



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

MARKKINAKARTOITUS SIRKKOJEN KÄYTÖSTÄ KUOPION JA KAJAANIN ALUEEN RAVINTOLOISSA JA ELINTARVIKEYRITYK- SISSÄ

Case: SAVONIA GRASHOPPER OY

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalalan tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Saija Klemetti, Jenny Lindi	
Työn nimi Markkinakartoitus sirkkojen käytöstä Kuopion ja Kajaanin alueen ravintoloissa ja elintarvikeyrityksissä- Case Savonia Grasshopper OY	
Päiväys	23.04.2019
Sivumäärä/Liitteet	39/2
Ohjaaja(t) Seija Mäki	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Savonia Grasshopper Oy	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyömme toimeksiantajana toimi Savonia Grasshopper Oy. Se on melko uusi Pohjois-Savossa sijaitseva yritys, joka kasvattaa sirkkoja ja myös jatkojalostaa niitä alusta loppuun valmiiksi tuotteiksi. Opinnäytetyönä tehty tutkimus oli kvantitatiivinen eli määrällinen ja toteutettiin markkinakartoituksena.</p> <p>Opinnäytetyönä toteutetun tutkimuksen ja tutkimusmenetelmänä käytetyn Webropol-kyselyn tavoitteena oli selvittää Kuopion ja Kajaanin alueiden ravintoloiden, leipomoiden ja muiden elintarvikeyritysten kiinnostusta ravinnoksi kasvatettujen sirkkojen ja jalostettujen sirkkatuotteiden käyttöön omassa toiminnassaan. Tämän lisäksi kohdeyrityksiltä pyrittiin selvittämään, missä muodossa ne käyttäisivät sirkkatuotetta ja minkä kokoisina kertakannoksina ne haluaisivat sirkkatuotteita tilata.</p> <p>Tutkimusaineisto kerättiin Webropol-kyselynä lähettämällä se 57 yrityksen operatiiviselle johdolle sähköpostitse. Vastauksia saatiin 22, jolloin vastausprosentiksi tuli 38,6 %. Webropol:issa on toiminto, joka raportoi kyselyn tulokset automaattisesti. Kyselyyn saatiin eniten vastauksia ravintoloista ja niistä suurin osa oli kiinnostunut käyttämään sirkkaa omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa. Kohdeyritykset haluaisivat käyttää sirkkaa niin kokonaisena, jauheena kuin rouheena ja kerralla tilattava annos oli yleisimmin kilo tai sen alle.</p> <p>Tutkimuksen perusteella voidaan päätellä, että yritykset ovat kiinnostuneita sirkkatuotteista sen eri muodoissa. Kyselyn tuloksista analysoitua tietoa toimeksiantajayritys, Savonia Grasshopper Oy voi hyödyntää toimintansa, markkinointinsa ja sirkkatuotteidensa kehittämiseksi.</p>	
Avainsanat Hyönteissyönti, sirkkatuote, markkinakartoitus, asiakassegmentointi	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management			
Author(s) Saija Klemetti, Jenny Lindi			
Title of Thesis Market survey on cricket use in restaurants and food businesses in the Kuopio and Kajaani regions- Case Savonia Grasshopper OY.			
Date	23.04.2019	Pages/Appendices	39/2
Supervisor(s) Seija Mäki			
Client Organisation /Partners Grasshopper OY			
<p>Abstract</p> <p>This thesis started as an assignment by Savonia Grasshopper Ltd. It is a new company in North Savo, which grows grasshoppers and also processes them into finished products from the beginning to finish. The thesis was quantitative, and it was implemented as a market survey.</p> <p>The aim of the thesis and the research method related Webropol survey was to find out about if the restaurants, bakeries and other food companies located in Kuopio and Kajaani could be interested in using farmed grasshoppers and processed grasshopper products in their own operations. Another aim was to find out from the target companies in which form they would use the grasshopper product and in what size of packets they would like to order the grasshopper products at once.</p> <p>The data was gathered as a Webropol survey by sending it to 57 companies' operational managers via email and 22 responses were received, resulting in a 38,6 % response rate. Webropol has a feature that reported the results of the query automatically. The most responses to the survey were from restaurants and most of them were interested in using grasshopper in their own products in the near future. Target companies would like to use grasshopper as a whole, as a powder, and as a single dose. The most commonly portion option to be ordered was a kilo or less.</p> <p>The study suggests that companies are interested in grasshopper products in its various forms. The principal company, Savonia Grasshopper Ltd., can use the information obtained from our research to develop company's operation, marketing and grasshopper products.</p>			
Keywords edible insect, grasshopper product, market survey, customer segmentation			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
2	MARKKINAKARTOITUS.....	7
2.1	Segmentointi ja asiakasprofiilit.....	7
2.2	Markkinakartoitus ja tutkimusmenetelmät.....	11
2.3	Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä	11
3	HYÖNTEISET IHMISTEN RAVINTONA.....	13
3.1	Hyönteiset ihmisten ravintona maailmalla	13
3.2	Hyönteiset ihmisten ravintona Suomessa	16
3.3	Hyönteisravinnon laillistaminen	17
3.4	Hyönteisten ravintoarvot	17
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	19
4.1	Opinnäytetyön aiheen rajaus	20
4.2	Kysymysten valinta ja lomakkeen rakenne.....	20
4.3	Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus	22
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET	24
5.1	Webropol-kyselyn tulokset.....	24
5.2	Tutkimuksen tulosten yhteenveto	32
6	TULOSTEN ANALYSOINTI.....	34
7	POHDINTA.....	37
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	40
	LIITE 1. WEBROPOLIN KYSELYLOMAKE.....	43
	LIITE 2. SÄHKÖPOSTIVIEСТИ, JONKA LÄHETIMME KAIKILLE KOHDEYRITYKSILLE.	45

1 JOHDANTO

Suomessa hyönteisten kasvattaminen ja myyminen elintarvikkeena sallittiin syksyllä 2017, mutta hyönteismarkkinoiden kasvu ei ole ollut niin nopeaa, kuin odotettiin. Kuluttajien kiinnostus hyönteistuotteisiin on vähentynyt alkuhuuman jälkeen, eivätkä ne ole vakiinnuttaneet paikkaansa kotimaisissa ruokapöydissä. Hyönteistuotteiden omaksuminen osaksi normaalia ruokavaliota tapahtuu hitaasti ja kuluttajien on saatava aiheesta lisää tietoa. Suomalaisten kuluttajien suhtautuminen hyönteisruokaan oli tehdyn kuluttajatutkimuksen mukaan kuitenkin kansainvälisessä vertailussa muita tutkimuksen kohdemaita myönteisempää. (Hyönteiset ruokaketjussa 2015–2017 loppuraportti 2017, 9.)

Turun yliopisto ja Luonnonvarakeskus toteuttivat Hyönteiset ruokaketjussa – 2015–2017 projektin, jonka keskeisenä päämääränä oli edistää hyönteisten tuotantoon ja jalostukseen pohjautuvan uudenlaisen tietotaidon ja biotalouden arvoverkoston syntymistä Suomeen. Jotta hyönteisiä voidaan hyödyntää laajamittaisesti ruokaketjun kestävässä ja kilpailukykyisessä proteiinin lähteenä, edellytetään tuotannon kasvua teolliseen mittakaavaan. Osana projektia Turun yliopisto selvitti ruoka-alan asiantuntijoiden näkemyksiä hyönteisistä elintarvikkeiden raaka-aineena tulevaisuudessa, sillä tutkimuksen tekovaiheessa hyönteisten elintarvikehyväksyntää ei vielä ollut. Tutkimuksessa oli haastateltu 15 elintarvikealan yrityksen asiantuntijaa ja keittiömestaria raaka-ainetoimittajista, ruokateollisuudesta sekä cateringyrityksistä. Melkein kaikki haastatellut olisivat olleet valmiita kokeilemaan hyönteisiä ravintolaannoksissa tai yrityksensä tuotteissa. (Hyönteiset ruokaketjussa 2015–2017 loppuraportti 2017, 4–5, 12).

Opinnäytetyömme käsittelee ihmisravinnoksi kasvatettujen sirkkojen ja jalostettujen sirkkatuotteiden käyttöä ravintola- ja elintarvikealalla Kuopiossa sekä Kajaanissa. Valitsimme aiheen sen ajankohtaisuuden vuoksi ja aiheen tutkimus on vielä ollut melko vähäistä. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada tietoa sirkkojen käytöstä elintarvikeyrityksissä ja ravintoloissa. Tarkoituksena oli tutkia erityisesti sitä, missä muodossa yritykset haluavat sirkkatuotteet saada. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Savonia Grasshopper Oy, joka kasvattaa tällä hetkellä kotisirkkoja entisen Tarvaisen puutarhan tiloissa Terrossa Pohjois-Savossa.

Tarvaisen puutarha on ollut toiminnassa jo yli 30 vuotta ja kotisirkkoja esiintyi aikoinaan puutarhalla haitaksi asti. Ennen tarvaisen puutarhalla kasvatettiin tomaattia ja nykyään tomaattien sijasta puutarhalla kasvatetaan kasvihuonemansikkaa ja yrityksen nimi on Green growth oy. Heidän heinäsiirkkakasvattamonsa sekä kasvihuonemansikkapuutarhansa muodostavat yhdessä energiatehokkaan ekosysteemin. Sirkkakasvattamo käyttää hyödyksi mansikkatarhan hukkalämmön sekä happirikkaan ilman, joita mansikanviljelystä muodostuu. Sirkkojen tuottama hiilidioksidi puhalletaan takaisin mansikoille ja se edesauttaa niiden kasvua. (Savonia Grasshopper Oy 2019.)

Yritys työllistää yhteensä 5 henkilöä, joista 3 työntekijää ovat samalla myös Savonia Grasshopper Oy:n yrittäjät. Yritys alkoi uuden lainsäädännön myötä kasvattaa ja tuottaa kotisirkkaa elintarvikkeeksi ollen nykyisin yksi Suomen suurimmista sirkkakasvattamoista. (Savonia Grasshopper Oy, 2019.) Yrityksen tuotteille on myönnetty Hyvää Suomesta – merkki, joka on suomalaisten pakattujen elintarvikkeiden

alkuperämerkki. Merkki kertoo tuotteiden olevan valmistettu suomalaisesta raaka-aineista ja myös lopputuotteen valmistus ja pakkaus tehdään Suomessa. (Ruokatieto Yhdistys ry 2019.)

Opinnäytetyöllä on suuri merkitys toimeksiantajayritykselle. Yritys saa tietoa siitä, kuinka suuri kysyntä sirkkatuotteilla on Kuopion ja Kajaanin alueilla ja myös siitä, missä muodossa yritykset haluavat sirkkää käyttää. Lisäarvoa tälle opinnäytetyölle tuo se, että toimeksiantajayritys on suhteellisen uusi ja tutkimuksen avulla yritys voi kehittää liiketoimintaansa entistä asiakaslähtöisempään suuntaan.

Tutkimusmenetelmäksi valitsimme markkinakartoituksen ja toteutimme sen Webropol-kyselynä Kuopion ja Kajaanin alueen ravintoloille, leipomoille ja muille elintarvikealan yrityksille. Tutkimuksemme on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Määrällisessä tutkimuksessa käytetään täsmällisiä, laskennallisia ja tilastollisia menetelmiä. Tutkimustuloksia tulkitaan erilaisten mittausmenetelmien avulla, esimerkiksi tilastojen ja numeroiden avulla. (Kananen 2015, 197–200.) Tällä tutkimuksella ei pyritty laajempaan vertailukelpoisuuteen alueellisesti tai ajallisesti, vaan tuottamaan täsmällistä tietoa toimeksiantajayritykselle. Tutkimusote on kartoittava, sillä se soveltui toimeksiantajan tarpeita vastaavan tutkimuksen toteuttamiseen yksinkertaisuutensa ja vapaamuotoisuutensa vuoksi.

2 MARKKINAKARTOITUS

Markkinat tarkoittavat henkilöitä, yrityksiä ja julkisyhteisöjä, jotka ostavat tai aikovat ostaa tiettyjä tuotteita. Mahdollisista ostajista käytetään nimitystä potentiaaliset asiakkaat. Kysyntä ja tarjonta kohtaavat markkinoilla. Markkinoiden koko ja muoto muuttuvat jatkuvasti. Yrityksen tulee seurata markkinoiden kehittymistä, jotta yritys tietää, millä keinoilla markkinat saadaan haltuun. Markkinat ryhmitellään ostajien mukaan kolmeen eri osaan; kuluttajamarkkinat (kulutus-kysyntä), yritysmarkkinat (tuotantohyödyke-kysyntä ja kaupallinen kysyntä) ja yhteisömarkkinat (yhteisö-kysyntä). Yrityksen on päätettävä, millä markkinoilla se kilpailee, eli ketkä ovat sen potentiaalisia asiakkaita ja ketkä eivät. Potentiaalisista asiakkaista yritys valitsee markkinointinsa kohderyhmiksi ne segmentit, joille se pystyy markkinoimaan tuotteitaan kannattavasti (Lahtinen & Isoviita 2004, 19.)

Markkinakartoituksessa on tavoitteena saada luotettavia tuloksia. Markkinakartoitusta tehtäessä tulee analysoida yrityksen menestystekijät nykyhetkessä sekä tulevaisuudessa. Kun tehdään markkinakartoitusta, on analysoitava mahdolliset asiakkaat ja asiakasryhmät, markkina-alueen asukasluvut, asukasluvun muutokset sekä markkina-alueen asiakasryhmien rahan käyttö ja sen muutokset. (Raatikainen 2004, 65.) Asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden kartoitus on vasta alkua varsinaiselle markkinoinnille ja sen kehittälylle vastaamaan esiin nousseisiin seikkoihin.

Käytyämme läpi yrityksen tarpeita opinnäytetyölle, sovimme markkinakartoituksen teosta. Sen myötä saataisiin selville kohdeyritysten kiinnostus ihmisravinnoksi kasvatettujen sirkkojen käyttöön lähitulevaisuudessa ja missä muodossa kohdeyritykset niitä haluaisivat käyttää. Opinnäytetyön aihe on tärkeä toimeksiantajayritykselle, sillä sen avulla saadaan arvokasta tietoa siitä, kuinka lähialueiden yritykset näkevät heinäsiirkkatuotteiden käytön omassa konseptissaan tulevaisuudessa. Kumpikaan opinnäytetyön tekijöistä ei työskentele Savonia Grasshopper Oy:ssä, joten tutkimus on toteutettu yritykselle täysin ulkopuolisten henkilöiden toimesta.

2.1 Segmentointi ja asiakasprofiilit

”Segmentointi on erilaisten asiakasryhmien etsimistä ja valitsemista markkinoinnin kohteeksi.” (Bergström & Leppänen 2014, 81). Asiakasprofiilien luominen alkaa segmentoinnista, jossa potentiaaliset asiakkaat jaetaan pienempiin segmentteihin ja sitten myös asiakasprofiileihin. Asiakasprofiili on kuvitteellinen, seikkaperäisesti kuvattu henkilö, joka kuvaa potentiaalista asiakasta, mutta samalla edustaa koko kohderyhmää.

Myös tässä tutkimuksessa mahdollisten tulevien yhteistyökumppaneiden segmentointiin ja erilaisten ostaja-asiakasprofiilien luomiseen voidaan käyttää apuna useita samoja kriteeristöjä, kuin esimerkiksi erilaisten yritysten asiakassegmentointiin. Ennen segmentoinnin aloittamista tutkitaan keitä ovat mahdolliset potentiaaliset tuotteiden ostajat ja mitä he tuotteelta haluavat. Tutkitaan esimerkiksi sitä, mitä asiakkaat ostavat ja miksi ostavat? Mitkä ovat syinä heidän tekemiinsä valintoihin, onko ostokriteerinä luomutuote, valmisruoka, kotimaisuus, vai tekevätkö he hinnan perusteella ruokaostoksensa? Tämän

jälkeen perehdytään segmentointikriteereihin, jotka voivat jakautua esimerkiksi asiakkaiden taustatekijöihin, tarpeisiin ja elämäntyyliin. (Bergström & Leppänen 2014, 83).

Taustatekijät	Ostokäyttäytyminen	Tarpeet ja elämäntyyli	Asiakassuhteen laatu
<ul style="list-style-type: none"> • Ikä • Sukupuoli • Tulot • Paikkakunta 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitä ostetaan? • Kuinka paljon ostetaan? • Mistä ostetaan? 	<ul style="list-style-type: none"> • Mielenpito • Ajankäyttö 	<ul style="list-style-type: none"> • Uusi asiakas • Satunnainen ostaja • Avain asiakas • Kanta-asiakas • Menetetty asiakas • Suosittelija

Kuvassa 1 on kuvattu Segmentointia. (Bergström ja Leppänen 2014, 75).

Me loimme neljä erilaista asiakasprofiilia, joista kaksi on yritysprofilleja ja kaksi kuluttaja-asiakasprofilleja. Jokainen asiakasprofiili edustaa aina tiettyä potentiaalista asiakasryhmää.



KUVA 2 Yritysprofili; kuvitteellinen ravintola, Ravintola Aamos (Michal Jarmoluk 2014)

Kuvassa 2 näkyy kuvitteellinen ravintola, joka sopisi hyvin mahdolliseksi ostajaksi toimeksiantajayrityksemme sirkkatuotteille. Alla olevassa tekstissä olemme kuvanneet ravintolan yritysasiakasprofiilin. Ravintola Aamos. Sijainti: Kajaani, Suomi. Lounas- ja Ala carteravintola.

Ravintola Aamoksen slogan on; "Ruokaa ja juomaa rakkaudella, puhtaista- ja tuoreista sesongin raaka-aineista." Tässä ravintolassa saat takuuvarmasti aitoa ja iloista asiakaspalvelua kainuulaisittain. Ravintolassa tarjoillaan lounasta aamupäivisin ja iltaisin tarjoillaan annoksia a´la carte-listalta. Ruokalistalta löytyy jokaiselle jotain, kanaa, possua, nautaa, kasvista ja kalaa. Perusraaka-aineiden lisäksi ravintolassa on sesongin mukainen menu lisäksi, jossa keskitytään ajankohtaan sopiviin erikoisempiin raaka-aineisiin ja niistä kehitellään houkuttelevia annoksia. Ravintola on tyyliiltään rennon yksinkertainen. Ravintolan lista vaihtuu neljä kertaa vuodessa ja joka kerta listalle päätyy uusia ja yllättäviä raaka-aineita.



KUVA 3. Yritysprofiili; kuvitteellinen leipomo, Leipomo-konditoria ja kahvila Makuelämys (Jan Ainali 2015)

Kuvassa 3 näkyy kuvitteellinen leipomo, joka sopisi hyvin mahdolliseksi ostajaksi toimeksiantajayrityksemme sirkkatuotteille. Alla olevassa tekstissä olemme kuvanneet tämän leipomon yritysasiakasprofiilin. Leipomo-konditoria ja kahvila Makuelämys. Sijainti: Kuopio, Suomi. Tämä leipomo tunnetaan laadukkaista ja takuuvarmasti tuoreista tuotteistaan. Tämä perheyritys on toiminut jo 40 vuotta. Tuotteita valmistetaankin tällä hetkellä kahden eri sukupolven voimin, vankalla ammattitaidolla ja vuosien tuomalla kokemuksella. Leipomon menestys perustuukin siihen, että heiltä saat aina vain tuoreita ja aitoon voihin leivottuja toinen toistaan herkullisempia makuelämyksiä.

Leipomosta saa tilauksesta uunituoreet pullat ja leivät, erilaiset herkulliset leivokset, täyte- ja juustokakut, voileipäkakut, pikkuleivät ja piirakat. Kahvilan puolella on 25 asiakaspaikkaa, jossa voi nauttia tuoreesta kahvista sekä herkullisista kahvilan tuotteista päivänlehtien kera. Kahvilan tuotteet vaihtelevat päivittäin ja niitä voi ostaa myös mukaan.



KUVA 4. Pariskunta Saksman & Bakker (Tuomas Uola 2017)

Kuvassa 4 on kuvitteellinen asiakasprofiili Kajaanissa asuvasta pariskunnasta, joka voisi olla potentiaalinen sirkkatuotteiden ostaja ja joka voisi vierailla kuvitteellisten yritysprofiilimme mukaisissa ravintoloissa tai kahviloissa. Alapuolella olevassa tekstissä kuvaamme asiakasprofiilia tarkemmin.

Mikael Saksman 35 ja Daniel Bakker 37. Asuinpaikka: Kajaani, Suomi.

Kihloissa, ei lapsia, haaveilevat koiranpennusta. Mikael on toimistoassistenttina autokaupassa ja Daniel opettaa Kajaanin kansalaisopistolla valokuvausta. Pariskunta asuu Kajaanin keskustassa kerrostaloasunnossa, jota remontoivat ja sisustavat suurella intohimolla käyttäen vain kierrätysesineitä. He rakastavat luontoa ja viettävät ekologista elämää, kannattavat vihreitä arvoja ja kulkevat työmatkat aina polkupyörillä. Tämä pariskunta on alkanut etsiä aktiivisesti kestävämpiä ratkaisuja myös ruokavaliionsa. Tämän vuoksi he ovatkin kiinnostuneet hyönteisruoasta, joka on huomattavasti lihantuotantoa ympäristöystävällisempi vaihtoehto.

Mikael ja Daniel arvostavat laatua ja haluavat tukea pienyrittäjiä. Pariskunta haluaa panostaa arjessaan laatuun, niin vaatteissa kuin ruoassakin, ja ovat valmiita maksamaan hyvästä palvelusta. Nämä kulinaristit haluavat syödä lomaillessaan mahdollisimman eksoottisia makuelämyksiä, jotain sellaista, mitä eivät kotimaassaan saa. Pariskunta on kolunnut maailmaa erilaisten upeiden kohteiden perässä, samalla innokkaasti valokuvaten. Erityisesti luontokuvaus on vienyt nämä miehet mukanaan. He haluavat nähdä ja kokea mahdollisimman paljon erilaisia paikkoja ja aktiviteetteja. Pariskunta on jo ilmoittautunut tulevan kevään kansalaisopiston järjestämälle hyönteisruokakurssille.



KUVA 5. Perhe Makkonen (Chris Jenkins 2015)

Kuvassa 5 on kuvitteellinen asiakasprofiili Kuopiossa asuvasta perheestä, joka voisi olla potentiaalinen sirkkatuotteiden ostaja ja joka voisi vierailla kuvitteellisten yritysprofiilimme mukaisissa ravintoloissa tai kahviloissa. Alapuolella olevassa tekstissä kuvaamme asiakasprofiilia tarkemmin.

Julia, 33 ja Aatos, 33 Makkonen. Lapset Hanna, 7, Miisa, 5 ja Elisa, 2. Asuinpaikka: Kuopio, Suomi.

Julia on ammatiltaan lastenlääkäri, ja Aatos työskentelee asiakasneuvojana pankissa.

Tämä nuori ja urheilullinen perhe sekä harrastaa, että viettää muutenkin paljon aikaa yhdessä. He elävät nyt lastensa ehdoilla kiireisiä ruuhkavuosia. Vähäisen vapaa-aikansa he haluavat käyttää nauttien luonnosta ja viettää mahdollisimman kiireetöntä yhdessäoloa. He arvostavat terveyttä, puhtautta ja tuoretta ruokaa. Kesälomalla he kävivät yhdessä villiyrtti-kurssilla ja kiinnostuivat sen myötä yhä

enemmän terveellisestä ravinnosta. Oli sitten arki tai loma, ei tätä perhettä löydä häääämäästä keittiöstä tai kotitöiden ääreltä. He haluavat tasapainottaa kiireistä elämänsä ostamalla mahdollisimman paljon palveluita valmiina. Näin perheelle jää enemmän aikaa harrastaa ja viettää aikaansa yhdessä. Perhe rakastaa veneilyä ja veden äärellä olemista. He syövät paljon kalaa ja nauttivat mutkattomasta elämästä ilman turhia hienouksia. Julia on ammattinsakin puolesta kiinnostunut terveellisestä ruoasta ja pyrkii aina mahdollisuuksien mukaan myös ujuttamaan erilaisia uusia ruoka-aineita perheensäkin lautasille. Rohkea perhe onkin kokeillut ennakkoluulottomasti jo lähes kaikkea, mitä kuvitella saattaa.

Asiakasprofiilien luominen helpottaa yrityksiä löytämään potentiaalisia asiakkaita. Asiakasprofiilien ansiosta saadaan selville mitä asiakkaat haluaisivat ostaa ja miksi haluaisivat ostaa. Myös asiakkaiden arvomaailman ymmärtämisestä on apua, haluavatko he helppoa ja valmista vai puhdasta ja luomua. (Bergström & Leppänen 2014, 81)

2.2 Markkinakartoitus ja tutkimusmenetelmät

Markkinakartoitus aloitetaan määrittelemällä ongelma tai asia, jota halutaan tutkia sekä asettamalla tutkimukselle tavoite. Tämän jälkeen tehdään tutkimussuunnitelma ja kerätään tietoa tutkittavasta asiasta. Kerätyn tiedon jälkeen tieto käsitellään ja tulokset raportoidaan analysointia sekä johtopäätöksiä varten. (Raatikainen 2004, 24)

Markkinakartoitusta tehtäessä on kustannustehokasta käyttää olemassa olevaa materiaalia tutkimuksesta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa asiat tai kysymykset muotoillaan määrämuotoisiksi kysymyksiksi, jolloin niitä pystytään käsittelemään vain tilastollisesti. Lyhyet ja yksiselitteiset kysymykset parantavat vastausten yhdenmukaisuutta. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle 2008, 32.)

Tutkimusmenetelmän valinnassa tärkeintä on onnistua saamaan halutut tiedot luotettavasti ja taloudellisesti. Kun tutkimusongelma, tavoite, budjetti ja aikataulu ovat selvillä, valitaan niiden perusteella sopivin tutkimusmenetelmä. (Lahtinen & Isoviita 1998, 62.) Siten tähän tutkimukseen mielestämme soveltui parhaiten määrällinen, eli kvantitatiivinen, tutkimusmenetelmä.

2.3 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kyseessä on siis kvantitatiivinen tutkimus eli määrällinen tutkimus. Määrällinen tutkimus tarkoittaa tutkimusta, jossa käytetään täsmällisiä, laskennallisia ja tilastollisia menetelmiä. Tutkimustyötä tulkitaan erilaisten mittausmenetelmien kuten tilastojen ja numeroiden avulla. (Kananen 2015, 197–200.) Tutkimusaineiston keräsimme kyselylomakkeella. Kyselyllä kerätyn aineiston perusteella analysoimme tutkimukseemme tulokset siitä, missä muodossa yritykset haluavat saada sirkkatuotteita sekä kuinka suuri kysyntä ylipäättään sirkkatuotteilla on ravintoloissa, leipomoissa ja elintarvikealan yrityksissä.

Kvantitatiivisen kyselylomakkeen avulla toteutetun verkkokyselyn hyvä puoli on se, että tutkimusaineiston kerääminen on nopeaa ja edullista. Valitettavaa on se, että kvantitatiivisen kyselylomakkeen

avulla toteutettu verkkokysely ei ole kovin joustava ja mahdollisten virheiden korjaaminen ei onnistu kesken aineiston keruun. (Kananen 2015, 199–202.)

Kyselytutkimuksessa on tarkoitus saada selville vastaajien mielipiteitä, kulutustottumuksia ja asenteita tutkittavaa asiaa kohtaan. Opinnäytetyömme tutkimuksen toteuttamisen tavoitteena oli myös hankkia tietoa potentiaalisen asiakaskunnan mieltymyksistä, tarpeista sekä toiveista. Toimeksiantajayrityksemme voi tutkimuksella kerätyn tiedon avulla kehittää toimintaansa asiakaslähtöisempään suuntaan. (Karjalainen 2010, 11.)

Valitsimme tutkimusaineiston keräämiseen ja kyselyn toteuttamiseen Webropol-nimisen kysely- ja raportointityökalun. Webropol on suomenkielinen ja selkeä ohjelma. Se on helppokäyttöinen ja siinä on monia mahdollisuuksia erilaisten kyselyiden tekemiseen. Webropol:issa on myös valmiita kyselypohjia, joita on helppo muokata mieleisekseen. (Webropol 2019.) Webropol:in avulla loimme oman kyselyn ja siihen linkin, jonka lähetimme kohderyhmäksi valittujen yritysten sähköpostiin.

3 HYÖNTEISET IHMISTEN RAVINTONA

Ihmiset ovat käyttäneet hyönteisiä ravintonaan kautta aikojen. Monissa muissa maissa hyönteiset ovat osa normaalia ravintoa, mutta Suomessa hyönteisten myynti ihmisten ravinnoksi sallittiin vasta vuodenvaihteen 2018 tienoilla. (Evira 2018.)



KUVA 6. Savonia Grasshopperin yrittäjät ja herkullinen sirkkalautanen. (Savonia Grasshopper Oy 2019)

Monia asioita on huomioitava, jotta voidaan vaikuttaa ihmisten hyväksynnän lisääntymiseen hyönteissyöntiä kohtaan. Emotionaaliset ja psykologiset tekijät on otettava huomioon. Perusteita syötävien hyönteisten hylkäämiselle pitäisi tutkia lisää ja kehittää keinoja niiden voittamiseksi. Kuluttajaryhmät olisi tunnistettava ja kohdennettava mainontaa niille, jotka todennäköisimmin ottaisivat hyönteistuotteet omakseen levittäen tietoa ja kokemuksiaan niiden käyttömahdollisuuksista muillekin. Hyönteisten hyväksyttävyyden kestäväksi ruoan lähteenä olisi perustuttava tietoisuuteen ja vahvaan näyttöön niiden hyödynnettävyydestä, johon vaaditaan läheistä yhteistyötä kognitiivisen neurotieteen sekä humanistisen – ja gastronomisen tieteen välillä. (Van Huis 2016, 301.)

3.1 Hyönteiset ihmisten ravintona maailmalla

Ruoaksi hyödynnettäviä hyönteislajeja tunnetaan maailmalla noin 2000 lajia. Hyönteisten tietoista syömistä on hyödynnetty pitkälle historiassa koko ihmisen olemassaolon ajan. Hyönteisten tietoista syömistä kutsutaan entomofagiaksi. Kiinassa, Japanissa ja Meksikossa käytetään ravintona runsaasti erilaisia hyönteislajeja. Yleisintä hyönteissyöntiä on näiden maiden lisäksi muissa trooppisissa maissa. Suuria hyönteiskasvattamoita on mm. Kiinassa, Yhdysvalloissa ja Etelä-Afrikassa. (Huldén 2015, 125)

Melkein kaikkia hyönteisryhmiä käytetään ravinnoksi; kovakuoriaisia (31%), toukkia (18%), ampiaisia, mehiläisiä ja muurahaisia (15%), heinäsiirkoja ja muita siirkoja (13%), luteita (11%) ja termiittejä, sudenkorentoja, kärpäsiä ja muita (12%). Länsimaihin hyönteisten syönti on kuitenkin levinnyt vasta viime vuosien aikana, vaikka siitä löytyy mainintaa englantilaisessa kirjallisuudessa jo 1800-luvun lopulla. Värityneet sanonnat hyönteisten syönnistä, kuten ”alkukantaisen miehen primitiivinen tapa” tai ”nälkäruoka” eivät ole omiaan lisäämään hyönteissyöntiä. (Van Huis 2016, 294, 299.)

Maailmalaajuisesti on vaikea arvioida hyönteisiä ravinnoksi käyttävien ihmisten prosentuaalista määrää, sillä kansalliset tilastot eivät sitä rekisteröi. Hyönteissyönnin lisäämisen helpottamiseksi on ehdotettu useita strategioita; tarjoamalla ihmisille hyvä maistelukokemus ja valmistamalla hyönteistuotteista herkullista syötävää, antamalla tietoa hyönteissyönnin hyödyistä, jalostamalla hyönteisistä koitoisia tuotteita, käyttämällä roolimalleja, osoittamalla eläinten luokittelun systemaattinen läheisyys hyönteisten ja äyriäisten välillä, tuottamalla tietoa ruoan terveellisyydestä ja hyönteissyönnin turvallisuudesta sekä turvaamalla hyönteisten jatkuva saatavuus kohtuulliseen hintaan. (Van Huis 2016, 295, 299–300).

Hyönteiset, joita voidaan tuottaa kestäväen kehityksen mukaisesti, sopivat ihmisten ruoaksi kertoo YK:n elintavike- ja maatalousjärjestö FAO. Hyönteisravinnossa on samat ravintoaineet kuin lihassa ja muissa tuotantoeläimissä. Hyönteiset sisältävät runsaasti proteiinia, kreatiinia, kalsiumia ja B12 vitamiinia, jotka ovat tarpeellisia elimistön toiminnalle. Hyönteisten tuottaminen ruoaksi tuottaa vähemmän kasvihuonepäästöjä kuin lihatuotanto. Se säästää myös enemmän energiaa ja maanviljelyresursseja, joten hyönteisten tuottaminen on ekologisempaa. Maailmanlaajuisesti tarkasteltuna jo yli kaksi miljardia ihmistä syö hyönteisiä ravintonaan. (Evisa, Hyönteisravinto 2019.) Viljelyn ja säilyttämistekniikoiden kehittämisen myötä hyönteiset ovat hyvä tulonlähde niille, jotka eivät kasvata hyönteisiä vain omaan kulutukseensa vaan myös kaupallistamiseen suuriin kaupunkiin. (Melo, Garcia, Sandoval, Jiménez, & Calvo, 2011, 283).

Hyönteiset ovat hyvä vaihtoehto ravinnoksi ja niitä käytetään kaikkialla maailmassa, niin maaseuduilla kuin suurten kaupunkien korkealuokkaisissa ravintoloissa, joissa niillä on suuri kysyntä. Sen vuoksi on tärkeää, että niiden tuotanto- ja säilytystekniikoita kehitetään, jotta niitä voidaan markkinoida kaikille väestöille. Osa hyönteisistä pitää säilöä kuivattuna ja jotkut korkean määrän rasvahappoja sisältävät lajit pitää varastoida jäädytettynä. Säilytystekniikoiden kehittymisen myötä hyönteisiä on mahdollista hyödyntää ympäri vuoden sellaisillakin alueilla, jossa niitä ei luontaisesti ole siten saatavilla. Kaikilla syötäväksi kelpaavilla hyönteisillä on monia kulinaarisia käyttötapoja, kuten levitteissä, keitoissa, täytteissä ja vaihtelevasti monissa muhennoksissa. (Melo ym. 2011, 283, 288.)

Tutkijat selvittivät tutkimuksessaan 25 syötävän suorasiipisten hyönteisten lahkoon kuuluvien jäsenten ravintoarvoja Meksikossa. Sirkat kuuluvat kyseisiin hyönteisiin ja niiden todettiin olevan mineraalivarvoltaan hyvin magnesiumipitoisia. Kaikkien syötävien suorasiipisten lahkoon kuuluvien hyönteisten tuloksia verrattiin tavanomaisimpien meksikolaisten elintarvikkeiden tuloksiin myös proteiinien osalta. Tutkimustulosten mukaan syötävien suorasiipisten sisältämien ravintoaineiden määrä ja laatu tarjoaa merkittävän lisän niitä syövien henkilöiden ravitsemukseen. Sirkkojen nähdään kuuluvan vaihtoehtoisten elintarvikkeiden joukkoon niiden monien hyvien ominaisuuksien vuoksi ja etenkin kuluttajien ekologisesta näkökulmasta tarkasteltuna. Sirkkoja on määrällisesti massoittain, minkä vuoksi ihmiset ympäri maailman valmistavat niitä ravinnokseen, jälleenmyyvät niitä tai säilövät niitä kuivattuina. (Ramos-Elorduy Blásquez, Moreno, Camacho 2012, 164.)

Esimerkiksi Etelä-Afrikassa sirkkojen myynti on miljoonabisnes. Sirkkojen biologisuuden, ekologisuuden sekä suuren kysynnän vuoksi ja koska niitä on yleisesti myös helppo kasvattaa, on tärkeää tehdä

lisätutkimuksia näistä syötävistä hyönteisistä. Myös niiden tehokkaiden keräysmenetelmien, tuotannon ja elintarviketeknologian prosessoinnin sekä markkinoinnin osalta tarvitaan lisää tutkimustietoa. (Ramos-Elorduy Blásquez, Moreno, Camacho 2012, 173.)

Myös uskonnollisiin, ruoan valmistuksen ja säilömisen tekniikoihin, sosioekonomisiin ja tulevaisuuden tarpeisiin liittyvät tekijät on huomioitava sirkkojen kulutuksessa. Uskonnolla ja perinteillä on historiallinen vaikutus yleisiin ruokailutottumuksiin. Hyönteisten syöminen on mainittu useissa uskonnollisissa kirjoituksissa niin kristin- kuin islamin uskossa ja uskonnolliset viittaukset ovat edistäneet sirkkojen käyttöä ihmisravinnoksi monissa osissa maailmaa. Huomioitavaa kuitenkin on, etteivät nämä viittaukset ole onnistuneet houkuttelemaan entomofagiaan eli hyönteisyöntiin länsimaissa. (Paul, Frederich, Uyttenbroeck, Hatt, Malik, Lebecque, Hamaidia, Miazek, Goffin, Willems, Deleu, Fauconnier, Richel, De Pauw, Blecker, Monty, Francis, Haubruge & Danthine 2016, 12.)

Nykyiset suuntaukset viittaavat tavanomaisten lihojen lisääntyvään kysynnän kasvuun, minkä vuoksi on voimakas tarve siirtää katse muihinkin vaihtoehtoisiin proteiinin lähteisiin, kuten hyönteisiin. Sirkkojen maailmalaajuisen esiintyvyyden, niiden tutkitun ravitsemuksellisuuden ja siten myönteisten terveysvaikutusten huomioiden, ne ovat erityisen merkittäviä ihmisravinnoksi. Sirkkojen käyttöönotto uuselintarvikkeena länsimaissa riippuu muutoksista kuluttajien asenteissa. Olisi mielenkiintoista kehittää sirkkaa sisältäviä elintarvikkeita kuluttajien hyväksymässä muodossa. On myös tutkittava joidenkin länsimaisten sirkkalajien potentiaalia elintarviketuotannossa ja kehitettävä kasvatusmenetelmiä niiden käytettävyyden parantamiseksi. (Paul ym. 2016, 1)



KUVA 7. Savonia Grasshopper Oy:n sirkkakasvattamo. (Savonia Grasshopper Oy 2018)

Raportoitujen terveysvaikutusten ohella sirkkojen syönnistä on esiintynyt myös terveysriskejä. Kuivatuista sirkoista on Meksikossa mitattu korkeita lyijypitoisuuksia, joiden oli todettu nostaneen veren

lyijypitoisuutta Kaliforniassa niitä syöneillä lapsilla ja raskaana olevilla naisilla. Kohonneet raskasmetallimäärät elintarvikkeissa ovat todennäköisesti seurausta ympäristön saastumisesta tai ruoan valmistusmenetelmistä johtuvia. Sirkkojen torjumiseen käytetään yleisesti torjunta-aineita, joiden kemikaaleista aiheutuu myrkyllisiä jäämiä sirkkoihin. Tämä voi aiheuttaa terveystarvinnan saastuneita hyönteisiä käyttäville ihmisille. Yksi ratkaisu tähän ongelmaan on kasvattaa ihmisravinnoksi tarkoitettut sirkat valvotuissa olosuhteissa, jossa niiden kasvattamiseen käytettävää ruokintaa valvottaisiin ja varmistettaisiin siten elintarvikkeiden turvallisuus. (Paul ym. 2016, 11.)



KUVA 8. Kotisirkat Savonia Grasshopperin sirkkakasvattamossa. Muninta-aika käynnissä. (Savonia Grasshopper Oy 2018.)

3.2 Hyönteiset ihmisten ravintona Suomessa

Suomessa hyönteisten käyttö on sallittu, jos ne ovat kasvatettuja ja kokonaisia sirkkoja. Kokonaisia hyönteisiä voidaan käyttää jauhettuna, rouhittuna sekä kuivatettuna, esim. siipiä, jalkoja tai päätä ei saa poistaa. Vain tietyt hyönteislajit sallitaan ruoaksi ja rehuksi. Tällaisia lajeja ovat esimerkiksi kotisirkka, mehiläinen, jauhopukki, buffalomato, idänkulkusirkka ja kaksitäpläsirkka. Suomessa voivat olla elintarvikkeina siirtymäaikana kaikki sellaiset hyönteislajit, jotka ovat olleet laillisesti elintarvikkeina Suomessa tai EU:ssa ennen 1.1.2018. Kun hyönteislajeista saadaan lisää tietoa, sallittujen hyönteislajien listaa täydennetään ja päivitetään sitä mukaan. (Evira 2018).

Vuonna 2018 Suomessa oli noin 40-50 rekisteröitynyttä hyönteistuottajaa. Suurin osa hyönteistuottajista kasvattaa hyönteisiä vielä sivutoimena. Vaikka suomessa on monta hyönteistuotantomoa, silti osa kauppojen sirkkatuotteista valmistetaan tuontisirkkoista. Hyönteissyönnin tulevaisuus vaikuttaa hyvältä. Ihmiset tarvitsevat muitakin proteiinin lähteitä kuin liha, ja ovat entistä kiinnostuneisempia hyönteissyönnistä. Lähivuosien aikana Suomeen tullaan varmasti avaamaan uusia hyönteistuottamoita ja nykyisiä tuottamoita tullaan laajentamaan kysynnän kasvun myötä. Myös tuotekehittelijät kehittävät uusia sirkkatuotteita kaappoihin. (Savo Grow 2019)



KUVA 9. Kotisirkat Savonia Grasshopperin sirkkakasvattamossa. (Savonia Grasshopper Oy 2018)

3.3 Hyönteisravinnon laillistaminen

Uuselintarvikkeita ovat sellaiset elintarvikkeet, jotka eivät ole olleet syömäkelpoisia ihmisravinteita ennen toukokuuta vuonna 1997. Niihin voidaan laskea uusilla valmistusaineilla kehitettyjä elintarvikkeita sekä sellaisia elintarvikkeita, jotka ovat valmistettu uudella tekniikalla tai tuotantomenetelmällä. EU:n ulkopuolella syötyjä elintarvikkeita voidaan kutsua myös uusielintarvikkeeksi. (Evira 2018)

Viimevuosien kehitys tieteessä ja tekniikassa johtivat siihen, että uusielintarvikkeita koskeva lainsäädäntö 1997vuodelta, piti ottaa uudelleen tarkasteluun. Marraskuun 25päivä vuonna 2015 euroopan palamenti ja neuvosto hyväksyi uuden asetuksen, joka koskee uusielintarvikkeita. Tammikuun ensimmäinen päivä vuonna 2018 alettiin käyttää uusia sääntöjä. Uuden elintarvikelainsäädännön avulla voidaan käsitellä lupamenettelyjä tehostetusti ja sen asiasta kehittää innovointia elintarvikealalla. Samalla kun tuotevalikoimat monipuolistuvat ja kasvavat EU:n kuluttajien turvallisuus taataan. Uuselintarvikkeita koskevat määräysperusteet pysyvät samana: uusielintarvikkeita ovat elintarvikkeet ja elintarvikkeiden ainesosat, joita ei ole käytetty merkittävässä määrin ennen toukokuun 15 päivää vuonna 1997 EU:ssa, eli ennen nykyisen uusielintarvikeasetuksen voimaantuloa. (Evira 2019)

3.4 Hyönteisten ravintoarvot

Hyönteisten ravintoarvoissa on isompia vaihteluita kuin tavallisten tuotantoeläinten arvoissa. Siihen vaikuttaa hyönteislaji, prosessointimenetelmät, eri kasvuajat ja niiden kasvatusaikana käytetty ravinto. Kasvuajalla ja olosuhteilla on merkittävä vaikutus hyönteisen ravintokoostumukseen. Myös hyönteisen käyttömuodolla on merkitystä, esimerkiksi suolaaminen, kuivaaminen ja osien erottelu vaikuttavat ravintoaineisiin. (Hyönteistalous 2019)

TAULUKKO 1. Hyönteisten ravintoarvot vertailtuna eläinperäisiin tuotteisiin. (Saija Klemetti 2019)

RAVINTOARVOJA	%	%
100g	PROTEIINI	RASVA
Kana	20,2	12
Kala	17,3	5,3
Lohifilee	39	61
Härkäpapu	35	5
Naudanliha	26	15
Sianliha	18,3	15,2
Jauhomato, tuore	21	13
Heinäsiirikka, säilötty	18,3	2,6
Kenttäsiirikka, tuore	22	6
Kenttäsiirikka, säilötty	20	5
Kenttäsiirikka, kuivattu	50,1	4,8

Taulukossa 1 on esimerkkejä hyönteisten ja eläinperäisten tuotteiden ravintoarvoista. Kun verrataan hyönteistuotteita eläinperäisiin tuotteisiin, voidaan tuoreissa ja säilötyissä sirkoissa todeta olevan suunnilleen samat proteiinipitoisuudet kuin lihatuotteissa. Kuivattujen sirkojen proteiinipitoisuus on noin kaksi kertaa niitä korkeampi. Eläinperäiset tuotteet sisältävät enemmän rasvaa kuin sirkat. Kuten ylläolevasta taulukoista voidaan todeta, vaihtelevat sirkojen ravintoarvot huomattavasti sen mukaan, ovatko tuotteet esimerkiksi kuivattuja vai tuoreita.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Löysimme toimeksiantajamme sattumalta, kun aloimme kartoittamaan mielenkiintoisia opinnäytetyön aiheita ja mahdollista toimeksiantajayritystä, jolle voisimme työmme tehdä. Huomasimme Facebookista, että Savonia Grasshopper Oy on aloittanut toimintansa ja päätimme ottaa yrityksen omistajiin yhteyttä. Yritys oli välittömästi kiinnostunut yhteistyöstä ja yrityksen tarpeisiin vastaavaa opinnäytetyönämme toteutettavaa tutkimusta alettiin suunnitella.

Opinnäytetyömme toteutettiin markkinakartoituksena ja aineiston keruumenetelmänä käytettiin Webropol-kyselyä. Kohderyhmäksi valitsimme Kuopion ja Kajaanin alueen kaikki ravintolat, elintarvikeyritykset sekä leipomot. Kohderyhmään kuuluvia yrityksiä kertyi yhteensä 57 kappaletta. Kohdistimme kyselymme kaikkien yritysten operatiiviselle johdolle. Löysimme yhteyshenkilöiden sähköpostiosoitteet yritysten kotisivuilta. Kohderyhmäksi valittujen yritysten yhteyshenkilöt valittiin sen perusteella, että halusimme kohdentaa kyselyn niille henkilöille, jotka oikeasti vastaavat kohdeyritysten raaka-aineiden hankinnoista.

Tutkimuksemme päätarkoitus oli selvittää, miten Kuopion ja Kajaanin alueen ravintolat, elintarvikealan yritykset sekä leipomot aikovat käyttää sirkkatuotteita omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa. Toimeksiantajana toimiva yritys, Savonia Grasshopper Oy:n toiveena oli saada selville, missä muodossa kohderyhmäksi valikoituneet yritykset haluavat sirkkatuotetta käyttää. Vaihtoehtoina olivat kokonainen sirikka, sirkkarouhe tai sirkkajauhe. Toinen tärkeä kysymys oli se, että kuinka paljon kohdeyritykset haluaisivat ostaa sirkkavalmisteita omaan käyttöönsä kerralla. Vastausvaihtoehdot olivat, 1 kg tai vähemmän, 2-3 kg ja 5 kg tai enemmän.

Savonia Grasshopper Oy toivoi tutkimuksen avulla saavansa selville sen, missä muodossa asiakkaat haluavat sirkkatuotteensa ostaa, sekä kuinka suuria eriä kohdeyritykset haluaisivat sirikkoja ostaa kerralla. Savonia Grasshopper Oy halusi myös ylipäänsä kartoittaa Kuopion ja Kajaanin alueen ravintoloiden ja muiden elintarvikeyritysten mielenkiinnon sirkkatuotteiden käyttöön. Yrityksen toiveena oli myös, että tutkimuksen ja kyselyn myötä heidän tunnettavuutensa lisääntyisi ja he saisivat solmittua erilaisia yhteistyösopimuksia tutkimuksen kohderyhmänä olevien yritysten kanssa.

Markkinakartoituksen avulla toimeksiantajayrityksen oli mahdollista saada tunnettavuutta ja sitä kautta myös hyviä yhteistyökuvioita aikaiseksi. Kyselypohjaan ja sähköpostiin laitettiin Savonia Grasshopper Oy:n logot, joka toimi samalla hyvänä markkinointina. Toimeksiantajalla ei ollut tarvetta markkinointisuunnitelmaan, vaan nimenomaan saada tietoa lähialueiden ravintoloiden ja elintarvikeyritysten kiinnostuksesta sirkkatuotteita kohtaan.

Tutkimuksemme tutkimusongelmat ovat:

1. Aikovatko Kuopiolaiset ja Kajaanilaiset yritykset käyttää sirkkaa omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa?
2. Missä muodossa yritykset haluavat sirkkatuotetta käyttää?

4.1 Opinnäytetyön aiheen rajaus

Opinnäytetyön aiheen rajaus oli helppo, sillä toimeksiantajayrityksellämme oli selkeä tarve ja visio sille, mitä he halusivat kohderyhmään kuuluvilta yrityksiltä kysyä. Opinnäytetyömme on markkinakartoitus, jossa kartoitetaan erityisesti sitä, aikovatko kohdeyritykset käyttää mitään sirkkavalmisteita omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa. Tutkimuksessa oli ensisijaisesti tarkoitus selvittää, missä muodossa kohdeyritykset aikoisivat sirkkavalmisteita käyttää ja kuinka suurissa erissä he tuotteita haluaisivat ostaa kerralla. Haasteena tälle opinnäytetyölle ei siis niinkään ollut aiheen rajaus, vaan riittävän lähdekirjallisuuden ja muun materiaalin löytäminen teoriaosuuteen. Teoriaosuuteen päätimme ottaa mukaan yleistä tietoa markkinakartoitusten tekemisestä sekä hyönteisten syönnistä yleisesti.

Tutkimuksen aihe on tarkoin rajattu ja toteutettu tuottamaan toimeksiantajana toimivalle yritykselle tietoa markkinoinnin ja toiminnan kehittämisen tueksi. Tutkimuksessa tuotettiin tietoa kertaluonteisesti toimeksiantajan yksilöllisiin tarpeisiin. Tutkimustulokset ovat kuitenkin myös muiden sirkka- ja hyönteistuotteita valmistavien yritysten hyödynnettävissä, mikäli ne voivat soveltaa tutkimuksen kautta saatua tietoa oman tuotekehittelynsä ja markkinointinsa tueksi.

4.2 Kysymysten valinta ja lomakkeen rakenne

Opinnäytetyön tutkimusaineiston kerääminen toteutettiin Webropol-kyselynä. Kysely lähetettiin Kuopion ja Kajaanin kaikkiin ravintoloihin sekä muihin elintarvikeyrityksiin, esimerkiksi leipomoihin ja elintarviketehtaisiin. Webropol-kysely suunnattiin kohdeyritysten operatiiviselle johdolle.

Kyselylinkki lähetettiin suoraan jokaisen kohdeyrityksen ravintolapäällikön tai, mikäli sellaista ei ollut, niin vuoropäällikön sähköpostiosoitteeseen. Rajasimme kyselyn vastaustoimintoja niin, että jokaisesta kohdeyrityksestä vain yksi ihminen pystyi vastaamaan kyselyyn ainoastaan kerran. Tällä toimenpiteellä halusimme varmistaa sen, että vastaukset olisivat mahdollisimman luotettavia ja todellisia markkinoita kuvaavia.

Webropol-kyselylomakkeen suunnitteluvaiheessa meille oli tärkeää, että se olisi mahdollisimman lyhyt ja selkeä. Myös toimeksiantajayritys toivoi, että kyselyssä olisi vain muutama kysymys, jotta kohdeyritykset vastaisivat kyselyyn paremmin. Mietimme myös kyselylomakkeen rakennetta jo valmiiksi siltä osin, että tulosten analysointi olisi mahdollisimman helppoa ja vaivatonta. Päädyimme tekemään vain strukturoituja kysymyksiä sisältävän kyselylomakkeen, joissa jokaiseen kysymykseen olisi pakko vastata päästäkseen etenemään kyselyssä. Näin toimien pyrittiin siihen, että saisimme jokaiseen kysymykseen vastauksen.

Strukturoituja kysymyksiä ovat valintakysymykset, monivalintakysymykset sekä skaalakysymykset. Valintakysymyksessä vastaaja voi valita annetuista vastausvaihtoehdoista vain yhden, monivalintakysymyksissä vastaaja pystyy valitsemaan valmiiksi annetuista vastausvaihtoehdoista halutessaan myös useamman vaihtoehdon, kuin vain yhden. Skaalakysymyksissä taas on valinta-asteikko, josta vastaaja

pystyy tekemään valinnan. Näissä vastausvaihtoehtojen täytyy olla toisensa pois sulkevia. (Kananen 2015, 232–235.) Me käytimme omassa Webropol-kyselyssämme ainoastaan valintakysymyksiä, jossa pystyi valitsemaan ainoastaan yhden vastausvaihtoehdon.

Halusimme jättää kyselylomakkeesta pois kaikki avoimet kysymykset, sillä niiden analysointi olisi ollut huomattavasti työläämpää. Avoimet kysymykset antavat vastaajille vapauden käyttää omaa ”kieltä” ja ilmaisuja, jolloin myös vastaukset saattavat olla tulkinnan varaisia ja siten myös vaikeasti analysoitavissa. Avoimissa kysymyksissä on myös se riski, että vastauksista ei saa tutkimuksen kannalta hyödyllistä tietoa ja ne lisäävät siten myös tutkijoiden työmäärää, sillä analysointivaiheessa täytyy käydä läpi myös niin sanottu turha tieto. Avoimissa kysymyksissä on myös hyviä puolia, sillä niihin annetuista vastauksista voi tulla esille myös sellaisia hyödyllisiä asioita, joita tutkijat eivät ole keksineet kysyä. Avointen kysymysten asettelussa tulee olla todella tarkka ja miettiä jo etukäteen, onko kysymystä esimerkiksi mahdollista ymmärtää väärin ja ettei niihin pystyisi vastaamaan liian yleisluontoisesti. Kun kysymykset on mietitty tarkkaan, saavat tutkijat parhaan mahdollisen vastineen tutkimukselleen. (Kananen 2010, 29.)

Kun kyselylomaketta aloitetaan rakentamaan, on tärkeintä miettiä kysymysten oikeaa järjestystä ja karsia kaikki turhat kysymykset pois, jotta kyselylomakkeesta ei tule liian pitkä. On tutkittu, että liian pitkät kyselyt jätetään helposti kesken. Myös kysymysten kieliasu ja muotoilu on oltava niin selkeää, että ne ymmärretään oikein. (Mäntyneva, Heinonen & Wrange 2008, 56.) Kyselylomake kannattaa aina testata vähintään kahdella täysin ulkopuolisella henkilöllä mahdollisten virheiden sekä huonosti muotoiltujen kysymysten varalta. Kyselylomaketta on hyvä testata myös erilaisilla laitteilla, sillä samalla tulee testattua se, että toimiiko kyselylomake hyvin esimerkiksi myös mobiiliversiona.

Kyselylomake oli kuusi sivuinen ja sisälsi ainoastaan viisi kysymystä. Päätimme laittaa kyselylomakkeeseen numeropalkin, josta näkee sivujen kokonaismäärän sekä missä vaiheessa kysely on menossa. Toivoimme tämän edesauttavan sitä, että kyselyä ei jätettäisi niin helposti kesken. Kyselylomakkeen ulkonäkö oli mielestämme oikein onnistunut, sillä se muotoiltiin raikkaaksi ja selkeäksi. Jokaisen kysymyssivun vastausvaihtoehtoihin valittiin suuret vastauspainikkeet, jotta kyselyyn olisi mahdollisimman helppo vastata myös mobiililaitteilla, esimerkiksi kaikilla kosketusnäyttöpuhelimilla tai tableteilla. Kokonaisuudessaan Webropol-kyselylomake on liitteenä 1.

Toteutimme kyselymme Webropol kyselynä, joka oli vastaajille helppo, yksinkertainen ja nopea tapa vastata kyselyymme. Webropol kyselykaavakkeen avulla saimme tarkat numeraaliset tilastot. Kyselykaavakkeeseen laadimme vain strukturoituja kysymyksiä, jotta saisimme kaikkiin kysymyksiin vastauksen. Kyselykaavakkeen tekemisessä oli tärkeää valita kysymykset huolella sekä miettiä kysymysten järjestys tarkkaan. Selkeän ja yksinkertaisen ulkoasun avulla yritysten oli helpompi vastata kyselyyn myös puhelimilla ja tableteilla.

(Sivu 1 / 6)

Kartoitus sirkkojen käytöstä Kuopion ja Kajaanin alueen ravintoloissa ja elintarvikeyrityksissä. Case Savonia Grasshopper Oy.

Työn tarkoituksena on tehdä kartoitus sirkkojen käytöstä ravintola- ja elintarvikealalla Kuopiossa sekä Kajaanissa.

Olemme kaksi Savonia ammattikorkeakoulun Restonomi-opiskelijaa, Jenny Lindi ja Saija Klemetti, ja teemme kartoitusta sirkkojen käytöstä Kuopion ja Kajaanin alueella.

Aihe on tärkeä yritykselle, koska näin saadaan arvokasta tietoa siitä, kuinka paikalliset yritykset näkevät heinäsiirratuotteiden käytön omassa konseptissaan tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Savonia Grasshopper Oy. Työ tehdään ulkopuolisin silmin, eikä kumpikaan opinnäytetyön tekijöistä työskentele Savonia Grasshopper Oy:ssä.

Kaikki kyselyyn vastanneet, saavat halutessaan ilmaisen koe-erän siirratuotetta!

*1. Yrityksen toimiala **

Valitse näistä seuraava yritystäsi PARHAITEN kuvaava vaihtoehto.

Leipomo

Ravintola

Muu elintarvikeyritys

Seuraava -->

KUVA 10. Webropol-kyselylomake. (Webropol 2019, Jenny Lindi)

Kuvassa 10 on Webropol-kyselylomakkeemme ensimmäinen sivu. Halusimme kyselylomakkeen ulkonäöstä ja rakenteesta selkeän sekä yksinkertaisen. Teimme lyhyet ja yksinkertaiset kysymykset, joihin oli helppo ja nopea vastata. Myös vastaus vaihtoehtoista pystyi valitsemaan vain yhden vastauksen

4.3 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Kaikissa tutkimuksissa tulisi arvioida tutkimuksen eettisyyttä, luotettavuutta ja paikkansa pitävyyttä. Metodikirjallisuudessa lähestytään tutkimuksen luotettavuutta usein validiteetin ja reliabiliteetin käsitteiden avulla. Nämä käsitteet ovat syntyneet kvantitatiivisen eli määrällisen tutkimuksen piirissä ja näin ollen ne vastaavat lähinnä määrällisen tutkimuksen tarpeita. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida eri tavoin, eikä vain yhtä oikeaa tapaa luotettavuuden arvioimiseksi ole. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 136–137, 140.)

Validiudella tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä. Määrällisessä, eli kvantitatiivisessa, tutkimuksessa validiteettia arvioitaessa arvioidaan sitä, että onko tutkimuksen kohderyhmä ja kysymykset osattu valita oikein. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 28–29)

Opinnäytetyömme eettisyyttä miettiessämme otimme selvää, mitä pääperiaatteita Tutkimuseettinen neuvottelukunta (TENK) on nimennyt koskemaan tutkimuksen eettisyyttä. Nämä periaatteet ovat; tutkittavan itsemääräämisoikeuden kunnioittaminen, vahingoittamisen välttäminen ja tutkittavan oikeus yksityisyyteen ja tietosuojaan. (TENK 2018) Tutkittavan itsemääräämisoikeus tarkoittaa sitä, että tutkittava saa halutessaan kieltäytyä osallistumasta tutkimukseen. Eettisyyden kannalta on myös tärkeää, että tutkittavalla on riittävästi tietoa tutkimuksen sisällöstä ja tarkoituksesta, jotta hän voi päättää halukkuudestaan osallistua tutkimukseen. (Kuula 2006, 107–108.)

Olemme pyrkineet Webropol-kyselyssämme rehelliseen tiedottamiseen ja kyselylomakkeen saatekirjeessä kerroimme selkeästi tutkimuksen tarkoituksesta, toteutustavasta sekä mihin tarkoitukseen tutkimuksen tuloksia käytetään. (Kuula 2006, 99–103; Hirsjärvi & Hurme 2008, 20). Lomakkeen testaaminen lisää myös tutkimuksen luotettavuutta. Me testasimme lomaketta kolmella ulkopuolisella ihmisellä, sekä ohjaavalla opettajallamme. Kyselylomake vaikutti heti oikein toimivalta, eikä siihen tarvinnut tehdä muutoksia.

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkimuksemme Webropol-kyselylinkki lähetettiin jokaisen kohdeyrityksen operatiiviselle johdolle suoraan sähköposteihin 1.12.2018. Kohdeyrityksiä oli yhteensä 57 ja Webropol-kyselyn linkki oli avoinna kaksi viikkoa 1.12.–14.12.2018 välisenä aikana. Kyselykutsun otsikoimme nimellä ”Opinnäytetyö: Markkinakartoitus sirkkavalmisteiden käytöstä” ja saatetekstiksi kirjoitimme tarvitsevamme kohdeyrityksiä vastaamaan kyselyyn opinnäytetyötämme varten.

Lähetimme kyselystä yhden muistutusviestin, sillä emme olleet ensimmäisen viikon aikana saaneet kyselyymme yhtään vastausta. Koska vastauksia lähettämäämme kyselyyn ei alkanut tulla, päätimme olla yhteydessä toimeksiantajayritykseemme Savonia Grasshopper Oy:hin. Tiedustelimme olisiko yritykseltä mahdollista saada joitain tuotepalkintoja, jotka voisimme arpoa kyselyyn vastanneiden kesken. Tavoitteena oli motivoida kohdeyrityksiä vastaamaan kyselyyn, jotta saisimme aineistoa tutkimukseemme. Savonia Grasshopper Oy lupasi lahjoittaa jokaiselle kyselyyn vastanneelle ilmaisen maisiaiserän sirkkatuotetta.

Lähetimme kyselyn uudelleen samoille 57 kohdeyritykselle 1.2.2019. Sähköposti lähetettiin samalla otsikolla ja samalla saatekirjeellä, mutta lisäsimme siihen lauseen: ”Kaikki kyselyyn vastanneet saavat halutessaan ilmaisen koe-erän sirkkatuotetta!”. Kyselylomake oli avoinna kaksi viikkoa aikavälillä 1.2.2019–14.02.2019 ja jokaisesta kohdeyrityksestä vain yksi ihminen pystyi vastaamaan kyselyyn yhden kerran. Saimme heti ensimmäisten päivien aikana 20 vastausta. Hyväksytyjä vastauksia kertyi yhteensä 22 eri yrityksistä. 27 vastaajaa oli aloittanut kyselyn, mutta viisi heistä oli jättänyt kyselyn kesken.

5.1 Webropol-kyselyn tulokset

Kun kyselymme vastausaika oli päättynyt, lähdimme kokoamaan vastauksia Webropolin taulukoihin. 22 eri vastaajan vastaukset pystyttiin ottamaan tutkimuksen aineistoksi, sillä osa kyselyn aloittaneista, eivät olleet saattaneet kyselyä loppuun asti ja siksi heidän vastauksiaan ei voitu hyväksyä. Koimme 22 vastaajan olevan riittävä määrä, sillä loppujen lopuksi vastausprosentiksi muodostui 38,6 prosenttia.

TAULUKKO 2. Webropol-kyselyn tulokset. (Saija Klemetti 2019)

TUTKIMUKSEN TULOKSET	KAJAANI RAVINTOLA	KAJAANI LEIPOMO	KUOPIO RAVINTOLA	KUOPIO LEIPOMO	MUU ELINTARVIKEYRITYS
1. Yrityksen toimiala: Leipomo	0,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %	0,0 %
1. Yrityksen toimiala: Ravintola	100,0 %	0,0 %	100,0 %	0,0 %	0,0 %
1. Yrityksen toimiala: Muu elintarvikeyritys	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	100,0 %
2. Yrityksen sijainti: Kuopio	0,0 %	0,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %
2. Yrityksen sijainti: Kajaani	100,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
3. Aikooko yritys käyttää sirkkaa omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa: Kyllä	100,0 %	0,0 %	53,8 %	0,0 %	0,0 %
3. Aikooko yritys käyttää sirkkaa omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa: Ei	0,0 %	0,0 %	46,2 %	100,0 %	100,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Jauhe	33,3 %	0,0 %	7,7 %	0,0 %	100,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Rouhe	33,3 %	0,0 %	15,4 %	0,0 %	0,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Kokonainen kuivattu sirikka	33,3 %	0,0 %	38,5 %	0,0 %	0,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Kokonainen pakastettu sirikka	0,0 %	0,0 %	7,7 %	0,0 %	0,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Emme aio käyttää sirkkatuotteita missään muodossa	0,0 %	0,0 %	30,8 %	100,0 %	0,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 1kg tai vähemmän	66,7 %	0,0 %	53,8 %	33,3 %	0,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 2-3 kg	33,3 %	0,0 %	15,4 %	0,0 %	100,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 5kg tai enemmän	0,0 %	0,0 %	0,0 %	33,3 %	0,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: Emme aio käyttää sirkkaa	0,0 %	0,0 %	30,8 %	33,3 %	0,0 %

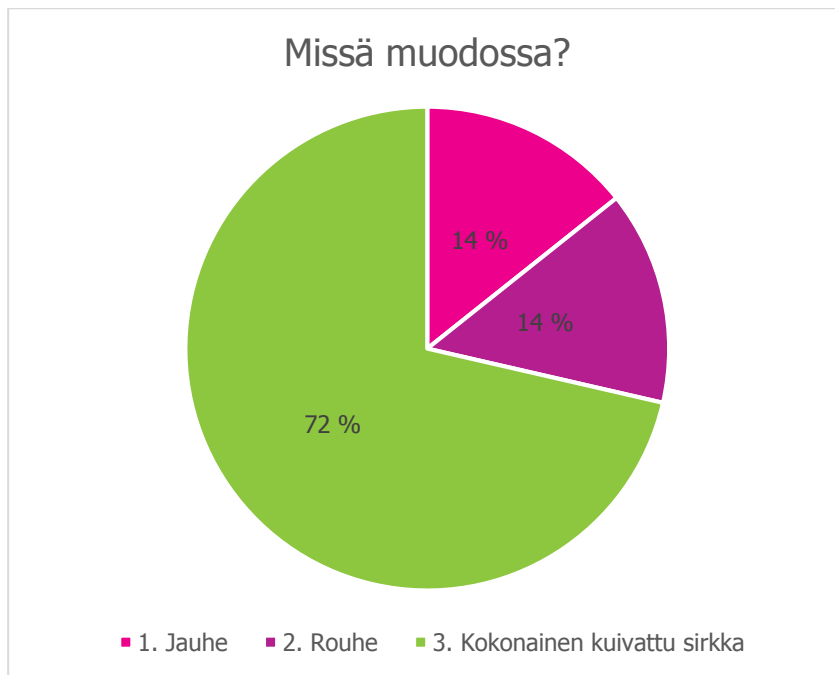
Taulukossa 2 on koottu kaikkien kyselyyn vastanneiden yritysten vastaukset. Kuopiosta saatiin vastauksia niin ravintoloista, leipomosta kuin elintarvikeyrityksistäkin. Kajaanista vastauksia saatiin ainoastaan ravintoloista.

Kyselyn tulokset: Kuopion ravintolat

Kuopiosta yhteensä 17 eri yritystä vastasi tähän kyselyyn. Nämä vastaukset tulivat 13 ravintolasta, kolmesta leipomosta sekä yhdestä elintarvikeyrityksestä.

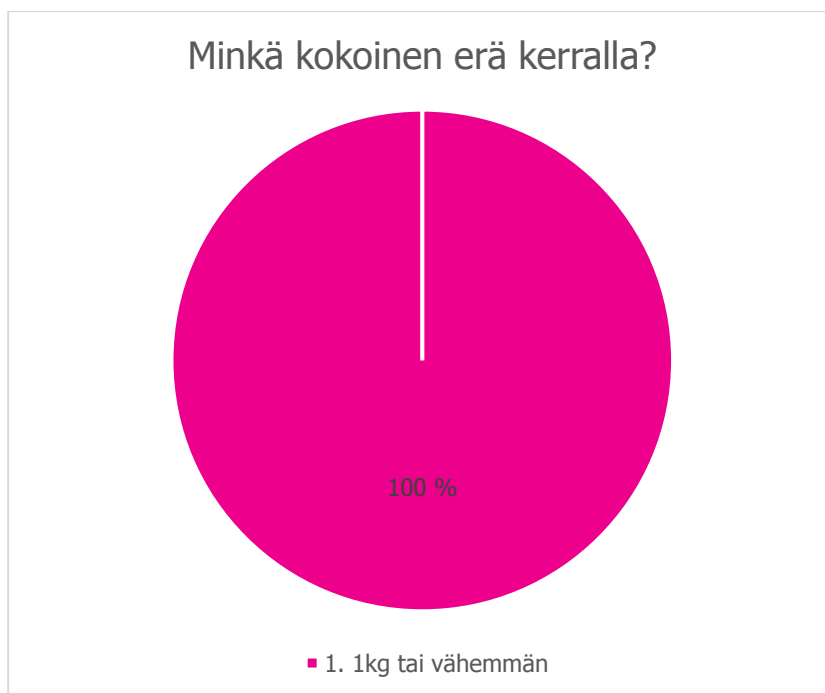
TAULUKKO 3. Webropol-kyselyn tulokset Kuopion ravintoloista, jotka aikovat käyttää sirkkaa omissa tuotteissaan. (Saija Klemetti 2019)

TUTKIMUKSEN TULOKSET	KUOPIO
1. Yrityksen toimiala: Leipomo	0,0 %
1. Yrityksen toimiala: Ravintola	100,0 %
1. Yrityksen toimiala: Muu elintarvikeyritys	0,0 %
2. Yrityksen sijainti: Kuopio	100,0 %
3. Aikooko yritys käyttää sirkkaa omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa: Kyllä	100,0 %
3. Aikooko yritys käyttää sirkkaa omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa: Ei	0,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Jauhe	14,3 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Rouhe	14,3 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Kokonainen kuivattu sirikka	71,4 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Kokonainen pakastettu sirikka	0,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Emme aio käyttää sirkkatuotteita missään muodossa	0,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 1kg tai vähemmän	100,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 2-3 kg	0,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 5kg tai enemmän	0,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: Emme aio käyttää sirkkaa	0,0 %



KUVA 11. Missä muodossa Kuopion ravintolat haluavat ostaa sirkkatuotteensa. (Saija Klemetti, 2019)

Kuvassa 11 näkyy, missä muodossa Kuopion ravintolat haluavat ostaa sirkkatuotteensa. Vastauksista oli 72 % kokonaisena kuivattuna sirkkana, 14 % jauheena ja 14 % rouheena.



KUVA 12. Kuopion ravintolat, jotka aikovat käyttää sirkkaa, haluavat hankkia tuotetta kerralla 1 kilon tai vähemmän. (Saija Klemetti, 2019)

Kuvassa 12 näkyy kuinka Kuopion ravintolat, jotka aikovat käyttää sirkkaa, haluavat hankkia tuotetta kerralla 1 kilon tai vähemmän.

Kyselyn tulokset: Kuopion leipomot

KUVA 13. Kuopion leipomoiden vastaukset kysymykseen, aikooko yritys käyttää sirkkatuotteita lähitulevaisuudessa. (Saija Klemetti 2019)

Kuvassa 13 näkyy Kuopin leipomon vastaukset kysymykseen, aikooko yritys käyttää sirkkatuotteita lähitulevaisuudessa. Kuopion leipomot vastasivat 100 %, etteivät ne aio käyttää sirkkaa omista tuotteistaan lähitulevaisuudessa.

Kyselyn tulokset: Kuopion elintarvikeyritykset

KUVA 14. Kuopion elintarvikeyritysten vastaukset kysymykseen, aikooko yritys käyttää sirkkatuotteita lähitulevaisuudessa. (Saija Klemetti 2019)

Kuvassa 14 näkyy Kuopion elintarvikeyritysten vastaukset kysymykseen, aikooko yritys käyttää sirkkatuotteita lähitulevaisuudessa. Kuopion elintarvikeyritykset vastasivat 100 %, että ne eivät aio käyttää sirkkaa omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa.



KUVA 15. Vastaukset kysymykseen, missä muodossa Kuopion elintarvikeyritykset käyttäisivät sirkkaa, jos ne haluaisivat sitä käyttää. (Saija Klemetti 2019)

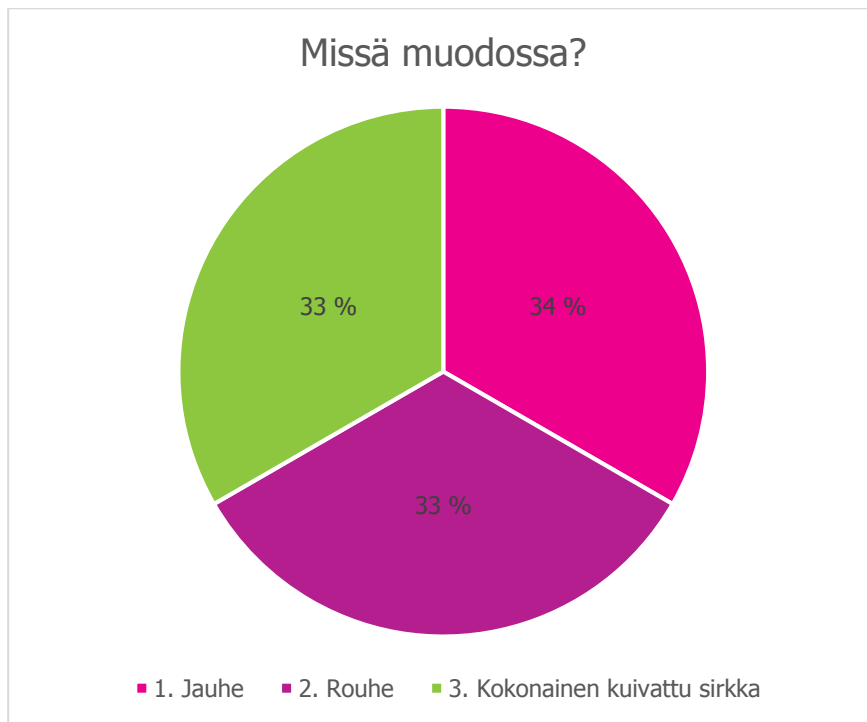
Kuvassa 15 näkyy vastaukset kysymykseen, missä muodossa Kuopion elintarvikeyritykset käyttäisivät sirkkaa, jos ne haluaisivat sitä käyttää. 100 % Kuopion elintarvikeyrityksistä haluaisivat tuotteen jauheena, mikäli aikoisivat sirkkatuotteita käyttää.

Kyselyn tulokset: Kajaanin ravintolat

TAULUKKO 4. Kajaanin ravintoloiden vastaukset. (Saija Klemetti 2019)

TUTKIMUKSEN TULOKSET	KAJAANI
1. Yrityksen toimiala: Leipomo	0,0 %
1. Yrityksen toimiala: Ravintola	100,0 %
1. Yrityksen toimiala: Muu elintarvikeyritys	0,0 %
2. Yrityksen sijainti: Kajaani	100,0 %
3. Aikooko yritys käyttää sirkkää omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa: Kyllä	100,0 %
3. Aikooko yritys käyttää sirkkää omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa: Ei	0,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Jauhe	33,3 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Rouhe	33,3 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Kokonainen kuivattu sirikka	33,3 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Kokonainen pakastettu sirikka	0,0 %
4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää: Emme aio käyttää sirkkatuotteita missään muodossa	0,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 1kg tai vähemmän	66,7 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 2-3 kg	33,3 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: 5kg tai enemmän	0,0 %
5. Minkä kokoisen erän ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön?: Emme aio käyttää sirkkää	0,0 %

Taulukossa 4 näkyvät kaikki Kajaanin ravintoloiden vastaukset. Kajaanista saimme yhteensä vain viisi vastausta, jotka kaikki tulivat ravintoloilta.



KUVA 16. Vastaukset kysymykseen, missä muodossa Kajaanin ravintolat, jotka aikovat käyttää sirkkaa, haluavat sirkkansa ostaa. (Saija Klemetti, 2019)

Kuvassa 16 näkyy vastaus kysymykseen, missä muodossa Kajaanin ravintolat, jotka aikovat käyttää sirkkaa, haluavat sirkkansa ostaa. Tulokset jakautuivat seuraavasti: 33% vastaajista halusi ostaa kokonaista kuivattua sirkkaa, 34% halusi ostaa jauhettua sirkkaa ja 33% vastaajista halusi sirkkansa mieluiten rouheena.



KUVA 17. Vastaukset kysymykseen, minkä kokoisen erän Kajaanin ravintolat, jotka aikovat käyttää sirkkaa, haluavat ostaa käyttöönsä kerralla. (Saija Klemetti, 2019)

Kuvassa 17 näkyy vastaukset kysymykseen, minkä kokoisen erän Kajaanin ravintolat, jotka aikovat käyttää sirkkaa, haluavat ostaa käyttöönsä kerralla. 67% vastajista halusi ostaa käyttöönsä kerralla vain 1 kilon tai vähemmän. 33% vastaajista oli valmiita ostamaan 2-3 kg kerralla yrityksen käyttöön.

Kajaanin leipomot ja muut elintarvikeyritykset

Kajaanin leipomoista ja elintarvikeyrityksestä emme saaneet yhtään vastusta. Syynä tähän voi olla se, että Kajaanin alueella on vain muutama leipomo, eikä juurikaan elintarvikeyrityksiä.

5.2 Tutkimuksen tulosten yhteenveto

Kyselyymme vastasi yhteensä 22 eri yritystä Kuopiosta ja Kajaanista. Vastauksista voidaan todeta että 13 kuopiolaista ravintolaa, sekä viisi kajaanilaista ravintolaa aikovat käyttää sirkkatuotteita lähitulevaisuudessa.

Huomasimme vastauksissa olevan hyvin paljon samankaltaisuuksia. Kuopion ravintolat halusivat sirkkatuotteensa 14,3 % jauheena, 14,3 % rouheena ja 71,4 % kokonaisena kuivattuna sirkkana. Kuopion ravintoloista 100 % oli sitä mieltä, että haluavat ostaa sirkkatuotteita 1 kilon tai vähemmän kerralla ravintolaansa.

Kuopion kolmelta leipomolta ja yhdeltä elintarvikeyritykseltä saimme vastauksen, mutta mikään niistä ei aio käyttää sirkkatuotteita lähitulevaisuudessa omassa tuotannossaan. Mikäli ne käyttäisivät, ne haluaisivat sirkkatuotteensa jauheena. Jos mietitään leipomon tuotteita, mihin tuotteisiin voitaisiin lisätä sirkkokoja, niin niitä ei varmaankaan ole kovin montaa. Suolaisissa tuotteissa tai leivässä voisi käyttää sirkkatuotteita, mutta makeisiin tuotteisiin niitä tuskin voidaan lisätä. Leipomon tuotteet, joissa käytettäisiin sirkkatuotteita, eivät kuulosta kovin houkuttelevalta. Järkevintä voisi olla aloittamalla valmistaa sirkkaleipää ja tunnustella asiakkaiden mielipiteitä niistä.

Kajaanin ravintolat halusivat sirkkatuotteensa 33,3 % jauheena, 33,3 % rouheena ja 33,3 % kokonaisena kuivattuna sirkkana. Kajaanin ravintoloista 67,7 % halusivat sirkkatuotteita 1 kilon tai vähemmän kerralla ravintolaansa ja 33,3 % oli sitä mieltä, että haluaisivat hankkia 2-3 kiloa kerrallaan ravintolaansa.

Kajaanin leipomoilta ei saatu yhtään vastausta. Syynä voi olla se, että Kajaanin alueella on vain muutama leipomo. Vastaamattomuudesta voi päätellä myös, että Kajaanissa ei vielä olla valmiita käyttämään sirkkatuotteita leipomoiden tuotteissa. Kajaanin ravintoloiden halukkuus kokeilla sirkkatuotteita yllätti hieman positiivisesti. Kajaani on kuitenkin suhteellisen pieni kaupunki, eikä Kajaanissa ole kovin montaa ravintolaa. Siihen nähden halukkuus sirkkokojen käyttöön oli ravintoloissa prosentuaalisesti iso.

Ravintoloiden ruokalistoja selaillessa Kajaanissa ei myöskään näy hyönteissyöntiä millään tavalla. Uskomme, että muutaman vuoden päästä Kajaanissakin herätään hyönteissyöntiin ja ravintoloihin tulisi annoksia, joissa olisi käytetty sirkkatuotteita.

Ravintoloille voi olla myös kustannuskysymys käyttää sirkkatuotteita. Sirkkojen kasvatusta on käsityötä ja se nostaa tuotteiden hinnan korkealle. Tukuissa myytävät raaka pakastesirkat maksavat noin 35 euroa/kilo, kuivat tuotteet maksavat noin 70-80 euroa/kilo ja kiloon mahtuu noin 4000 kappaletta sirkkaa. Isolla volyymillä ravintolat eivät vielä pysty lähtemään liikkeelle sirkkojen käytössä, siihen sirkkojen saatavuus ja tuotantomäärät eivät vielä riitä. Kilosta sirkkoja riittää pitkäksi aikaa vähäiseen käyttöön, mikäli niitä käytetään toisten raaka-aineiden lisäksi annoksissa tai annosten koristeluun.

6 TULOSTEN ANALYSOINTI

Kuopion ravintolat, jotka ovat valmiita käyttämään sirkkatuotteita, olivat eniten kiinnostuneita kokonaisista kuivatuista sirkoista. Kun taas sirkkarouhe- tai jauhe eivät kiinnostaneet niinkään. Mikään ravintola ei myöskään ollut valmis tilaamaan enempää kuin enintään 1 kilon erän sirkkaa kerrallaan ravintolaansa. Kajaanin ravintoloiden vastauksissa oli enemmän hajontaa. Ravintolat, jotka olivat valmiita käyttämään sirkkatuotteita, tahtoivat tasaisesti kokeilla sirkkajauhetta-, rouhetta sekä kokonaisia kuivattuja sirkoja. Suurin osa ravintoloista tahtoi enintään 1 kilon erän sirkkatuotteita kerralla, mutta osa oli valmiita ottamaan kerralla 2-3 kiloa sirkkatuotteita.

Turun yliopiston tekemässä selvityksessä kysyttiin elintarvikealan asiantuntijoiden näkemyksiä hyönteisistä elintarvikkeiden raaka-aineena tulevaisuudessa. Asiantuntijat pitivät hyönteisraaka-aineen mahdollisena lisäarvona ravintopitoisuutta sekä tuotteiden erottumista eettisillä ja ekologisilla arvoilla. Hyönteisraaka-aineen käytöllä nähtiin olevan myös vaikutusta yritysten imagoon ruokatrendien edelläkävijöinä. Kiinnostus hyönteisraaka-aineeseen kohdistuisi ainakin alkuun kuivattuihin hyönteisjauheisiin ja asiaa perusteltiin miedolla makuprofiililla, hyvällä säilyvyydellä, tasalaatuisuudella ja helpolla käsiteltävyydellä. Hyönteisistä valmistetun jauheen uskottiin soveltuvan laajasti erilaisiin tuotekonsepteihin valmisruoasta leivonnaisiin sekä urheiluravinteisiin. (Hyönteiset ruokaketjussa 2015–2017 loppuraportti 2017, 12–13.)

Molempien kaupunkien vastauksista näkyy kiinnostus kokeilla sirkkatuotteita. Kuitenkaan tietoa ja esimerkkejä sirkojen käyttötavoista ja resepteistä ei ole vielä kovinkaan paljon. Ravintoloiden täytyisi itse testata ja kokeilla erilaisia annoksia ja tuotteita, joissa olisi käytetty sirkoja ja todeta ne maistuviksi. Sen jälkeen tulisi osata markkinoida ja saada asiakkaat kokeilemaan annoksia ja tuotteita, joissa sirkoja on käytetty. Turun yliopiston tekemän selvityksen mukaan elintarvikealan asiantuntijoiden mielestä hyönteiset olisivat ravintoloissa aluksi elämyksiä tuovia erikoisuuksia, ennen kuin ne yleistyivät osaksi vähähiilistä lounaslistaa kasvis- ja lihavaihtoehtojen ohelle. Annosten konsepteissa rajana nähtiin keittiömestarin mielikuvitus, koska hyönteisistä on helppo visioida monenlaisia annoksia. (Hyönteiset ruokaketjussa 2015–2017 loppuraportti 2017, 13.)

Se, miksi ravintolat tilaisivat enimmäkseen 1 kilon tai vähemmän sirkkatuotetta, voi johtua monesta syystä. Ravintolat voivat lähteä varovasti kokeilemaan sirkkatuotteita ja lisäävät ala carte listaansa yhden tai kaksi annosta, jossa on käytetty sirkkatuotetta. Näin ravintolat näkevät vähän suuntaa antavasti tuotteiden kiinnostuksen ja menekin. Yhteen ala carte annokseen ei myöskään mene määrällisesti paljon rouhetta tai jauhetta kerralla. Esimerkiksi sirkkaleipä-reseptissä on 70 kappaletta kotisirkoja, jotka on kuivatettu ja jauhettu. Jauhojen seassa se on pieni määrä sirkkajauhetta ja vain noin kolme prosenttia leivän kokonaispainosta. Jos ravintolat laittaisivat sirkkarouhetta ”krutonkina” keiton kanssa, rouhetta tulisi n. ½-1 dl keiton päälle annoskoosta riippuen.

Kokonaista kuivattua sirkkaa voisi käyttää annosten koristeina tai esimerkiksi alkupalana erilaisten dippien kanssa. Monia ihmisiä saattaa inhottaa ajatus kokonaisista sirkoista ja he voivat pitää sitä epämiellyttävänä ulkonäöltään ja koostumukseltaan suussa. Asiakkaat kokeilevat varmaan helpommin

tuotteita, joissa sirkka ei ole näkyvänä tuotteena, vaan se on hienonnettuna. Myös Turun yliopiston selvityksessä catering-alan asiantuntijoita kuluttajien tavoin arvelutti kokonaisten sirkkojen käytössä niiden maku ja suutuntuma (Hyönteiset ruokaketjussa 2015–2017 loppuraportti 2017, 13).

Suurin eroavaisuus Kajaanin ja Kuopion ravintoloiden vastauksilla oli se, että Kuopiossa ravintolat olivat myönteisempiä kokeilemaan kokonaista kuivattua sirkkaa, kuin Kajaanin ravintolat. Vastauksista voi näkyä se, että Kuopio on isompi kaupunki ja siellä ravintoloitsijat ovat tietoisempia uusimmista ruokatrendeistä. Kuopion ravintoloiden sirkkoja haluava asiakaskunta voi haluta konkreettisesti nähdä ja kokea hyönteissyönnin, eli tässä tutkimuksessa sirkat. Se että Kuopion ravintolat halusivat eniten käyttää kokonaista kuivattua sirkkaa, oli yllättävää. Voisi kuvitella että sirkkajauhe- ja rouhe sulautuisivat paremmin annoksiin kuin kokonainen kuivattu sirkka. Oletamme, että asiakkaat ainakin aluksi kokeilisivat helpommin sellaista tuotetta jossa sirkka ei ole niin selkeästi näkyvillä.

Tuloksista myös näkyy, että mikään ravintoloista ei ollut valmis tilaamaan viittä kiloa tai sitä suurempaa annosta sirkkoja kerrallaan ravintolaan. Nykyään ravintolat ovat hyvin tietoisia taloudellisista riskeistä ja haluavat minimoida ruokahävikin. Tähän kysymykseen vastanneet, ovat oletettavasti ajatelleet niin sanottuja tavallisia ravintolatilauksia, eivätkä esimerkiksi sirkkateemaista kampanjatapahtumaa tai suurta asiakasmäärää. Jos jokin ravintola järjestäisi suuren tapahtuman tai maisteluillan, niin silloin toden näköisesti tilattaisiin suurempi määrä kerralla.

Sirkoilla on lyhyt elinkaari, noin kuukaudessa sirkat ovat täysikasvuisia ja syötäviä. Naudanlihatuotantoon menee keskimäärin noin 16 kuukautta, joten sirkkojen kasvattaminen on nopeampaa, tehokkaampaa sekä ekologisempaa. Sirkat sisältävät myös paljon proteiinia, joten sirkat soveltuvat todella hyvin ihmisten ruokavalioon siinä missä liha ja kanakin. Sirkat sisältävät myös vähemmän rasvaa kuin liha, kala tai kana. Sirkkojen kuori sisältää kitiiniä, jota ihmisen ruoansulatus voi hajottaa hyödyllisiksi ravintoaineiksi (Uusinoka 2017).

Sirkkojen ostohinta on vielä korkea. Pakasteisirkat maksavat kaupassa noin 40-50euroa kilolta ja kuivatut tuotteet maksavat noin 120-200 euroa kilolta. Korkea hinta johtuu sirkkojen vähäisestä käytöstä. Yritykset saavat tilattua tukusta vähän halvemmalla sirkkatuotteita. Elintarviketukussa pakastesirkat maksavat noin 35 euroa kilolta ja kuivatut tuotteet noin 70-80euroa kilolta. Tulevaisuudessa kun sirkkojen kasvattaminen on yleisempää, niin kilohinnatkin tippuvat. Se voi kannustaa sitten yritysten lisäksi ihmisiä kokeilemaan enemmän sirkkatuotteita. Sirkkojen säilyvyyttä ei ole riittävästi tutkittu, joten ei tiedetä miten ne säilyvät. Suosituksena on myös, että sirkkatuotteet kypsennetään ennen käyttöä. (Hyönteisravinto 2017.)

Tulevaisuudessa sirkoista tiedetään ihmisten uteliaisuutta niitä kohtaan mahdollisena ravintona. Uskomme myös, että ennakkoluulot hyönteissyöntiä kohtaan vähentynevät tulevien vuosien aikana. Hyönteissyöntiä ei ehkä pidetä enää niin vastenmielisenä ajatuksena, eikä hyönteisiä liitettäisi enää vain pilaantuneeseen ruokaan. Luulemme, että vanhempi sukupolvi ei todennäköisesti tule koskaan ymmärtämään hyönteissyöntiä eikä edes kokeilemaan sitä. Nuoret ihmiset taas kasvavat suvaitsevaisiksi. Uteliaisuus kokeilla kaikkea uutta ja ei niin tuttua, kiinnostavat myös nuoria. Ekologisuus ja

tietoisuus maailmantilanteista ohjaavat nuoret tekemään parempia valintoja myös omiin ruokailutottumuksiin.

Kauppojen hyllyiltä löytyy tänä päivänä vielä melko vähän sirkkatuotteita. Tuotteiden ulkonäköön on kuitenkin panostettu ja ne näyttävät herkullisilta. Kaupoista löytyviä sirkkachilipähkinöitä voisi myydä ravintoloissa alkupaloina tai baarin puolella oluen kylkiäisenä naposteltavaksi. Sirkkagranolaa voisi tarjoilla aamiaisella murojen ja muiden myslien kanssa. Näissä tuotteissa sirkka ei konkreettisesti näy niin paljon, joten ne olisivat helpommin kokeiltavia tuotteita. Tulevaisuudessa kauppoihin varmasti tulee enemmän vaihtoehtoja ja valmiita tuotteita, joita ihmiset käyttävät arjessa sujuvasti.



KUVA 18. Savonia Grasshopperin valmis tuote. Suomalainen pakastettu kotisirkka. (Savonia Grasshopper Oy 2019.)

7 POHDINTA

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, aikovatko Kajaanin ja Kuopion ravintolat, leipomot tai muut elintarvikeyritykset lähitulevaisuudessa käyttää sirkkatuotteita omissa tuotteissaan. Tutkimuksen pää-tavoitteena oli opinnäytetyön toimeksiantajan toiveesta saada tietää, missä muodossa kyseiset yritykset haluaisivat sirkkatuotteensa; jauheena, rouheena vai kokonaisena kuivattuna sirkkana. Tavoitteena oli myös selvittää minkä kokoisissa erissä yritykset olisivat valmiita tilamaan sirkkatuotteita. Tutkimus oli tärkeä toimeksiantajamme toimineelle yritykselle, Savonia Grasshopper Oy:lle. Tehdyn tutkimuksen tulosten perusteella voitiin todeta, kuinka suuri kysyntä sirkkatuotteilla on ravintoloissa sekä elintarvikeyrityksissä, ja sen pohjalta Savonia Grasshopper Oy pystyy edelleen kehittämään yritystään ja tuotteitaan.

Savonia Grasshopper Oy sijaitsee Pohjois-Savossa ja tutkimusta suunnitellessa ajattelimme olevan mielenkiintoista selvittää, kuinka paikalliset yritykset vastaavat kyselyymme ja onko tällä alueella vielä kiinnostusta suhteellisen vieraan raaka-aineen käyttöön. Kuopio ja Kajaani ovat ehkä alueina sellaisia, jossa yritykset eivät välttämättä ole aivan ensimmäisenä lähtemässä kokeilemaan tällaisia uusia ruokatrendejä. Kiinnostavaa oli myös saada selville, onko Kuopion ja Kajaanin yritysten välillä isoja alueellisia eroja. Alun perin tarkoituksemme oli vertailla Kuopion ja Kajaanin vastauksia enemmänkin, mutta koska Kajaanista saimme ainoastaan viisi vastausta, joista kaikki olivat ravintoloista, koimme, että tulokset eivät ole täysin vertailukelpoisia. Tämän pienen otannan perusteella kuitenkin vaikuttaisi siltä, että alueellisia eroja ei juurikaan ole. Mikäli olisimme halunneet vertailla eroja ja yhtäläisyyksiä enemmänkin, olisi meidän pitänyt ottaa kyselyn rinnalle syventäviä haastatteluja tai laajempi otanta. Uskomme, että mikäli olisimme laajentaneet kyselyä esimerkiksi Oulun ja Jyväskylän seuduille, olisi vastaajien määrä ollut varmasti paljon suurempi ja vastausten erotkin, ehkä enemmän havaittavissa.

Kyselyn toteutuksessa meni odotettua kauemmin. Laitoimme kyselyyn vastausajaksi kaksi viikkoa, eikä vastauksia tullut ensimmäisen lähetyskerran jälkeen yhtään. Lähetimme muistutusviestin yrityksille sähköpostilla, emmekä siltikään saaneet yhtään vastausta. Uskomme tähän syynä olevan se, että kyselyn ajankohta sattui joulukuulle, joka on monen ravitsemusalan yrityksen kiireisintä sesonkiaikaa. Päätimme odottaa kyselyn kanssa hetken ja laitoimme saman kyselyn samoille henkilöille sähköposteihin uudelleen helmikuussa 2019. Toimeksiantajamme päätti antaa kaikille kyselyyn vastaaville yrityksille näytepakkauksen sirkoista, jotta mahdollisimman moni vastaisi kyselyyn. Huomasimme, että tämä selkeästi motivoi vastaajia vastaamaan kyselyymme, sillä 27 eri yritystä aloitti kyselyn tekemisen. Tämä oli lähes puolet kaikista kohdeyrityksistä, joille kyselyn linkki ylipäättään lähetettiin. Uskomme myös, että ajankohtana helmikuu oli paljon parempi kyselyn lähettämiseksi, sillä se taas on yleensä ravitsemusalan yrityksillä yksi hiljaisimmista kuukausista.

Aloimme miettiä opinnäytetyön aihetta jo maaliskuussa 2018. Työsuunnitelma esitettiin toukokuussa 2018. Aikataulullisesti opinnäytetyön tekemisessä kesti odotettua kauemmin. Oli haasteellista yhdistää molempien vaativa työtilanne opintojen loppuun saattamisen kanssa. Odottamattomat vastoinkäymiset myös lannistivat mielialaa ja heikensivät motivaatiota opinnäytetyön kirjoittamiseen. Lisäksi yksi

suurimmista haasteista ajankäytön suhteen opinnäytetyötä tehdessä oli molempien opinnäytetyön tekijöiden siirtyminen uusiin työpaikkoihin. Perehtyminen uudenlaisiin, haastaviin työtehtäviin vei meiltä kummaltakin aikaa ja voimavaroja pois opiskelusta sekä opinnäytetyön tekemisestä. Työpaikkojen vaihdoksen jälkeen saimme kuitenkin uutta puhtia kirjoittaa opinnäytetyötämme ja otimme kovan loppurutistuksen saattaaksemme sen valmiiksi.

Olemme tyytyväisiä lopputulokseen ja toivomme, että tulevaisuudessa yritykset käyttävät enemmän sirkkatuotteita. Myös toimeksiantajayrityksen edustajat olivat hyvin tyytyväisiä tutkimukseemme ja etenkin kyselyn tuloksiin, sekä sitä kautta solmittuihin yhteistyökuvioihin. Työmme toimi samalla hyvänä markkinointikampanjana toimeksiantajayritykselle, Savonia Grasshopper Oy:lle. Etenkin se, että niin moni vastanneista kohdeyrityksistä halusi ilmaisen näytepakkauksen, oli mielestämme hieno asia. Se kertoo siitä, että kiinnostusta sirkkatuotteisiin sekä niiden käyttöön todella on. Koimme myös hyvin palkitsevana toteuttaa opinnäytetyö siten, että aloitteleva yritys oikeasti hyötyisi siitä.

Tämän työn myötä mieleemme tuli monta hyvää jatkotutkimusehdotusta. Jatkotutkimuksessa voisi käsitellä laajemmin hyönteissyönnin kiinnostusta ravintola- ja elintarvikeyrityksissä ja selvittää, mitä muita hyönteisiä yritykset olisivat valmiita käyttämään sirkkosten lisäksi. Mielenkiintoista olisi myös tietää, mihin ruokiin tai tuotteisiin yritykset käyttävät sirkkosia ja missä muodossa. Tähän voisi tehdä myös jatkotutkimuksen, että missä muodossa yritykset haluaisivat tulevaisuudessa ostaa sirkkatuotteensa.

Tästä tutkimuksesta voisi tehdä myös jatkotutkimuksena seurantakyselyn. Seurantakyselyn perusteella olisi kiinnostavaa havaita, ovatko yritykset käyttäneet sirkkatuotteita annoksissaan tai tuotteissaan. Minkälaista palautetta yritykset ovat saaneet sirkkatuotteistaan ja onko sirkkatuotteiden kysyntä kasvanut. Ovatko sellaiset ravintolat tai elintarvikeyritykset päättäneet kokeilla sirkkatuotteita tai lisätä oman yrityksensä ruoka- tai tuotelistoille sirkkatuotteita, jotka eivät vastanneet tähän kyselyyn. Meitä kiinnostaisivat myös kohdeyritysten näkemykset siitä, mitä mieltä he ovat toteutuneesta sirkkosten tai hyönteisten syönnistä. Tämän saman tutkimuksen voisi tehdä myös muutaman vuoden päästä, ja sen tulosten pohjalta vertailla mahdollista kiinnostuksen ja kulutuksen muutosta hyönteissyönnin liittyen. Ennako-oletuksemme edelleen on, että muutamien vuosien päästä niin sirkka- kuin muitakin hyönteistuotteita käytetään laajemmalla mittakaavalla koko Suomessa.

Tulevaisuudessa aukeaa varmasti monta uutta hyönteistuottamoa ja nykyiset tuottamot, jotka valmistavat sirkkosia sivutyönä laajentavat sen päätoimeksi. Tämä auttaa parantamaan hyönteisten saatavuutta ja sitä kautta hyönteiset tulevat tunnetummiksi ihmisten ravintona. Muitakin hyönteisiä tullaan varmasti hyödyntämään tulevaisuudessa enemmän, kunhan niitä on tutkittu tarpeeksi. Erilaiset ma-dot, toukat, kuoriaiset ja muurahaiset varmasti tulevat markkinoille. Uskomme, että hyönteisistä tehtyjä jauheita aiotaan tulla käyttämään erilaisissa juomissa, drinkeissä ja urheilijoiden palautusjuomissa. Hyönteistuotteiden ulkonäköä, makua ja rakennetta tullaan varmasti kehittämään jatkossa enemmän. Tuotteen ulkonäöllä on isovaikutus tuotteen suositteluun. Hyönteisten tuottaminen tuottaa vähemmän kasvihuonepäästöjä kuin esimerkiksi lihatuotannon, tämä vaikuttaa positiivisesti ilmastonmuuttamiseen hidastamalla sitä. Hyönteisten tuottaminen on myös ilmastoystävällistä ja ekologista.

Tämä tutkimus olisi ollut kattavampi, jos sama kysely olisi toteutettu pääkaupunkiseudulle ja muihin isompiin kaupunkeihin. Silloin vastausten hajonta saattaisi olla myös laajempi. Pääkaupunkiseudulla on varmasti enemmän yrityksiä, jotka ovat jo kokeilleet tai olisivat valmiita kokeilemaan sirkkatuotteita. Pääkaupunkiseudulle voisi myös toteuttaa kyselyn siitä, mitä muita hyönteisiä yritykset käyttävät tuotteissaan ja olisiko siellä kysyntää enemmän muille hyönteisille, kuin sirkoille. Niihin yrityksiin, jotka käyttävät jo sirkka- tai muita hyönteistuotteita, voisi kohdistaa tutkimuksen siitä, millä tavoin kohdeyritykset valmistavat tuotteensa ja mihin valmiisiin tuotteisiin tai esimerkiksi ruoka-annoksiin kyseiset yritykset käyttävät sirkka- tai muita hyönteistuotteita. Myös sellaisten kohdeyritysten, joilla jo erilaiset hyönteistuotteet ovat käytössä, arvioinnit ja mielipiteet hyönteistuotteista olisivat kiinnostavia jo tuotekehittelyn näkökulmasta.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

BERGSTRÖM, S. & LEPPÄNEN, A. 2014. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy.

EVIRA 2018. Elintarviketurvallisuusvirasto. Verkkojulkaisu [viitattu 06.12.2018]. Saatavissa: <https://www.evira.fi/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/elintarvikeryhmat/hyonteiset/>

EVIRA 2019. Elintarviketurvallisuusvirasto. Verkkojulkaisu [viitattu 18.02.2019]. Saatavissa: https://www.evira.fi/globalassets/elintarvikkeet/valmistus-ja-myynti/uuselintarvikkeet/ew0116707fin_002.pdf

FINELI. Verkkojulkaisu [viitattu 18.02.2019] Saatavissa: <https://fineli.fi/fineli/fi/elintarvikkeet/750>

HAKALA, J. T. Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille. Gaudeamus 2004.

HIRSJÄRVI, S., REMES, P. & SAJAVAARA, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus.

HIRSJÄRVI, S. & HURME, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

HULDÉN, L. 2015. Minikarjaa. Hyönteiset ruokana. Keuruu: Like Kustannus Oy

Hyönteiset ruokaketjussa 2015–2017. Loppuraportti. [viitattu 15.04.2019]. Saatavissa: [https://www.utu.fi/fi/yksikot/fff/palvelut/kehitysprojektit/hyonteiset/Documents/Hy%C3%B6nteiset%20ruokaketjussa%20loppuraportti%20\(julkinen\).pdf](https://www.utu.fi/fi/yksikot/fff/palvelut/kehitysprojektit/hyonteiset/Documents/Hy%C3%B6nteiset%20ruokaketjussa%20loppuraportti%20(julkinen).pdf)

HYÖNTEISRAVINTO 2017. [viitattu 06.12.2018]. Saatavissa: <https://www.hyonteisravinto.info/hyonteiswiki/hyonteisravinto/>

HYÖNTEISTALOUS 2019. [viitattu 18.02.2019]. Saatavissa: <http://hyonteistalous.blogspot.com/2014/07/hyonteisruoan-ravitsemuksesta.html>

KANANEN, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketoiminta ja palvelut –yksikkö

- KANANEN, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, liiketoiminta ja palvelut –yksikkö.
- KARJALAINEN, L. 2010. Tilastotieteen perusteet. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- KARJALAINEN, S., LAUNIS, V., PELKONEN, R. & PIETARINEN, J. 2002. Tutkijan eettiset valinnat. Helsinki: Gaudeamus.
- KEHITYSYHTIÖ SAVOGROW OY. [viitattu 14.04.2019]. Saatavissa: <http://www.savogrow.fi/>
- KULMAT.FI. 2015. Asiakastyytyväisyys. [viitattu 14.04.2019]. Saatavissa: <http://www.kulmat.fi/laadunkehittaminen/tyokaluja/asiakastyytyvaisuus>
- KUULA, A. 2006. Tutkimusetiikka. Aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Kustannusosakeyhtiö Vastapaino.
- LAHTINEN, J. & ISOVIITA, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos Oy.
- LAHTINEN, J. & ISOVIITA, A. 1998. Markkinointitutkimus. Jyväskylä: Avaintulos Oy.
- MELO, V., GARCIA, M., SANDOVAL, H., JIMÉNEZ, H.C. & CALVO, C. 2011. Quality proteins from edible indigenous insect food of Latin America and Asia. Emirates Journal of Food and Agriculture 23 (3), 283–289.
- MÄNTYNEVA, M., HEINONEN, J. & WRANGE, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- PAUL, A., FREDERICH, M., UYTENBROECK, R., HATT, S., MALIK, P., LEBECQUE, S., HAMAIDIA, M., MIAZEK, K., GOFFIN, D., WILLEMS, L., DELEU, M., FAUCONNIER, M-L., RICHEL, A., DE PAUW, E., BLECKER, C., MONTY, A., FRANCIS, F., HAUBRUGE, E. & DANTHINE, S. 2016. Grasshoppers as a food source? A review 20 (S1), 1–16.
- RAATIKAINEN, L. 2004. Tavoitteellinen markkinointi: Markkinoinnin tutkimus ja suunnittelu. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- RAMOS-ELORDUY BLÁSQUEZ, J., MORENO, J. & CAMACHO, V. 2012. Could Grasshoppers Be a Nutritive Meal? Food and Nutrition Sciences vol (3), 164–175.
- RUOKATIETO YHDISTYS RY 2019. [Viitattu 10.4.2019]. Saatavissa: <https://www.hyvaa-suomesta.fi/lyhyesti-merkista>
- SAVONIA GRASSHOPPER OY. [viitattu 16.04.2019]. Saatavissa: <https://sirkkoja.fi/>
- TUOMI, J. & SARAJÄRVI, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Latvia: Livonia Print.

TUTKIMUSEETTINEN NEUVOTTELUKUNTA (TENK). [viitattu 18.09.2018]. Saatavissa: <https://www.tenk.fi/>

UUSINOKA, A. 2017. Gradu: Hyönteisistä hyötyä suolistobakteereille. Turun yliopiston verkkolehti [viitattu 15.04.2019]. Saatavissa: <https://www.tylkkari.fi/tiede/gradu-hyonteisista-hyotya-suolistobakteereille>

VAN HUIS, A. 2016. Edible insects are the future? Proceedings of the Nutrition Society vol (75), 294–305.

Webropol 2019. [viitattu 12.01.2019]. Saatavissa: <https://www.webropol-surveys.com>

LIITTEET

LIITE 1. WEBROPOLIN KYSELYLOMAKE.

(Sivu 0 / 6)

Kartoitus sirkkojen käytöstä Kuopion ja Kajaanin alueen ravintoloissa ja elintarvikeyrityksissä. Case Savonia Grasshopper Oy.

1. Yrityksen toimiala *

Valitse näistä seuraava yritystäsi PARHAITEN kuvaava vaihtoehto.

Leipomo

Ravintola

Muu elintarvikeyritys

2. Yrityksen sijainti *

Kuopio

Kajaani

3. Aikooko yritys käyttää sirkkaa omissa tuotteissaan lähitulevaisuudessa? *

Kyllä

Ei

4. Missä muodossa yritys haluaisi mieluiten sirkkatuotetta käyttää? * Jauhe

 Rouhe Kokonainen kuivattu sirikka Kokonainen pakastettu sirikka Emme aio käyttää sirkkatuotteita missään muodossa**5. Minkä kokoisen erän sirikkaa ostaisit mieluiten kerralla yrityksen käyttöön? *** 1 kg tai vähemmän 2-3 kg 5kg tai enemmän Emme aio käyttää sirikkaa**6. Kiitos ajastanne!**

Mikäli haluatte ilmaisen, Savonia Grasshopper Oy:n lahjoittaman, koe-erän sirkkatuotetta, voitte jättää sähköpostiosoitteenne, niin keräämme teiltä toimitusosoitteen.

Osoitetta ei käytetä markkinointiin.

Sähköposti

LIITE 2. SÄHKÖPOSTIViesti, JONKA LÄHETIMME KAIKILLE KOHDEYRITYKSILLE.

" Hei!

Olemme kaksi Savonia ammattikorkeakoulun restonomi-opiskelijaa, Jenny Lindi ja Saija Klemetti,

ja teemme opinnäytetyönämme kartoitusta sirkkojen käytöstä Kuopion ja Kajaanin alueella. Opinnäytetyömme on osana Matkailun ja palveluliikennetoiminnan koulutusohjelmaa. Työn tarkoituksena on tehdä kartoitus sirkkojen käytöstä ravintola- ja elintarvikealalla Kuopiossa sekä Kajaanissa.

Aihe on tärkeä yritykselle, koska näin saadaan arvokasta tietoa siitä, kuinka paikalliset yritykset näkevät heinäsiirratuotteiden käytön omassa konseptissaan tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Savonia Grasshopper Oy. Työ tehdään ulkopuolisin silmin, eikä kumpikaan

opinnäytetyön tekijöistä työskentele Savonia Grasshopper Oy:ssa.

Kysely pitää sisällään ainoastaan viisi (5) kysymystä ja vie aikaa vain yhden (1) minuutin.

Kysely on todella helppo täyttää myös puhelimella. Kyselyyn pääset vastaamaan alla olevasta linkistä:

<https://www.webpolsurveys.com/S/E4619CAF56EB6405.par>

Kiitos ajastanne!

Ystävällisin terveisin, Jenny Lindi ja Saija Klemetti, Savonia AMK. " (Jenny Lindi 2019)