



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Joni Immonen

Pienpanimon jakelun kehittäminen ja asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Tuotantotalouden tutkinto-ohjelma

Insinöörityö

25.05.2020

Tekijä Otsikko	Joni Immonen Pienpanimon jakelun kehittäminen ja asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen
Sivumäärä Aika	34 sivua + 3 liitettä 25.05.2020
Tutkinto	insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Tuotantotalous
Ammatillinen pääaine	Logistiikka
Ohjaaja	Lehtori, Harri Hiljanen
<p>Insinööritöiden tavoitteena oli kehittää pienpanimon jakelua sekä selvittää asiakkaiden mielipiteitä siitä, miten he haluavat ostaa pienpanimotuotteita.</p> <p>Työssä tarkastellaan kirjallisuuden ja sähköisten lähteiden pohjalta logistiikkaa ja tavarankuljettamista sekä perehdytään lyhyesti vähittäiskaupan käytäntöihin pientuottajan suhteen. Työssä analysoidaan myös pienpanimon jakelua ja palvelutasoa sekä Google Forms -alustalla tehtyjä kyselytutkimuksia pienpanimoille, olutravintoloille ja K-kauppiaille.</p> <p>Työtä tehdessä selvisi, että vähittäiskauppojen käytännöistä pientuottajien suhteen on niukasti tai ei ollenkaan julkisesti saatavilla olevaa tietoa siitä, miten pientuottaja voi päästä osaksi heidän valikoimaansa. Kyselytutkimusten tuloksena sen sijaan selvisi, että ravintoloilla ja K-kauppiaille on erilaiset preferenssit heidän tilauskäytäntöjensä suhteen.</p> <p>Tutkimuksen pohjalta panimolle luotiin kehitysehdotuksia erilaisista jakelukanavista, joiden käyttöä panimon tulee jatkaa tai selvittää niiden käyttöönottoa. Panimolle suositellaan työn pohjalta oman kuljettamisen jatkamista paikallisessa jakelussa ja logistiikka kumppanin käyttöä pidemmissä kuljetuksissa. Panimon tulee myös selvittää Keskon ja S-ryhmän pysyvään valikoimaan liittymistä sekä seurata alan trendejä ja asiakkaiden preferenssejä tilauskäytäntöjen suhteen.</p>	
Avainsanat	pienpanimo, jakelu, palvelu

Author Title	Joni Immonen Development of Microbrewery Distribution and Identification of Customer Needs
Number of Pages Date	34 pages + 3 appendices 25 May 2020
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Industrial Management
Professional Major	Logistics
Instructors	Harri Hiljanen, Senior Lecturer
<p>The aim of this study was to develop the distribution of microbrewery and to find out how customers want to order microbrewery goods.</p> <p>The study examines logistics and distribution on the basis of literature and electronic sources, and briefly introduces the practices of retail market in relation to a small producer. The study also analyzes the distribution and service level of a microbrewery, as well as surveys conducted on the Google Forms platform for microbreweries, beer bars and K-retailers.</p> <p>During the study, it became clear that there is little or no publicly available information on retail practices in relation to small producers, on how a small producer can become part of their range. The results of the surveys, on the other hand, revealed that restaurants and K-retailers have different preferences regarding their ordering practices.</p> <p>On the basis of the study, development proposals were created for the brewery from various distribution channels, which the brewery must continue to use or find out about their implementation. Based on the study the brewery is recommended to continue its own transport in local distribution, as well as the use of a logistics partner for longer transports.</p> <p>The brewery must also find out about joining Kesko's and the S Group's permanent selection and monitor industry trends and customer's preferences regarding ordering practices.</p>	
Keywords	microbrewery, distribution, service

1	Johdanto	1
1.1	Tausta, tutkimusmenetelmät ja tavoite	1
1.2	Toimeksiantaja	2
2	Logistiikka ja tavaran kuljettaminen	3
2.1	Logistiikka yleisesti	3
2.2	Tulo-, sisä- ja lähtölogistiikka	3
2.3	Tavaran kuljettaminen	4
2.3.1	Kuljetusmuodon valinta	4
2.3.2	Maantiekuljetukset	5
2.3.3	Maantiekuljetuksen kustannustekijöitä	5
2.3.4	Ajoneuvon kustannuslaskennan perusteet	6
2.3.5	Esimerkkejä kuljetusmaksuista	9
3	Vähittäiskauppa yhteistyökumppanina	10
3.1	Kesko	10
3.2	S-ryhmä	11
3.3	Lidl Suomi	11
3.4	Alko	12
3.5	Suppilog	12
3.6	Oma kuljetus	13
4	Analyysi toimeksiantajan jakelusta ja palvelutasosta	14
4.1	Palvelutason määrittäminen	14
4.2	Jakelu pääkaupunkiseudulle	14
4.3	Jakelu pk-seudun ulkopuolelle	15
4.4	Panimon oman jakelun kustannukset	15
4.5	Panimon nykyinen palvelutaso	18
4.5.1	Panimon palvelutaso paikallisille toimituksille	18
4.5.2	Panimon palvelutaso pidemmille toimituksille	18
5	Pienpanimoiden jakelukanavat	19
5.1	Pienpanimot Keskon valikoimassa	19

5.2	Kyselytutkimus pienpanimoille	20
5.2.1	Kyselyyn vastanneiden pienpanimoiden käytössä olevat jakelukanavat	20
5.2.2	Miksi kyselyyn osallistuneet pienpanimot ovat järjestäneet kuljetuksensa kuvan viisi mukaisesti?	21
6	Olutravintolan suhde pienpanimoon	23
6.1	Kyselytutkimus olutravintoloille	23
6.1.1	Mistä olutravintolat tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita?	24
6.1.2	Miksi olutravintolat tilaavat suoraan pienpanimolta?	24
6.1.3	Miksi olutravintolat tilaavat pienpanimotuotteita maahantuojan, keskusvaraston ja tukun kautta?	25
6.1.4	Miten pienpanimon oma kuljetus on lisännyt olutravintolan kokemaa palvelutasoa?	27
6.1.5	Lisääkö pienpanimon oma ja hyvin toimiva kuljetus olutravintolan ostoja panimolta?	28
7	K-kauppiaan suhde pienpanimoon	29
7.1	Kyselytutkimus K-ryhmän kauppiaille	29
7.1.1	Miten K-kauppiaat tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita?	30
7.1.2	Miksi K-kauppiaat tilaavat pienpanimotuotteita keskusvaraston kautta?	30
8	Kehitysehdotukset ja yhteenveto	32
8.1	Kehitysehdotukset	32
8.2	Yhteenveto	33
Lähteet		34

1 Johdanto

Pienpanimot ovat vallanneet viime vuosina kauppojen hyllytilaa ja ravintoloiden hanoja suurilta perinteisiltä panimoilta. Monella pienpanimolla on kuitenkin nopean kasvun ja kiireen takia unohtunut logistiikan perusasioita kuten se, miten tuotteiden kuljettaminen kannattaa järjestää. Useille panimoille jakelun kehittäminen tulee vasta eteen silloin, kun ne tavoittelevat laajempaa valtakunnallista asiakaskuntaa.

Tässä insinööriyössä perehdytään erilaisiin pienpanimolle sopiviin jakelukanaviin ja selvitetään, miten pienpanimoiden asiakkaat (ravintolat ja K-kaupat) haluavat ostaa pienpanimotuotteita ja onko pienpanimon omalla kuljetuksella positiivista vaikutusta palvelutasoon. Työ tehtiin toimeksiantona Olarin Panimolle, mutta se tarjoaa perus- ja tutkimustietoa erilaisista jakelukanavista, kuljettamisesta, pienpanimoiden jakelusta, K-kauppiaiden- ja olutravintoloiden tilauskäytännöistä myös muiden pienpanimoiden ja pienpanimon perustamista harkitsevien käyttöön.

1.1 Tausta, tutkimusmenetelmät ja tavoite

Insinööriyö tehtiin pääkaupunkiseudulla toimivan pienpanimon tarpeeseen kehittää heidän jakeluaan kasvavien toimitusmäärien ja rajallisen kuljetuskapasiteetin edessä. Toimeksiantajan ongelmana oli myös tiedon puute siitä, miten asiakkaat oikeastaan haluavat tilata pienpanimotuotteita ja millaista palvelutasoa he odottavat.

Työssä käytetään määrällisen ja laadullisen tutkimusmenetelmän yhdistelmää. Tietoa on kerätty Google Forms -alustalla toteutetuilla kyselyillä K-kauppiaille, ravintoloille ja pienpanimoille. Tämän lisäksi työn pohjana on käytetty sähköisiä lähteitä, kirjallisuutta ja haastateltu panimon henkilökuntaa.

Työn tavoitteena on kehittää pienpanimon jakelua sekä selvittää asiakkaiden mieltymyksiä siitä, miten he haluavat ostaa pienpanimotuotteita.

1.2 Toimeksiantaja

Olarin Panimo Oy on vuonna 2015 perustettu espoolainen pienpanimo, joka tuottaa tällä hetkellä noin 120 000 litraa olutta vuodessa. Panimon tuotantotilat ja varasto sijaitsevat Espoon Otaniemessä. Panimo myy ja kuljettaa olutta ravintoloille, kaupoille ja erilaisiin tapahtumiin. Panimo on myös avannut tuotantotilojensa yhteyteen anniskelupaikan ja kaupan.

Panimon tavoite on kasvattaa tuotantoaan 200 000 litraan vuonna 2020, mutta siihen ei päästäne koronaviruksen (COVID-19) aiheuttaman pandemian vuoksi, joka sulki esimerkiksi ravintolat Suomessa määräajaksi keväällä 2020.

2 Logistiikka ja tavarankuljetus

2.1 Logistiikka yleisesti

Logistiikan (logistics) termin käyttö juontaa juurensa Yhdysvaltoihin, jossa sitä alettiin käyttää osana liikkeenjohtoa 1950-luvulla. Ennen tätä sitä pidettiin sodankäyntiin ja armeijan toimintoihin liittyvänä käsitteenä. 2000-luvun jälkeen logistiikassa on keskitytty tilaus- ja toimitusketjun hallintaan. (Ritvanen, 2011.)

Logistiikan tavoitteena on sovittuun aikaan, paikkaan, laadullisesti ja määrällisesti toimittaa raaka-aineita, puolivalmisteita tai valmiita tuotteita. Toimitus on pyrittävä suorittamaan määritetyn palvelutason mukaisesti ja mahdollisimman ympäristöystävällisesti. (Ritvanen, 2011.)

Suomessa logistiikan parissa toimiville haasteita aiheuttavat pitkät kuljetusetäisyydet ja riippuvuus merikuljetuksista (Ritvanen, 2011). Logistiikkakustannukset ovat nousseet yrityksillä Suomessa vuodesta 2009 lähtien. Teollisuuden ja kaupan logistiikkakustannukset olivat 40,3 miljardia euroa vuonna 2017, joka on noin 12,2 prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta. (Lukkari, 2019.)

2.2 Tulo-, sisä- ja lähtölogistiikka

Yrityksen läpi kulkeva materiaali ja tuotteet muodostavat tulo-, sisä- ja lähtölogistiikan. Tulologistiikka (inbound logistics) sisältää vaiheet tavarankuljetuksesta sen sijoittamiseen varastoon. Sisälogistiikasta (inhouse logistics) puhutaan silloin, kun materiaalia ja tuotteita käsitellään yrityksessä sisäisesti. Tämän vaiheen toimintoja ovat esimerkiksi tuotteiden kokoonpano ja laitteiden huolto. Lähtölogistiikkaan (outbound logistics) kuuluvat materiaalivirran viimeiset vaiheet tavarankuljetuksesta sen jakeluun. Paluulogiikka, esimerkiksi asiakaspalautukset ja lisäarvopalvelut kuten kierrätys ovat, myös osa lähtölogistiikkaa. (Ritvanen, 2011.)

2.3 Tavarankuljetus

Kuljetuksilla tarkoitetaan palvelua, jossa tavara tai ihminen siirretään paikasta toiseen. Kuljetusmuotoja ovat esimerkiksi maantie- ja lentokuljetus. Erilaisilla kuljetusmuodoilla on erilaisia ominaisuuksia, etuja ja haittoja, mitä tulee esimerkiksi niiden taloudellisuuteen, kannattavuuteen tai ympäristöystävällisyyteen. Kuljetusmuodon kannattavuus ja taloudellisuus määräytyy kuljetettavan matkan pituuden sekä tavarankuulan laadun, koon ja määrän perusteella. Sisäisillä kuljetuksilla tarkoitetaan tavarankuulan liikuttamista tuotantolaitoksen sisällä ilman ulkoisen kuljetuksen tarvetta. Ulkoiset kuljetukset sen sijaan tarkoittavat yleisten kuljetusvälineiden avulla tapahtuvia kuljetuksia. (Logistiikan Maailma, ei pvm.)

Intermodaalisuus on tyypillistä nykyaikaisille kuljetuksille. Intermodaalikuljetuksella tarkoitetaan sitä, että sama tavara on koko kuljetuksen ajan samassa kuljetusyksikössä, esimerkiksi kontissa ja sen kuljetamiseen käytetään vähintään kahta eri kuljetusmuotoa. Intermodaalikuljetusta, johon kuuluu runkokuljetus junalla, laivalla tai lentokoneella sekä lyhyempi keräily- tai jakelukuljetus autolla, kutsutaan yhdistetyksi kuljetukseksi. (Logistiikan Maailma, ei pvm.)

Terminaalit eli tavarankuulan säilytystilat ovat tärkeä osa kuljetusketjua. Terminaali yhdistää kuljetusmuotoja, tukee niitä sekä täyttää olosuhdevaatimukset, kuten säilyttää tuotteen kylmäketjun. Terminaali parantaa myös tuotteen kilpailukykyä. Logistiikkakeskusten lisäksi terminaalit ovat myös esimerkiksi satamat ja lentokentät sekä juna-asemat. (Logistiikan Maailma, ei pvm.)

2.3.1 Kuljetusmuodon valinta

Yrityksen valitessa kuljetusmuotoa sen päätökseen vaikuttavat useat tekijät. Kuljetusten säännöllisyys ja toimitusten tiheys määräytyvät yrityksen toimintaidean, kilpailustrategian ja toimialan mukaan. Tämän lisäksi lähettäjän ja vastaanottajan maantieteellinen sijainti sekä haluttu palvelutaso vaikuttavat kuljetusmuodon valintaan. Kuljetusmuotoa valittaessa on myös huomioitava tavarankuulan paino, arvo ja mahdollinen pilaantumisherkkyys (esim. kylmäketju). (Logistiikan Maailma, ei pvm.)

2.3.2 Maantiekuljetukset

Maantiekuljetukset ovat yleisin tavarankuljetuksen muoto. Useisiin muihin kjetusmuotoihin nähden maantiekuljetukset ovat nopeita ja helposti toteutettavissa. Maantiekuljetukset mahdollistavat ovelta ovelle -kuljetukset sekä sopivat moneen tarpeeseen pakettien kuljettamisesta merikonttien siirtoihin. Puhekielessä maantiekuljetuksista on vakiintunut termi kumipyöräkuljetus, jolla halutaan tehdä ero rautateitse tapahtuvaan maakuljetukseen. (Logistiikan Maailma, ei pvm_b.)

2.3.3 Maantiekuljetuksen kustannustekijöitä

Maantiekuljetuksia harjoittavan yrittäjän kustannustekijät luokitellaan vakiintuneen käytännön mukaisesti työkustannuksiin sekä ajoneuvon muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin.

1. Kuljetustyökustannukset

- kuljettajan palkka
- välilliset palkkakustannukset
- muut palkkakustannukset (esim. päiväraha).

2. Kuljetuskaluston kustannukset

A. Kiinteät kustannukset

- pääomakustannukset (poistot + korot)
- vakuutusmaksut
- liikennöimismaksut (ajoneuvoverot, katsastusmaksut jne.)
- ylläpitokustannus.

B. Muuttuvat kustannukset

- polttoainekustannukset
- korjaus- ja huoltokustannukset
- rengaskustannukset.

Näiden lisäksi maantiekuljetuksiin kohdistuu kuljetusorganisaation kustannuksia, tavarankäsittelykustannuksia sekä mahdollisia väyläkustannuksia. Kustannusten kohdistaminen on välillä monimutkaista. Esimerkiksi jos autonkuljettaja suorittaa kuormauksen ja purun, kohdistuu kustannus tällöin kuljetustyökustannuksiin. Mutta jos kuormauksen ja purun suorittaa terminaalihenkilöstö, kohdistuu se silloin tavarankäsittelykustannukseksi. (Oksanen, 2003.)

2.3.4 Ajoneuvon kustannuslaskennan perusteet

Yritys voi kustannuslaskennan avulla määrittää kuljetuksessa käytettävään ajoneuvoon kohdistuvat vuotuiset kokonaiskustannukset. Kustannuslaskentaa käytetään esimerkiksi kuljetuksien hinnoittelun tukena. Laskentaa varten on laadittava perusteet, jotka muodostuvat seuraavista osatekijöistä:

1. Ajoneuvon uushankintahinta

Hankintahintana käytetään arvonlisäverotonta hintaa, josta vähennetään renkaiden hinta, koska ne huomioidaan rengaskustannuksissa. Ajoneuvon ja sen varusteiden hankintahintana käytetään aina uushankintahintaa, jotta inflaation vaikutus pystytään huomioimaan laskelmissa.

2. Vuotuinen ajosuorite

Lasketaan joko kuukauden ajokilometrimäärän ja ajokuukausien tai vuotuisen ajokerrotojen ja kuljetusetäisyyden perusteella.

3. Ajoneuvon käyttöikä (km) ja pitoaika (vuotta)

Ajoneuvon taloudellinen käyttöikä ja pitoaika ovat riippuvaisia useista tekijöistä, kuten esimerkiksi ajoneuvotyypistä. Ajoneuvon taloudellinen pitoaika pystytään usein määrittämään vasta jälkikäteen, mikä ei ole kuitenkaan mahdollista kustannuslaskelmissa, vaan tällöin pitoaika joudutaan arvioimaan aikaisempien kokemusten perusteella.

- Pitoaika (vuotta) = käyttöikä (km) / ajokilometrit vuodessa
- Käyttöikä (km) = pitoaika (vuotta) x ajokilometrit vuodessa

4. Polttoaineen kulutus (l/100 km)

Ajoneuvon kulutus riippuu monista tekijöistä, kuten ajoneuvon massasta, ajonopeudesta ja kuljetusetäisyydestä. Kulutusta on muuttujien suuresta määrästä johtuen hankalaa arvioida tarkasti kulutusmalleilla, joten se määritellään ensisijaisesti kirjanpidon perusteella.

- Polttoainekustannus (€/km) = polttoaineen hinta (€/l) x kulutus (l/100 km) / 100

5. Lisäaineen kulutus (l/100 km)

Tässä kohdassa arvioidaan mahdollisten lisäaineiden kulutus.

- Lisäainekustannus (€/km) = lisäaineen hinta (€/l) x kulutus (l/100 km) / 100

6. Renkaiden kestopmatka (km)

Renkaiden keskimääräinen kestopmatka määritellään oman seurannan ja kokemusten perusteella kilometreissä.

- Rengaskustannukset (€/km) = renkaan hinta pinnoituksineen (€/kpl) x lukumäärä (kpl) / (uuden renkaan kestopmatka (km) + pinnoitteiden kestopmatka (km))

7. Käyttö- ja palkkatunnit (h/a)

Vuotuiset käyttötunnit lasketaan kertomalla ajokertojen määrä ajotehtävään kuluneella keikka-ajalla. Kuljettajan vuotuiset palkkatunnit sen sijaan saadaan laskettua kertomalla päivittäinen työaika vuotuisella työpäivien määrällä.

8. Poistot

Ajoneuvon arvonaleneminen huomioidaan kustannuslaskelmassa poistoina.

- Vuosipoisto (€/a) = (uushankintahinta (€) – jäännösvero (€)) / pitoaika (a)

9. Pääoman korko

Pääoman korko sekä vieraan että oman lasketaan investoidulle pääomalle, joka on jäljellä pitovuoden alussa.

- $\text{Korko (€/a)} = \text{korkokerroin} \times \text{vuosipoisto (€/a)}$
- $\text{Korkokerroin} = \text{korkoprosentti} / \text{arvonalenemisprosentti}$

10. Käyttöpääoman korko

Pääoma, joka tarvitaan investoidun pääoman lisäksi yrityksen jatkuvan toiminnon rahoittamiseksi.

11. Vakuutusmaksut

Vakuutusmaksujen suuruus katsotaan maksukuiteista tai selvitetään omasta vakuutusyhtiöstä. Kustannuslaskelmissa huomioidaan yleensä seuraavat vakuutukset: Liikennevakuutus, autovakuutus (kasko) ja tiekuljetusvakuutus.

12. Liikennöintimaksut

Liikennöintimaksuja ovat ajoneuvon perusvero ja käyttövoimaverot sekä katsastusmaksut.

13. Ylläpitokustannukset

Ylläpitokustannuksia aiheutuu ajoneuvon säilytyksestä, pesemisestä ja sekalaisista pienvarusteista (esim. kuormansidontaliinat).

14. Muu ajo

Muun ajon kustannukset lasketaan kertomalla muun ajon kilometrimäärä ajoneuvon muuttuvilla kustannuksilla.

15. Yrittäjäriski

Yrittäjäriski lisätään laskelmiin yrityksen kehityksen turvaamiseksi sekä yllättävien kustannusnousujen ja yrityksen välittömien verojen kattamiseksi. Yrittäjäriskiksi määritellään yleensä noin 5 – 10 prosentin osuus ajoneuvon kokonaiskustannuksista. (Suomen Kuljetus ja Logistiikka SKAL ry, 2009.)

2.3.5 Esimerkkejä kuljetusmaksuista

Kustannuslaskennan avulla saadaan määritellyksi ajoneuvon vuotuiset kokonaiskustannukset, joiden pohjalta voidaan laskea esimerkiksi seuraavat kuljetusmaksut:

1. Kilometrimaksu

- Kilometrimaksu (€/km) = kokonaiskustannukset (€/a) / ajosuorite (km/a)

2. Keikkamaksu

- Keikkamaksu (€/keikka) = km-maksu (€/km) x keikkamatka (km)
- Kuormamaksu (€/kuorma) = kokonaiskustannukset (€/a) / kuormien lukumäärä (kpl/a)

3. Tuntimaksu

- Tuntimaksu (€/h) = kokonaiskustannukset (€/a) / käyttötunnit (h/a) (Suomen Kuljetus ja Logistiikka SKAL ry, 2009.)

3 Vähittäiskauppa yhteistyökumppanina

Yhteistyö vähittäiskaupan kanssa on kiinnostava pienyrityksen näkökulmasta, sillä se tarjoaa yritykselle mahdollisuuden laajentaa asiakaskuntaa, ja sen tuotteet saavat uutta näkyvyyttä kaupan hyllyllä. Kauppa asettaa kuitenkin vaatimuksia pienyritykselle, jotka sen pitää pystyä ratkomaan ennen yhteistyön aloittamista. Vaatimukset riippuvat etenkin jakelun laajuudesta. Yrityksen on siksi mietittävä, onko sillä rahkeita valtakunnalliseen jakeluun vai olisiko sen sijaan paikallinen tai alueellinen jakelu riittävä. (Matila; Järvelä; Korhonen; Muilu & Välimaa, 2019.)

Yritys ja kauppa sopivat keskenään tuotteelle parhaiten sopivan jakelumallin, joka riippuu esimerkiksi tuotteen fyysisistä ominaisuuksista tai sen kysynnästä. Tuote voidaan toimittaa kauppaan suoraan ilman välikäsiä, tai alueterminaalin – tai kaupparyhmän keskusvaraston kautta. Tuote voidaan toimittaa myös tukkurin kautta. Toimitusvälit sovitaan tapauskohtaisesti, ja esimerkiksi sesonkituotteilta ei edellytetä jatkuvaa saatavuutta. (Matila; Järvelä; Korhonen; Muilu & Välimaa, 2019.)

Sähköisiä järjestelmiä käyttävät toimittajat saavat kilpailuetua, mutta pienyrityksen resursseilla siirtyminen siihen voi vaatia suuriakin ponnisteluja, eikä se ole välttämättä aina kannattavaa. Sähköisen järjestelmän puuttuessa toimittaja voi käyttää tukkua yhteistyökumppanina, jonka kautta tuote toimitetaan kauppaan. (Matila; Järvelä; Korhonen; Muilu & Välimaa, 2019.)

3.1 Kesko

Kesko on suomalainen pörssiyhtiö, joka toimii kaupan alalla. Kesko toimii päivittäistavarakaupassa, rakentamisen ja talotekniikan kaupassa sekä autokaupassa. Kesko ja sen K-kauppiat muodostavat K-ryhmän, joka on Suomen suurin kaupan alan toimija. (Kesko, 2019a.)

Tuottaja voi pyrkiä K-ryhmän paikalliseen jakeluun ottamalla yhteyttä suoraan valitsemansa myymälän kauppiaseen tai osastovastaavaan. Valtakunnallista jakelua varten Kesko on luonut lähi- ja pientuottajille ohjeistuksen kotisivuilleen. (Kesko, 2016.)

K-ryhmä ei edellytä tuottajalta sähköisen tilaus-toimitusjärjestelmän käyttöä, mikäli tuotteet toimitetaan suoraan sen myymälään. Sähköinen järjestelmä vaaditaan kuitenkin valtakunnallisessa jakelussa. (Matila; Järvelä; Korhonen; Muilu & Välimaa, 2019.)

3.2 S-ryhmä

S-ryhmä on suomalainen vähittäiskaupan ja palvelualan yritysverkosto, jonka omistaa sen asiakkaat eli asiakasomistajat. S-ryhmän muodostaa itsenäiset alueosuuskaupat ja niiden omistama Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). Toimipaikkoja S-ryhmällä on Suomessa yli 1800. (S-ryhmä, ei pvm.)

S-ryhmässä tuottajan yhteyshenkilönä toimii alueellinen valikoimapäällikkö. Tuottaja voi lähestyä alueellista valikoimapäällikköä suoraan tai alueen myymälän kautta. Valtakunnalliseen jakeluun pääsy vaatii yleensä ensin pohjan luomista tuotteelle alueellisesti, jonka jälkeen voidaan arvioida, onko tuotteella valtakunnallista kysyntää. Valtakunnallisesta jakelusta S-ryhmässä päättää valtakunnallinen valikoimapäällikkö, alueellisen valikoimapäällikön esityksestä. (Matila; Järvelä; Korhonen; Muilu & Välimaa, 2019.)

3.3 Lidl Suomi

Lidl on saksalainen päivittäistavarakaupan ketju, joka on toiminut Suomessa vuodesta 2002 alkaen, jolloin Suomeen avattiin sen ensimmäiset myymälät. Nykyään se on kasvanut 180 myymälän ja kolmen jakelukeskuksen verkostoksi Suomessa. Maailmanlaajuisesti sillä on noin 10 800 myymälää 29 maassa. (Lidl, 2019.)

Lidlillä ei ole julkisesti saatavilla olevaa ohjetta pientuottajille siitä, miten jakelu heidän kauttaan tyypillisesti järjestetään.

3.4 Alko

Alko on Suomen valtion omistama osakeyhtiö, joka harjoittaa alkoholijuomien vähittäismyyntiä. Alkolla on monopoli, eli yksinoikeus yli 5,5 % alkoholijuomien vähittäismyyntiin pois lukien pienpanimo-oluet ja tilaviinit, joiden valmistaja voi hakea ulosmyyntioikeutta. (Alko, 2019a.)

Alkon tavoitteet ovat yhteiskunnallisia. Alko pyrkii ehkäisemään alkoholihaittoja, lisäämään hyvinvointia ja ehkäisemään syrjäytymistä. (Alko, 2019a.)

Pientuottajalla on useita väyliä päästä osaksi Alkon valikoimaa paikallisesti tai valtakunnallisesti. Tuottaja voi osallistua Alkon vakiovalikoiman tuotehakuun, joita järjestetään 2020 alkaen kolme kertaa vuodessa. Tuotteita tarjotaan Alkolle sen kumppaniverkon kautta. Tarjous on mahdollista jättää myös sähköpostin tai paperilomakkeen avulla. Viralliset lomakkeet löytyvät Alkon sivuilta. (Alko, 2019b.)

Tuottaja voi listata tuotteitansa myös Alkon tilausvalikoimaan. Tilausvalikoimaan ei ole hakumenettelyä ja tarjouksen voi jättää milloin tahansa. Asiakkaat voivat ostaa näitä tuotteita Alkon verkkokaupan kautta. (Alko, 2019c.)

Valmistajan ollessa pienpanimo tai pientuottaja, on sillä mahdollisuus verkkokaupan lisäksi itse valita (1-10) Alkon myymälät, joihin tuotteita on mahdollista toimittaa paikallisesti (Alko, 2018).

Valmistaja voi toimittaa tuotteensa itse myymälöihin tai ulkoistaa sen ja varastoinnin Alkolle. Alkon kumppaniverkossa ja sivuilla on hintalaskuri tuottajalle, jonka avulla voidaan määrittää tuotteen vähittäismyyntihinta Alkon hyllyllä. (Alko, 2018.)

3.5 Suppilog

Suppilog Oy on 2012 perustettu tukkutavarakaupan tehostamiseen erikoistunut ja tähtäävä teknologiakonserni. Yritys tarjoaa kaupankäyntialustaa päivittäisiin tukkukaupan osto- ja myyntiprosesseihin. Alustan avulla myyjät voivat automatisoida heidän toimintonsa prosesseja, kuten tilauksia ja logistiikkaa. (Suppilog, ei pvm_a.)

Alusta tarjoaa myyjälle myös kokonaisvaltaisen myynti- ja markkinointijärjestelmän, kun heidän tuotteidensa näkyvyys lisääntyy. Myyjä voi tavoittaa alustan avulla myös hankalasti tavoitettavia ostajia ja siten kasvattaa myyntiä. Ostajalle alustan käyttö on helppoa, ja se voi itsenäisesti tilata samasta järjestelmästä useiden eri toimittajien tuotteita samanaikaisesti. (Suppilog, ei pvm_b.)

Tuottaja valitsee Suppilogin logistiikkakumppaneista itselleen parhaiten sopivan, joka hoitaa sen toimituksia. Suppilogin yhteistyökumppaneita ovat muun muassa DB Schenker ja Posti. Sopimuksen mukaisesti tuotteet voivat lähteä tuottajalta suoraan, oman sopimuskumppanin- tai tukkurin kautta. Suoratoimitus on myös mahdollinen. Suppilogin kautta onnistuu myös valtakunnallinen jakelu, jota tarjoaa sen jokainen logistiikkakumppani. (Suppilog, ei pvm_b.)

Tuottajan käymä tavarakaupankäynti maksaa sille Suppilogin järjestelmässä 50 €/kk, jonka päälle asetetaan muutaman prosentin komissio nettokaupankäynnistä. Edellä mainittu kustannus ei kuitenkaan sisällä lisäpalveluita, kuten logistiikkaa, jolle on oma hinnastonsa. (Suppilog, ei pvm_b.)

3.6 Oma kuljetus

Yritys tietää mitä sen toimitusketjussa tapahtuu ja on riippumaton muista, kun se järjestää itse logistiikkansa. Se vaatii kuitenkin aikaa ja osaamista sekä aiheuttaa kustannuksia. Kustannuksia aiheuttaa esimerkiksi oma kuljetuskalusto, henkilöstökustannukset ja näihin liittyvät vakuutukset. (Suomi.fi, 2018.)

Omalla kuljetuksella varmistutaan tavarantoimituksen tuoreudesta ja mahdollisesta esillepanosta. Oma kuljetus voi olla myös nopeampi kuin kaupan tarjoama yhdistetty jakelu, mutta jakeluvolyymien tehokkuutta ei päästä hyödyntämään. On myös hyvä huomioida, että pienyrityksen jakeluautoa ei välttämättä haluta ruuhkauttaa jo ennestään vilkkaita lastauslaitureita myymälöiden yhteydessä. (Päivittäistavarakauppa ry, 2007.)

4 Analyysi toimeksiantajan jakelusta ja palvelutasosta

4.1 Palvelutason määrittäminen

Palvelutaso on yritys- ja asiakaskohtainen. Logistiikassa palvelutaso pyritään pitämään riittävän hyvänä, mahdollisimman pienillä kustannuksilla. Asiakkaiden tarpeet liittyvät usein toimitusaikaan ja -varmuuteen, joista yritys antaa palvelulupauksen. Palvelulupaus voi olla asiakaskohtainen. Palvelutaso määritetään ja sitä seurataan toimitusvarmuuden, -ajan, -täsmällisyyden, -tiheyden ja -kyvyn kautta tilaus-toimitusketjussa. (Ritvanen, 2011.)

Palvelutason ylläpitäminen aiheuttaa luonnollisesti kustannuksia, jotka on pystyttävä hinnoittelemaan. Muuten tuotto katoaa. Monissa tilanteissa asiakas on kuitenkin valmis maksamaan sille lisäarvoa tuottavista palveluista. (Ritvanen, 2011.)

Osa-optimointi eli tilanne, jossa palvelutaso on korkea jossain toiminnossa, mutta jossain matala, vaarantaa yrityksen koko logistisen palvelutason. Resurssien hukkaaminen johtaa taloudellisiin menetyksiin ja asiakaslupauksen pettämiseen. (Ritvanen, 2011.)

4.2 Jakelu pääkaupunkiseudulle

Olarin Panimo on järjestänyt pk-seudun jakelun itsenäisesti. Osa asiakkaista noutaa juomat itse panimolta, jolloin säästetään kuljettamisen kustannuksilta. Panimon jakeluprosessi pääkaupunkiseudulle on siis hyvin yksinkertainen, koska se hoitaa jakelun itsenäisesti. Tämä voidaan todeta kuvasta yksi.



Kuva 1. Olarin Panimon jakeluprosessi.

4.3 Jakelu pk-seudun ulkopuolelle

Olarin Panimolla ei ole jatkuvaa jakelua pk-seudun ulkopuolelle. Satunnainen jakelu hoidetaan joko itse tai Schenkerin kautta, joka on todettu Panimon kilpailutuksessa halvimaksi.

4.4 Panimon oman jakelun kustannukset

Olarin Panimon kuljettajan tehtäviin kuuluvat pakettiauton lastaaminen ja purkaminen sekä tuotteiden jakelu pääkaupunkiseudun kauppoihin ja ravintoloihin. Jakelun kustannukset muodostuvat lähinnä toiminimellä toimivan kuljettajan laskutuksesta. Taulukossa yksi on esitetty kustannuksiin sidonnaiset nimikkeet, mistä on johdettu seuraavat laskelmat:

- Polttoainekustannus $0,99 \text{ €} \times 11 \text{ l} / 100 \text{ km} \times 1800 \text{ km} = 196,02 \text{ €} / \text{kk}$
- Kuljettajan laskutus $2200 \text{ €} / \text{kk}$
- Pakettiauton kustannukset $380 \text{ €} / \text{kk}$
- Kustannukset yhteensä: $196,02 \text{ €} + 2200 \text{ €} + 380 \text{ €} = 2776,02 \text{ €} / \text{kk}$
- Kuljettajan työtunnin hinta: $2200 \text{ €} / 120 \text{ h} = 18,33 \text{ €} / \text{h}$
- Pakettiauton kustannukset: $196,02 \text{ €} + 380 \text{ €} = 576,02 \text{ €} / \text{kk}$
- Pakettiauton kustannukset per kilometri: $576,02 / 1800 \text{ km} = 0,32 \text{ €} / \text{km}$.

Taulukko 1. Kustannusnimikkeet.

Nimike	Määrä	yksikkö
Kuljettajan työtunnit (sis. keräily)	120	h / kk
Kuljettajan laskutus (ei sis. alv)	2200	€ / kk
Pakettiauton kustannukset (ei sis. alv) *	380	€ / kk
Dieselin hinta 9.4.2020 (ei sis. alv) **	0,99	€ / l
Pakettiauton polttoaineen kulutus	11	l / 100km
Ajettavien kilometrien keskiarvo (vuosi 2019)	1800	km / kk
* Sisältää huollot, vakuutuksen ja poistot		
** Dieselin keskiarvo hinta koko Suomessa 9.4.2020 (polttoaine.net)		

Seuraavana on esiteltyä kaksi havainnollistavaa esimerkkiä, joissa lasketaan kustannukset pysähdyskohtaisesti eli stop-kohtaisesti. Kuvassa kaksi on kuvitteellinen 42,3 km pitkä jakelureitti Espoossa, jonka ajamiseen kuljettajalla menee noin kolme tuntia (sis. lastauksen ja kuorman purkamisen). Kuvassa kolme on kuvitteellinen 48,7 kilometrin reitti Espoon ja Helsingin alueella, jonka ajamiseen kuljettajalla menee noin 1,5 tuntia (sis. lastauksen ja kuorman purkamisen).

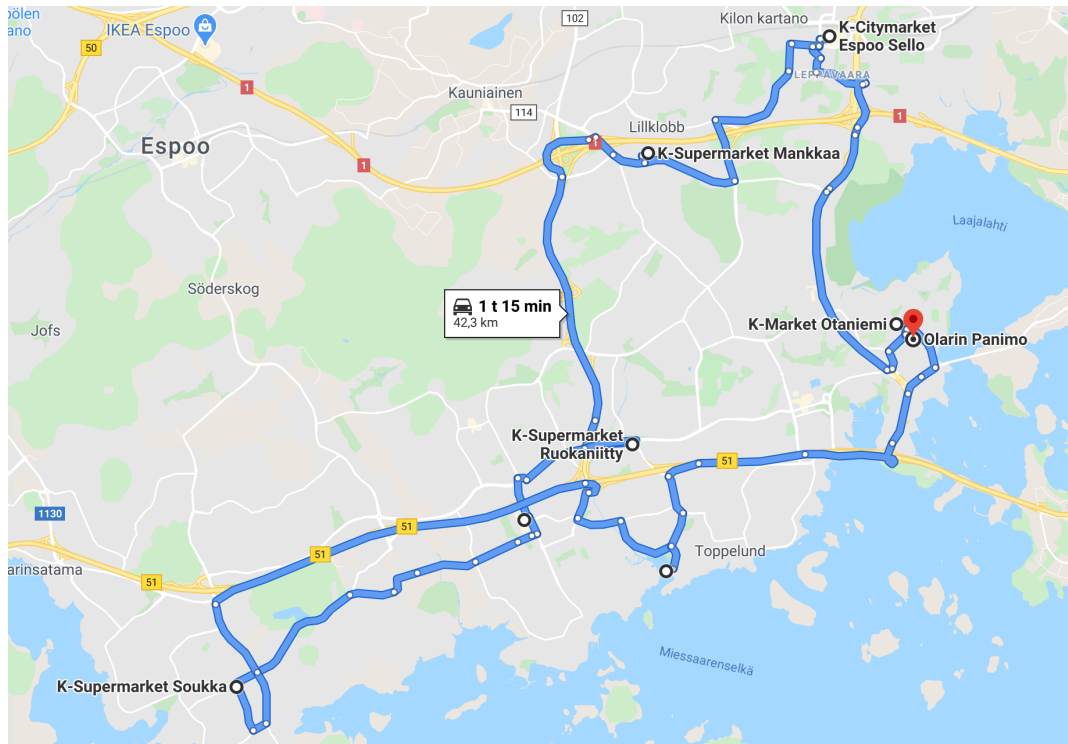
Esimerkissä yksi (kuva 2):

- Jakelun kustannus on $3 \text{ h} \times 18,33 \text{ €} + 42,3 \text{ km} \times 0,32 \text{ €} = 68,526 \text{ €}$
- Stop-kustannus on $68,526 \text{ €} / 7 \text{ stoppia} = 9,78 \text{ €} / \text{stoppi}$

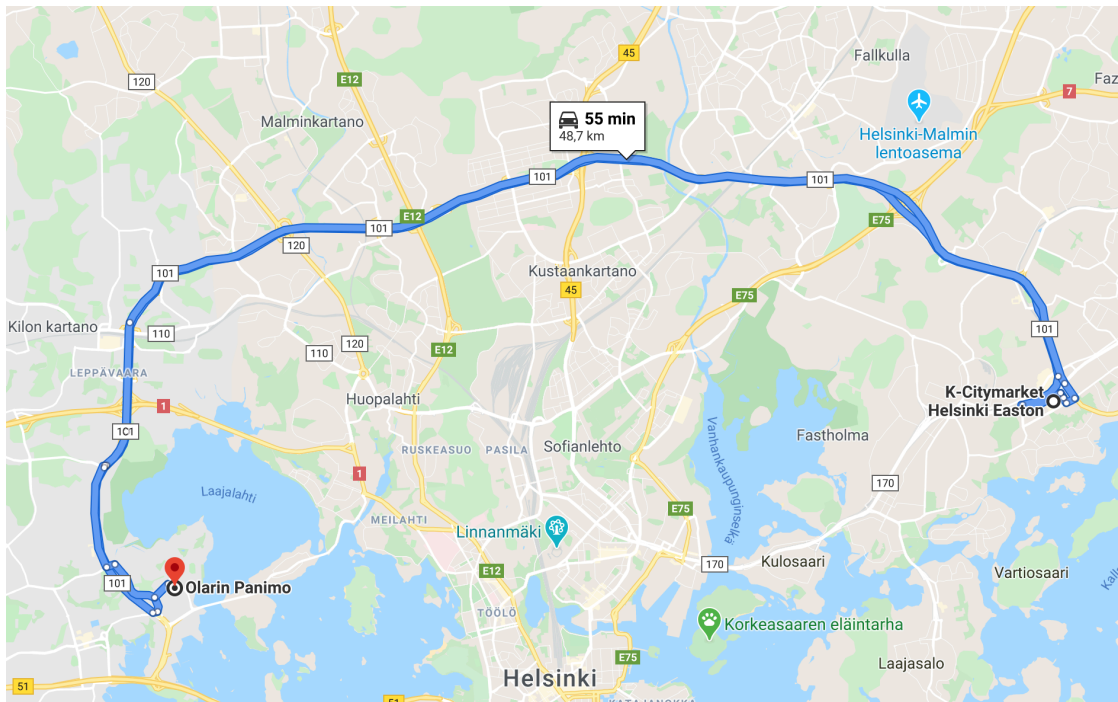
Esimerkissä kaksi (kuva 3):

- Jakelun kustannus on $1,5 \text{ h} \times 18,33 + 48,7 \text{ km} \times 0,32 \text{ €} = 43,079 \text{ €}$
- Stop-kustannus on $43,079 \text{ €} / 1 \text{ stoppi} = 43,079 \text{ €} / \text{stoppi}$

Voidaan havaita, että jakelun kustannus on esimerkin kaksi reitissä pienempi kuin esimerkki yhden, mutta yhden stopin kustannus on yli nelinkertainen suhteessa esimerkin yksi jakelureittiin. Yksittäisiä jakoja ei poikkeuksia lukuun ottamatta kannata tehdä, koska edes palvelutason nousu ei kata siitä koituvia kustannuksia. Mahdollisia poikkeuksia voisi olla esimerkiksi lyhyelle etäisyydelle kuljettaminen tai asiakkaan tarpeeksi suuri kertaostos.



Kuva 2. Esimerkki yksi: jakelureitti (Google Maps, 2020).



Kuva 3. Esimerkki 2: jakelureitti (Google Maps, 2020).

4.5 Panimon nykyinen palvelutaso

4.5.1 Panimon palvelutaso paikallisille toimituksille

Panimon oma jakelu on joustavaa, tuotteet toimitetaan asiakkaalle kolmen päivän sisällä tilauksesta. Toimitusaika on sovittavissa joustavasti, myös iltaisin. Pääkaupunkiseudulla 4 laatikkoa (24 plo/ltk) tai kaksi kegiä (30 l/kpl) toimitetaan ilmaiseksi.

4.5.2 Panimon palvelutaso pidemmille toimituksille

Panimo lupaa, että maanantaina tai tiistaina tehdyt tilaukset ovat perillä asiakkaalla viimeistään perjantaina koko Suomessa. Suurin osa myös keskiviikkona tehdyistä tilauksista ehtii perille perjantaiksi. Ennen kello 12:40 tilattu kyyti ehtii saman päivän kuljetukseen ja on esimerkiksi Oulussa perillä jo seuraavana päivänä. Pidemmässä toimituksessa rahtivapaasti toimitetaan 10 laatikkoa (24 plo/ltk) tai 4 kegiä (30 l/kpl).

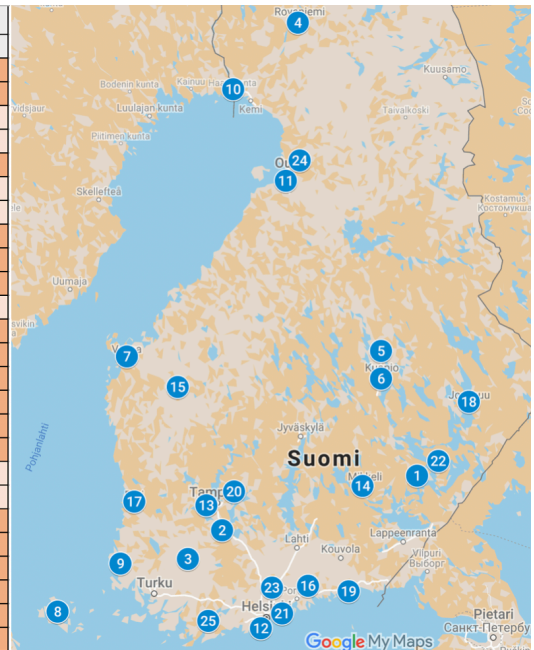
5 Pienpanimoiden jakelukanavat

5.1 Pienpanimot Keskon valikoimassa

Keskon paikallisessa ja valtakunnallisessa valikoimassa on 25 pienpanimoa ympäri Suomea (Kesko, 2019b). Panimot, niiden sijainti ja valikoiman laajuus on ilmoitettu tarkemmin taulukossa kaksi. Keskon kautta tilattavien pienpanimotuotteiden valtakunnallisen valikoiman osuus on 72 prosenttia ja vain paikallisesti tilattavien valikoima 28 prosenttia. K-kauppojen paikallinen valikoima on kuitenkin huomattavasti laajempi, koska pienpanimot voivat kuljettaa itse tuotteitaan marketteihin. Valtakunnallisesti tilattavia tuotteita voi tilata jokainen K-kauppias paikkakunnasta riippumatta, mutta erottautuminen näillä tuotteilla ei kuitenkaan onnistu. Tämän takia kauppiaat hankkivat pienpanimotuotteita myös suoraan panimoilta.

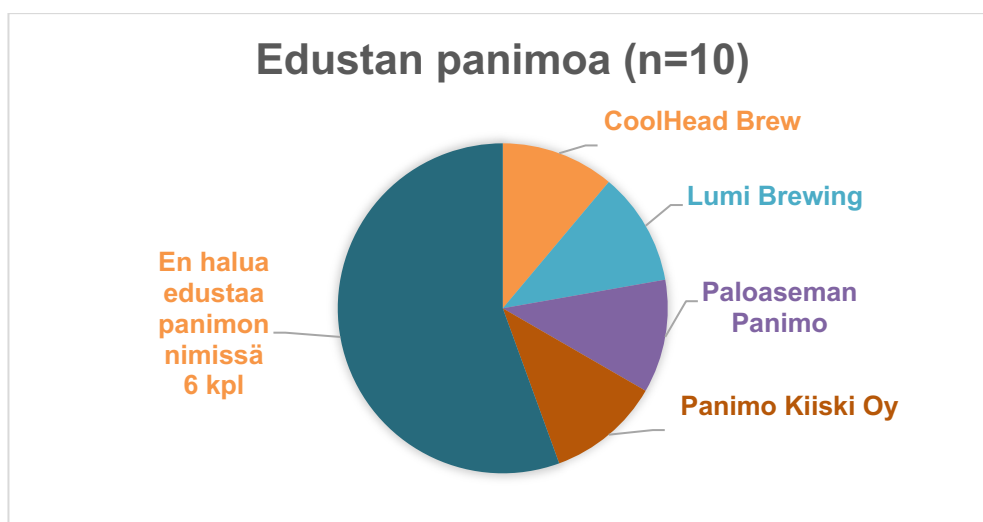
Taulukko 2. Keskon valikoimassa olevat pienpanimot (Kesko, 2019b); (Google My Maps, 2019).

Keskon valikoimassa olevat pienpanimot	Sijainti	Valikoima
Tiedot haettu 09.12.2019		
1. Mustan Virran Panimo	Savonlinna	valtakunnallinen
2. Hopping Brewsters Beer company Oy	Akaa	valtakunnallinen
3. Loimaan Panimo Oy	Loimaa	paikallinen
4. Lapin Panimo	Rovaniemi	Paikallinen
5. RPS Brewing	Kuopio	valtakunnallinen
6. Iso-Kallan Panimo Oy	Kuopio	paikallinen
7. Bock's Corner Brewery	Vaasa	paikallinen
8. Pub Stallhagen	Ahvenanmaa	valtakunnallinen
9. Vakka-Suomen Panimo	Uusikaupunki	valtakunnallinen
10. Tornion Panimo	Tornio	valtakunnallinen
11. Maistila	Oulu	paikallinen
12. Bitter-B Oy (Suomenlinnan panimo)	Suomenlinna	valtakunnallinen
13. Nokian Panimo	Nokia	valtakunnallinen
14. Saimaan juomatehdas	Mikkeli	valtakunnallinen
15. Mallaskosken panimoravintola	Seinäjoki	valtakunnallinen
16. Malmgårdin Panimo Oy	Malmgård	valtakunnallinen
17. Ruosniemen panimo	Pori	valtakunnallinen
18. Panimo Honkavuori Oy	Joensuu	paikallinen
19. Kotka Steam Brewery	Kotka	paikallinen
20. Pyynikin käsityöläispanimo	Tampere	valtakunnallinen
21. Stadin Panimo Oy	Helsinki	valtakunnallinen
22. Wahto Brewery	Savonlinna	valtakunnallinen
23. Maku Brewing	Tuusula	valtakunnallinen
24. Sonnisaari panimo	Oulu	valtakunnallinen
25. Fiskarsin panimo	Fiskari	valtakunnallinen



5.2 Kyselytutkimus pienpanimoille

Suomessa toimiville pienpanimoille kohdistettiin kysely tammikuussa 2020. Kyselyn avulla pyrittiin ymmärtämään enemmän siitä, miten pienpanimot ovat järjestäneet jakelun heidän asiakkailleen. Kysely lähetettiin sähköpostin kautta 20 pienpanimolle, jotka sijaitsevat Helsingissä, Espoossa, Tuusulassa, Loviisassa, Fiskarsilla, Nummella, Kotkassa, Mäntsälässä, Porissa, Nurmijärvellä ja Lohjalla. Kyselyyn vastasi kymmenen pienpanimoa, joista kuusi anonyymisti (katso kuva 4).

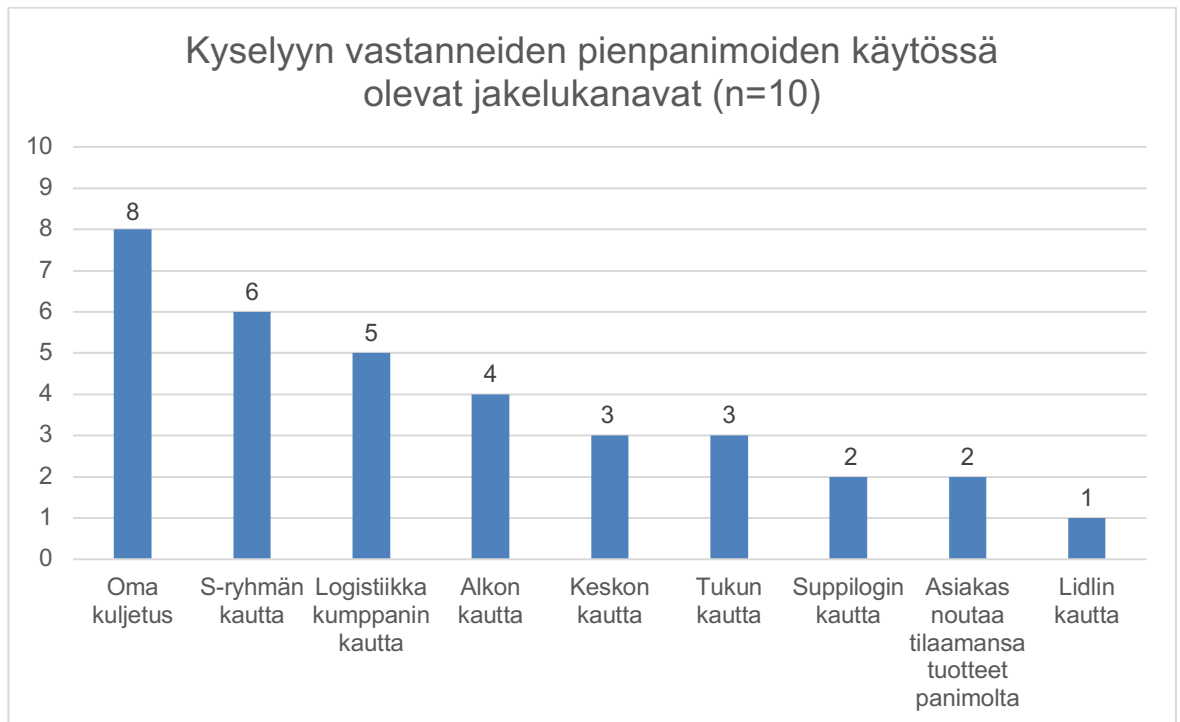


Kuva 4. Kyselytutkimukseen vastanneet pienpanimot.

5.2.1 Kyselyyn vastanneiden pienpanimoiden käytössä olevat jakelukanavat

Kyselyyn vastanneiden kymmenen panimon joukosta selkeästi suosituin jakelukanava oli oma kuljetus, joka oli käytössä kahdeksalla panimolla. Toiseksi suosituin jakelukanava oli S-ryhmä, joka ehkä hieman yllättäen nousi selkeästi suuremmaksi kuin Kesko. Yllätys tämä on lähinnä siksi, että K-kaupat panostavat erityisesti pienpanimovalikoimaan. K-kauppojen paikalliseen jakeluun on kuitenkin helppo päästä, koska panimo voi kuljettaa itse juomansa lähimpiin marketteihin, eikä siltä vaadita sähköistä tilaus-toimitusjärjestelmää näissä tapauksissa. Ison ristiriidan aiheuttaa kuitenkin se, että K-kauppiaille suunnatun kyselyni mukaan kaikki 10 vastannutta kauppiasta tilaisi pienpanimotuotteita mieluiten keskusvaraston kautta, eikä suoraan panimolta. Kolmanneksi eniten

käytetty jakelukanava oli logistiikka kumppani, jota käytti viisi panimoa. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi kuin yksi vaihtoehto, jonka takia vastausten määrä on suurempi kuin vastaajamäärä (katso kuva viisi).



Kuva 5. Kyselyyn vastanneiden pienpanimoiden käytössä olevat jakelukanavat.

5.2.2 Miksi kyselyyn osallistuneet pienpanimot ovat järjestäneet kuljetuksensa kuvan viisi mukaisesti?

Erilaisia panimoiden käytössä olevia jakelukanavia oli yhdeksän kappaletta (katso kuva 4), joista panimot olivat muodostaneet omat jakeluratkaisunsa. Jakelukanavista muutama oli suosituimpia kuin muut, kuten oma kuljetus ja S-ryhmä, mutta erilaisten jakelukanavien yhdistelmät olivat kymmenen panimon verrokkiryhmässä kahta panimoa lukuun ottamatta erilaisia. Näillä kahdella panimolla oli kummallakin käytössä sekä oma kuljetus, että logistiikkakumppani.

Kyselyn tulosten satunnaisuus kertonee siitä, että pienpanimot ovat todella erilaisissa tilanteissa. Panimoita on eri kokoisia, ja ne sijaitsevat pienillä ja suurilla paikkakunnilla. Pienellä paikkakunnalla ei ole välttämättä kysyntää koko pienpanimon tuotannolle, joten panimon on pakko pyrkiä laajentamaan jakelukanaviaan valtakunnallista jakelua varten. Suurin osa pienpanimoista on myös vasta perustettuja, jolloin panimot eivät ole välttämättä vielä onnistuneet tai ehtineet miettimään jakelukanaviaan, vaan lähinnä kokeilevat erilaisia ratkaisuja, ja karsivat myöhemmin vähiten optimaalisimmat pois. Monet pienpanimot hakenevat laajoilla jakelukanavilla myös näkyvyyttä, koska kilpailu alalla on kiristynyt merkittävästi viime vuosina.

6 Olutravintolan suhde pienpanimoon

6.1 Kyselytutkimus olutravintoloille

Suomessa toimiville olutravintoloille kohdistettiin kysely joulukuun 2019 – tammikuun 2020 välisenä aikana, jolla pyrittiin kartoittamaan ja ymmärtämään paremmin pienpanimon ja ravintolan suhdetta juomien jakelussa. Kyselyyn oli mahdollisuus vastata anonyymisti tai ravintolan nimissä. Kysely lähetettiin sähköpostin kautta 34 olutravintolalle, jotka sijaitsevat Helsingissä, Espoossa, Vantaalla, Tampereella, Turussa, Lahdessa, Porvoossa, Hämeenlinnassa, Jyväskylässä ja Hyvinkäällä. Kyselyyn vastasi 14 ravintolaa, joista yhdeksän anonyymisti. Kyselyyn vastanneet ravintolat on ilmoitettu kuvassa kuusi.

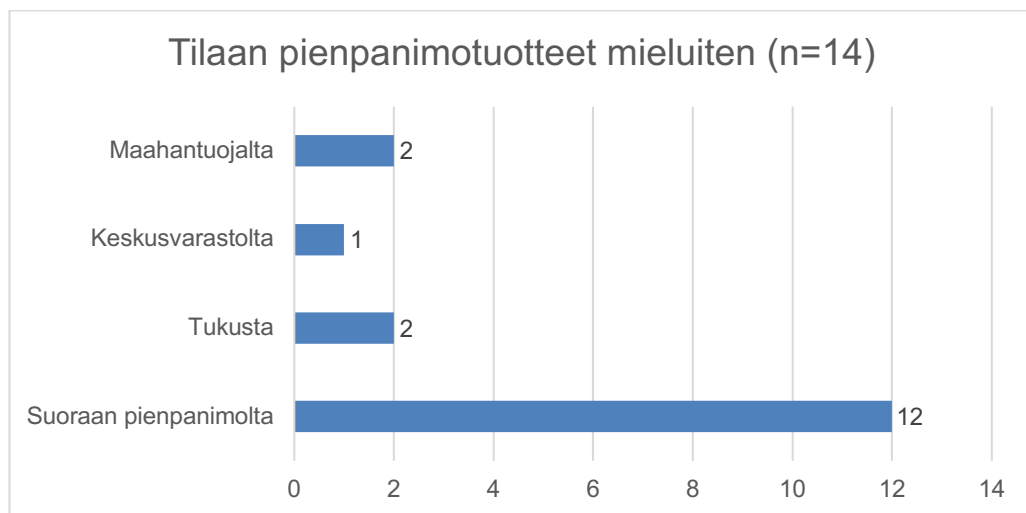


Kuva 6. Kyselytutkimukseen osallistuneet ravintolat

6.1.1 Mistä olutravintolat tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita?

Kyselyyn vastanneista ravintoloista 12 tilasi pienpanimotuotteita mieluiten suoraan pienpanimolta, joka oli ylivoimaisesti suosituin tilaustapa ravintoloiden keskuudessa. Maahantuojalta ja tukusta tilasi mieluiten kaksi ravintolaa kummastakin ja keskusvarastolta yksi ravintola. Osa vastanneista ilmoitti useamman kuin yhden tavan, miten he tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita (katso kuva 7).

Vastanneista ravintoloista kukaan ei tilannut pienpanimotuotteita Suppilogin kautta. Yksi anonymisti vastanneista suoraan pienpanimolta tilaava ravintola ilmoitti kuitenkin, että Suppilog on monella tapaa huono, mutta ei perustellut kantaansa sen enempää.



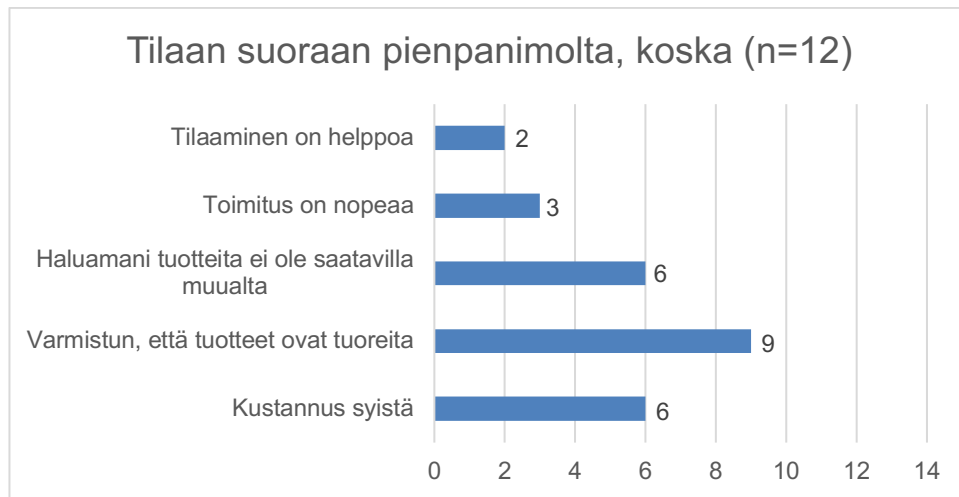
Kuva 7. Miten olutravintolat tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita?

6.1.2 Miksi olutravintolat tilaavat suoraan pienpanimolta?

Suurin osa vastanneista ravintoloista tilasi pienpanimotuotteita mieluiten suoraan pienpanimolta, mutta miksi? Ravintolat ilmoittivat useita syitä, joista kyselyssä suurimmaksi nousi vaihtoehto ”varmistun, että tuotteet ovat tuoreita”, jonka oli valinnut peräti yhdeksän vastaajaa kahdestatoista. Seuraavaksi eniten valittiin kohtia ”kustannussyistä” ja ”haluamani tuotteita ei ole saatavilla muualta”. Syiksi valittiin myös kohdat ”toimitus on nopeaa” ja ”tilaaminen on helppoa”. Syiksi tilata suoraan pienpanimolta mainittiin myös suhdetoiminta, sekä se, että on mukava olla yhteydessä suoraan tuottajaan.

Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi kuin yksi vaihtoehto, jonka takia vastausten määrä on suurempi kuin vastaajamäärä (katso kuva 8).

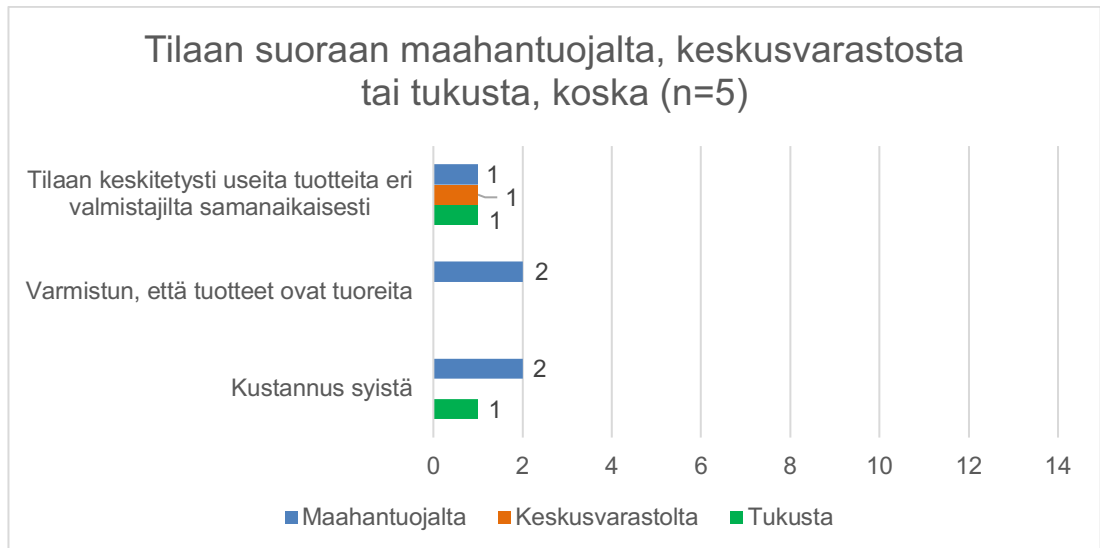
Vastausten perusteella ravintolat arvostavat erityisesti oluen tuoreutta, mutta haluavat olla myös kustannustehokkaita ja tilaavat siksi suoraan pienpanimolta. Osa ravintoloista tilaa suoraan pienpanimoilta oletettavasti myös pakon edestä, sillä heidän haluamiaan tuotteita ei ole saatavilla muualta.



Kuva 8. Miksi olutravintolat tilaavat suoraan pienpanimolta?

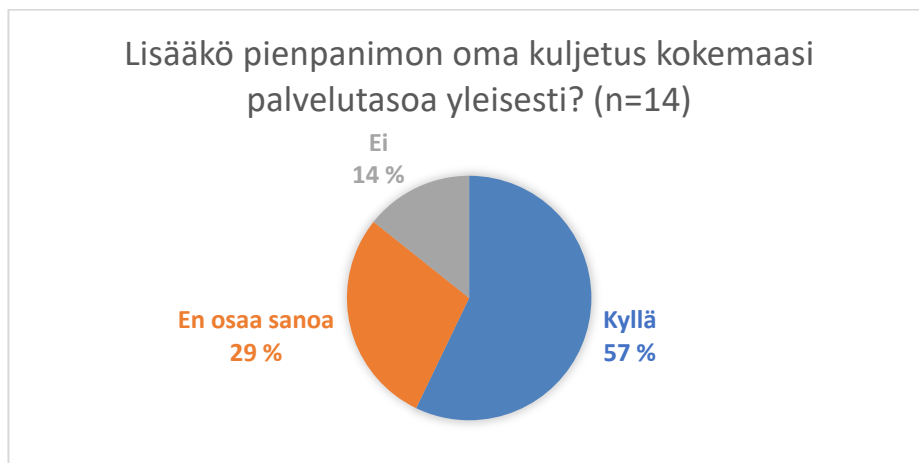
6.1.3 Miksi olutravintolat tilaavat pienpanimotuotteita maahantuojan, keskusvaraston ja tukun kautta?

Tukusta, maahantuojalta ja keskusvarastolta tilataan pienpanimotuotteita, jotta ostot saadaan keskitettyä ja voidaan samaan aikaan ostaa usealta eri valmistajalta tuotteita. Maahantuojalta tilaavat ilmoittivat syiksi myös ”varmistun, että tuotteet ovat tuoreita” ja ”kustannus syistä”. Tukusta tilannut ravintola oli valinnut myös vaihtoehdon ”kustannus syistä”, perusteeksi tukusta tilaamiseen. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi kuin yksi vaihtoehto, jonka takia vastausten määrä on suurempi kuin vastaaja määrä (katso kuva 9).



Kuva 9. Miksi olutravintolat tilaavat pienpanimotuotteita maahantuojalta, keskusvarastosta tai tukusta?

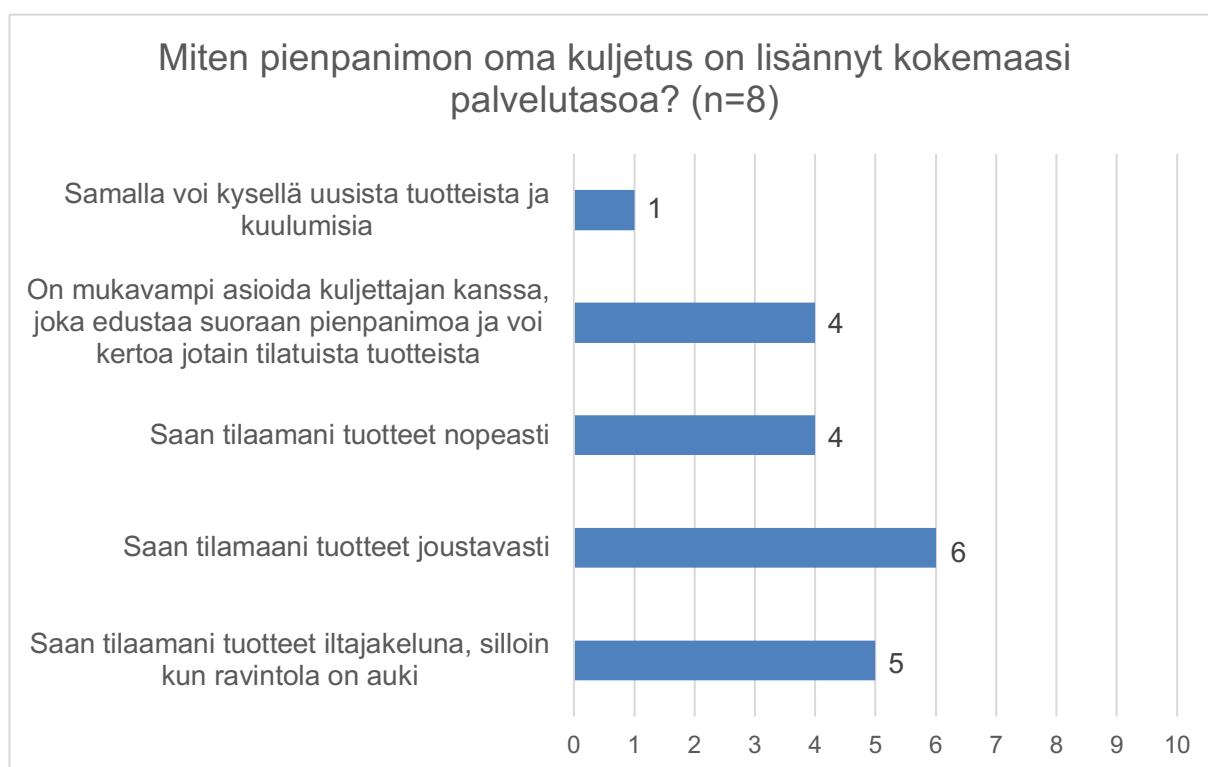
Ravintoloista 57 prosenttia ilmoitti, että panimon oma kuljetus lisää heidän kokemaansa palvelutasoa yleisellä tasolla. Noin 30 prosenttia ei osannut ilmoittaa kantaansa ja 14 prosentin mielestä palvelutaso ei lisääny, jos pienpanimo kuljettaa juomansa itse ravintolan ovelle asti (katso kuva 10).



Kuva 10. Lisääkö pienpanimon oma kuljetus olutravintolan kokema palvelutasoa yleisesti?

6.1.4 Miten pienpanimon oma kuljetus on lisännyt olutravintolan kokema palvelutasoa?

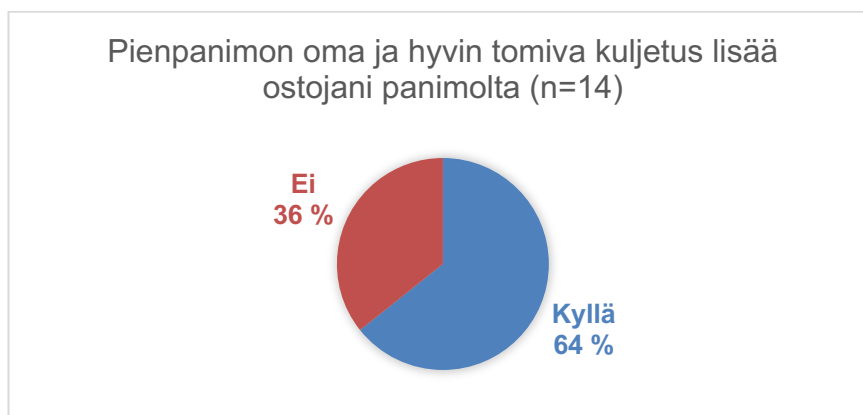
Kahdeksan ravintolaa eli 57 prosenttia vastanneista koki, että pienpanimon oma kuljetus on lisännyt heidän kokema palvelutasoa, mutta miten? Pienpanimoiden omaa kuljetusta pidettiin joustavana, mikä näkyy esimerkiksi siinä, että ravintolat voivat saada pienpanimotuotteita myös iltajakeluna silloin, kun ravintola on auki. Ravintolat arvostivat myös kuljetuksien nopeutta. Osa arvosti myös mahdollisuutta asioida suoraan panimon edustajan kanssa, jonka kanssa voi kuljetusten yhteydessä keskustella toimitettavista tuotteista ja uudesta tulevista uutuuksista. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi kuin yksi vaihtoehto, jonka takia vastausten määrä on suurempi kuin vastaaja määrä (katso kuva 11).



Kuva 11. Miten pienpanimon oma kuljetus on lisännyt olutravintolan kokema palvelutasoa?

6.1.5 Lisääkö pienpanimon oma ja hyvin toimiva kuljetus olutravintolan ostoja panimolta?

Ravintoloista yhdeksän eli 64 prosenttia ilmoitti, että pienpanimon oma ja hyvin toimiva kuljetus lisää heidän ostojaan panimolta. ”Kyllä” -vastanneista seitsemän oli ravintoloita, jotka olivat vastanneet pienpanimon oman kuljetuksen lisänneen heidän kokema palvelutasoa. Tämän perusteella voidaan olettaa, että mikäli pienpanimon oma kuljetus lisää ravintolan kokema palvelutasoa, ovat ravintolat myös valmiita lisäämään ostojaan suoraan pienpanimolta (katso kuva 12).

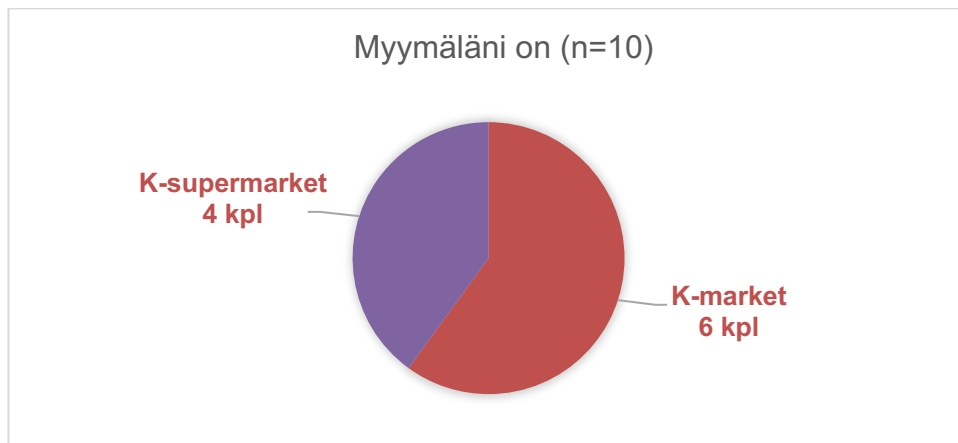


Kuva 12. Pienpanimon oma ja hyvin toimiva kuljetus lisää ostojaani panimolta?

7 K-kauppiaan suhde pienpanimoon

7.1 Kyselytutkimus K-ryhmän kauppiaalle

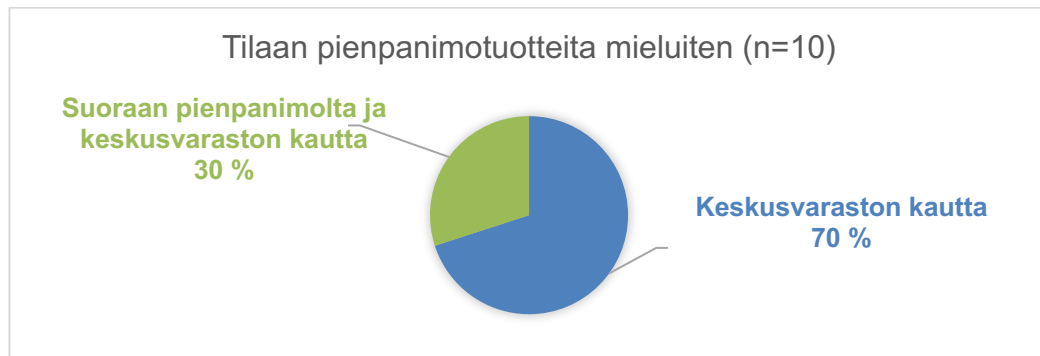
K-ryhmän kauppiaalle kohdistettiin kysely joulukuun 2019 – tammikuun 2020 välisenä aikana, jonka avulla pyrittiin ymmärtämään, miten K-kauppiat haluavat tilata pienpanimotuotteita myymälöihin. Kysely lähetettiin sähköpostin kautta 44 K-kauppiaalle. Kauppiat edustivat K-marketia, K-supermarketia ja K-citymarketia, jotka sijaitsevat Helsingin, Espoon, Vantaan, Tampereen ja Turun seuduilla. Kyselyyn vastasi kymmenen kauppiasta, joista neljä edusti K-supermarketia ja kuusi K-marketia. (katso kuva 13).



Kuva 13. Kyselyyn osallistuneet K-kauppioiden myymälät.

7.1.1 Miten K-kauppiat tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita?

Kyselyyn vastanneet K-kauppiat tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita keskusvaraston kautta. Kolme vastanneista ilmoitti keskusvarastosta tilaamisen lisäksi tilaavansa myös suoraan pienpanimolta (katso kuva 14).

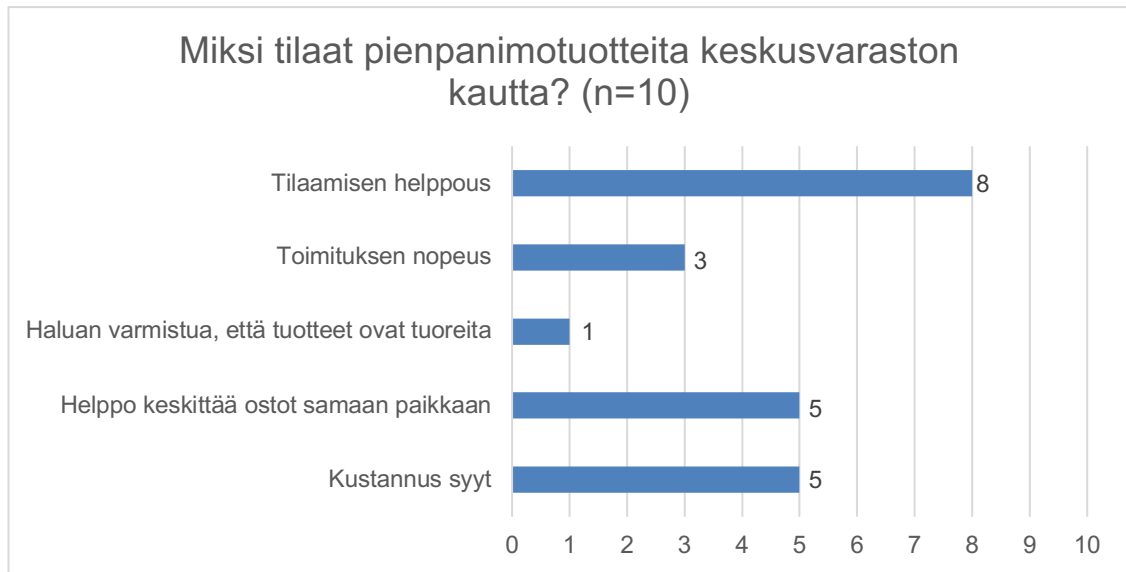


Kuva 14. Miten K-kauppiat tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita?

7.1.2 Miksi K-kauppiat tilaavat pienpanimotuotteita keskusvaraston kautta?

Kauppiat tilasivat pienpanimotuotteita keskusvaraston kautta eniten siksi, koska se on helppoa (automaattiset tilaukset), kustannustehokasta ja samalla voi tilata usean panimon tuotteita. Kolme kauppiasta oli myös ilmoittanut toimituksen nopeuden olevan tärkeä tekijä keskusvarastosta tilaamisessa. Yksi vastaajaa ilmoitti, että varmistuu tuotteiden tuoreudesta, kun tilaa ne keskusvaraston kautta. Kolme kauppiasta tilasi myös suoraan pienpanimolta, jos heidän haluamiaan tuotteita ei ole saatavilla muualta, mutta ensisijaisesti myös nämä kauppiat suosivat keskusvarastoa. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi kuin yksi vaihtoehto, jonka takia vastausten määrä on suurempi kuin vastaajamäärä (katso kuva 15).

Yhden kauppiaan mielestä pienpanimotuotteiden lisäarvo tulee nimenomaan siitä, että niitä ei ole tarjolla keskusvaraston kautta ja hän voi K-marketin kauppiana tilata niitä tehokkaasti ja nopeasti suoraan pienpanimolta, jolloin esimerkiksi isoilla kilpailijaketjulla ei ole mahdollisuutta tilata niitä samalla tavalla. Kyseinen kauppias tilaa kyselyn mukaan kuitenkin pienpanimotuotteita mieluiten keskusvaraston kautta, koska hänen mukaansa sen kautta kaiken tilaaminen on niin paljon helpompaa.



Kuva 15. Miksi K-kauppiat tilaavat pienpanimotuotteita keskusvaraston kautta?

8 Kehitysehdotukset ja yhteenveto

8.1 Kehitysehdotukset

Paikallista ja valtakunnallista jakelua voi tehdä monen eri jakelukanavan turvin. Kymmenen panimon esimerkkijoukosta vain kaksi jakelukanavien yhdistelmää oli yhtenäisiä. Oikeat jakelukanavat panimon tarpeeseen löytynevät yhdistelemällä erilaisia jakelukanavia. Tutkimuksen ja Olarin panimon asiakaskunnan sekä nykyisen jakelun pohjalta on luotu seuraavat kehitysehdotukset jakelun kehittämisen tueksi:

Paikallisessa jakelussa tulee jatkaa oman kuljetuksen käyttöä: Kyselyn mukaan ravintolat haluavat ostaa suoraan pienpanimolta, koska silloin he varmistuvat oluen tuoreudesta. Pienpanimolta tilattiin myös kustannus syistä. Yli puolet (57%) kyselyyn vastanneista ravintoloista oli sitä mieltä, että pienpanimon oma kuljetus lisää heidän kokemaa palvelutasoa. Ravintolat kertoivat palvelutason nousseen, koska pienpanimon omat kuljetukset ovat joustavia (esim. mahdollisuus iltajakeluun) ja nopeita. Yhdeksän kyselyyn vastannutta ravintolaa (64%) kertoi lisäävänsä ostoja pienpanimolta, jos sillä on oma ja hyvin toimiva kuljetus.

Keskon paikalliseen tai valtakunnalliseen valikoimaan liittymistä tulee selvittää: Kyselyn mukaan K-kauppiat tilaavat mieluiten keskitetysti, koska se on helppoa (automaattiset tilaukset) ja kustannustehokasta. Kyselyssä selvisi myös se, että K-kauppiat tilaavat suoraan pienpanimolta ainoastaan silloin, kun heidän haluamiaan tuotteita ei ole muualta (keskusvarastolta) saatavilla.

S-ryhmän paikalliseen tai valtakunnalliseen valikoimaan liittymistä tulee selvittää: Kyselyyn vastanneiden pienpanimoiden keskuudessa jako S-ryhmän kautta oli suosittumpaa kuin Keskon. Liittyminen S-ryhmän valikoimaan saattaisi samalla lisätä myyntiä myös S-ryhmän ravintoloissa.

Logistiikka kumppanin käyttöä tulee jatkaa valtakunnallisessa jakelussa: Keskon tai S-ryhmän valtakunnalliseen jakeluun pääseminen ei ole välttämättä riittävä kattamaan nopeita ja yllättäviä toimitustarpeita esimerkiksi ravintoloille.

Muut jakelukanavat: Panimon tulee selvittää myös muiden jakelukanavien hyödyntämistä, koska asiakkaiden preferenssit saattavat muuttua sen suhteen, mistä he tilaavat mieluiten pienpanimotuotteita myös tulevaisuudessa.

8.2 Yhteenveto

Työn tavoitteena oli kehittää pienpanimon jakelua sekä selvittää asiakkaiden mieltymyksiä siitä, miten he haluavat ostaa pienpanimotuotteita. Tavoitteesta huolimatta työn pohjalta ei ole mahdollista määrittää yksiselitteistä optimaalista tapaa järjestää juomien kuljettamista Olarin panimolta sen asiakkaille. Optimaalisin ratkaisu panimon tarpeeseen on monen jakelukanavan yhdistelmä, mutta tutkimuksen pohjalta sitä ei voida saumattomasti todeta, millainen yhdistelmä olisi toimivin. Tutkimuksen ja kyselyiden pohjalta panimolle luotiin kehitysehdotuksia erilaisista jakelukanavista, joiden käyttöä panimon tulee jatkaa tai selvittää niiden käyttöönottoa. Panimolle suositellaan työn pohjalta oman kuljettamisen jatkamista paikallisessa jakelussa sekä logistiikkakumppanin käyttöä pidemmissä kuljetuksissa. Panimon tulee myös selvittää Keskon ja S-ryhmän pysyvään valikoimaan liittymistä sekä seurata alan trendejä ja asiakkaiden preferenssejä tilauskäytäntöjen suhteen.

Työn aikana selvisi, että vähittäiskauppojen käytännöistä pientuottajien suhteen on niukasti tai ei ollenkaan julkisesti saatavilla olevaa tietoa, siitä, miten pientuottaja voi päästä osaksi heidän valikoimaansa. Kyselytutkimuksien tulokset sen sijaan paljastivat, että ravintoloilla ja K-kauppiaille on erilaiset preferenssit tilauskäytäntöjen suhteen. Suurin osa olutravintoloista tilaa pienpanimotuotteita suoraan panimoilta, kuljetuksen joustavuuden, nopeuden ja tuotteiden tuoreuden takia. K-kauppiat sen sijaan suosivat keskusvarastosta tilaamista lähinnä sen helppouden ja kustannussyiden takia. Panimoille suunnattu kysely osoitti, että pienpanimoilla on kirjava joukko erilaisia jakelukanavia käytössään. Kyselyyn vastanneista panimoista vain kahdella oli samanlainen jakelukanavien yhdistelmä käytössään, mikä oli yllättävää.

Lähteet

Alko. (2018). Alkoholijuomien valikoimaanotto ja vähittäismyynti. Helsinki: Alko Oy.

Alko. (2019a). Verkkoaineisto. Alkon perustehtävä. Haettu joulukuu 2019 osoitteesta Yhteiskunnallinen rooli: <https://www.alko.fi/alko-oy/yritys/yhteiskunnallinen-rooli/merkitys>. Luettu 19.12.2019.

Alko. (2019b). *Ostosuunnitelma*. Helsinki: Alko Oy.

Alko. (2019c). Verkkoaineisto. *Tilausvalikoima*. Haettu joulukuu 2019 osoitteesta Valikoimaanotto ja valikoima: <https://www.alko.fi/alko-oy/tavarantoimittajille/valikoimaanotto-ja-valikoima/tilausvalikoima>. Luettu 19.12.2019.

Google Maps. (2020). Verkkoaineisto. Karttatiedot. Luettu 10.03.2020.

Google My Maps. (2019). Verkkoaineisto. Karttatiedot. Luettu 09.12.2019.

Kesko. (2016). Verkkoaineisto. *Lähi- ja pientuottajat*. Haettu marraskuu 2019 osoitteesta Kesko.fi: <https://www.kesko.fi/yritys/Tavarantoimittajat/lahi--ja-pientuottajat/>. Luettu 22.11.2019.

Kesko. (2019a). Verkkoaineisto. *Kesko lyhyesti*. Haettu 2019 marraskuu osoitteesta Kesko.fi: <https://www.kesko.fi/yritys/kesko-lyhyesti/>. Luettu 22.11.2019.

Kesko. (2019b). Verkkoaineisto. *Pientuottajat*. Haettu joulukuu 2019 osoitteesta Kespro tuotteet: <https://www.kespro.com/tuotteet/pientuottajat>. Luettu 09.12.2019.

Lidl. (2019). Verkkoaineisto. *Lidlin historia*. Haettu joulukuu 2019 osoitteesta Lidl Suomi: <https://corporate.lidl.fi/lidl-yrityksenae/history>. Luettu 15.12.2019.

Logistiikan Maailma. (ei pvm_b). Verkkoaineisto. *Maantiekuljetus*. Haettu huhtikuu 2020 osoitteesta: <http://www.logistiikanmaailma.fi/kuljetus/maantiekuljetus/>. Luettu 10.04.2020.

Logistiikan Maailma. (ei pvm). Verkkoaineisto. *Kuljetusten ja jakelun logistiikkaa*.

Haettu huhtikuu 2020 osoitteesta:

<http://www.logistiikanmaailma.fi/aineistot/logistiikkaalukiolaisille/kuljetusten-ja-jakelun-logistiikka/>. Luettu 10.04.2020.

Lukkari, E. (2019). Verkkoaineisto. *Logistiikkaselvitys 2018: Suomalaisyriyten logistiikkakustannukset jatkaneet kasvuaan*. Haettu marraskuu 2019 osoitteesta Osto & logistiikka: <https://www.ostologistiikka.fi/kategoriat/sisalogistiikka/logistiikkaselvitys-2018>. Luettu 26.11.2019.

Matila, K.; Järvelä, M.-L.; Korhonen, K.; Muilu, T.; & Välimaa, A.-L. (2019).

Verkkoaineisto. *Miten pienelintarvikeyritys saa tuotteensa kaupan valikoimiin?* Haettu marraskuu 2019 osoitteesta [oamk.fi/epooki/](http://www.oamk.fi/epooki/):

<http://www.oamk.fi/epooki/2019/pienelintarvikeyritys-tuotteensa-kaupan-valikoimiin/>. Luettu 22.11.2019.

Oksanen, R. (2003). *Kuljetusten toimintolaskennan sovellukset ja toteutus*. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.

Päivittäistavarakauppa ry. (2007). *Pienet ja keskisuuret tavarantoimittajat kaupan yhteistyökumppaneina*. Kirjapaino Uusimaa: Päivittäistavarakauppa ry.

Ritvanen, V. (2011). Logistiikka palvelee. Teoksessa L. maailma, *Logistiikan ja toimitusketjun hallinnan perusteet*. Suomen Huolintaliikkeiden Liitto ry, Suomen Osto- ja Logistiikkayhdistys LOGY ry.

S-ryhmä. (ei pvm). Verkkoaineisto. *Tietoa S-ryhmästä*. Haettu marraskuu 2019 osoitteesta [S-ryhmä.fi: https://s-ryhma.fi/tietoa-meista/tietoa-s-ryhmasta](https://s-ryhma.fi/tietoa-meista/tietoa-s-ryhmasta). Luettu 27.11.2019.

Suomen Kuljetus ja Logistiikka SKAL ry. (2009). *Ajoneuvon kustannuslakennan perusteet*. SKAL ry.

Suomi.fi. (2018). Verkkoaineisto. *Logistiikan suunnittelu*. Haettu 2019 marraskuu osoitteesta [Suomi.fi: https://www.suomi.fi/yritykselle/liiketoiminnan-](https://www.suomi.fi/yritykselle/liiketoiminnan-)

kehittaminen/markkinointi-ja-myynti/opas/logistiikka/logistiikan-suunnittelu. Luettu 27.11.2019.

Suppilog. (ei pvm_a). Verkkoaineisto. *Yritys*. Haettu marraskuu 2019 osoitteesta Suppilog.fi: <https://www.suppilog.fi/yritys/>. Luettu 27.11.2019.

Suppilog. (ei pvm_b). Verkkoaineisto. *Myyjäyritykset*. Haettu marraskuu 2019 osoitteesta Suppilog.fi: <https://www.suppilog.fi/myyjat/>. Luettu 27.11.2019.

Kyselypohja: pienpanimot

11.1.2020

Kysely pienpanimoiden jakelusta

Kysely pienpanimoiden jakelusta

1. Edustan panimoa

Jätä kohta tyhjäksi, jos et halua edustaa panimon nimissä.

2. Jakelu on järjestetty panimollani seuraavasti

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit myös kirjoittaa vapaamuotoisesti. Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Oma kuljetus
- Keskon kautta
- S-ryhmän kautta
- Lidlin kautta
- Alkon kautta
- Tukun kautta
- Suppilogin kautta
- Logistiikka kumppanin kautta
- Asiakas noutaa tilaamansa tuotteet panimolta
- Muu: _____

3. Miksi jakelu on järjestetty ed. mainitulla tavalla?

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit myös kirjoittaa vapaamuotoisesti. Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- kustannus syyt
- Jakeluni on paikallista
- Jakeluni on valtakunnallista
- Näkyvyyden lisääminen
- Saavutan lisäämyntiä
- Optimoin palvelutasoani
- Jakelun nopeus
- Halu keskittyä ydintekemiseen jakelun sijasta
- Tiedän mitä toimitusketjussa tapahtuu
- Riippumattomuus muista
- Varmistun tuotteiden tuoreudesta asiakkaille
- Asiakas tilaa tuotteensa mieluiten keskitetysti
- Sähköisten tilaus-toimitusjärjestelmien puute
- Muu: _____

Kiitos vastauksista. :)

<https://docs.google.com/forms/d/1ZRDUzPrdq4X75-EiThin19vZXJhtdup90BfFTDzOxjE/edit>

1/2

Kyselypohja: olutravintolat

11.1.2020 Pienpanimon jakelu ravintoloille

Pienpanimon jakelu ravintoloille

1. Edustan ravintolaa
Valitse vaihtoehto yksi, jos et halua edustaa ravintolan nimissä. Vaihtoehtoon kaksi voit kirjoittaa ravintolan nimen.
Merkitse vain yksi soikio.

En halua edustaa ravintolan nimissä

Muu: _____

2. Tilaan pienpanimotuotteet mieluiten
Valitse yksi vaihtoehto. Voit myös kirjoittaa vapaamuotoisesti.
Merkitse vain yksi soikio.

Suoraan pienpanimolta

Tukusta

Keskusvarastolta

Suppilogin kautta

Muu: _____

3. Miksi tilaat tuotteita ed. mainitulla tavalla?
Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit myös kirjoittaa vapaamuotoisesti.
Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

Kustannus syyt

Varmistun, että tuotteet ovat tuoreita

Haluamani tuotteita ei ole saatavilla muualta

Tilaan keskitetyksi useita tuotteita eri valmistajilta samanaikaisesti

Toimituksen nopeus

Tilaamisen helppous

Muu: _____

Suoraan pienpanimolta tilanneet
Seuraavat kysymykset koskevat ravintoloita, jotka tilaavat suoraan pienpanimolta. Kiitos, että jaksat vastata myös tähän. Jos et tilaa pienpanimolta suoraan, voit selata sivun loppuun ja painaa "lähetä".

4. Lisääkö pienpanimon oma kuljettaja kokemaasi palvelutasoa tuotteiden toimituksen osalta yleisesti?
Valitse yksi vaihtoehto. Vertaa pienpanimon omaa kuljetusta esimerkiksi muihin kuljetuksiin, onko se parempi?
Merkitse vain yksi soikio.

Kyllä

En osaa sanoa

Ei

https://docs.google.com/forms/d/1D39y_ZNhhPwPHhXb8Uxb3f689xQWfGcdhA24trY/edit 1/2

11.1.2020

Pienpanimon jakelu ravintoloille

5. Jos vastasit ed. kysymykseen "kyllä", miten se on lisännyt kokemaasi palvelutasoa.

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit myös kirjoittaa vapaamuotoisesti.
Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Saan tilaamani tuotteet iltajakeluna, silloin kun ravintola on auki
- Saan tilaamani tuotteet joustavasti
- Saan tilaamani tuotteet nopeasti
- On mukavampi asioida kuljettajan kanssa, joka edustaa suoraan pienpanimoa ja voi kertoa jotain tilatuista tuotteista.
- Muu: _____

6. Pienpanimon oma ja hyvin toimiva kuljetus lisää ostojani panimolta?

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä
- Ei

Kiitos vastauksistasi. :)

Palvelun tarjoaa
 Google Forms

Kyselypohja: K-kauppiat

11.1.2020

Kysely: miten kauppiat haluavat tilata pienpanimoiden tuotteita?

Kysely: miten kauppiat haluavat tilata pienpanimoiden tuotteita?

1. Myymäläni on

Valitse yksi vaihtoehto.

Merkitse vain yksi soikio.

- K-market
- K-supermarket
- K-citymarket
- Muu: _____

2. Tilaan pienpanimoiden tuotteita mieluiten

Valitse yksi vaihtoehto. Voit kirjoittaa myös vapaamuotoisesti.

Merkitse vain yksi soikio.

- Suoraan pienpanimon kautta
- Keskusvaraston kautta
- Muu: _____

3. Miksi tilaat pienpanimoiden tuotteita ed. mainitulla tavalla?

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit kirjoittaa myös vapaavalintaisesti.

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Kustannus syyt
- Helppo keskittää ostot samaan paikkaan
- Haluan välttää lisäliikennettä jo ruuhkaisella lastausalueella
- Haluan varmistua, että tuotteet ovat tuoreita
- Toimituksen nopeus
- Tilaamisen helppous
- Haluamani pienpanimon tuotteita ei ole saatavilla muualta
- Muu: _____

Kiitos vastauksistasi. :)

Palvelun tarjoaa
 Google Forms

<https://docs.google.com/forms/d/1ARq63A9HTjep7AnJMv7c8YrUnYLcvhIFU9MZKRSBGHE/edit>

1/1