitystä ja ne eivät ensisijaisesti määrittele ihmisten lounaspaikkavalintaa. Muita tätäkin merkittävämpiä tekijöitä olivat maku, laatu ja sijainti.

Opinnäytetyön valitseminen oli helppoa ja aihe oli ollut mielessä jo pitemmän aikaa. Toimeksiantajan tarpeiden ja oman kiinnostuksen mukaan tutkimus muodostui lopulliseksi. Tietoperustan kirjoittaminen tuntui hankalalta, koska lähteitä, etenkin lähiruoasta, oli niukasti. Työn kirjoittaminen helpottui, mitä pidemmälle siinä pääsi.

Tutkimus osoitti, että Pihka-ravintoloissa ei näy luomu- ja lähiruoan käyttö selkeästi asiakkaille, vaikka luomu- ja lähiruokaa käytetään suhteellisen paljon, joten ehdotan, että tämän tiedon perusteella toimeksiantaja voisi markkinoida luomu- ja/tai lähiruokaa aktiivisemmin ja näin houkuttaa luomusta ja lähiruoasta kiinnostuneita ihmisiä asiakkaisiin ja erottua luomu- ja lähiruokaa suosivana lounasravintolana. Vaikka luomu- ja lähiruoka ei vaikuttanut ihmisten lounaspaikkavalintaan niin koen, että silti nyky maailmassa kannattaa näihin panostaa ja niille löytyy oma asiakaskuntansa hyvällä markkinoinnilla. Ehdotan, että toimeksiantaja voisi tulevaisuudessa tehdä tiiviimmin yhteistyötä eri lähituottajien kanssa ja näin vastata asiakkaiden toiveeseen lisätä lähiruoan käyttöä lounasruoissa. Konkreettisia toimia luomu- ja lähiruoan esille tuomiseen voisi olla Stadin Puutarhurin vierailu ja esittäytyminen Pihka-ravintoloissa, tarkempi ja selkeämpi luomu- ja lähiruoan ilmoittaminen lounaslistalla, jossa kerrotaan kaikki luomu- ja lähiruokatuotteet eikä ainoastaan pääraaka-aineen kohdalla, tuoda Pihka-ravintoloissa esille Portaat luomuun- ohjelmassa mukana oleminen ja luomutuotteet, joita ravintola käyttää ohjelman vaatimusten mukaisesti sekä radiomainonta luomu- ja lähiruokaa suosivista Pihka-ravintoloista.

Luomu- ja lähiruoka ovat kasvavia trendejä ja niiden arvostus kasvaa vauhdilla vuosi vuodelta. Luomu- ja lähiruoan vaikutuksesta ihmisten ostopäätökseen, olisi mielenkiintoista tehdä uusi ja laajempi tutkimus tulevaisuudessa, jolloin näkisi kuinka niiden käyttö on muuttunut vuosien kuluessa.

Lähteet

City 2016. Helsinkiin avataan tammikuussa Säsong – ainutlaatuinen ravintola, joka auki vain neljä kertaa vuodessa. Lapinlahteen aukeaa kiinnostava lähiruokaravintola, mutta vain yhdeksi viikonlopuksi. Luettavissa: <https://www.city.fi/opas/helsinkiin+avataan+tammikuussa+sasong+ainutlaatuinen+ravintola+joka+on+auki+vain+nelja+kertaa+vuodessa/10504>. Luettu: 3.12.2018

CPRE. Campaign to Protect Rural England. Local food. Luettavissa: <https://www.cpre.org.uk/what-we-do/farming-and-food/local-foods>. Luettu: 3.12.2018

Edenred. Mikä on Lounasseteli eli lounari. Luettavissa: <https://edenred.fi/fi/tyonantaja/lounasetu/lounasseteli/>. Luettu: 13.12.2018

Ekocentria 2017. Lisää lähiruokaa julkisten keittiöiden asiakkaille – perusteluja ja ohjeita hankintoihin. Luettavissa: http://www.ekocentria.fi/resources/public//sisaltokaruselli/lahiruokaopas2017_ebook.pdf. Luettu: 23.11.2018

Euroopan parlamentti 2018. Tietoa luomuruoasta: EU-säännöt tiukentuvat. Luettavissa: <http://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/society/20180404STO00909/tietoa-luomuruoasta-eu-saannot-tiukentuvat>. Luettu: 9.11.2018

Evira 2017. Elintarviketurvallisuusvirasto. Luomu pähkinänkuoressa. Luettavissa: <https://www.evira.fi/yhteiset/luomu/luomu-pahkinankuoressa/>. Luettu: 22.10.2018

Evira 2018. Elintarviketurvallisuusvirasto. Luomutilat ja luomutuotantoala 2018. Luettavissa: <https://www.evira.fi/globalassets/yhteiset/luomu/tilastot/luomu-2018ep.pdf>. Luettu: 22.10.2018

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen oleelliset erot. Edita. Helsinki. Luettavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKI-MUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>. Luettu: 2.1.2019

Heinonen, S. 2004. Luonnonmukainen maatalous. Teoksessa Markkola, P. Suomen maatalouden historia osa 3. Suurten muutosten aika. Jälleenrakennuskaudesta EU-Suomeen, s. 331-345. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Helakorpi, S., Jallinoja, P., Prättälä, R., Raulio, S. & Vikstedt, T. 2012. Työaikainen ruokailu Suomessa 2008-2010. Ruokapalveluiden seurantaraportti 4. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Helsinki. Luettavissa: http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/90820/URN_ISBN_978-952-245-621-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 30.11.2018

Helkkola, L. 2013. Arvojen yhteys työaikaiseen lounaan valintaan. Resurssit. Pro gradu. Taloustieteen laitos. Helsinki. Luettavissa: <https://docplayer.fi/12656089-Arvojen-yhteys-tyoaikaiseen-lounaan-valintaan.html>. Luettu: 13.12.2018

Helsingin kaupunki 2018. Päiväkotien luomuvalikoima uudistuu, luomumaito juomaksi. Luettavissa: <https://www.hel.fi/uutiset/fi/kasvatuksen-ja-koulutuksen-toimiala/luomuvalikoima>. Luettu: 30.10.2018

IFOAM EU Group. Making it happen. Luettavissa: <https://euorganic2030.bio/home/making-it-happen/>. Luettu: 11.11.2018

IFOAM EU Group. Members. Luettavissa: <https://www.ifoam-eu.org/en/about-us/members>. Luettu: 11.11.2018

Juuri 2018a. Juuremme tässä maassa. Luettavissa: <https://juuri.fi/juuret/>. Luettu: 21.12.2018

Juuri 2018b. Maritori. Maritorille LUOMU SM-voitto. Luettavissa: <https://maritori.juuri.fi/2018/10/19/maritorille-luomu-sm-voitto/>. Luettu: 21.12.2018

Kauppalehti, 2018a. Yrityshaku. Polvijärven Herkku. Luettavissa: <https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/polvijarven+herkku+oy/22898595>. Luettu: 23.11.2018

Kauppalehti 2018b. Yrityshaku. Juuri Yhtiöt Oy. Luettavissa: <https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/juuri+yhtiot+oy/19067133>. Luettu: 20.12.2018

Käyhty, M. 2011. Kokemukset lähiruoan hankintakanavista. Teoksessa Toukoluoto, N. (toim.) Lähiruoka. Pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä. Tutkimuksia lähiruoan ja kelun nykytilasta, s. 76-95. Helsingin yliopisto, taloustieteen laitos. Helsinki.

Lehtinen, M., Peltonen, H. & Taurén, P. 2011. Ruoanvalmistuksen käsikirja. WSOYPRO OY. Helsinki.

Luke 2016. Luonnonvarakeskus. Luomutuotanto ja luomuruoka. Luettavissa: <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/ruoka-ja-ravitsemus/luomutuotanto/>. Luettu: 29.10.2018

Luomu.fi. Valvonta. Voiko luomuruokaan luottaa? Luettavissa: <https://luomu.fi/ruoka/valvonta/>. Luettu: 18.1.2019

Luomuinstituutti 2017. Luomun tiekartta kestäväään ruoka- ja viljelyjärjestelmään Euroopassa. Luettavissa: <https://luomuinstituutti.fi/luomun-tiekartta-kestavaan-ruoka-ja-viljelyjarjestelmaan-euroopassa/>. Luettu: 11.11.2018

Luomuliitto 2018. Luomu ruokapalveluissa. Luettavissa: <http://www.luomuliitto.fi/luomu-ruokapalveluissa/>. Luettu: 19.11.2018

Luomuravintola a. Mitä on luomu? Luettavissa: http://www.luomuravintola.fi/mita_on_luomu. Luettu: 30.10.2018

Luomuravintola b. Kohti 20% luomutavoitetta. Luettavissa: http://www.luomuravintola.fi/resources/public//sisaltokaruselli/kohti_luomutavoitetta_opas_valmis.pdf. Luettu: 19.11.2018

Luomuravintola c. Portaat luomuun -ohjelma. Luettavissa: http://www.luomuravintola.fi/portaat-luomuun---ohjelman_toiminta. Luettu: 30.10.2018

Luomuravintola d. Luomua. Ilman muuta. Luettavissa: <http://www.luomuravintola.fi/>. Luettu: 18.11.2018

Luomuravintola 2017. Luomutuotteiden käyttö ammattikeittiöissä. Luettavissa: <http://www.luomuravintola.fi/kaytetyimmat-luomutuotteet>. Luettu: 18.11.2018

Lähiruoka Akatemia 2018a. Resurssiviisaasti lähi- ja luomuruokaa suurkeittiöihin. Tarkoitus ja toiminnan laatu. Luettavissa: http://lahiruoka-akatemia.fi/?page_id=55. Luettu: 26.11.2018

Lähiruoka Akatemia 2018b. Resurssiviisaasti lähi- ja luomuruokaa suurkeittiöihin. Tavoitteet. Luettavissa: http://lahiruoka-akatemia.fi/?page_id=15. Luettu: 26.11.2018

Länsi-Savo 2017. Mikkeliiläisen ravintola Bistro Vileen toiminta on päätynyt. Kahvilan ja leipomon toiminta jatkuu yhä. Luettavissa: <https://lansi-savo.fi/uutiset/lahella/0064ec92-f4fc-455e-b049-e6a0d7a57ccf>. Luettu: 3.12.2018

Maaseutu Plus 2017. Lähiruoka. Luettavissa: <https://maaseutuplus.fi/lahiruoka/>. Luettu: 22.11.2018

Matkailu- ja Ravintolapalvelut Mara ry 2016. Ravintolaruokailun trenditutkimus: ruokailija haluaa helppoa ja nopeaa. Luettavissa: <https://mara.fi/ravintolaruokailun-trenditutkimus-ruokailija-haluaa-helppoa-ja-nopeaa>. Luettu: 13.12.2018

Maa- ja metsätalousministeriö 2013. Lähiruokaa – totta kai! Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Luettavissa: <https://mmm.fi/documents/1410837/1890227/L%C3%A4hiruokaohjelmaFI.pdf/a30211ac-ff80-4722-984f-3fc26e5c1467/L%C3%A4hiruokaohjelmaFI.pdf>. Luettu: 23.11.2018

Maa- ja metsätalousministeriö. Lähiruokaa – totta kai! Luettavissa: <https://mmm.fi/lahiruoka>. Luettu: 12.11.2018

Maa- ja metsätalousministeriö 2014. Lisää Luomua! Hallituksen luomualan kehittämissuunnitelma ja luomualan kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Luettavissa: https://mmm.fi/documents/1410837/1890227/Luomualan_kehittamissuunnitelmaFI.pdf/9068c3b3-2e34-45eda917-10358dd132e2. Luettu: 30.10.2018

Maa- ja metsätalousministeriö 2016. Lisää luomua! Hallituksen luomualan kehittämissuunnitelma ja luomualan kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Välitarkastelu suunnitelman toimeenpanosta. Luettavissa: <https://mmm.fi/documents/1410837/2191243/Lis%C3%A4%C3%A4+luomua%21+Hallituksen+luomualan+kehitt%C3%A4missuunnitelma+ja+luomualan+kehitt%C3%A4misen+tavoitteet+vuoteen+2020/2d4bfbe0-c83d-4c98-a004-d8877e6bf80e>. Luettu: 8.11.2018

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto 2017. Hyvää suomalaista lähiruokaa. Luettavissa: https://www.mtk.fi/maatalous/kotimainen_ruoka/lahiruoka/fi_FI/hyvaa-suomalaista_lahiruokaa/. Luettu: 19.10.2018

Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto 2018. Mitä luomu on? Luettavissa: https://www.mtk.fi/maatalous/luomutuotanto/fi_FI/mita_luomu_on/. Luettu: 30.10.2018

Nuora, M. & Pöytäniemi, E. 2013. Tarinoita suomalaisesta luomusta. Kurmakka – Organic food Oy. Espoo.

Paakkari, M. 2018. Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry. Ravintolaruokailun trenditutkimus 2018.

Parasta Pöytään Pirkanmaalta 2016. Mahdottomasta mahdollista – kustannustehokas lähiruokatukku. Luettavissa: <https://www.parastapoytaan.fi/blogi/mahdottomasta-mahdollista---kustannustehokas-lahiruokatukku>. Luettu: 17.2.2019

Pihka 2019. Meistä. Ole Pihkassa joka päivä. Luettavissa: <https://pihka.fi/meista/>. Luettu: 17.2.2019

Pro Agria 2014. Luomutuotanto. Siirtymävaihe luomutuotantoon. Luettavissa: <https://www.proagria.fi/toimialat/luomutuotanto>. Luettu: 9.11.2018

Pro Luomu 2017. Luomun myynti lisääntyy – yli miljoona suomalaista ostaa viikoittain. Luettavissa: <https://proluomu.fi/luomun-myynti-lisaantyy-yli-miljoona-suomalaista-ostaa-viikoittain/>. Luettu: 18.11.2018

Pro Luomu 2018. Mitä on luomu? Luettavissa: <https://proluomu.fi/mita-on-luomu/>. Luettu: 10.2.2019

Pro Luomu 2018. Luomun myynti Suomessa kasvaa yhä voimakkaasti. Luettavissa: <https://proluomu.fi/luomun-myynti-suomessa-kasvaa-yha-voimakkaasti/>. Luettu: 22.10.2018

Pro Luomu 2018. Kaupat ja kampanja kirittivät Tanskan luomumyynnin kasvua. Luettavissa: <https://proluomu.fi/kaupat-ja-kampanja-kirittivat-tanskan-luomumyynnin-kasvua/>. Luettu: 18.11.2018

Prättälä, R., Raulio, S. & Roos, E. 2012. Sociodemographic and work-related variation in employees' lunch eating patterns. Discussion and conclusions. *International Journal of Workplace Health Management*, 5, 3, s. 168-180.

Raulio, S. 2011. Lunch eating patterns during working hours and their social and work-related determinants. Study of Finnish employees. Terveysten ja hyvinvoinnin laitos. Helsinki. Luettavissa: <http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/80069/b6fdf6c7-48a9-4d96-836b-1e3a753f4cb0.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 9.12.2018

Ravintola Grön. Grön. Luettavissa: <https://www.restaurantgron.com/about/>. Luettu: 3.12.2018

Ravintola Natura. Natura. Luettavissa: <http://www.restaurantnatura.com/#home>. Luettu: 3.12.2018

Ruokaoivallus. Lähiruoka kasvattaa suosiotaan – suomalaisia kiinnostaa mistä ruoka tulee. Luettavissa: <https://ruokaoivallus.fi/lahiruoka/>. Luettu: 3.12.2018

Ruokatieto 2018. Biologinen typensidonta. Luettavissa: <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokaketju-ruuan-matka-pelloilta-poytaan/luonto/maapera/biologinen-typensidonta>. Luettu: 8.11.2018

Sisä-Savon seutuyhtymä 2010. Tuunattu kalakukko- maa- ja elintarviketalouden verkkojulkaisu. Suomen ensimmäinen lähiruokalahettämö tähtää korkealle. Luettavissa: <http://sss.multiedition.fi/multiMagazine/web/2010/04-2010/5.php>. Luettu: 23.11.2018

Taloustutkimus 2018. Ammattikeittiöissä arvostetaan eniten Valiota. Luettavissa: <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/ammattikeitioissa-arvostetaan-eniten-valiota.html>. Luettu: 30.10.2018

THL 2017. Elintavat ja ravitseminen. Työpaikkaruokailu. Luettavissa: <https://thl.fi/fi/web/elintavat-ja-ravitseminen/ravitseminen/ruokapalvelut/tyopaikkaruokailu>. Luettu: 30.11.2018

Valio 2018. Luomumaito, miten se eroaa tavallisesta maidosta? Luettavissa: <https://www.valio.fi/tuotteet/artikkeli/luomumaito-miten-se-eroaa-tavallisesta-maidosta/>. Luettu: 30.10.2018

Viinisalo, M. 2005. Kodin ulkopuolella ruokailu erilaisissa kotitalouksissa vuosina 1985 ja 1998. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki. Luettavissa: <https://docplayer.fi/41759222-Kodin-ulkopuolella-ruokailu-erilaisissa-kotalouksissa-vuosina-1985-ja-1998.html>. Luettu: 3.12.2018

Viisi tähteä 2018. Grön on Suomen paras ravintola 2018 – bistroravintolat nousevat kohisten kohti kärkeä. Luettavissa: <https://viisitahtea.com/artikkelit/gron-suomen-paras-ravintola-2018-bistroravintolat-nousevat-kohisten-kohti-karkea/>. Luettu: 3.12.2018

Veronmaksajat 2017a. Ravintoetu 2018. Luettavissa: <https://www.veronmaksajat.fi/Palkka-ja-elake/Luontoisedut/ravintoetu-2018/>. Luettu: 13.12.2018

Veronmaksajat 2018b. Ravintoetu 2019. Luettavissa: <https://www.veronmaksajat.fi/Palkka-ja-elake/Luontoisedut/ravintoetu-2019/>. Luettu: 13.12.2018

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake ravintola Pihkan asiakkaille

Hei! Opiskelen Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohtoa. Opinnäytetyöni käsittelee luomu- ja lähiruokaa ja tämä kysely toimii osana opinnäytetyötä ja vastaukset käsitellään anonyymisti. Vastaaminen vie aikaa noin kaksi minuuttia. Bettina Rytsy (bettina.rytsv@mvv.haaga-helia.fi)

Rastita mielestäsi sopivin vaihtoehto

1. Sukupuoli
 - a. Nainen
 - b. Mies
 - c. Muu
 - d. En halua vastata
2. Ikä
 - a. Alle 25-vuotias
 - b. 25-34-vuotias
 - c. 35-44-vuotias
 - d. 45-54-vuotias
 - e. yli 55-vuotias
3. Mikä on toimenkuvasi yrityksessä
 - a. Suorittava työ
 - b. Esimiestyö
 - c. Johto/Yrittäjä
 - d. Joku muu, mikä _____
4. Kuinka usein lounastat Pihka-ravintolassa
 - a. 5 kertaa viikossa
 - b. 3-4 kertaa viikossa
 - c. 1-2 kertaa viikossa
 - d. harvemmin
5. Tarkistatko päivän lounastarjonnan etukäteen
 - a. Kyllä
 - b. Joskus
 - c. En
6. Käytätkö luomu- ja/tai lähiruokaa arjessasi kotona
 - a. Kyllä, paljon
 - b. Pyrin lisäämään
 - c. En käytä
7. Jos lounaslistalla on luomu- ja lähiruokaa, vaikuttaako se ostopäätökseesi?
 - a. Kyllä
 - b. Ei
8. Toivoisitko lounaalla käytettävän enemmän luomuruokaa?
 - 1=täysin eri mieltä
 - 2=jokseenkin eri mieltä
 - 3=jokseenkin samaa mieltä
 - 4=täysin samaa mieltä
9. Toivoisitko lounaalla käytettävän enemmän lähiruokaa?
 - 1=täysin eri mieltä
 - 2=jokseenkin eri mieltä
 - 3=jokseenkin samaa mieltä
 - 4=täysin samaa mieltä
10. Asteikolla 1-5, näkyykö ravintola Pihkassa luomu- ja lähiruokan käyttö asiakkaalle?
 - 1=Ei ollenkaan
 - 2=hieman
 - 3=melko paljon
 - 4=paljon
 - 5=erittäin paljon
11. Luomu- ja lähiruoka vaikuttaa lounaan laatuun
 - 1=täysin eri mieltä
 - 2=jokseenkin eri mieltä
 - 3=jokseenkin samaa mieltä
 - 4=täysin samaa mieltä
12. Koetko raaka-aineiden alkuperän vaikuttavan lounasruoan valintaan?
 - 1=ei ollenkaan
 - 2=hieman
 - 3=melko paljon
 - 4=paljon
 - 5=erittäin paljon

13. Kuinka paljon merkitystä alla olevilla tekijöillä on lounaspaikkaa valittaessa? Ympyröi kolme tärkeintä.

Eettisyys
Hiilijalanjälki
Laatu
Jäljitettävyys
Luomu
Lähirooka
Hinta
Maku
Sijainti
Ravitsemus

14. Olen valmis maksamaan luomu- ja lähirookalounasannoksesta enemmän
1=täysin eri mieltä
2=jokseenkin eri mieltä
3=jokseenkin samaa mieltä
4=täysin samaa mieltä

15. Olen valmis maksamaan luomu- ja lähirookalounaasta
a. 10€
b. 11€
c. 12€
d. 13€

Kiitos vastauksestanne!

