



Luonnonvara- ja
biotalouden
tutkimus 4/2016

Ruokaketjun alueellisen verkostomallin kehittäminen Oulun Eteläisen alueella

Kirsi Korhonen ja Toivo Muilu

Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 4/2016

Ruokaketjun alueellisen verkostomallin kehittäminen Oulun Eteläisen alueella

RuokaNET-hankkeen loppuraportti

Kirsi Korhonen ja Toivo Muilu



ISBN: 978-952-326-171-6 (Painettu)
ISBN: 978-952-326-172-3 (Verkojulkaisu)
ISSN 2342-7647 (Painettu)
ISSN 2342-7639 (Verkojulkaisu)
URN: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-326-172-3>
Copyright: Luonnonvarakeskus (Luke)
Kirjoittajat: Kirsi Korhonen ja Toivo Muilu
Julkaisija ja kustantaja: Luonnonvarakeskus (Luke), Helsinki 2016
Julkaisuvuosi: 2016
Kannen kuva: Outi Mäkilä / Luke
Painopaikka ja julkaisumyynti: Juvenes Print, <http://luke.juvenesprint.fi>

Tiivistelmä

Kirsi Korhonen ja Toivo Muilu

Luonnonvarakeskus (Luke), Paavo Havaksen tie 3, 90014 Oulun Yliopisto, etunimi.sukunimi@luke.fi

Ruokaketjun alueellinen verkostomalli lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa keittiöissä (RuokaNET) -hankkeen tavoitteena oli rakentaa alueellinen toimintamalli, jonka avulla voidaan edistää lähiruokayrittäjien verkostoitumista ja yhteistyötä ruokapalvelujen kanssa. Hanke oli Maa- ja metsätalousministeriön Maatilatalouden kehittämisrahaston (Makera) rahoittama ja se toteutettiin välillä 1.10.2014–31.3.2016.

Lähiruokayrittäjien alueellinen verkostomalli muodostettiin tapaustutkimuksen kautta. Tapaustutkimus tehtiin yhteistyössä Pohjois-Pohjanmaalla Oulun Eteläisen alueella toimivan Jokilaaksojen koulutus kuntayhtymän (JEDU) kanssa, joka on merkittävä alueellinen julkisten ruokapalveluiden tarjoaja.

Hankkeen pääkysymyksenä oli, Miten rakennetaan alueellinen verkostomalli lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa keittiöissä? Alakysymyksiä olivat: 1) Millainen on tutkimusalueen (Oulun Eteläinen) lähiruokapotentiaali? 2) Mikä on alueen ruokapalveluiden ja keittiöiden todellinen lähiruoan tarve ja kysyntä? 3) Miten lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamista voidaan edistää Oulun Eteläisen alueella verkostomallin avulla?

Hankkeessa toteutettiin kyselyitä ja haastatteluita lähiruoan kysynnän ja tarpeiden selvittämiseksi sekä alueellisen lähiruokapotentiaalin kartoittamiseksi. Ruokapalveluiden edustajille ja tuottajille järjestettiin kaksi kohtaamistyöpajaa, joissa tavoitteena oli erityisesti elintarvikealan toimijoiden verkottaminen sekä verkostoitumisen ongelmien ja mahdollisuuksien pohtiminen.

Tulokset osoittivat, että alueella on vahvaa potentiaalia lisätä lähiruoan käyttöä julkisissa keittiöissä olemassa olevan tahtotilan sekä monipuolisen alkutuotannon ansiosta. Ruokapalveluiden eniten kaipaamia tuotteita, kuten lähilihaa tuotetaan runsaasti alueella. Myös asiakkailta oli kiinnostusta ruoan alkuperää kohtaan, ja sen käyttöä ruokapalveluissa pidettiin varsin tärkeänä. Asiakkaat toivoivat kuitenkin parempaa tiedotusta ruoan alkuperästä, eikä sitä pidetty nykyisellään riittävänä. Työpajoissa nousi esille useita kehittämisen arvoisia teemoja lähiruoan käytön edistämiseen liittyen. Niistä tärkeimpiä olivat alueellisen lähiruokapäivän järjestäminen, tutustumismatkan järjestäminen alan toimijoiden luo sekä tuotteiden näkyvyyden parantaminen ja tuottajien aktivoituminen ruokapalveluiden suutaan.

Asiasanat: lähiruoka, ammattikeittiöt, julkiset hankinnat, alueelliset verkostot, Oulun Eteläinen

Abstract

Kirsi Korhonen and Toivo Muilu

Natural Resources Institute Finland (Luke), Paavo Havaksen tie 3, FI-90014 University of Oulu, first-name.lastname@luke.fi

Developing food chains regional network model in Oulu South region, Finland

This study is based on the “Food chains regional network model to increase the use of local food in public kitchens (RuokaNET)” project, which aim was to develop an operations model of a regional network in the food chain. The final model can be used to promote the networking of local food producers and companies, and their cooperation with the foodservices.

The project was funded by the Ministry of Agriculture and Forestry (Development Fund of Agriculture and Forestry) and it covered the period from 1. Oct. 2014 to 31. March 2016.

The operations model was formed via a case study which was carried out in the Federation of Education in Jokilaaksot (JEDU) in Oulu South region in Northern Ostrobothnia, Finland.

The aim of the project was to answer to the following main question: How the operations model to increase the use of local food in public kitchens is constructed? Following sub-questions were also under study: 1) What is potentiality to increase the use of local food in the research area?, 2) What is the real need and demand for local food in the food services and kitchens under study?, 3) How the encounter of supply and demand of local food can be promoted with the operations model in the research area?

The project conducted surveys and interviews for the purpose of finding out the present situation concerning the use of locally produced food, demand and needs and the regional potentiality. Also two workshops for producers and food services were organized for the purpose of them getting to know each other and to facilitate discuss about the possibilities and means to increase the cooperation.

Main findings of the project revealed that there is great potential to increase the use of local food in public kitchens while there is an existing intent and versatile primary production in the research area. The production of the most wanted products such as local meat is very rich. Appreciation of local food was also apparent among customers and they regarded the use of locally produced food in the food services quite important. However they wished for better information about the origin of food and it was considered rather inadequate at the moment. Several themes considering the promotion of local food came up in the workshops. These included adding a special local food day in the menu, making site visits to farms, improving the visibility of products and activation of local food producers towards foodservices for instance.

Keywords: local food, institutional kitchens, public procurement, regional networks, Oulu South region

Alkusanat

Tämä julkaisu perustuu Ruokaketjun alueellinen verkostomalli lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa keittiöissä -hankkeeseen. Hankkeen tavoitteena oli rakentaa alueellinen toimintamalli, jonka avulla voidaan edistää lähiruokayrittäjien verkostoitumista ja yhteistyötä ruokapalvelujen kanssa. Malli muodostettiin Oulun Eteläisen alueella Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymässä (JEDU) toteutetun tapaustutkimuksen kautta välillä 10/2014–3/2016.

Lähiruoan käytön lisäämistä on pyritty edistämään erinäisillä toimenpiteillä niin alueellisesti kuin valtakunnallisestikin. Aikaisemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa ruokapalveluissa tarvitaan konkreettisia ja käytännönläheisiä tapaustutkimuksia, joissa rakennetaan toimivia, koko lähiruokaketjun läpäiseviä toimintamalleja. Myös hallituksen lähiruokaohjelman toteuttaminen edellyttää hyvien käytäntöjen etsimistä yhteistyössä kaikkien alan toimijoiden kanssa. Tutkimusalueella on toiminut 2010-luvulla useita lähiruokaan liittyviä hankkeita, mutta vastaavaa tarkastelua ei ole tehty. Oulun Eteläisen alueen vahva potentiaali lähiruoan käytön edistämässä on kuitenkin todettu aiemmissa hankkeissa.

Hankkeen toteutti Luonnonvarakeskuksen (Luke) Talous ja yhteiskunta -yksikkö Oulun toimipaikassa. Vastuullisena johtajana toimi Kirsi Korhonen (FM), joka laati hankesuunnitelman ja -hakemuksen yhdessä hankkeen toteutuksessa mukana olleen professori Toivo Muilun kanssa. Krista Oikarinen (FM) toimi Lukessa harjoittelijana hankkeen toteutuksen aikana ja hän avusti hankkeen työpajojen organisoinnissa.

Hanke kuuluu valtakunnallisiin maaseudun tutkimus- ja kehittämishankkeisiin (nk. YTR-hanke), jotka rahoitetaan Maa- ja metsätalousministeriön Maatilatalouden kehittämisrahaston (Makera) varoista. Hankkeen valvojana toimi kehittämisspäällikkö Heidi Valtari Turun yliopiston Brahea-keskuksesta.

Haluamme kiittää hankkeen rahoittajaa, valvojaa sekä JEDU:n edustajia hyvästä ja asiantuntevasta yhteistyöstä. Kiitämme myös kaikkia työpajoissa mukana olleita tahoja.

Tämän raporttijulkaisun lisäksi tutkimuksen tuloksia on esitelty myös muun muassa lehtiartikkeleissa ja soveltuviissa seminaareissa. Hankkeen tuloksista kirjoitetaan myös tieteellinen artikkeli kansainväliseen julkaisuun.

Oulussa 2.2.2016

*Kirsi Korhonen
Luonnonvarakeskus (Luke)*

Sisällys

1. Johdanto	7
1.1. RuokaNET-hankkeen tavoitteet	8
1.2. Tutkimuksen toteutus, aineistot ja menetelmät	8
1.3. Oulun Eteläinen ja JEDU.....	9
1.4. Lähiruokaan liittyvä hanketoiminta alueella.....	10
2. Lähiruoan käyttö ja tarpeet keittiöiden mukaan	12
2.1. Keittiöiden taustatietoja ja hankintamenettelyt	12
2.2. Eri tuoteryhmien käyttö.....	13
2.2.1. Jalostusvaatimukset ja pakkauskoko.....	15
2.2.2. Lähielintarvikkeiden valintaan vaikuttavat tekijät	15
2.2.3. Lähielintarvikkeiden tarjonnan tuntemus ja tuotteiden tarjonta keittiöille	17
2.3. Yhteistyö lähiruoan käytön lisäämiseksi	18
2.3.1. Koulutus ja keittiöiden välinen yhteistyö.....	19
2.3.2. Tutustumiskäynnit ja messut	21
2.3.3. Tuotetestaus ja -kehitys.....	22
2.4. Alkuperätiedotus asiakkaille	23
3. Ruokapalveluiden asiakaskokemukset ja -tarpeet	25
3.1. Lounasruokailu.....	25
3.2. Ruoan alkuperä	26
3.2.1. Alkuperästä tiedottaminen	27
4. Oulun Eteläisen alueen lähiruokapotentiali	29
5. Yrittäjien ja ruokapalveluiden kohtaamistyöpajat	31
5.1. Lähiruokaketjun alueellisen yhteistyön lisääminen Oulun Eteläisen alueella (1 TYÖPAJA)	31
5.1.1. Lähiruoan käytön edistämismahdollisuudet teemoittain	31
5.1.2. Eri toimijoiden roolit lähiruoan käytön edistämiseksi.....	32
5.2. Lähiruokatoimenpiteet (2 TYÖPAJA).....	33
5.2.1. Alueellisen lähiruokapäivän järjestäminen	33
5.2.2. Tutustumismatkan järjestäminen alueen toimijoiden luo	34
5.2.3. Tuotteiden näkyvyyden parantaminen ja tuottajien aktivoituminen ruokapalveluiden suutaan	34
6. Verkostomalli, yhteenvedo ja suositukset	36

1. Johdanto

Ruokaketjun alueellinen verkostomalli lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa keittiöissä (RuokaNET) -hankkeessa kehitettiin toimintamalli, jonka avulla voidaan edistää lähiruokayrittäjien verkostoitumista ja yhteistyötä ruokapalvelujen kanssa. Toimintamalli muodostettiin Pohjois-Pohjanmaalla Oulun Eteläisen alueella Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymässä (JEDU) toteutetun tapaustutkimuksen kautta. Toimintamalli osoittaa esimerkin muodossa, miten lähiruokaverkosto voidaan rakentaa. Sitä voidaan hyödyntää esimerkiksi kuntien julkisten ruokapalvelujen ja lähiruokayrittäjien verkostoinnin edistämisessä kaikkialla Suomessa.

Kiinnostus lähi- ja luomuruokaa kohtaan on kasvanut voimakkaasti viime vuosina. Kuluttajat ovat entistä halukkaampia lisäämään lähellä tuotettujen elintarvikkeiden käyttöä ja yhä useammat haluavat tietää enemmän ruokaketjusta: mistä raaka-aineet ovat peräisin, miten ne tuotetaan ja millaisen tuotantoketjun kautta ne päätyvät lautaselle. Paikalliset ruokajärjestelmät ovat nousseet politiikan agendalle myös Suomessa ja esimerkiksi Vanhasen II hallituksen vuosina 2008–2011 toiminut Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma (SRE 2011) vetosi uusiin luottamushenkilöihin, jotta he toimisivat paremman kouluruoan puolesta (ks. myös Maaseutu ja hyvinvoiva Suomi, YTR 2009). Valtioneuvoston selonteko ruokapolitiikasta korosti julkisen sektorin ruokahankintaosaamisen ja ruokahankintojen resurssien varmistamista (Valtioneuvosto 2010). Kataisen hallituksen ohjelmassa (Valtioneuvoston kanslia 2011) ruokapolitiikka nostettiin vahvasti esille ja ruokaturvallisuutta pidettiin Suomen kansainvälisenä vahvuutena. Maa- ja metsätalousministeriö (MMM 2013) laati luomualan ja lähiruoan kehittämishjelman Lähiruokaa – totta kai!, jonka hallitus hyväksyi kesäkuussa 2013, ja jota Sipilän hallituksen ohjelman mukaan aiotaan jatkaa (Valtioneuvoston kanslia 2015). Lähiruokaohjelman tavoitteena on muun muassa tuotannon monipuolistaminen ja lisääminen kysyntää vastaavaksi sekä lähiruoan jalostusasteen nostaminen. Ohjelma linjaa lähiruoan edistämiseksi tavoitteet vuoteen 2020 ulottuvalle EU-ohjelmakaudelle. Tavoitteiden toteuttaminen vaatii koko lähiruokasektorin toimenpiteitä ja yhteistyötä. Kunnille ja julkisille ruokatoimijoille on annettu ohjelmassa tärkeä rooli, ja alan kehittäminen nähdään samalla osana maaseudun kehittämistä ja maaseutupolitiikkaa.

Paikallisen ruoan kysynnän stimulointi on pitkäaikainen ponnistus. Lähiruoan käytön keskeisimpiä ongelmia ammattikeittiöissä on aiemmin selvitetty kuntatasolla esimerkiksi Poliitiikkadialogi paikallisten hankintojen edistäjänä -hankkeessa (Puoskari ym. 2013). Paikallisten tuotteiden heikko saatavuus on yksi suurimmista ongelmista lähiruoan laajamittaisemmassa hyödyntämisessä ja samankaltaisia tuloksia on saatu myös muissa tutkimuksissa (ks. esim. Paananen & Forsman-Hugg 2005; Mäkipeska & Sihvonen 2010; Vänttinen & Korpi-Vartiainen 2010; Haapanen 2011;). Lisäksi pienen tuottajan tuotanto ei useinkaan riitä yksinään täyttämään ammattikeittiöiden tarpeita, sillä tarvittavat volyymit voivat olla hyvin suuria. Myös ammattikeittiöiden vaatimukset jalostusasteesta asettavat pienille tuottajille haasteita. Puoskarin ym. (2013) tutkimuksen mukaan ongelmia ovat olleet myös ruokapalvelujen tietämättömyys oman alueen tarjonnasta, hankintarenkaat ja etenkin pienten kuntien vaikutusmahdollisuudet niiden toiminnassa, ruokalistasuunnittelu sekä raha- ja resurssipula keittiöillä. Logistiikka, kuljetukset ja varastointiongelmat aiheuttavat myös haasteita lainsäädännöllisten rajoitusten ohella. Lähiruoan käytön lisäämistä kuntien hankinnoissa voidaan kuitenkin edistää erinäisillä toimenpiteillä, joita on ehdotettu esimerkiksi Poliitiikkadialogi paikallisten hankintojen edistäjänä -hankkeessa. Tuottajien aktivointi, hankintastrategian laatiminen, ruokalistasuunnittelu, yhteistyö hankintarenkaassa ja toimijoiden välistä yhteistyötä edistävä lähiruokafoorumi ovat esimerkkejä tällaisista toimenpiteistä.

Vaikka lähiruoasta on Mäkipeskan ja Sihvosen (2010: 6) mukaan puhuttu ensimmäisen kerran 1990-luvulla, ensimmäinen määritelmä lähiruoalle annettiin Lähiruokatyöryhmän loppuraportissa (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2000:4). Lähiruokatyöryhmän mukaan lähiruoka vastaa oman alueensa kuluttajien toiveisiin ja tarpeisiin ja täyttää elintarvikkeiden lakisääteiset vaatimukset ja kaupan laatuluokituksen. Se on ”ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä.” Alue voi olla esimerkiksi

kunta, maakunta tai jokin tietty talousalue. Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliiton (MTK 2011) määritelmän mukaisesti tuoreena, mahdollisimman lähellä tuotettuna suomalaisena ruokana, jonka alkuperä tuottaja ja valmistaja tiedetään. Kotavaaran ym. (2014: 96) mukaan lähiruoan määrittelyssä ja tarkastelussa tulisi huomioida ruokaketjun eri osapuolten näkemykset. Etäisyyden perusteella lähiruoksi voitaisiin kutsua keskimäärin enintään noin 200 kilometrin päässä tuotettua ruokaa. Keskeisimpänä ominaisuutena pidetään kuitenkin jakeluketjun väliportaiden vähyyttä. Tässä tutkimuksessa lähiruoalla tarkoitetaan Oulun Eteläisen alueella tuotettua ja jalostettua ruokaa.

Lähellä tuotettujen raaka-aineiden ja elintarvikkeiden käytön lisääminen on tärkeää myös aluetalouden näkökulmasta. Seppäsen ym. (2006: 103) mukaan etenkin maataloudesta ja elintarviketeollisuudesta riippuvaisilla alueilla on lähiruoan myötä mahdollisuus uudistaa ja edistää alan yritystoimintaa. Lähiruoan käytön lisääminen on myös maaseutupoliittinen keino.

1.1. RuokaNET-hankkeen tavoitteet

Aikaisemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa ruokapalveluissa tarvitaan konkreettisia ja käytännönläheisiä tapaustutkimuksia, joissa rakennetaan toimivia, koko lähiruokaketjun läpäiseviä toimintamalleja. Myös hallituksen lähiruoka-ohjelman toteuttaminen edellyttää hyvien käytäntöjen etsimistä yhteistyössä kaikkien alan toimijoiden kanssa. Valtakunnan tason linjaukset ja tuki lähiruoan käytön lisäämiseksi ovat tärkeitä, mutta todelliset ratkaisut tehdään alue- ja paikallistasolla. Paikallisiin ruokajärjestelmiin ja lähiruokaan liittyvien linjausten sekä saatavuuteen ja käyttöön liittyvien ongelmien nykytilanne on jo varsin hyvin selvillä. Ammattikeittiöiden tarvitsemat tarjontavolyymit ovat pienille yrittäjille suuria, mutta ne voidaan saavuttaa verkottumisen kautta.

Tämän hankkeen tavoitteena oli kehittää alueellinen toimintamalli ruoan tuottajien ja jalostajien verkottamiseksi keskenään ja ruokapalveluiden kanssa. Verkostot mahdollistaisivat keittiöille riittävät määrät niiden tarvitsemia, lähellä tuotettuja raaka-aineita ja jalosteita, ja samalla jalostustoiminnan kehittämisen kustannuksia voitaisiin hajauttaa. Käsillä olevan tutkimuksen pääkysymys on, **miten rakennetaan alueellinen verkosto-malli lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa keittiöissä?** Lisäksi hankkeessa kehitettävän toimintamallin avulla voidaan vastata seuraaviin alakysymyksiin:

- 1) Millainen on tutkimusalueen (Oulun Eteläinen) lähiruokapotentiali?
- 2) Mikä on alueen ruokapalvelujen ja keittiöiden todellinen lähiruoan tarve ja kysyntä?
- 3) Miten lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamista voidaan edistää Oulun Eteläisen alueella verkostomallin avulla?

Tutkimuksen tuloksena saatava lähiruokayrittäjien alueellinen verkostomalli muodostettiin tapaustutkimuksen kautta. Tapaustutkimus tehtiin yhteistyössä Jokilaaksojen koulutus kuntayhtymän (JEDU) kanssa, joka on merkittävä alueellinen julkisten ruokapalvelujen tuottaja.

1.2. Tutkimuksen toteutus, aineistot ja menetelmät

Tutkimus toteutettiin välillä 10/2014 – 3/2016. Sen ensimmäisessä vaiheessa selvitettiin JEDU:n ruokapalveluiden lähiruoan kysyntä ja tarve kyselyiden ja haastattelujen avulla. Kyselyt tehtiin sekä keittiöhenkilöstölle että ruokapalveluiden asiakkaille. Keittiökohtainen kysely lähetettiin 12 keittiöille ja vastauksia saatiin yhteensä 10. Vastausprosentiksi muodostui näin ollen 83,3. Lisäksi täydentäviä haastatteluja tehtiin neljälle keittiön edustajalle. Ruokapalveluiden asiakaskysely lähetettiin JEDU:n edustajalle, joka välitti kyselylinkin henkilökunnan ja opiskelijoiden sähköpostilistoille. Linkki meni arviolta yli 4000 henkilölle. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 509 (vastausprosentti noin 12,7). Toisessa vaiheessa kartoitettiin alueen lähiruokapotentiali elintarvikealan yrittäjille (tuottajat ja jalostusyrietykset) suunnatun kyselyn kautta. Kyselyssä selvitettiin yrittäjien kiinnostusta yhteistyöstä

julkisten ruokapalveluiden kanssa sekä kiinnostusta lähteä mukaan verkostomallin kehittämiseen. Kysely lähetettiin sähköpostitse 61 yrittäjälle Oulun Eteläisen alueella, sekä 15 alueella toimivalle MTK-yhdistykselle eteenpäin välitettäväksi. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 23. Vastausprosenttia oli vaikea arvioida, sillä välikäsien kautta kyselyn vastaanottaneiden todellinen määrä ei ollut tiedossa.

Tutkimuksen kolmannessa vaiheessa, kysynnän ja tarjonnan kartoituksen jälkeen, yrittäjille ja ruokapalveluiden edustajille järjestettiin kaksi asiantuntijaohjattua kohtaamistyöpajaa. Niiden tavoitteena oli verkottaa toimijat keskenään ja saattaa heidät pohtimaan verkostoitumisen ongelmia ja mahdollisuuksia sekä etsimään yhteistä tahtotilaa alueella tuotetun ruoan käytön lisäämiseksi esimerkkikeittiössä.

Neljännessä vaiheessa rakennettiin tapaustutkimuksen pohjalta lähiruokaketjun alueellinen toimintamalli. Malli sisältää toimenpide-ehdotuksia verkoston muodostamisen eri vaiheisiin, sekä ehdotuksen organisaatioksi, jonka kautta vastaavaa alueellista toimintamallia voidaan toteuttaa myös muualla.

Tutkimuksen viimeisessä vaiheessa tulokset koottiin yhteen loppuraportiksi. Tutkimuksen tuloksia on esitelty hankkeen toteutusaikana myös muun muassa lehtiartikkeleissa ja soveltuviissa seminaareissa.

Kyselyaineistoja on käsitelty kuvailevin tilastotieteen menetelmin muuttujien jakaumia tarkastelemalla. Muuttujien välisiä riippuvuuksia ja ryhmien eroja on analysoitu seuraavilla tilastollisilla testeillä: ristiintaulukointi, χ^2 -testi ja Kruskal-Wallis-testi. Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituna ja ne nauhoitettiin sekä litteroitiin. Haastatteluaineistoa on käsitelty luokittelevan sisällönanalyysin menetelmillä.

1.3. Oulun Eteläinen ja JEDU

Oulun Eteläisen alue koostuu Haapaveden-Siikalatvan, Ylivieskan ja Nivala-Haapajärven seutukunnista (kuva 1), jotka toimivat aluekehitystyön edelläkävijöinä Pohjois-Pohjanmaan eteläosassa (Oulun Eteläinen 2015). Alueella on asukkaita noin 90 000, mikä on noin neljäsosa koko Pohjois-Pohjanmaan väestöstä. Keskeisimpiä alkutuotannon aloja alueella ovat maidontuotanto ja nautakarjatalous sekä rehuviljan, perunan ja erikoiskasvit tuotanto. Oulun Eteläisen 2020 osaamisstrategian (2014) mukaan tilojen määrä on laskenut alueella vähemmän kuin maassa keskimäärin ja maatalouden rahavirrat ovat vuosittain jopa hieman kasvaneet. Alueella toimii yhteensä yli 400 rekisteröityä maatilaa kasvinviljelyyn, kotieläintalouden, riistatalouden ja niihin liittyvien palvelujen elinkeinosa. Se tunnetaan erityisesti puhtaiden ja laadukkaiden marjojen ja vihannesten tuottajana. Perusmaatalouden ja alkutuotannon elinvoimaisuudesta ja kilpailukyvästä huolimatta elintarvikkeiden jatkojalostus on alueella kuitenkin vähäistä. Alueelta puuttuu lähiruoan jalostajia ja lähiruoan jakellogistiikka on kehittymätöntä, mutta alueella on kehittyvää jatkojalostuksen yritystoimintaa ja aktiivisuutta uuteen yrittäjyyteen. Yli kymmenen vuoden aikana on toteutettu useita puutarhatalouden ja jalostuksen kehittämishankkeita, joiden painopisteenä on ollut mm. lähiruoan tunnettavuus, tuotanto, jatkojalostus, palvelujen kehittäminen ja laatu.

Oulun Eteläisen 2020 osaamisstrategian (2014) visiossa alue nähdään vahvana luonnonvara-alueena (maito, vilja, marjat ja liha), jossa uusia tuotteita ja tuotantoa kehitetään aktiivisesti. Vision mukaan ruokaketjua kehitetään aktiivisesti julkisissa elintarvikehankinnoissa ja lähiruoan logistiikkaa parannetaan. Myös ruokasektorin imagoa ja markkinointia vahvistetaan, ja tavoitteena on, että Oulun Eteläisen alueella toimii elintarvikealan, erityisesti lähiruoan osaamiskeskus. Tavoitteen onnistumisen mittareita nähdään olevan alueen säilyminen vahvana tuotantoalueena, jonka suhteellinen osuus Suomen tuotannosta ja elintarvikkeiden jalostuksesta lisääntyy. Lisäksi lähiruokaa jatkojalostettaisiin ja kulutettaisiin paikallisesti nykyistä enemmän, ja maakunnan erityispiirteitä hyödynnettäisiin niin elintarvikkeiden kansallisessa kuin kansainvälisessäkin markkinoinnissa.

RuokaNET-hankkeen tapaustutkimuskohde Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymä JEDU järjestää monialaista ammatillista perus- ja aikuiskoulutusta (JEDU 2015). Sen visiona on olla vetovoimainen, arvostettu, alueen hyvinvointia ja yrittäjyyttä edistävä, osaamista uudistava ja verkottunut ammatillisen osaamisen sekä elinkeino- ja työelämän kehittäjä. JEDU:un kuuluvat Haapajärven, Haapaveden, Kalajoen, Nivalan, Oulaisten, ja Ylivieskan ammattiopistot, Piippolan ammatti- ja kulttuuriopisto sekä Nivalan autokoulu. Näiden lisäksi erillisinä tulosyksiköinä toimivat aikuiskoulutus- ja oppisopimuspalvelut sekä kuntayhtymäpalvelut. JEDU:ssa järjestetään ammatillista peruskoulutusta seuraavilla aloilla: yhteiskuntatieteet, liiketalous ja hallinto, kulttuuri, luonnontieteet, tekniikka ja liikenne, luonnonvarat ja ympäristö, sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala sekä matkailu-, ravitsemis- ja talousala. JEDU:ssa oli vuonna 2012 yhteensä 3106 opiskelijaa ja 570 henkilökunnan edustajaa (OE Osaamisstrategia 2014).



Kuva 1. Oulun Eteläisen alue. (Oulun Eteläinen 2015, lisätty Oulu)

1.4. Lähiruokaan liittyvä hanketoiminta alueella

Oulun Eteläisen alueella ja Pohjois-Pohjanmaan maakunnassa on viime vuosina toteutettu useita lähiruoka- ja elintarvikealaan liittyviä hankkeita, joista muutamia esitellään tässä kappaleessa lyhyesti jo aiemmin mainitun Poliittikkadialogi paikallisten hankintojen edistäjänä -hankkeen lisäksi.

Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän Haapaveden ammattiopiston vuosina 2011–2014 toteutetussa LaatuTuote-hankkeessa pyrittiin edistämään Oulun Eteläisen alueella tuotetun lähiruoan käyttöä ja tunnettavuutta. Hankkeen aikana vahvistettiin myös maakunnan lähiruokatoimijoiden verkostoitumista. Loppuraportissa (Simunaniemi 2014) esitellään hanketoimijoiden koostaman ruo-

karyhmän lähiruokavisiio vuodelle 2020, jonka mukaan kehittämisen painopisteiden tulisi olla lähiruoan saavutettavuus ja logistiikka, lähiruoan käytön lisääminen julkisten hankintojen kautta sekä ruokamatkailu. Kehittämisen poikkileikkaavana teemana tulisi korostaa elintarvikealan imagon sekä alueellisen brändin kohottamista.

Maaseudun Sivustysliitto ry:n vuosina 2011–2014 toteuttamassa Syökö nää lähiruokaa? -hankkeessa nostettiin esiin Pohjois-Pohjanmaalla tuotettua ruokaa ja sen tuottajia. Hanke auttoi luomaan toimijoiden välisiä verkostoja ja toi esille lähiruokaan liittyviä liiketoimintamahdollisuuksia (MSL 2014). Hanke välitti myös asiasisältöä alan eri toimijoille, muun muassa hankintalakioppaan ja loppujulkaisun muodossa (ks. Kääriäinen 2014). Erilaisille tapahtumille, joita hankkeessa toteutettiin, nähtiin olevan suurta kysyntää. Myös Syökö nää lähiruokaa? -hankkeen loppuraportissa (MSL 2014) esitetään jatkotoimenpide-ehdotuksia, joissa mainitaan muun muassa ruokatuotteiden brändäys, koko maakunnan ruokakulttuurin ja -tuotannon markkinoinnin sekä ruokamatkailun kehittäminen. Tärkeänä pidetään myös hankintalain mahdollistamien lähiruoan hankintakeinojen tiedottamistyön jatkamista.

Oulun yliopiston sekä Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen vuosina 2012–2014 toteuttamassa RuokaGIS-hankkeessa selvitettiin lähi- ja luomuruoan saavutettavuutta eli tuotannon, jake- lun ja kysynnän kohtaamiseen liittyviä logistisia ongelmia Pohjois-Pohjanmaalla (Kotavaara ym. 2014). Hankkeessa selvitettiin paikkatietoon pohjautuvien analyysien sekä toimijakohtaisten kyselyiden ja täydentävien haastatteluiden avulla lähi- ja luomuruokaan liittyviä sijainti- ja saavutettavuus- tekijöitä. Paikkatieto- ja saavutettavuustarkastelut osoittivat Pohjois-Pohjanmaan eteläosien vahvuudet kysynnän tyydyttämisessä ja alueellisen keräilyverkoston perustamisessa. Hankkeen toimenpidesuosituksissa esitetään muun muassa, että Oulun eteläisen alueella tuettaisiin yrittäjiä alueellisen lähiruokaterminaalin perustamiseksi itse tehtyjen ja/tai kuljetusyritysten tekemien kuljetusten pohjalta. Myös RuokaGIS-hankkeen tulosten mukaan lähiruokayrittäjien markkinointiedellytyksiä tulisi kehittää ja koko ruokaketjun eri toimijoiden välistä tiedonkulkua parantaa.

Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän Haapaveden ammattipiston vuoden 2014 aikana toteuttamassa Country Hospitality esiselvityshankkeessa selvitettiin Oulun Eteläisen alueen kehittämis- ja koulutustarpeita muun muassa elintarvikealan osalta (Simunaniemi 2015). Esiselvityshankkeen tunnistamia kehittämistarpeita olivat esimerkiksi ammattitaitoa täydentävä ja yrittäjyyttä tukeva koulutus, paikallisten elintarvikkeiden kilpailukyvyyn lisääminen julkisissa hankinnoissa sekä tuote- ja pakkauskehitys ja markkinoinnin tehostaminen. Tarvittavissa tulevaisuudessa toimenpiteissä esille nostetaan julkisten hankintojen osalta kunnallisten hankintastrategioiden merkitys, riittävien resurssien varaa- minen sekä yrittäjien yhteiset tarjoukset. Myös lisäkoulutusta sekä tarjoajille että ostajille pidetään tarpeellisena. Markkinoinnin tehostamisen osalta ehdotettavia toimenpiteinä ovat muun muassa markkinointikoulutus sekä tuotekehitysyhteistyö ammattikeittiöiden kanssa.

Alueen vahva potentiaali lähiruoan käytön edistämässä on tunnistettu jo monissa hankkeissa, mutta jostain syystä lähiruokayhteistyö ei näytä etenevän ainakaan kovin näkyvästi. Esimerkiksi Oulun Eteläisen osaamisstrategiassa visioitua elintarvikealan osaamiskeskusta ei ainakaan RuokaNET-hankkeen toiminnan aikana ollut muodostunut. Selvä tarve ja kiinnostus lähiruoan eteenpäin viemiseksi on kuitenkin olemassa, mikä vaatii hanketoiminnan lisäksi useiden eri toimijoiden sitoutumista teeman pariin. Pitkäjänteinen työ toimijoiden verkottamisen parissa, tiedonvälitys ja uusien toimintamallien kehittäminen auttaneekin pikku hiljaa synnyttämään kestäviä yhteyksiä toimijoiden välille.

2. Lähiruoan käyttö ja tarpeet keittiöiden mukaan

Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän ruokapalvelujen lähiruoan käyttöä ja tarpeita kartoitettiin joulukuussa 2014 toteutetun kyselyn avulla (liite 1). Keittiökysely lähetettiin yhteensä 12 keittiölle, ja vastauksia saatiin 10. Kyselyyn vastasi yhdeksän kuntayhtymän omaa keittiötä kuudella paikkakunnalla sekä Pyhäjärven kaupunki, jonka ruokapalveluja alueella toimiva JEDU:n yksikkö hyödyntää. Kaksi keittiötä, joissa toimii ulkopuolinen ruokapalvelujen tarjoaja, ei vastannut kyselyyn. Täydentäviä haastatteluita tehtiin tammikuussa 2015 neljälle verkostomallin kehittämistä kiinnostuneimmalle keittiölle. Keittiöitä ei anonymiteetin säilymisen vuoksi yksilöidä tässä raportissa tarkemmin.

2.1. Keittiöiden taustatietoja ja hankintamenettelyt

Keittiöhenkilökunnan määrä vaihtelee koulutuskuntayhtymän omissa keittiöissä kahdesta kuuteen. Neljässä keittiössä on opetustoimintaa. Kaiken kaikkiaan koulutuskuntayhtymän elintarvikekustannuksiin on arvioitu kuluvan vuoden aikana yhteensä noin 750 000 euroa. Arvio ei kuitenkaan ole tarkka sillä yhtenäistä koostetta kustannuksista ei ollut saatavilla, vaan ne ovat keittiökohtaisia. Osa keittiöistä laski elintarvikkeiden lisäksi mukaan myös muita kustannuksia, kuten opetusmateriaaleja ja laitekuluja. Lisäksi yhden keittiön arvio puuttuu kokonaan. Päivittäin lounaita valmistetaan arviolta yhteensä noin 1900. Keittiökohtainen lounasmäärä vaihtelee 100 ja 550 annoksen välillä. JEDU on mukana Kalajokilaakson hankintarenkaassa, jossa elintarvikekilpailutukset hoitaa Haapaveden kaupungin ruokapalvelupäällikön johdolla toimiva elintarvikeryhmä. Hankintarenkaaseen kuuluu Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän lisäksi viisi kaupunkia, neljä kuntaa, Vieskan liikelaitoskuntayhtymä sekä Raudaskylän kristillinen opisto.

Keittiöt ilmoittivat hankkivansa lähielintarvikkeita pääasiassa suoraan tuottajalta tai jalostajalta (80 %) tai paikallisista tukuista (50 %). Valtakunnallisen toimijan kautta lähielintarvikkeita ilmoitti saavansa vain kolme keittiötä. Tulokset eroavat hieman RuokaGIS-hankkeessa toteutetun ammatti-keittiökyselyn havainnoista, sillä Kotavaaran ym. (2014: 31) mukaan suosituin lähiruoan hankintakanava pohjoispohjanmaalaisissa julkisissa keittiöissä oli suuret valtakunnalliset toimijat (noin 55 %). Tuottajilta niitä osti suoraan noin 41 prosenttia vastanneista. Koulutuskuntayhtymän keittiöissä valtakunnalliset toimijat eivät näyttäisi olevan kovin tärkeä lähielintarvikkeiden toimittaja, ja tuottajilta ostaminen on yleisempää. Vastausten perusteella voitaneen päätellä, että paikallisten tuotteiden runsaampi käyttö johtuu alueen vahvasta elintarviketuotannosta suhteessa koko maakunnan tuotantoon. Lähielintarvikkeita toimitetaan keittiöille melko tiheästi, kahdeksalle useita kertoja viikossa ja kahdelle kerran viikossa. Viisi keittiötä ilmoitti, ettei lähielintarvikkeita kilpailuteta erikseen, neljässä keittiössä hankintarenkaassa kilpailuttaa lähielintarvikkeet ja kahdessa lähielintarvikkeista tehdään oma tarjouspyyntö.

Julkisten toimijoiden on mahdollista niin sanottujen pienhankintojen kohdalla (alle 30 000€) tehdä kilpailutus hankintayksiköiden omia ohjeita noudattaen (Suomen Kuntaliitto 2016). Hankintalain (L348/2007) 27§:n mukaan suoraan hankinnat puolestaan ovat mahdollisia kokeilua tai tuotekehitystä varten, ja myös mikäli vain jokin tietty toimittaja voi toteuttaa hankinnan. Kaikissa keittiöissä tehdään vastaajien mukaan hankintoja myös hankintarenkaan ulkopuolelta. Ulkopuolelta hankittavien tuotteiden kirjo on melko laaja sisältäen ainakin leipää, marjoja, kalaa, lihaa, perunaa ja porkkanaa. Parhaimpina tapana tilata lähielintarvikkeita pidettiin suoraa yhteyttä tuottajaan esimerkiksi puhelimitse. Ainoastaan kaksi vastaajaa mainitsi hankintarenkaan tai tukun. Haastatteluissa tuli esille, että hankintarenkaan ulkopuoliset hankinnat tuovat vaihtelua ruokapöytään ja tekevät alueen yrittäjätoimintaa näkyväksi. Vaikka kokonaishankintamäärään nähden hankintarenkaan ulkopuolelta hankittavien tuotteiden osuus on suhteellisen pieni, erään keittiöedustajan arvion mukaan alle kymmenen prosenttia, pääsääntöisesti lähituotteita ostetaan ja halutaan kokeilla, jos niitä tarjotaan ja markkinoidaan.

...no se on vähän semmosta, että katotaan, että jos ku sehän on justiinsa tämä on mainonnan lakihan on se, että jos sää näät jonku mainoksen tai joku on joku tempaus, että tässä ois tämmönen niin sitähan sillon niinku pyritään ainaki kokkeilemaan... (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

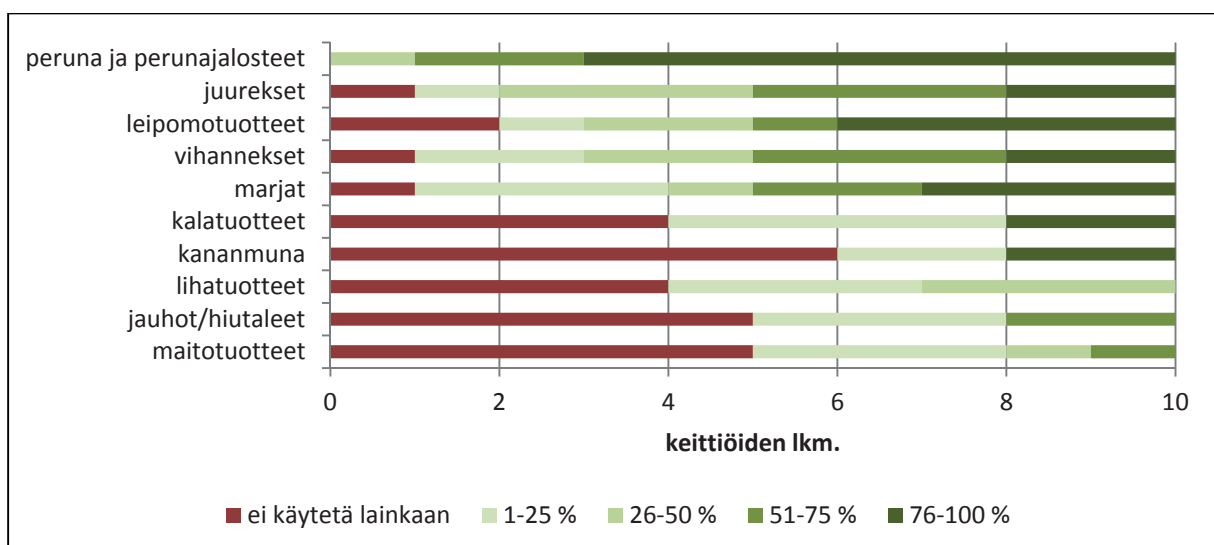
...mielellään kyllä ottasin ja tutustusin ja tekis niitä muutoksia sitte just kannattaen näitä pienyrittäjiä... (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...yritän ottaa näiltä lähituottajilta pienleipomoilta, että tukea tän alueen yritystoimintaa niinku, että kyllä meille tulee tuosta pikkuleipomosta kerran viikossa leipätuotteita, että se saahan sitä vaihtelua tuohon ruokapyötyään ja saahan sitä esille sitä tätä niinku alueen yrittäjätoimintaaki... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

2.2. Eri tuoteryhmien käyttö

Kaikki keittiöt ilmoittivat käyttävänsä Oulun eteläisen alueella tuotettuja elintarvikkeita. Keittiöitä pyydettiin arvioimaan tuoteryhmittäin lähielintarvikkeiden osuuksia kokonaiskäyttömääristä (kuva 2). Arvioitavia tuoteryhmiä olivat *peruna ja perunajalosteet, juurekset, vihannekset, marjat, jauhot/hiutaleet, leipomotuotteet, kananmuna, kalatuotteet, lihatuotteet* sekä *maitotuotteet*. Käyttöosuudet vaihtelivat eri tuoteryhmissä hyvinkin paljon keittiöittäin. Kaikkien tuoteryhmien tuotteita kuitenkin käytettiin ainakin jossain keittiössä joko pienempiä tai suurempia määriä, eli lähielintarvikkeivaihtoehtoja ainakin pitäisi olla saatavilla. Ainoa tuoteryhmä, jonka lähielintarvikkeiversioita kaikki keittiöt ilmoittivat käyttävänsä, ja jossa käyttöosuudet olivat myös suhteellisen suuria, oli *peruna ja perunajalosteet*. Näiden osalta seitsemän keittiötä kymmenestä ilmoitti käyttävänsä 76–100 prosenttisesti lähituotteita. Puolet keittiöistä ilmoitti käyttävänsä myös suhteellisen paljon (yli 50 %) läheltä tulevia *juureksia, leipomotuotteita, vihanneksia ja marjoja*. Vähiten lähituotteina käytettiin etenkin *maitotuotteita, jauhoja/hiutaleita ja lihatuotteita*. Yksi keittiö ilmoitti käyttävänsä ainoastaan lähellä tuotettua perunaa ja juureksia. Joidenkin tuoteryhmien, kuten *jauhojen/hiutaleiden* vähäinen käyttö selittyy osittain sillä, että tuoteryhmän menekki on muutenkin pientä eikä tuotteille ole tarvetta. Haastattelujen mukaan kuitenkin esimerkiksi opetuskeittiöissä leivotaan muita keittiöitä enemmän.

Jauhoja ja hiutaleita vähän käytetään, XX myllyhän on tuossa, mutta tuota meillä muutenki käytetään vähän jauhoja. (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)



Kuva 2. Lähielintarvikkeiden käyttöosuudet tuoteryhmittäin (n=10).

Kaivatuimpia tuotteita olivat lähellä tuotetut kananmunat ja jauhot sekä kilpailukykyinen lähiliha, jonka ei tarvitsisi olla luomutuotantoa. Joissain keittiöissä kuitenkin jo käytettiin sellaisia tuotteita, mitä toisissa kaivattiin.

Haluaisin tutustuakki enemmän tuota niihin yrittäjiin jotka niitä jauhoja tekkee. Niitä vois enemmänki käyttää täällä ku kumminki se on semmonen jota mennee tosi paljon... sitte tuota tietenki lihatuotteitaki, että niitä ei nyt tällä hetkellä kauheesti tuu meille lähistöltä niin senki alan yrittäjiin mielellään tutustusin enemmän. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

... onhan me jauheliikkaa otettu tuosta XX... siinä on semmonen tota laatulihatila, et se on niinku naudan jauheliikkaa otettu sieltä... (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Paikallinen tuottaja ois niinku niin hyvä siinäki suhteessa kun ois muutakin kun sitä luomua, että sitä tavallista liikkaa, että siinä ei sitte se heiltäki ois semmonen edullisempi ja kilpailukykyä. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

No tosiaan tietenki tuosta koulutilanpuutarhalta... niin sieltä varsinki nyt syksyn ja syystalven aikana saatiin paljon, mutta tällä hetkellä ei ehkä sipulia ja kaalta oikeestaan muuta ei. Mutta keväälläkin aika paljon on tuotetta, ja sitte syksyllä on semmonen millon otetaan eniten sieltä, että se on aina mun mielestä kaikista mukavin, että se tulee tuosta parin kilometrin päästä, niin se on hirveen ja hyviä luomutuotteita. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Maitotuotteet hankitaan kilpailutuksen perusteella pääasiassa Arlalta. Alueella on kuitenkin paljon Valion maidontuottajia, joten monet olivat sitä mieltä, että lähituotannon periaate ei tässä kohtaa toteudu. Myös hieman erikoisempiin tuotteisiin, kuten sieniin ja yrtteihin olisi kiinnostusta. Eräissä keittiöissä aiottiin myös tilata naapurikunnasta sesonginmukaisesti karitsanlihaa pääsiäiseksi.

... mikä välittää marjoja, niin hänellä on myös tämä sieni, tämmönen pystyy sieniä viljelemään, että on tarkotus ens syksynä ottaa sienet. Ja tuossahan on, XX eilen soitti... sillä on lammastila, niin tulee karitsanliikkaa pääsiäiseksi, että lähiruokaahan se on seki ku se on tuossa lähellä, että mielellään kyllä otan... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Mutta niinkö yrtitki ois mää tykkäisin hirveesti yrttejä käyttää nii jos ois viljelyä niin oisin kiinnostunu. (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

JEDU:n keittiöissä lähiperunan käyttöosuudet olivat varsin korkeita. Eri toimijat (julkiset keittiöt, tuottajat, jalostusyrietykset ja ruokapiirit) kokivat myös Kotavaaran ym. (2014) tutkimuksessa lähellä tuotetun perunan ja perunajalosteiden saatavuuden olevan erittäin hyvä koko Pohjois-Pohjanmaan maakunnassa. Myös lähellä tuotettujen jauhojen ja viljatuotteiden saatavuuden arvioitiin olevan korkea, joten tältä osin keittiöiden kysynnän pitäisi tulla melko helpostikin tyydytettyä. Lähellä tuotetun lihan vähäinen käyttö keittiöissä ei myöskään selity tuotantomäärien vähyydellä. Kotavaaran ym. (2014: 59) mukaan nautanlihantuotantoa on runsaasti etenkin Oulun eteläpuolella, ja paikkatietotarkastelujen mukaan maakunnan nautanlihantuotanto on jopa selkeästi ylijäämäinen kysyntään suhteutettuna. Myös sianlihantuotanto riittää tilastollisesti tarkasteltuna kattamaan hyvin kysynnän Oulun eteläpuolella, mutta lampaanlihantuotannon kasvattamiseen olisi edellytyksiä. Keittiöillä on siis ainakin teoreettisesti potentiaalia lisätä kaipaamiensa tuotteiden käyttömääriä.

2.2.1. Jalostusvaatimukset ja pakkauskoko

”Sous vide” eli valmiiksi kypsennettyjä tuotteita on varsin pitkään valmistettu elintarviketeollisuudessa etenkin ammattikeittiöiden käyttöön (Hopia ym. 2012). Sous vide -kypsennysmenetelmää hyödynnetään tyypillisesti kasvisten, murean lihan ja pitkiä kypsennysaikoja vaativan lihan kypsennykseen. Kolmessa haastattelussa keittiössä sous vide -lihatuotteita ei pääsääntöisesti käytetty, sillä maun koettiin olevan niissä huonompi. Yksi keittiöedustaja kertoi suosivansa kypsiä tuotteita hygieniasyiden vuoksi. Työntekijöiden vähäisen määrän vuoksi lihan pitäisi kuitenkin kaikkien haastatteluvien mielestä olla valmiiksi paloiteltua. Myös kasvikset, esimerkiksi keittokuutiot, haluttiin mieluiten pienittynä, ja marjat pakasteena tai soseena. Ainakin yhdessä haastattelussa keittiössä raasteet tehtiin kuitenkin itse. Pakkauskoon toivottiin olevan suurtalouksille sopiva, eikä aivan pieniä kilon tai kahden pakkauksia yleensä mielellään oteta.

No nehän, sehän pitäis olla pienittyä, että mähän otan XX:lta nyt, että se on. Mää otan raakana harvoin, mää otan kypsänä, se on aivan eri makusta ku tuota se valmiiksi kypsä, että mieluummin raakana ja pienittynä. (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

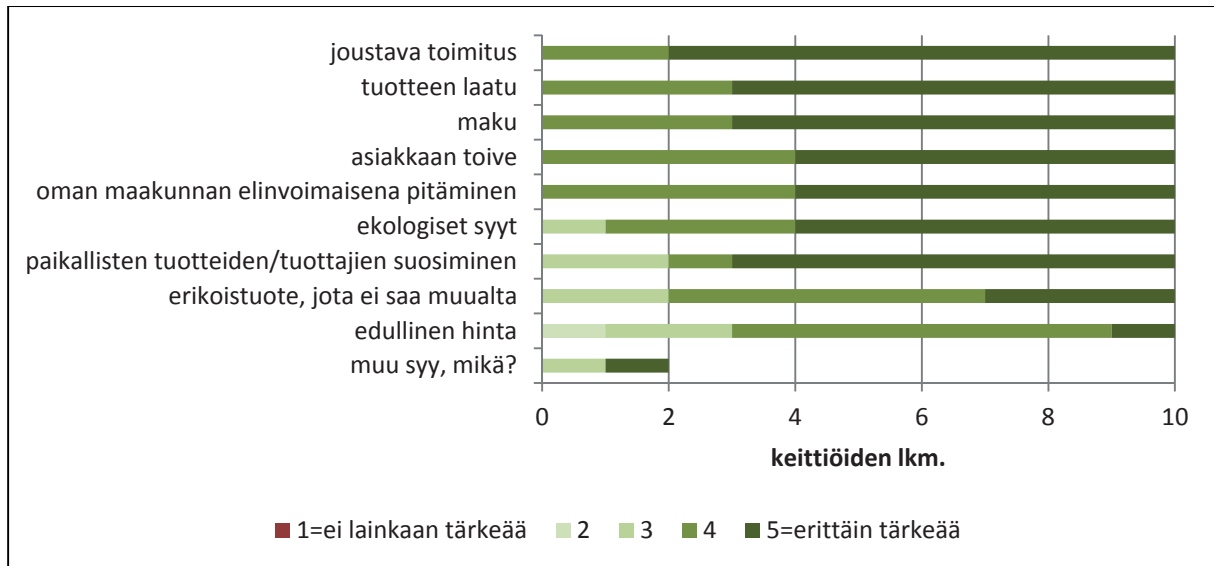
...ja juurekset semmoset... saa olla pestyä, mutta ei niinkö raasteita ei valamiina oteta me tehään ne täällä ite tämmöset, että niinkö keittokuutiot ja... kasvis mieluummin niinkö kuutioituna pienittynä, paitsi niinkö raasteisiin ja salaatteisiin, niin ne tehään täällä ite, no salaattipohjaa tullee niinkö varmaan joka paikkaan, että se pääsalaattipohja mut sitäki tehään välistä ite. (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

No tuota lihahan tietenki sen mukkaan, että miten meillä tämä työaika on, niin sehän pitäis olla niinku sillai esimerkiks paloteltu, että semmonen mistä se ruoka tehään. Että raaka paloteltu liha tai sitte tosiaan niinkö, että no marjat tietenki pitäis saaha... sitä pakastetta tai sitte sosetta. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...niinku kilolla lihaa ei tee mittään ja kahella kilolla ei, että kyllä meillä kuitenkin sillai niinku ois mää luulen, että se semmonen normi tavallinen standardi pakkauskoko mikä on niinku suurtalouksille, niin se ois semmonen ihan hyvä, ja tuommosetki niinku justiinsa neljän kilon, kolmen kilon, viiden kilon pakkauksetki niin. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

2.2.2. Lähielintarvikkeiden valintaan vaikuttavat tekijät

Lähielintarvikkeiden suosimista julkisissa ateriapalveluissa on aiemmissa tutkimuksissa ja selvityksissä perusteltu muun muassa aluetalouden näkökulmasta (ks. esim. Puoskari ym. 2013). Viitaharjun ym. (2014: 136) tutkimuksen mukaan lähiruoan käytön lisäämisellä julkisissa hankinnoissa Pohjois-Pohjanmaalla olisi tulevaisuudessa (v. 2020) merkittäviä vaikutuksia aluetalouteen niin työllisyyden kuin bruttokansantuotteen osalta. Tutkimuksessa todetaan, että jos hankintarenkaat käyttäisivät arvioimansa 3,4 miljoonaa euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen yli 400 henkilötyövuotta. Vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi jopa 32,7 miljoonaa euroa. Julkiset ruokapalvelut arvostavat yleensä kotimaista tuotantoa ja elintarvikeyrittäjiä etenkin luotettavan elintarvikevalvonnan, jäljitettävyyden sekä laadukkaiden ja turvallisten tuotteiden ansiosta (Väänänen & Tossavainen 2013:15). Lisäksi paikallisten yrittäjien kanssa on mahdollista lisätä joustavuutta yhteistyöhön ja tuotekehitykseen. RuokaNET-hankkeen kyselyn mukaan keittiöiden edustajat pitivät lähielintarvikkeiden valinnassa tärkeimpinä ominaisuuksina joustavia toimituksia, paikallisten tuotteiden/tuottajien suosimista, makua ja tuotteiden laatua (kuva 3). Edullinen hinta oli muihin ominaisuuksiin verrattuna vähemmän tärkeä tekijä, joskin melko tärkeä sekini.



Kuva 3. Eri tekijöiden tärkeys lähielintarvikkeiden valinnassa (n=10).

Haastateltavien mukaan pienemmillä toimijoilla ei ole varaa toimittaa heikkolaatuista tavaraa, ja laadusta ollaankin valmiita maksamaan hieman ekstraa.

No ainahan sitä haluaa halvemmalla, mutta kyllä siitä on valmis maksaa ko se on kumminki paikkakuntalaiset. Tää on pieni paikkakunta, että kaikki tuntee toisensa, niin se on priima tavaraa sitten, mitä tulee... ei niillä oo tavallaan varaa tavallaan fuskata... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

...jos se on lähellä tuotettu, jos se hinta ei ole niinku tuntuvasti kalliimpi, niin kyllähän sitä pyritään sitä lähellä tuotettua kuitenkin sitte. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...se ei olis meillä esimerkiks niinku sillai este et me voitaa maksaa vähän enempi siitä lähituotteesta. (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Kuitenkin esimerkiksi lihatuotteiden osalta hinnan koetaan olevan vielä liian korkea isompia hankintamääriä ajatellen, sillä usein lähellä tuotettu liha on myös luomua. Yhdessä keittiössä luomutuotteita pyrittiin kuitenkin suosimaan mahdollisimman paljon.

Joo niitä ei oo, että se on tietenkki, että haapaveellähän ois sitä luomuliikkaa ja sitä lähi mut se on sitte niin kallista, että sitä ei niinku tässä mittakaavassa kuitenkaan ei oo sitte lähetty... (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...kyllähän sitä mielellään luomua ottaa niin paljon ku vaan saa. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Pääsääntöisesti Suomen lähiruokamarkkinoilla on hyvin tilaa kilpailulle, koska ala on ”elinkaarensa alussa” eikä vahvoja brändejä vielä ole (Mäkipeska & Sihvonen 2010). Erään haastateltavan mukaan pienten toimijoiden keskuudessa ainakin marjojen osalta on kuitenkin näkyvillä jo jonkin verran keskinäistä kilpailua, mikä pudottaa hintoja.

...huomaa, että he myös kilipailee sitte keskenään. Nyt on ollu paljon tarjontaa just niinku marjoista... ainahan sitä haluais kaikkia kannattaa, mutta ei pysty tietenkään kaikkia, että siinä pittää sitte vähän miettiä aina. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Ulkomaisia tuotteita ei haastateltavien mukaan mielellään haluttaisi käyttää, vaikka ne ovatkin selvästi edullisempia. Etenkin ulkomaisten pakastemarjojen riskeistä on uutisoitu paljon (esim. Pasula 2015), ja Evira (2015) suositteleekin niiden kuumentamista tai keittämistä. Myös muun muassa thaimaalaisen broilerin käyttö ravintoloissa aiheutti taannoin kohua (Reku 2015). Haastateltavien keittiöedustajien keskuudessa paikallisten tuottajien vahvuutena nousi vahvasti esille alkuperätietous. Kuitenkin kotimaisuutta pidettiin hankinnoissa varsin tärkeänä lähtökohtana.

...ulkomaalaiset marjathan ois hirvittävän edullisia... ja tosiaan niinku nämä kaalit kukkakaalit parsakaalit melkein puolta halvempia, mutta ei niitä kuitenkaan sitte niitä unkarilaisia mielellään, et meille on ainaki sanottu vaikka on tiukka aika... että ruokatarvikkeissa ei tarvi sillai pihistellä, että lähettäs niinku aina sitä halvainta hakemaan vaan, että kyllä sillä pittää jonkulainen kotimainen lähtökohta olla. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...nykyään tämä on tämä ruokahomma ku on semmosta, että sitä ku ei tiiä, että mistä se tulee se ruoka, ja mistä se, vaikka sää otat sen lihan, niin sitähan ei loppujen lopuksi tiiä, että mistä asti se on tuotu, missä se on teurastettu, että ku tästä läheltä ottas, niin senhän tietäs, paikallinen tuottaja ois niinku niin hyvä siinäki suhteessa... (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...esim lampaanliha, naudankiliha joskus on semmosia, että ne sitte tulee jostaki kaukaa, ja se on taas sitte vähän negatiivinen juttu, että mielellään suosis kyllä suomalaisia vähintäänki, että jos ei sitä lähiruokaa aina saa niin sitte, että se ois suomalaista kumminki. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

2.2.3. Lähielintarvikkeiden tarjonnan tuntemus ja tuotteiden tarjonta keittiöille

Aiempien tutkimusten mukaan kuntien elintarvikehankinnoista vastaavilla tahoilla ei usein ole tietoa oman kunnan elintarviketarjonnasta (esim. Muukka ym. 2008, Puoskari ym. 2013). Väänttisen ja Korpi-Vartiaisen (2010) mukaan ammattikeittiöiden tietämättömyys johtuu osittain siitä, että lähiruokatuotteita ei usein ole suurten tukkuliikkeiden valikoimissa, joista keittiöt pääosin tekevät hankintansa. Lähielintarvikkeiden tarjonta ei välttämättä ole kovin tuttua ruokapalveluissa työskenteleville myöskään eri paikkakunnalla asumisen vuoksi. Julkiset ammattikeittiöt usein toivovatkin, että tuottajat itse ottaisivat yhteyttä keittiöihin ja lähettäisivät tietoja tuotteistaan.

Lähielintarvikkeiden tarjonnan tuntemusta arvioitiin kyselyssä asteikolla yhdestä viiteen (1=en tunne alueen lähielintarvikkeiden tarjontaa lainkaan, 5=minulla on erinomainen käsitys alueella tarjolla olevista tuotteista). Puolet keittiöistä valitsi asteikolta kohdan 3, kolme keittiötä kohdan 2 ja kaksi keittiötä kohdan 4. Kuusi keittiöedustajaa ilmoitti olevansa yhteydessä alueen tuottajiin/yrityksiin ennen tarjouspyyntöjä. Keittiöille tehtyjen haastattelujen mukaan tuottajat eivät välttämättä markkinoi itseään ja tuotteitaan kovin näkyvästi. Haastateltavat kaipasivatkin enemmän suoria yhteydenottoja tuottajilta. Yksi keittiön edustaja arvioi, vaikuttaako hankintarenkaaseen kuuluminen yhteydenottojen vähäisiin määriin.

...se oo sillai, ettei oo kaupannu kukkaan. Ainut, mikä on käyny nuita marjoja on, ja sitte tosiaan tämä lihan, lampaan. Tietenki pääsiäinenkö lähestyy, niin kauppaavat muttei mittään muuta oo kaupattu... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Vois paremmin tulla tiedotusta... kyllä niitä vois enempi tarjota, ja niinku tuottajatki voisivat niinku ite tarjota ja soitella keittiöille. Meillä oli haapaveellä esimerkiks oli marjanpoimijoita ihan yksityisiä ihmisiä, jotka soitti että heillä on tämmösiä ja tämmösiä, ja tänne ei ole kyllä kertaakaan kukkaan soittanu että olisi (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Joo, kyllä se olis niinku oikeesti kiva tietää, että mitä tällä alueella tuotetaan, ja mitä me pystyttäis tänne ottaan, että mikä niien kapasiteetti on tuottaa jotain tiettyä... että kyllä se ois ihan mukava, että ne tarjoais jotain, että hei meillä on tällästä (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

...ei hirveenä yrittäjät soittelle, ehkä he ajatteleeki, että meillä on tuo rengas, että ei kauheesti tarjouksia tuu...(Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Osa haastateltavista ilmoitti itse soittavansa tuottajille kysyäseen tuotteista, mutta yhteystietojen etsimiseen ei kuitenkaan ole kovin paljoa aikaa käytettävissä. Osa myös ilmoitti joskus hyödyntävänsä Ostajan lähiruokaoppaaseen (HAO 2013) koottuja yhteystietoja. Opas on laadittu Haapaveden ammattiopiston 2009–2013 toteuttamassa Maku-Helmi hankkeessa.

...meillä ainaki on niin kiireinen tuo työtahti, niin ei me keretä kaivaakaan niitä esille vaikka meillä ois hyvää tahtoaki, niin ei siihen taho löytyä aikaa, siihen pitää olla hirveen kova palo ja into, että löytää sen myyjän... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

...tästä lähioppaasta... täältä mä oon aika paljon kattonu...(Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...mielellään itekki kyllä soittelisin ja kyselisin, oon kyllä kysellyki... (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

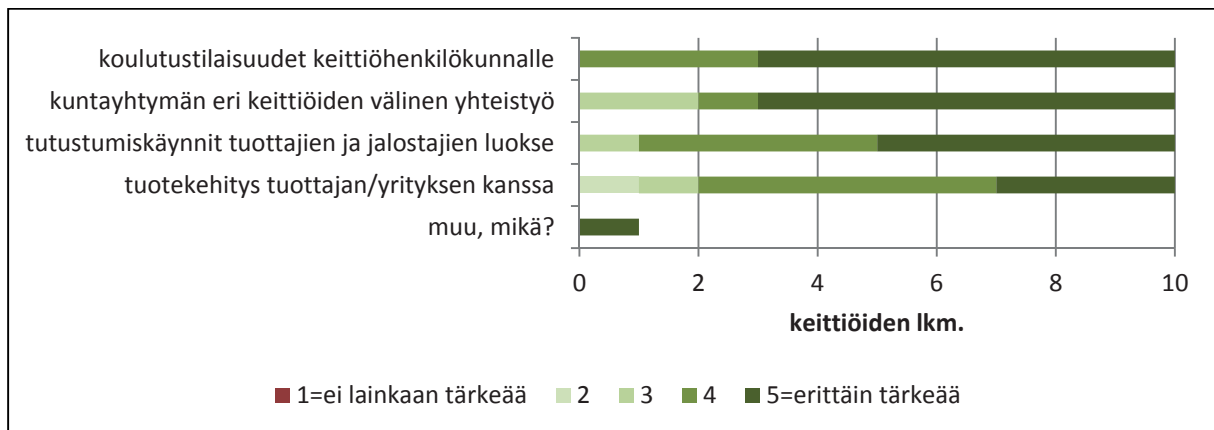
Paikallisten elintarvikkeiden etsintää helpottamaan on laadittu www.aitojamakuja.fi -sivusto (Aitojamakuja 2015), jonne on kerätty koko Suomesta pieniä ja keskisuuria elintarvikeyrityksiä ja tuottajia, oli pääosin tuttu haastateltaville. Yrityksiä voi hakukoneen avulla etsiä tuoteryhmittäin tai alueittain, myös rajaus luomua tuottaviin yrityksiin on mahdollista.

2.3. Yhteistyö lähiruoan käytön lisäämiseksi

Lähiruoan käytön lisääminen edellyttää yleensä monenlaista yhteistyötä eri osapuolten välillä. Julkissa ruokapalveluissa kuntien virkamiehet ja luottamushenkilöt ovat keskeisessä asemassa, kun päätetään, mitä ruokaa tarjotaan ja miten ruokapalvelut tuotetaan (Väänänen & Tossavainen 2013:22). Vaikka päättäjien suhtautuminen lähiruoan käyttöön on useimmiten hyvin myönteistä, jäävät konkreettiset toimet helposti tekemättä. Jokilaaksojen koulutus kuntayhtymässä ruokapalvelujen lähiruoan käyttöön liittyen ei ainakaan projektin toiminnan aikana ollut kirjattuna yhtenäisiä linjauksia, mutta lähiruoka mainitaan JEDU:n (2014) strategiassa lähiruoan käyttöön tai lähiruoka-teeman kehittämiseen liittyen kahden yksikön kohdalla. Lisäksi JEDU:n strategisissa painopisteissä mainitaan kestävä kehitys. Kirjausten puuttumisesta huolimatta, haastatellut ruokapalveluiden edustajat kuitenkin ker-

toivat saaneensa positiivista viestiä esimerkiksi yksikköjen rehtoreilta lähiruoan käytön lisäämiseen liittyen. Ruokapalveluja koskevat linjaukset ja esimerkiksi kuntastrategiat tai vastaavat määrittelevät kuitenkin lopulta sen, mitä lautasilla on tarjolla, ja lähiruokakeskustelun järjestäminen yhteistyössä päättäjien ja ruokapalveluiden kesken voisi olla hyvä vuoropuhelun avaus ja ensimmäinen askel yhteistyön lisäämiseen. Tähän liittyen löytyy hyviä ohjeita lähis-oppaasta (ks. Väänänen & Tossavainen 2013).

Ruokapalveluiden edustajille tehdyissä kyselyissä ja haastatteluissa sisäisen yhteistyön osalta painotettiin koulutuksen ja keittiöiden välisen yhteistyön tärkeyttä, joista jälkimmäisellä edesautetaan tiedonkulkua ruokapalveluiden välillä. Lisäksi tuottajien ja yritysten kanssa tehtävän yhteistyön osalta selvitettiin kokemuksia ja näkemyksiä esimerkiksi tutustumiskäynteihin ja tuotetestaukseen liittyen. Kyselyn mukaan yhteistyömuodoista tärkeimpinä pidettiin juuri sisäisen yhteistyön eri muotoja (kuva 4). Seitsemän keittiötä piti keittiöhenkilökunnalle pidettäviä koulutustilaisuuksia kuin myös kuntayhtymän eri keittiöiden välistä yhteistyötä erittäin tärkeänä. Varsin tärkeänä pidettiin myös tutustumiskäyntejä tuottajien ja jalostajien luo sekä tuotekehitystä yhdessä tuottajan/yrityksen kanssa. Tarve tuottajien ja julkisten keittiöiden verkottamiselle on siis selvästi olemassa.



Kuva 4. Yhteistyömuotojen tärkeys lähiruoan käytön lisäämiseksi keittiöiden mukaan (n=10).

2.3.1. Koulutus ja keittiöiden välinen yhteistyö

Kaikki haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että koulutusta keittiöhenkilökunnalle ei juurikaan järjestetä, tai tietoa sellaisesta ei ainakaan usein tule. He kokivat myös, että olisi tärkeää nähdä, mitä muissa keittiöissä tehdään, niin koulutuskuntayhtymän sisällä kuin alueen muissakin keittiöissä.

Täähän ois mukava tää koulutus... että minkälaista se on, ja sehän yhistäis, ja näkis vähän niinkö mitä ne muut tekkee. Että meillä on, niinkö ei oo koulu, tämä niinkö peruskoulu, niin ei oo missään tekemisissä meidän koulujen keittiöiden kanssa... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Joo ei, että viime talvena ku mä olin tuota Kokkolassa oli joku lähiruokapäivät, niin siellä mä olin, mutta tuota ei niitä tällä alueella oikeestaan oo, ja sillä tavalla aika harvakseltaan niistä mitään tietoa tulee, että pitääkö ne niinku näitä (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Yhteisesti koulutuskuntayhtymän ja alueen ruokapalveluiden kesken saatetaan järjestää esimerkiksi messuvierailuja kuljetuksineen. Eräs haastateltava pohti yhteistyön lisäämistä yhteistilausten näkö-

kulmasta, ja toinen mietti, voisivatko keittiöt valmistaa toisilleen tuotteita, sen mukaan, mitä osataan ja kuka ehtisi mitäkin tekemään.

Sitähän jonkin verran on, mutta että voishan sitä olla enempiäkin. Enempikin sais olla, että ei siinä. Että mehän yleensä, niinku on varsinki täältä... keittiöltähän naiset yleensä on kaikilla just messuilla, ja niitähän pyritään yhdessä järjestään niitä reissuja ja kaikkia, mutta ei sitte semmosta ei oo, semmosta, että esimerkiksi yhdessä tilattas jostaki jotaki semmosta erilaista tuotetta, vaikka niinku sitte jotaki lihhaa tai että semmosta...(Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Joo, ja mehän tehään niinkö tillauksestaki tässä, että sehän ois aivan, me ollaan eksperttejä tekkeen niin tuota niin kala kalapihvejä ja sitte naita niin karjalanpiirakoita, että vois sinne tietenki maistiaiset, että tilatkaapa meiltä. Mikä se estää, niinkö keittiöitäki valamistamasta toisilleen, en tiää, tullee se sitte joku elintarvikelaki... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Koulutuskuntayhtymän koko henkilöstön yhteisen koulutuspäivän nähtiin olevan myös oivallinen tilaisuus, johon voitaisiin sisällyttää keittiöhenkilökunnalle omaa ohjelmaa ja toisiinsa tutustumista. Myös ammattikeittiöiden tuotannonohjaukseen liittyvän ohjelman käyttöön pohdittiin koulutusvaihtoehtoja.

Joo miksei, kyllähän meillä niinku tässä niinku jedussa, niin mehän ollaan tässä joki-laaksojen alueella, niin et meillä on niinku kerran vuodessa yhteinen koulutuspäivä koko JEDU:n henkilöstön kanssa, niin sen osana vois olla... olis kyllä ihan hyvät hyvät mahdollisuudet et siinä just... kuntayhtymän eri keittiöiden välinen yhteistyö niin sitähän meillä ei ole nyt juuri ollenkaan, eikä oookkaan... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

...meillä on niinku tämmönen esimerkiks niinku jamix-ohjelma, niin siinä on yritetty saada yhteisiä koulutuspäiviä, ja näissä vois olla, mikä olis niinku mun mielestä tehokas tapa, että olis vaan niinku aina muutama keittiö siinä, että ei niinku kaikki keittiöt yhtä aikaa, ku se on niinku meidän yksikössä hankala järjestää aina, ja se on kallis päivä... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Haapaveden yksikön oman puutarhan tuotteita haluttaisiin käyttää muidenkin paikkakuntien yksiköissä, mutta logistiikan epäiltiin aiheuttavan ongelmia. Yhden haastateltavan mukaan samassa oppilaitoksessa tuotettujen elintarvikkeiden käyttö tekisi muillekin yksiköille näkyväksi JEDU:n toimintaa muualla.

...mää oon sitä miettiny ku meillä on haapaveellä kuitenkin se puutarhahomma, että ois sieltäki ihan mukava, totta kai oman koulutuskuntayhtymän sisältä ostaa tuotteita. Mut siinä tulee se logistiikka, että kuka sen kuskaa, ja sit se rupee maksaan, ja sit, joo ei se onnistu... et seki ois mukava, jos sen sais levitettyä, niinku voi sanoa et okei, tää on meidän yhdessä koulussa, oppilaitoksessa tuotettua tavaraa, se vois niinku tätä jeduaki tuua niinku saman tien esille, että niinku lähentää oppilaitten vaihtoa. Oppilaat saattais kiinnostua, jos ei kiinnosta joku täällä, että ahaa siellä on sellasta (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Koulutuskuntayhtymään toivottiin myös omaa ruokahuoltopäällikköä, joka toimisi yhteen kokoavana tahona, ja joka levittäisi tietoa kaikkiin yksiköihin. Koulutuskuntayhtymän erään yksikön ruokapalve-

lupäällikkö toimi yhteistyöhenkilönä hankintarenkaan suuntaan, mutta varsinainen ruokahuollosta yhteisesti vastaava taho puuttui, ja keittiöt toimivat itsenäisinä.

Kaikista mukavinta ois, jos tässä koulutuskuntayhtymässä ois ruokahuoltoapäällikkö, joka keräis tämän tiedon, ja tuota noin niin, ja tekis, niinku kaivais esiin näitä ihmisiä, ja olis yhteistyössä, ja hän sitte keskitetysti pystyis sitä infoa jakamaan. Et nyt tää vaan jää tänne yksikkötasolle, niin tää on tosi hankalaa... meillä on kuitenkin isot rahat kiinni näissä, täsä elintarvikkeissa ja tämmösessä, niin paljon käytetään, niin se ois ihan kiva, ja ku meillä on aina se aikapula täällä (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

2.3.2. Tutustumiskäynnit ja messut

Hanketoiminnan kautta järjestetyissä tilaisuuksissa ruokapalveluiden edustajilla ja tuottajilla on mahdollisuus tutustua toisiinsa. Pohjois-Pohjanmaalla on järjestetty lukuisia lähiruokatoimijoiden verkostoitumisen mahdollistavia tilaisuuksia 2010-luvulla esimerkiksi Syökö nää lähiruokaa? sekä LaatuTuote -hankkeissa (ks. MSL 2014, Simunaniemi 2014). Hankkeissa järjestettiin vuosien 2011–2014 aikana useita seminaareja, yleisöluentoja, keskustelutilaisuuksia, työpajoja ja lähiruokaparlamentteja. Lisäksi hankkeet järjestivät tuote-esittelyjä, tutustumispäiviä maataloille ja yrityksiin sekä kotimaan opintomatkoja. Hankkeet olivat myös näkyvästi esillä messuilla ja myyjäisissä.

Haastateltavat ruokapalveluiden edustajat kertoivat olevansa kiinnostuneita tila- ja yritysvierailuista, mikäli sellaisia järjestettäisiin. Maatilavierailuista heillä oli kokemuksia lähinnä yksityishenkilöinä työajan ulkopuolella eikä niinkään ammattinsa puolesta. Pääosin haastateltavat kuitenkin uskoivat, että myös töiden osalta joustoa löytyy, ja aikaa vierailuille pystyttäisiin järjestämään.

...kyllähän se ois mukava käyä joskus, ja sitte tässäkihän on näitä lihantuottajiahan on lähellä... ois niitä avoimia ovia ollu, mutta jotenki ne aina karkaa ne. Jonku verran oon ite henkilökohtasesti itselleni käynyt, kun on ollut näitä avoimia ovia maataloilla, siis niinku tämmösillä maitotiloilla yleensäki, niin oon käyny kahtomassa (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...en oo tämän emännänhommien kautta en oo päässy, et sehän ois hirveen mielenkiintosta, ja kyllä mä mielellään lähen, ja miksipä niillä ei vois käyä, jos vaan soittasin, niinku uskosin, että ottas mielellään vastaan ja antas haastatteluja, mutta tuota se on aina sitte budjettikysymys, että pääsenkö mä lähteen vai pitäskö se omalla ajalla tehdä, mutta kiinnostusta kyllä ois tutustua (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...esim tuo tutustumiskäynnit, se ois aivan hirveen mielenkiintonen seki, että jos kerräis muutaman henkilön täältä, varmasti ois kiinnostuneita, ja lähettäs yhdessä käymään, niin siinä uskosin että se kaikkien työpaikkojen osalta onnistus, että sehän ois samalla semmonen virkistyspäivä. (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...täältä löytyy sitä joustua tässä talossa siihen, että me voiaan niinku suunnitella esimerkiksi päivä sillai, että me päästään kaikki, mikä ei niinku monessakkaan paikassa oo sitten tuota aina mahollista (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Erään haastateltavan mukaan kiinnostusta olisi tutustua erityisesti sellaisten yritysten toimintaan, joista jo tilattiin tuotteita:

...ku mä vihanneksia tillaan tuolta XX:sta niin mä oon sanonu, että millonhan mä pääsen käymään teillä, että oppilaita sinne viiään muttei mua, mikä tilla sieltä... että

se ois mukava, että näkkee missä se ja miten se tapahtuu siellä (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Messuilla käynti oli haastateltujen ruokapalveluiden edustajien keskuudessa melko vähäistä. Suurin osa ilmoitti käyvänsä Kespron messuilla kerran vuodessa, mutta niitä pidettiin hieman liiankin laajoina.

No meillähän on niitä messuja, aina kerran vuojessa on. No ennen joulua, niihin me ei oo ylleensä menty, mutta niinkö kevväälläki on aina Atrian, ja nuo mistä me otetaan tuotteita Kespro ja tämmöset, niin ne on Oulussa... ne on sitte vaan niin kauhian laajat, että siellä ei niinkö oikeestaan tuu muutako paperia säkkikaupalla mukkaan, että kuka ne sitte lukkee, että pannaan vaan pois... (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Joo kyllä me käyään, aina mahdollisuuksien mukkaan yritetään päästä... (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Pari haastateltavaa toi esille myös eettisiä seikkoja, joiden puolesta tilavierailut kiinnostaisivat kovasti. Esimerkiksi tehotuotanto ja eläinten kohtelu mietityttivät.

...ja sekin sitten se on semmonen minun mielestä henkilökohtaisesti semmonen kaksipiipunen juttu, kun mulla on itelläki hevosia ja koiria ja kaikkee tommosta, niin se tehotuotanto, jotenki semmonen, mikä aiheuttaa semmosta niinku miettimistä ja pähkäilyä, että ei oikeen tiä, että miten siihen, vaikka sitä on iänkaiken tehty, ja eihän tämä niinku joukkoruokailu ois mahdollista ilman sitä tehotuotantoa... (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...mua kiinnostas hirveenä ainaki nuissa kanaloissa käydä tutustumassa, meilläki on monta tuota vaihtoehtoa tässäki lähiruokaoppaassa, että mistä voitais kananmunia saaha... mielellään kävis kattomassa, että minkälaisia eroja niissä on, ja itelle ainaki merkitsee tosi paljon se, että minkälaisissa oloissa on yleensäki eläimet... siis semmosia, mitkä on niinku semmosia eettisiä juttuja, niin tosi tärkeitä (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

2.3.3. Tuotetestaus ja -kehitys

Lähis-opas suosittelee tuotetestausta pohjana onnistuneen lähiruokayhteistyön synnylle (Väänänen & Tossavainen 2013: 33). Sitä pidetään erinomaisena esimerkkinä ennakoivasta vuoropuhelusta elintarvikkeiden hankintaprosessissa mukanaolevien tahojen, kuten tuottajien, ammattikeittiöiden ja hankintatoimen kesken. Tuotetestauksen aikana voidaan testata itse tuotteen soveltuvuuden lisäksi toimintatavan soveltuvuutta esimerkiksi logistiikkaa, toimituskohteita ja hintatasoa.

Kolme kyselyyn vastannutta ilmoitti tehneensä joskus yhteistyötä tuottajien tai yritysten kanssa tuotetestauksen muodossa. Yhdessä toimipaikassa oli pidetty myös lähiruokapäivä, jossa elintarvikkeet olivat olleet 90 prosenttisesti lähiruokatuotteita. Haastatteluiden perusteella kaivattiin erityisesti sopivia pienleipomotuotteita, sillä jotkin aiemmista yhteistyökumppaneista eivät olleet enää toiminnassa.

No kyllä seki kiinnostaa joo, varsinki leipomotuotteissa niin toivois, että täällä kuitenkin olis niinku pienleipomotuotteita (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Joo ihan sillon viimisinä tuota, kun se XX oli toiminnassa, niin sillon ne saatto soittaa... että nyt meillä on tällanen leipä tulossa, että kertokaa mielipide menikö kaupaksi tai miten, mutta se oli vaan se yksittäinen (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Oulun yliopiston koordinoimassa ”Lähiruokaa markkinoille” -hankkeessa kehitettiin useiden yhteistyökumppanien kanssa vuosina 2006–2007 ”jälkiruokaperhettä”, joka perustui Oulun eteläisen alueen marjaraaka-aineisiin (Lehtinen 2008). Tavoitteena oli kehittää ammattikeittiöille soveltuva jälkiruokatuote, joka vastaisi silloiseen marjatuotteiden ja -jälkiruokien voimakkaaseen kasvuun. Tuotekehittämisen seurauksena syntyi myös kuluttajapuolen markkinoilla ollut juotava välipala. RuokaNET-hankkeen haastatteluissa eräs keittiöedustaja totesikin tuotekehittämisen ylipäättään olevan hyödyllistä helposti markkinoitavissa olevien tuotteiden syntymisen vuoksi.

Kyllä se vois olla ihan mukava, ja semmonen, että sitä näin niinku pieniä tuottajia, niin sehän edesauttas sitä niinku sitä markkina-alueen saantia, ku oltas niinku ammattilaisina sitä kehittämässä jonkulaista tuotetta, semmosta mitä ois helppo markkinoita (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Eihän se kyllähän semmosta, jos ois hyvä tiimi joka, ja jokkainen siihen panostas, niin kyllähän semmoselle totta kai ois varmasti käyttöä (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Uusien lähielintarvikkeiden käyttö ja kokeilu ei kuitenkaan aina lähde liikkeelle tuotekehityspohjalta, vaan haastateltavat ilmaisivat kiinnostusta lähituotteisiin myös pienyrittäjien tukemisen vuoksi.

Joo kyllä mä tässä jonku verran oon rohennu kokkeilla niinku semmosia tuotteita, mitä ennen vaikka otettu just isosta tukusta, niin sitte näitä lähitiloja, ihan sen takia me kannatetaan pienyrittäjiä ja muita niin, ja oon kyllä kokenu ihan positiiviseksi ja haluaisin jatkossaki muita palveluja käyttää ja enemmänki tutustua edelleenki, että ois kyllä mukava (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

2.4. Alkuperätiedotus asiakkaille

Risku-Norjan ym. (2010) valtakunnallisen julkisia ruokapalveluita koskevan selvityksen perusteella vaikuttaa siltä, että julkisia ruokapalveluja käyttäville asiakkaille annetaan varsin niukasti ateriaa koskevaa tietoa, tai näin oli ainakin vielä muutama vuosi sitten. Selvitykseen vastanneista 116 kunnasta liki 40 % ilmoitti, että ruoan alkuperää ei kerrota koskaan. Myöskään ruoka-annoksen ravitsemustieto ei kulkeutunut asiakkaille noin puolilla vastanneista. Käytännössä informaatiota oli kuitenkin kysyttäessä saatavilla, mutta systemaattinen tiedottaminen oli vähäistä. Selvityksen perusteella tärkeimpinä tekijöinä ruokalistan laadinnassa nousivat esille hinta, asiakkaiden toivomukset sekä joukkoruokailun ravitsemussuositukset.

Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän keittiöissä ruokalistat suunnitellaan 4–8 viikoksi kerrallaan, ja niissä pyritään sesonkiluontoisuuteen. Hinta ei noussut ainakaan lähielintarvikkeiden valintaan vaikuttavia tekijöitä selvitetäessä muita tekijöitä tärkeämpänä esille, päinvastoin (ks. s. 15–16). Yleensä keittiöiden ruokalistoissa on jonkin verran joustovaraa. Haastateltujen keittiöiden edustajien mukaan ruokalistoissa ei pääsääntöisesti mainita tietoja tuotteiden alkuperästä, mutta yksi haastateltava ilmoitti, että listassa mainitaan pääraaka-aineen esimerkiksi lihan alkuperämaa. Linjastoille laitetavaa materiaalia on laadittu JEDU:n lähiruokahankehenkilön toimesta, mutta niiden käyttö ei ole vakiintunutta. Vaikka alkuperästä ei näkyvästi informoida, voivat halukkaat kuitenkin tiedustella asiaa suoraan keittiöhenkilökunnalta.

Ei oo, sen me laitetaan, tuosahan meillä, tuossa ku tehhään tuohon ruokalista, niin me laitetaan siihen aina mikä pääruoan, niinkö lihanki, alkuperämaa (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

No ei oo itse asiassa sillai, mutta ku meillä on niinku tuossa jakelussa aina yks, niin kyl- lä me yritetään aina mainita, että kun ne kysyy jostain heti, että joo se tulee tästä lä- heltä. Jossain palautehetkissä, niin niissä käyään sitte läpi, että meillä on kyllä ihan lä- hiruokaa (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Niin, jaa, että ollaanko kirjojettu. Meillä ei sillain, joskus on laitettu tuonne just.. sa- laatteja, siellä on käytetty näin niin. Sitte meillä on niitä kyllä paljon, niitä erilaisia li- pukkeita, mitä laitetaan, mutta siihen vois enemmänki panostaa... meillä kyllä siihen on materiaaleja tehtykin (Keittiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

Haastattelujen perusteella asiakkaiden kiinnostus tuotteiden alkuperää kohtaan tuntui olevan vaihtelevaa eri keittiöissä. Yhdessä keittiössä koettiin, että alueen ja opiskelijoiden maataloustausta vaikutti myönteisesti kiinnostuksen määrään. Toisessa keittiössä oltiin jopa hieman yllättyneitä, kuinka vähän keittiöhenkilökunta saa asiakkailta tiedusteluja alkuperästä.

Joo osa on, niinku nuorista on, opiskelijoista, henkilökunnasta on, niinkö silla lailla kiin- nostuneita siitä, ja osa täällä on, niin tää on maanviljelyspitäjä, niin täällähän niinku ilmanmuuta kiinnostuneita, että tuleeks täältä, jos tietää että kotoa lähtee niinku vien- tiin tavaraa, että mihin se lähtee (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Harvoin, yllättävän harvoin ku aatellaan tänä päivänä... kyllä mää ite seuraan, ja siksi mää niinkö iteki näen, mää en oikeen tykkää, että ne marjat tuuaan jostaki puolasta, tai just niinkö meillä on hirviät marjamaat täsä ympärillä, että ja täällä on mansikkati- loja on hirviästi ja mustaherukkaa, tämmöstä punaherukkaa, niin näitä on kyllä tällä alueella (Keittiövastaavan haastattelu 21.1.2015)

Pari haastateltavaa totesi, että tietoisuutta paikallisten tuotteiden käytöstä voitaisiin kampanjoimalla lisätä. Lähiruoka-termin käyttö voi kuitenkin olla haastavaa, koska jokainen määrittelee sen omalla tavallaan.

No ei täällä... että meillä kun on pelekästään opiskelijat ja sitte henkilökunta niin ei oi- kiastaan. Tietenki sitä vois niinku markkinoida ja kamppanjoida sitä semmosta, mut ehkä se niinkun lähiruoka on, kaikki ihmiset ei ehkä välttämättä niinku ajattele sitä sil- lai, että niinku esimerkiks suomalainen ruoka on minun mielestä lähiruokaa tai saan ki- lometrin sätteellä oleva ruoka, mutta ehkä niinku, mää voisin kuvitella, että tässä kou- lussa opiskelijat ja henkilökunta ajattelis, että se ois niinku tästä lähialueelta, mutta tietenki, että sitä tietoisuuttahan vois niinku itekki tässä kampanjoimalla lisätä (Keit- tiövastaavan haastattelu 20.1.2015)

...sitähän vois muutenki tuota, ei haittais vaikka tulis tietämystä nuille opiskelijoillekki ja henkilökunnalle, monetki kyselee, jotku kyselyy useinki että mistä tämä on ja onko kotimaista, ja että monelle se on tärkeää tietää se mitä syö (Keittiövastaavan haastat- telu 20.1.2015)

3. Ruokapalveluiden asiakaskokemukset ja -tarpeet

Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän ruokapalvelujen asiakaskokemuksia selvitettiin vuoden 2015 alussa sähköisen kyselyn avulla (liite 2). Kysely suunnattiin JEDU:n opiskelijoille ja henkilökunnalle. Keittiöiden edustajille tehtyjen haastatteluiden mukaan ruokapalveluiden asiakkaille on tehty aikaisemminkin pienimuotoisia toimipaikkakohtaisia palautekyselyitä, mutta kaikki keittiöt kattavaa selvitystä ei ole tehty. Vastauksia saatiin yhteensä 509, mikä vastaa noin kahdeksasosaa koko opiskelija- ja henkilökuntamäärästä. Vastanneista enemmistö (67,8 %) oli naisia ja noin kolmasosa miehiä. Heistä valtaosa oli opiskelijoita (78,4 %) ja loput 21,6 % henkilökuntaa. Vastaukset kattoivat kaikki JEDU:n yhdeksän omaa keittiötä sekä kaksi ulkopuolisen toimijan keittiötä, siten että kussakin toimipaikassa ensisijaisesti ruokailevien määrä vaihteli 18 ja 128 välillä.

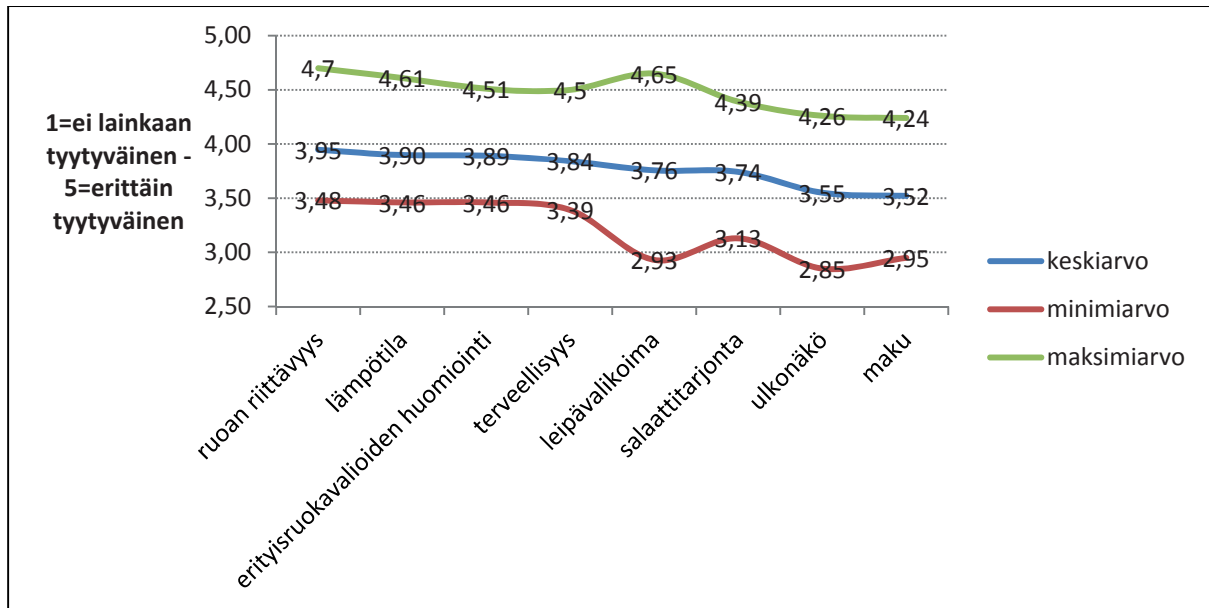
3.1. Lounasruokailu

Suurin osa vastaajista ilmoitti hyödyntävänsä lounasruokailumahdollisuutta päivittäin ja noin kuudesosa 3–4 kertaa viikossa (taulukko 1). Harvemmin tai ei koskaan lounasruokailua hyödyntävistä suurin osa (30 vastaajaa) perusteli vastaustaan vedoten työajan aiheuttamiin rajoituksiin tai esimerkiksi opiskelun ”lähipäivien” määrään. Hintaan tai laatuun liittyviä perusteita antoi 13 vastaajaa, ja kolme ilmoitti noudattavansa erikoisruokavaliota. Yhdeksän kertoi ottavansa omat eväät mukaan perustelematta sen tarkemmin valintaansa. Muutama vastaaja söi muussa kuin oman yksikkönsä ruokalassa.

Taulukko 1. Vastaajan oman yksikön lounasruokailun hyödyntäminen (n=509).

joka päivä	3-4 kertaa viikossa	1-2 kertaa viikossa	harvemmin	en koskaan
334 (65,6%)	81 (15,9%)	42 (8,3%)	47 (9,2%)	5 (1,0%)

Kyselyvastausten perusteella ruokapalveluiden tarjoamassa lounaassa vaikuttaisi toimipaikoittain olevan suuria eroja. Tyytyväisyyttä lounasruoan eri osa-alueisiin ja ominaisuuksiin arvioitiin asteikolla yhdestä viiteen (1=ei lainkaan tyytyväinen – 5=erittäin tyytyväinen). Vastauksissa oli tilastollisesti merkittäviä eroja eri toimipaikkojen sekä opiskelijoiden ja henkilökunnan välillä. Keskimäärin tyytyväisimpiä oltiin ruoan riittävyteen ja lämpötilaan, ja vähiten tyytyväisiä makuun ja ulkonäköön (kuva 5). Suurin ero vastauksien keskiarvoissa oli leipävalikoiman osalta ja pienin erityisruokavalioiden huomioinnin osalta. Yksi keittiö sai kaikkien arvioitavien ominaisuuksien osalta heikoimmat keskiarvot. Opiskelijoiden ja henkilökunnan välillä ero oli tilastollisesti merkittävää erityisesti luokissa ulkonäkö, maku ja leipävalikoima. Kahteen ensiksi mainittuun henkilökunta oli keskimäärin opiskelijoita tyytyväisempi ja viimeksi mainittuun vähemmän tyytyväinen.



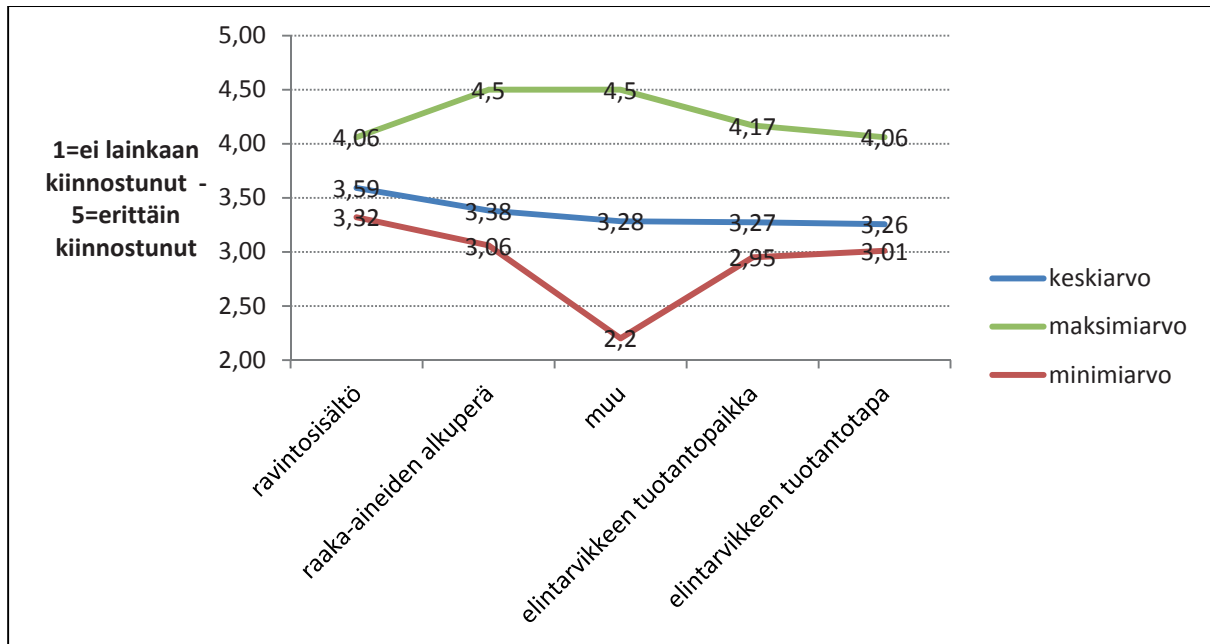
Kuva 5. Lounasruoan ominaisuuksien arviointi (n=509).

Tilastollisissa testeissä, koskien asiakkaiden lounasruokatyytyväisyyden ja keittiöiden lähiruoan käyttösuuksien välistä korrelaatiota, ei löytynyt tilastollista merkittävyyttä. Kuitenkin jotain yhteneväisyyksiä lähiruoan käytön ja lounasruokailutyytyväisyyden välillä oli havaittavissa. Esimerkiksi keittiö, joka ilmoitti käyttävänsä lähituotteista ainoastaan perunaa ja juureksia, sai asiakaskyselyssä alhaimmat keskiarvot lounasruoan eri ominaisuuksille. Eniten lähituotteita kyselyn mukaan käyttäneet keittiöt sen sijaan eivät saaneet asiakaskyselyn vastauksissa lounasruoan osalta selvästi muita korkeimpia keskiarvoja. Tämä saattaa osittain selittyä sillä, että lähiruoankäyttösuuksia on vaikea arvioida eivätkä kaikki keittiöt ole välttämättä arvioineet määriä samoin perustein. Tuloksista ei kuitenkaan voida vetää johtopäätöksiä, että lähielintarvikkeista tehty ruoka olisi automaattisesti parempaa, vaan sitä selvitettäessä tulisi tietää tarkat käyttömäärät eri elintarvikkeista.

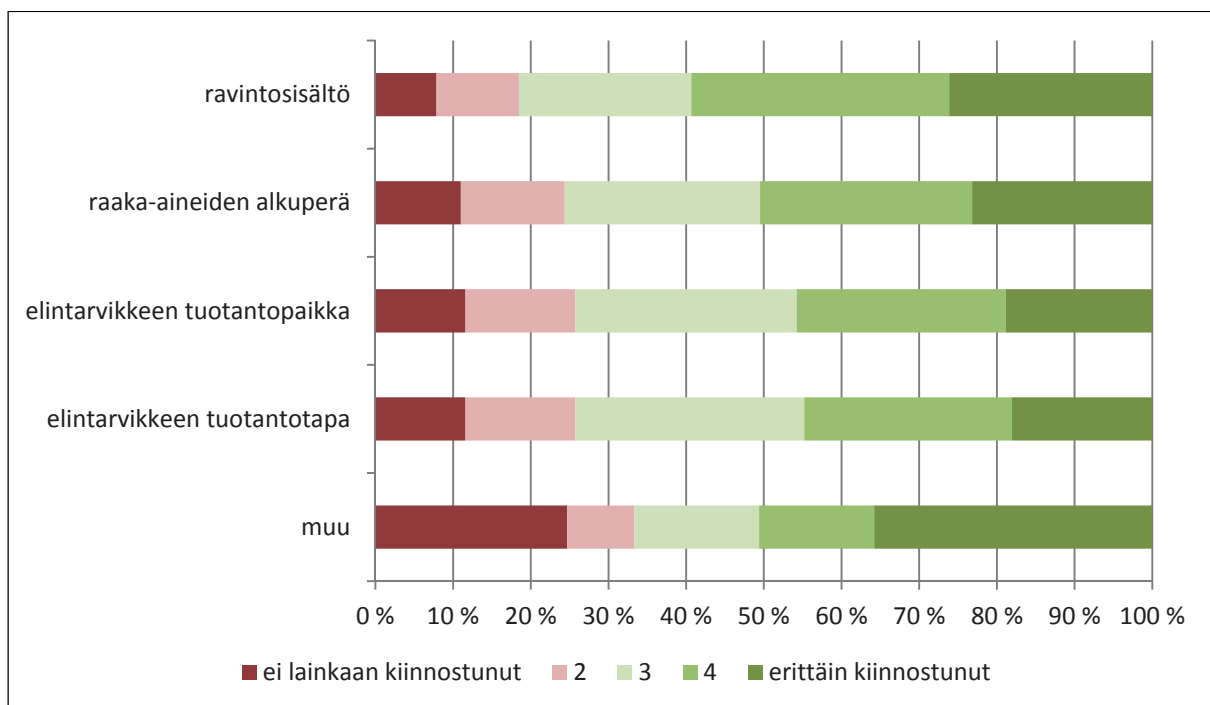
Kyselyn loppukommenteissa saman yksikön ruokapalveluja käyttävien vastauksissa oli joitakin yhtäläisyyksiä, joten niistä voinee koota yhteen lounasruoan heikoimpia kohtia ja kehittämisehdotuksia. Kommentit koskivat joissain yksiköissä muun muassa lihan laatua, einesten runsasta käyttöä, salaattitarjontaa ja sen laatua sekä ruokien mausteisuutta. Useammassa kommentissa tuotiin esille myös se, etteivät kaikkien asiakkaiden ruokatoiveet ole samanlaiset. Toiset haluavat tavallista kotiruokaa, toiset voimakkaammin maustettuja eksoottisia ruokia. Kuitenkaan mausteiset ruoat eivät sovi kaikille, joten helpompaa voisi olla, jos mausteita kaipaavat lisäävät niitä itse annoksiinsa.

3.2. Ruoan alkuperä

Ruokapalveluiden asiakkaiden kiinnostusta ruoan alkuperään ja ravintosisältöön (kuva 6) arvioitiin asteikolla yhdestä viiteen (1=eikä kiinnostunut – 5=erittäin kiinnostunut). Myös tässä kysymyksessä eri toimipaikkojen välillä oli tilastollisesti merkittäviä eroja ravintosisältö-luokkaa lukuun ottamatta. Raaka-aineiden alkuperästä, tuotantopaikasta ja tuotantotavasta oltiin yhdessä toimipaikassa selvästi enemmän kiinnostuneita kuin muissa. Erään toimipaikan vastaajia kiinnosti puolestaan ravintosisältö selvästi eniten. Luokkaan ”muu” vastaajat nimesivät esimerkiksi terveellisuuden, kotimaisuuden ja tuoreuden. Vaikka eri toimipaikkojen keskiarvoissa oli suuriakin eroja kiinnostuksessa ruoan alkuperää ja ravintosisältöä kohtaan, koko vastaajajoukossa oli suhteellisen pieni osuus niitä, joita alkuperä ei kiinnostanut lainkaan tai kiinnosti vain vähän (kuva 7).



Kuva 6. Kiinnostus raaka-aineiden alkuperästä ja ravintosisällöstä (n=509, luokka muu n=81).



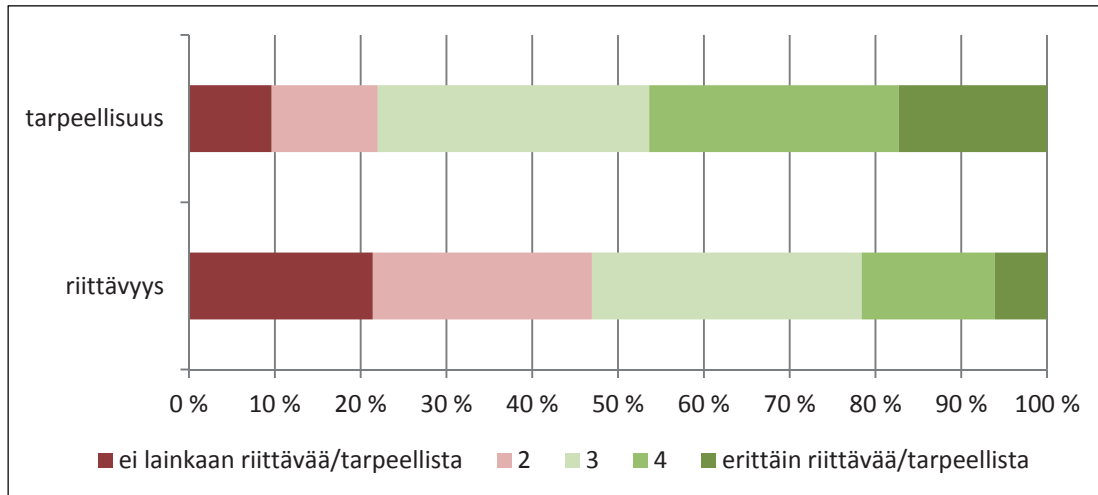
Kuva 7. Kiinnostus raaka-aineiden alkuperästä ja ravintosisällöstä (n=509, luokka muu n=81).

Henkilökunta oli opiskelijoita selvästi kiinnostuneempi kaikista arvioitavista kohdista. Suurimmillaan ero oli luokassa ”muu” (henkilökunta ka.3,95; opiskelijat ka.3,03). Molempia vastaajaryhmiä kiinnosti keskimäärin eniten ravintosisältö ja toiseksi eniten raaka-aineiden alkuperä.

3.2.1. Alkuperästä tiedottaminen

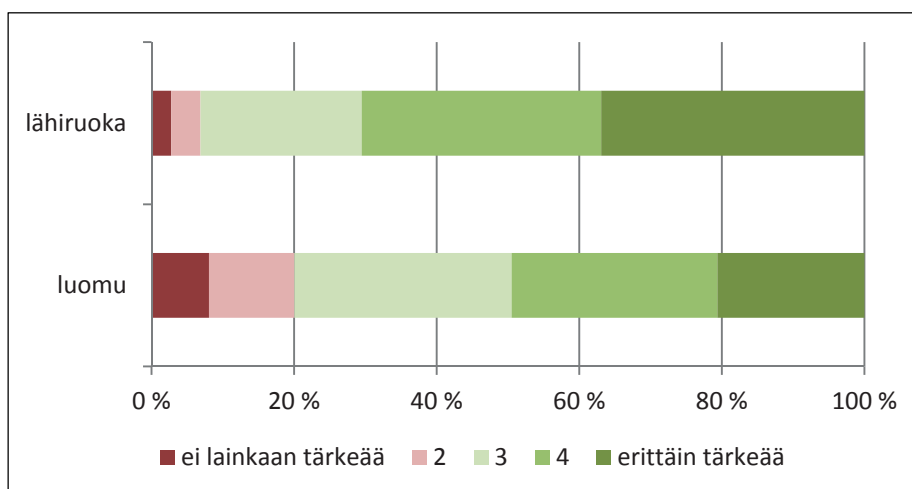
Ruoan raaka-aineiden alkuperän tiedottamisen osalta vastaajia pyydettiin arvioimaan tiedottamisen senhetkistä riittävyttä sekä tarpeellisuutta asteikolla yhdestä viiteen (1=ei lainkaan riittävä/tarpeellista – 5=erittäin riittävä/tarpeellista). Kaikkien vastausten keskiarvo riittävyyden osalta oli 2,59 (min. 2,21; max. 3,17) ja tarpeellisuuden osalta 3,32 (min. 3,91; max. 2,92). Noin puolet kai-

kista vastaajista koki tiedottamisen melko tarpeellisenä tai erittäin tarpeellisenä, mutta vain viidesosa koki sen olevan nykyisellään riittävää (kuva 8). Vastauksissa oli tilastollisesti merkittäviä eroja eri toimipaikkojen vastaajien kesken, mutta kaikissa toimipaikoissa tiedottamisen määrää toivottiin vastausten perusteella lisättävän. Myös kyselylomakkeen loppukommenteissa oli toivomuksia, että alkuperätietoa olisi enemmän näkyvillä. Kommenteissa esitettiin, että ruoan tarkat sisältötiedot voisivat olla löydettävissä esimerkiksi nettisivuilta.



Kuva 8. Ruoan raaka-aineiden alkuperästä tiedottamisen riittävyys ja tarpeellisuus (n=509).

Mielipiteet lähi- ja luomuruoan käytön tärkeydestä ruokapalveluissa vaihtelivat toimipaikoittain. Lähi- ja luomuruoan käyttöä pidettiin keskimäärin luomuruoan käyttöä tärkeämpänä kaikkialla (lähi- ja luomu ka. 3,98 ja luomu ka. 3,42). Noin 70 prosenttia vastaajista piti lähiruoan käyttöä melko tai erittäin tärkeänä (kuva 9). Luomutuotteiden käyttöä pidettiin pääosin tärkeimpänä niissä toimipaikoissa, joissa myös tiedottamista pidettiin tarpeellisimpana.



Kuva 9. Lähi- ja luomuruoan käytön tärkeys ruokapalveluissa (n=509).

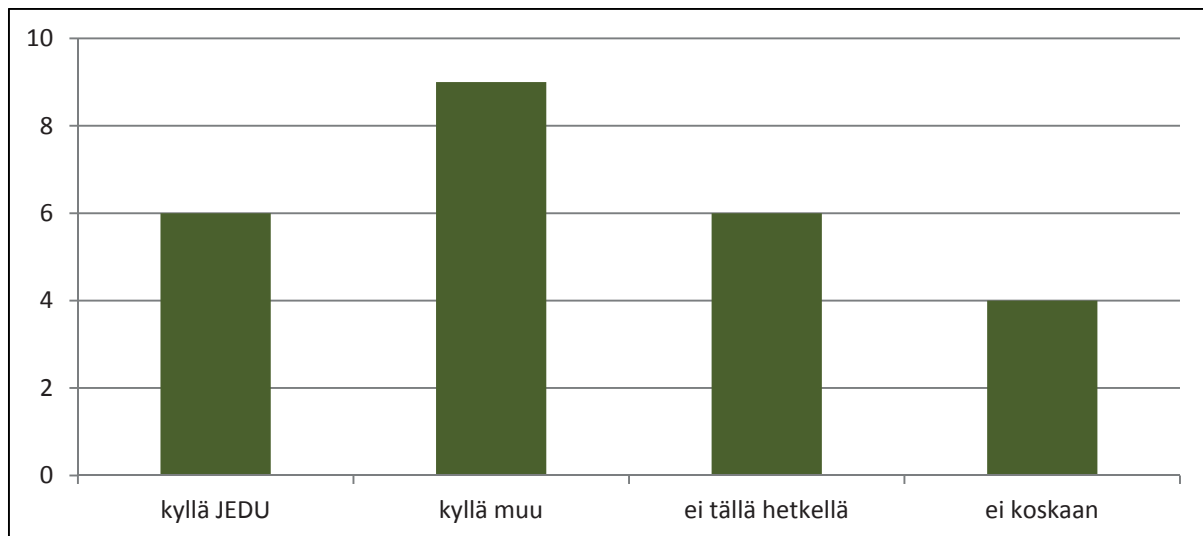
Kyselyiden loppukommenteissa muutama vastaaja vielä korosti lähiruoan käytön tärkeyttä, kun puolestaan pari vastaajaa oli sitä mieltä, että suomalainen ruoka kokonaisuudessaan on ulkomaiseen ruokaan verrattuna luomua. Lisäksi muutama asiakas näki selvänä epäkohtana sen, että lähituotannon periaate ei maitotuotteiden kohdalla toteudu (ks. myös ruokapalveluiden eri tuoteryhmien käyttö s. 13–14).

4. Oulun Eteläisen alueen lähiruokapotentiaali

Kotavaaran ym. (2014) mukaan Pohjois-Pohjanmaan maataloustuotannon alueellisessa rakenteessa Oulun eteläpuoliset alueet painottuvat vahvasti, ja noin 90 % naudoista ja sioista sekä viljellystä pinta-alasta sijaitsee Oulu-Utajärvi -linjan eteläpuolella. Vuonna 2013 maatalous- ja puutarha-alan yrityksiä maakunnassa oli kaiken kaikkiaan 4689. RuokaGIS -hankkeen paikkatietotarkastelujen mukaan koko maakunnassa maidon-, naudanlihan- ja perunantuotanto on alueellisesti riittävää ja kattavaa kysyntään suhteutettuna. Naudanlihan osalta Oulun Eteläisen alueella on jopa runsasta tarjontaylijäämää. Myös alueen marjojen tuotanto erityisesti mansikan ja mustaherukan osalta riittäisi hyvin vastaamaan paikalliseen laskennalliseen kysyntään.

Niemisen (2014: 198) mukaan Pohjois-Pohjanmaan maaseututoimialan näkymien nähdään pääosin olevan myönteisiä, sillä toimialalla tehdään poistuvaa tuotantokapasiteettia vastaavia investointeja. Esimerkiksi tilakokojen kasvattaminen ja toiminnan tehostaminen näkyy lihan ja maidon tuotantomäärien kasvussa.

Tutkimusalueen ruoantuottajien ja pienyritysten kiinnostusta yhteistyön kehittämiseen julkisten ruokapalveluiden kanssa selvitettiin sähköisen kyselyn avulla (liite 3). Kysely lähetettiin sähköpostitse 61 yrittäjälle Oulun Eteläisen alueella, sekä 15 alueella toimivalle MTK-yhdistykselle eteenpäin välitettäväksi. Kyselyyn vastasi 23 toimijaa, joista kaksi oli Oulun Eteläisen alueen ulkopuolella toimivia yrityksiä. Kuusi vastaajaa toimitti jo tuotteitaan Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän keittiöille ja yhdeksän jollekin toiselle julkiselle toimijalle (Kuva 10).



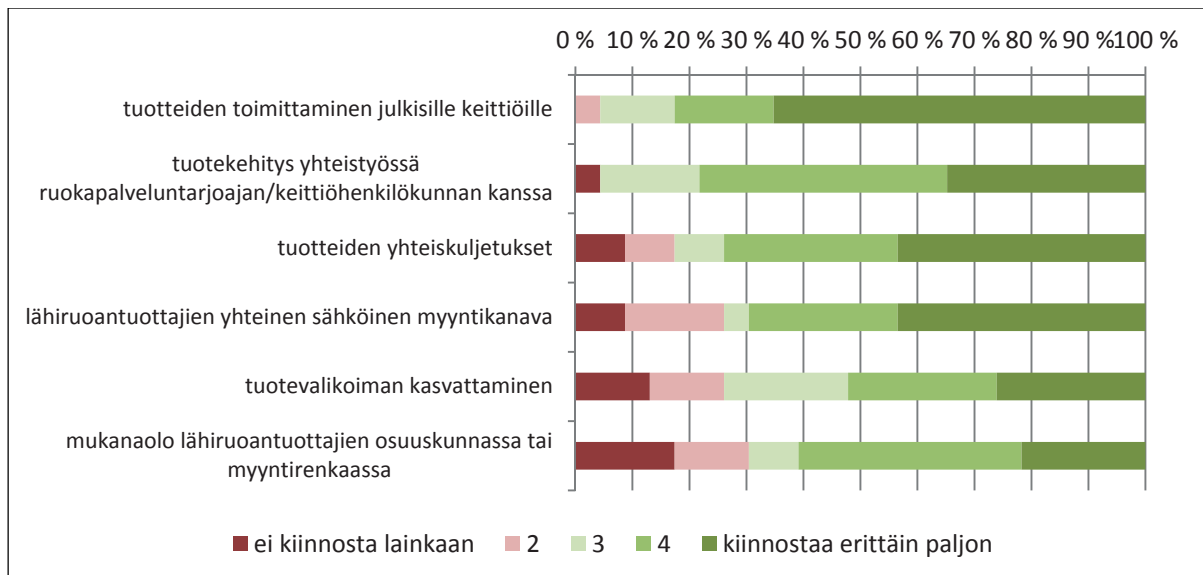
Kuva 10. Tuotteiden toimittaminen julkisille keittiöille (n=23). Kaksi vastaajaa toimittaa sekä JEDU:lle että muualle.

Suurin osa, noin 40 prosenttia, vastaajista oli liha-alan toimijoita. Noin neljäsosa oli marjantuottajia tai -jalostajia, ja noin 17 prosenttia peruna-alan ja sama määrä vihannespuolen toimijoita. Koska keittiöt ilmoittivat käyttävänsä melko vähän paikallisia lihatuotteita, on mielenkiintoista, että juuri kyseisen ryhmän edustajista löytyy useita julkisten keittiöiden kanssa tehtävästä yhteistyöstä kiinnostuneita. Kuitenkin etenkin Nivala-Haapajärven ja Haapaveden-Siikalatvan seutukunnat ovat tunnettuja maidon ja lihan tuotannostaan (Oulun Eteläinen 2015).

Kaiken kaikkiaan vastaajat ilmoittivat tarjoavansa varsin monipuolista tuotevalikoimaa. Lihan osalta joukossa oli niin naudanlihan, sianlihan kuin lampaanlihankin tuottajia. Jalosteina mainittiin muun muassa jauheliha, paisti, makkara, säilykkeet sekä palviliha. Marjatuottajien osalta (6 vastaa-

jaa) valikoima oli myös laaja. Tarjolla oli metsämarjojen osalta puolukkaa ja mustikkaa sekä viljeltyjen marjojen osalta mansikkaa, vadelmaa, pensasmustikkaa, marja-aroniaa, tyrnimarjaa sekä mustahekkua. Marjoja oli saatavilla pakasteina sekä jalosteina, kuten kuivattuina jauheina, hilloina ja hyytelöinä. Kyselyyn vastanneiden joukossa oli myös erilaisten vihannesten, perunan, sipulin ja valkosipulin tuottajia. Lisäksi tarjolla oli kananmunia ja erilaisia leivonnaistuotteita. Myös kalatuotteiden tarjonta oli monipuolista sisältäen kalaa niin sisävesistä kuin mereltä.

Vastaajia pyydettiin arvioimaan kiinnostustaan erinäisiin yhteistyöhön liittyviin osa-alueisiin (kuva 11). Erilaisista yhteistyömuodoista oltiin pääosin hyvin kiinnostuneita. Eniten kiinnostusta herättivät tuotteiden toimittaminen julkisille keittiöille ja tuotekehitys yhteistyössä ruokapalvelun tarjoajan tai keittiöhenkilökunnan kanssa. Ensin mainittu kiinnosti noin kahta kolmasosaa erittäin paljon. Vähiten kiinnostusta herättivät tuotevalikoiman kasvattaminen ja mukanaolo lähiruoantuottajien osuuskunnassa tai myyntirengaassa, joista kuitenkin yli puolet vastaajista oli kiinnostuneita melko tai erittäin paljon.



Kuva 11. Tuottajien ja yritysten kiinnostus eri yhteistyömuodoista (n=23).

Lisäksi vastaajat arvioivat kiinnostustaan osallistua alueellisen verkostomallin kehittämiseen. Noin 65 prosenttia vastaajista oli kiinnostuneita verkostomallin kehittamisestä melko tai erittäin paljon. Noin 40 prosenttia ilmoitti olevansa kiinnostuneita tuottajien ja ruokapalvelujen yhteisiin työpajoihin osallistumisesta melko tai erittäin paljon. Muutama perusteli vähäistä kiinnostustaan työpajoihin ajanpuutteen vuoksi. Työpajoissa ei myöskään joidenkin vastaajien mukaan nähty saavutettavan mitään hyötyä.

5. Yrittäjien ja ruokapalveluiden kohtaamistyöpajat

Hankeessa järjestettiin kaksi työpajatilaisuutta, joiden tavoitteena oli erityisesti elintarvikealan toimijoiden verkottaminen sekä verkostoitumisen ongelmien ja mahdollisuuksien pohtiminen pienryhmittäin. Ensimmäinen työpaja pidettiin kesäkuussa 2015 Oulaisten ammattiopiston liiketalouden yksikössä, ja keskustelujen pohjana käytettiin kyselyistä ja haastatteluista koostettua taustaselvitystä Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän ruokapalvelujen ja -hankintojen tilanteesta ja tarpeista. Toinen työpaja pidettiin syyskuussa 2015 niin ikään Oulaisissa Kartanohotelli Törmänhovissa. Toisessa työpajassa osallistujat jalostivat eteenpäin ensimmäisessä työpajassa esiin nousseita ideoita. Taustamateriaalit toimitettiin työpajoihin ilmoittautuneille etukäteen.

5.1. Lähiruokaketjun alueellisen yhteistyön lisääminen Oulun Eteläisen alueella (1 TYÖPAJA)

Ensimmäisen työpajan osanottajajoukko oli melko vähäinen (järjestäjien lisäksi seitsemän henkeä). Työpaja kutsu oli lähetetty JEDU:n ruokapalveluiden edustajille sekä alueella toimiville elintarvikealan yrittäjille sähköpostitse, lisäksi kyselyn perusteella työpajoista kiinnostuneille toimijoille soitettiin. Ensimmäisessä työpajassa osallistujat jaettiin kahteen pienryhmään, joissa käsiteltiin kyselyissä tärkeimpinä esille nousseita ruokapalvelujen ja elintarvikealan yritysten omiin kehittämistarpeisiin ja -toiveisiin liittyviä teemoja (keittiöhenkilökunnan tutustumiskäynnit tuottajien ja jalostajien luokse; kuntayhtymän eri keittiöiden välinen yhteistyö; tuotekehitys, tuottajan/yrityksen ja keittiön yhteistyö; tarjontalähtöisyys ruokalistasuunnittelussa; lähiruoan markkinoinnin kehittäminen; lähiruoantuottajien yhteinen sähköinen myyntikanava; kuntayhtymän strategia ja hankintapolitiikka; muu, mikä?). Lisäksi keskusteltiin, mitkä olisivat tärkeimmät päätökset ja konkreettiset toimenpiteet, joita eri tahot (ateriapalvelut, elintarviketuottajat ja -jalostajat ja päättäjät) voisivat tehdä lähiruoan käytön lisäämiseksi.

5.1.1. Lähiruoan käytön edistämismahdollisuudet teemoittain

Kuntayhtymän eri keittiöiden välisen yhteistyön koettiin olevan vähäistä, kuten jo keittiökyselyn ja haastatteluiden perusteella todettiin. Ryhmäkeskusteluiden mukaan opetuskeittiöiden vaatimukset ovat erilaisia verrattuna muihin ammattikeittiöihin, mikä vaikuttaa paljon myös emäntien vapauksiin tehdä muutoksia esimerkiksi ruokalistoja koskien. Tiedonkulku ja kokemusten sisäinen markkinointi oli vähäistä, ja keskustelijat olivatkin sitä mieltä, että ”hyvä pitäisi saada kiertoon”. Ryhmissä pohdittiin, mikä voisi olla jokin yleinen keino lisätä keittiöiden yhteistoimintaa ja tiedonkulkua, mutta ratkaisuja ei tähän liittyen kuitenkaan löydetty. Henkilöstöpäiviä toivottiin tulevaisuudessa pidettävän ensisijaisesti oman ammattiryhmän (keittiöhenkilökunnan) kesken, jotta tekijöiden välille syntyisi läheisemmät henkilökohtaiset suhteet.

Tuotekehitystä oli keskustelijoiden mukaan jonkin verran tehty, mikä nousi esille myös kyselyvastauksissa. Jalostuksen ja pakkauksien kehittämisen koettiin olevan keittiöille tärkeintä. Lihan osalta paloittelua pidettiin ehdottomana, vaikka lihan suhteen onkin jonkin verran palattu taaksepäin, eikä esimerkiksi valmiiksi kypsennettyjä tuotteita kovin mielellään käytetä. Ryhmässä todettiin myös, että esimerkiksi teurastamoaikataulut ovat määrääviä tekijöitä tuotteen siirtymisessä kuluttajille, joten tuotekehityksessä pitäisi lihantuottajien lisäksi olla mukana jatkojalostajia. Lisäksi keskustelussa mietittiin, voisiko tuotekehitykseen ja -testaukseen liittää teemapäiviä tai -viikkoja, ja kokeilla vaikka yhtä tuoteryhmää kerrallaan.

Tarjontalähtöisyyttä ruokalistasuunnittelussa ei oltu työpajaan osallistuneiden ruokapalveluiden edustajien mukaan huomioitu kovin hyvin, vaikka jokin verran käytettiin korvaavia tuotteita, kuten ohraa riisin tilalla. Ruokalistasuunnittelun todettiin usein käynnistyvän isojen toimittajien katalogeja selailemalla, ja näin ollen mietittiinkin, voisiko pientuottajilla olla oma katalogi, joka olisi ruo-

kalistasuunnittelussa mukana. Ruokalistojen todettiin olevan opetuskeittiöissä opettajien eikä keittiöhenkilökunnan tekemiä, ja niissä on toistoa vuodesta toiseen. Muutoksista pitäisi pystyä keskustelemaan. Lähiruokapäivän lisäämistä ruokalistoihin kannatettiin, ja siihen pienten toimittajien resursien uskottiin riittävän. Keskusteluissa todettiin, että Haapavedellä lähiruokapäivä on pidetty kaksi kertaa MTK:n järjestämänä. Lisäksi mietittiin myös sitä, että ruokalistoissa voisi olla vielä yksi suunnittelukausi syksyllä, jolloin suosittaisiin erityisesti kauden tarjottavia.

Lähiruoan markkinoinnin kehittämisessä tärkeimpänä pidettiin näkyvyyttä, ja edellä mainittua tuottajien omaa tuotekatalogia pidettiin oivallisena markkinointivälineenä. Tällä hetkellä lähiruoan markkinointi painottuu työpajaan osallistuneiden kokemusten mukaan pääasiassa puskaradioon ja Facebookiin, eikä se vaikuta olevan kovin strategista.

Lähiruoantuottajien yhteisen sähköisen myyntikanavan toteutusta ryhmäkeskusteluissa mietittiin foorumin, soittoringin tai lähiruokaverkkokaupan muodossa. Myös logistiikkarenkiaan perustamista pidettiin tärkeänä, ja ajateltiin, että myyntiä voisi tapahtua myös sen kautta. Tällä hetkellä lähiruokaa tilataan sähköisesti yleensä kotisivujen tai sähköpostin kautta, mikä edellyttää ajantasaisia nettisivuja.

Kuntayhtymän strategian ja hankintapolitiikan osalta todettiin, että johdolta tulisi saada selkeä signaali lähiruoan hyödyntämisen edistämiseksi, ja määräraha tulisi sisällyttää mukaan strategiaan päätöksiin. Lähiruoka-asia pitäisi tehdä myös näkyväksi osaksi JEDU:n toimintaa laajemmin, ja sisällyttää esimerkiksi opetussuunnitelmaan. Keskustelijat toivoivat, että tutustumiskäynnit ja messuvierailut olisivat pakollisia, ja että johtamistaitoa lisättäisiin, jotta uusia käytäntöjä saataisiin vietyä käytäntöön asti.

5.1.2. Eri toimijoiden roolit lähiruoan käytön edistämiseksi

Edellisessä kappaleessa mainittujen kehittämisteemojen pohjalta työpajaan osallistuneet pohtivat tärkeimpiä päätöksiä ja konkreettisia toimenpiteitä toimijoittain. Sekä ateriapalveluiden että elintarviketuottajien ja -jalostajien toimia tultaisiin tarvitsemaan lähiruoan käytön edistämiseksi ja yhteistyön lisäämiseksi, mutta myös hallinnolle löytyi selkeä tehtävä.

Ateriapalveluiden yhdeksi tärkeimmäksi tehtäväksi nostettiin koko alueella pidettävän lähiruokapäivän järjestäminen. Aiemmin vastaavaa ei ole järjestetty koko alueen laajuisesti. Toinen tärkeä ateriapalveluille kuuluva rooli oli sesonkipainotteisuus. Siihen tulisi pyrkiä entistä enemmän, ja kuten edellä ehdotettiin, voisi syksyllä ruokalistoissa olla vielä oma ”sadonkorjuujakso”. Kolmantena toimen ehdotettiin tutustumismatkan järjestämistä. Myös ruokapalveluiden haastatteluissa nousi esille, että kiinnostusta olisi tutustua etenkin sellaisiin yrityksiin, joista jo hankittiin tuotteita. Lisäksi mietittiin henkilökuntapäivän järjestämistä ja hyödyntämistä ateriapalveluiden sisäisen yhteistyön lisäämisessä. Vinkkien jako olisi toivottavaa toki myös muina aikoina.

Elintarviketuottajien ja -jalostajien osalta yhtenä tärkeimpänä seikkana pidettiin tuotteiden näkyvyyden parantamista ja aktivoitumista ruokapalveluiden suuntaan. Ateriapalveluiden tieto tarjolla olevista tuotteista on melko heikkoa ainakin sellaisten tuotteiden osalta, joita keittiöihin ei ole koskaan tarjottu. Erinäisissä hankkeissa laaditut oppaat ja verkkosivustot ovat jonkin verran auttaneet keittiöitä tunnistamaan potentiaalisia lähiruoan tarjoajia, mutta yleensä yhteystietojen julkaiseminen oppaissa on vapaaehtoista, ja ne sisältävätkin enimmäkseen ehkä vain sellaisia yrityksiä, joilla on ennestään kokemusta suoramyyntistä kuluttajille tai julkisille keittiöille. On mahdollista, että useimmat myyntiä vielä harkitsevista eivät ole näissä mukana, ja yhteydenottoja keittiöiden suuntaan rajoittavat ennakkoluulot. Lisäksi yhteistyötä tuottajien kesken pidettiin varsin tärkeänä. Aiemmissakin tutkimuksissa on todettu, että yhteistyö etenkin logistiikkajärjestelyiden ja markkinoinnin puolella olisi tarpeellista (esim. Kotavaara ym. 2014).

Koulutuskuntayhtymän hallinnon tai muun päättävän tahon rooli oli keskustelijoiden mukaan varsin selkeä. Ateriapalveluihin toivotaan selkeitä määrärahoja helpottamaan hankintapäätöksiä.

Yleisesti ottaen tuottajien ja ostajien järjestettyjä tapaamisia pidettiin tarpeellisena, vaikka osallistujajoukko ensimmäisessä työpajassa oli melko suppea. Osallistujien mukaan esillä oli kuitenkin hyviä asioita. Toiseen tilaisuuteen toivottiin runsaampaa osallistujajoukkoa ja näkyvämpää mainontaa.

5.2. Lähiruokatoimenpiteet (2 TYÖPAJA)

Toiseen työpajaan tavoiteltiin suurempaa osallistujajoukkoa ja osallistujille annettiin mahdollisuus tuoda tilaisuuteen tuotenäytteitä. Sähköpostitse lähetettävän kutsun lisäksi tilaisuudesta laadittiin lehti-ilmoitus, joka julkaistiin paikallislehdessä. Osallistujia oli työpajassa järjestäjien lisäksi 10 henkilöä, joista muutama kertoi tulleen lehti-ilmoituksen perusteella. Muutama ilmoittautunut ei saapunut paikalle, ja muutama puhelimitse kutsuttu ruokapalvelun edustaja ei kokenut osallistumista tarpeelliseksi, koska alueella oli järjestetty myös toisen hankkeen työpaja aiemmin kesällä. Tuotenäytteitä ei tuonut mukanaan kukaan työpajaan osallistunut, eikä järjestäjiltä kysytty etukäteen lisätietoja tästä mahdollisuudesta.

Toisessa työpajassa osallistujat jalostivat eteenpäin ensimmäisessä työpajassa esiin nousseita ideoita: lähiruokapäivän järjestäminen alueella tai yksittäisessä keittiössä, tutustumismatkan järjestäminen alueen toimijoiden luo sekä tuotteiden näkyvyyden parantaminen ja tuottajien aktivoituminen ruokapalveluiden suuntaan. Tarkoituksena oli jalostaa ideoita eteenpäin ja pohtia, mitä niiden toteuttaminen alueella käytännössä vaatisi, ja miten toteutus voitaisiin järjestää.

5.2.1. Alueellisen lähiruokapäivän järjestäminen

Ensimmäisessä työpajassa lähiruokapäivä nähtiin yhtenä tärkeänä mahdollisuutena edistää lähiruoan käyttöä ja tehdä paikallista elintarviketarjontaa näkyväksi. Toisessa työpajassa teemaa käsiteltiin tarkemmin, ja osallistujien keskusteluista nousi selkeimmin esille kolme osa-aluetta teemapäivän järjestämistä koskien: medianäkyvyys, aito sitoutuminen ja tietotaito.

Medianäkyvyttä pidettiin lähiruokapäivää järjestettäessä hyvin oleellisena, sillä se antaa tapahtuman taustalle voimaa. Lähiruokapäivä voitaisiin järjestää siten, että mukana olisi samalla kerralla yhden kunnan kaikki ruokapalvelut, terveyskeskukset sekä päiväkodit koulujen ohella. Työpajaan osallistuneet visioivat, että lähiruokapäivä-tapahtuman ollessa riittävän voimakas olisi julkinen paine osallistua siihen suuri, ja osallistumatta jättäminen jopa häpeä. Ruoan alkuperän ja mahdollisesti myös tuotteita toimittaneiden yhteystietojen esille tuonnin pitäisi olla selkeää ja näkyvää. Erilaisten markkinointikeinojen kattava hyödyntäminen olisi alueen tuotteiden näkyvyyden kannalta erityisen tärkeää. Ryhmässä mietittiin, olisiko tässä tapauksessa esimerkiksi tuottajien yhteinen tuotemerkki toimiva markkinointikeino. Esimerkiksi LaatuTuote -hankkeessa luotiin ja pyrittiin tekemään tunnetuksi alueen lähiruokaimagon kohottamiseen tarkoitettua Ruustinnan lähiruoka -brändiä, liittämällä logo Haapaveden ammattiopiston marjanjalostamon tuotteisiin sekä yrittäjien käyttöön annettuun tuotekehitysmateriaaliin. Simunaniemen (2014) mukaan merkintä on periaatteessa kenen tahansa alueen toimijan vapaasti käytettävissä.

Aito sitoutuminen koettiin lähiruokapäivän onnistumisen edellytyksenä. Lähiruoka tulisi saada sisällytettyä ruokalistan lisäksi esimerkiksi opetussuunnitelmaan. Kuntapäätäjien tai muun päättävän tahon tuen on oltava ehdotonta, ja päättäjiltä kaivattiin erityisesti lähiruoan selkeää budjetointia. Toiminnan jatkuvuus ja uskottavuus pitäisi myös varmistaa. Lähiruoan ja kotimaisuuden pitäisi muodostua normiksi, ja lähiruokapäivän tulisi olla mukana jokaisessa ruokalistassa sen sijaan, että se olisi satunnaisesti järjestettävä päivä.

Lähiruokapäivän onnistumisen kannalta kolmantena teemana nousi esille **tietotaito**. Osallistujien mielestä lähiruoan ostajilla olisi hyvä olla oma tuottajia edustava lobbari auttamassa yksityiskohtien laadinnassa. Ruokapalveluiden kouluttaminen aiheeseen liittyen tulisi olla jatkuvaa säännöllistä toimintaa. Tärkeää olisi tutustua etenkin EU-lainsäädäntöön, markkinaoikeuden päätöksiin ja lähiruoka-

oppaisiin, joista jälkimmäisissä on jo paljon hyödyllisiä ohjeita listattuna lähiruokahankintojen tekoon.

Edellä mainittujen kolmen kohdan lisäksi lähiruokapäivään liittyvässä keskustelussa pohdittiin myös sitä, voisiko valtio tarjota jotain porkkanaa lähiruokaa suosiville kunnille. Onhan lähiruokan käytön edistäminen ja siihen liittyvät tavoitteet kuitenkin kirjattu hallituksen Lähiruokaohjelmaan. Lisäksi korostui lähiruokapäivän ajankohdan huolellinen suunnittelu ja toteutus porrastetusti esimerkiksi isommissa kunnissa tai koulutuskuntayhtymässä, jotta volyymien riittävyys voitaisiin taata.

5.2.2. Tutustumismatkan järjestäminen alueen toimijoiden luo

Ruokapalveluiden edustajien kiinnostus lähiruokan tuottajien ja elintarvikealan yritysten luo kohdistuvia tutustumismatkoja kohtaan oli kyselyn ja haastatteluiden mukaan selkeää. Työpajakeskusteluissa pohdittiinkin erityisesti tutustumismatkojen organisointia sekä sitä, millaisia vierailut voisivat käytännössä olla. Lisäksi pohdittiin ”kohdepankin” perustamista tilavierailuita varten.

Tutustumismatkojen osalta ryhmässä oltiin sitä mieltä, että niiden **organisoinnin** pitäisi ennen kaikkea olla toimijälähtöistä. Vaikka keskusteluissa pohdittiin aluksi esimerkiksi paikallisten MTK-yhdistysten mahdollisuuksia kyseisten tapahtumien organisoinniksi, todettiin että paikallisyhdistyksillä ei ole resursseja sellaisten järjestämiseen. Myöskään hankkeet eivät voi ainakaan toistuvasti järjestää vierailuja, sillä niiden kautta toiminta ei ole jatkuvaa.

Työpajaan osallistuneet miettivät myös erilaisia **esimerkkitapahtumia**, joista jo aiemmin haastateluissa mainittujen, erityisesti opiskelijoille järjestettyjen, yritysvierailujen lisäksi esille nousi muitakin vaihtoehtoja. Näitä olivat perinteisemmät tuottajien avoimien ovien päivät ja tuottajamarkkinat, mutta myös viime vuosina yleistyneiden popup -ravintoloiden pito erityisesti Ravintolapäivien yhteydessä. Popup -ravintolat voisivat olla myös yksi hyvä keino esitellä alueen tuotetarjontaa. Eviran (2016) mukaan edellytyksenä popup -ravintolatoiminnalle on, että se tapahtuu yksityishenkilön järjestämänä ja on vähäriskistä, kuten leipomista tai keitto- ja pataruokien valmistusta. Toiminta on kuitenkin mahdollista ilman elintarvikehuoneistoilmoituksen tekemistä.

Lisäksi työpajassa mietittiin, onko etenkin tuottajilla aikaa ottaa vastaan vierailijoita, ja epäiltiin, onko vierailuista heille paljon vaivaa. Keskusteluissa esitettiin, että sopivia tilavierailukohteita varten perustettaisiin eräänlainen **kohdepankki**, johon ilmoittautuminen olisi vapaaehtoista. Kohdepankissa ilmoitettaisiin myös vierailujen tuntihinnat. Tällä tavoin myös yrittäjät saisivat korvauksen vierailuista.

5.2.3. Tuotteiden näkyvyyden parantaminen ja tuottajien aktivoituminen ruokapalveluiden suutaan

Oman alueen tarjonnan tuntemus ei ruokapalveluiden keskuudessa usein ole aukotonta, ja parantamisen varaa olisi paljon. On kuitenkin myyjän tehtävä on markkinoida tuotettaan. Tuotteiden markkinoinnin ja näkyvyyden parantamisen osalta työpajakeskusteluissa nousi esille neljä kohtaa, joiden kehittäminen koettiin erityisen tärkeäksi. Näitä olivat sähköinen markkinointi, messut, katalogit ja yrityksen nimi.

Työpajaan osallistuneet näkivät sähköisen markkinoinnin olevan nykypäivänä ehdottoman oleellista. Tämä sisältää yrityksen omat **nettisivut** sekä **verkkomarkkinoinnin** muiden sivujen kautta. Keskustelijat totesivat, että kiinnostuneet asiakkaat haluavat etsiä yleensä lisätietoa yrityksestä ja tuotteista Internetin välityksellä. On tärkeää, että tietoa löytyy, ja että se on ajantasaista. Tuottajien tulisin muistaa myös päivittää nettisivujaan ahkerasti: monilla toimijoilla on nettisivut, mutta ne eivät ole välttämättä ajan tasalla. Verkkomarkkinointi-kanavia on puolestaan olemassa jo useita. Esimerkiksi jo aiemmin mainitulle AitojaMakuja -sivustolle suoramyntiä harjoittavat tilat voivat itse ilmoitautua (ks. s. 18).

Toisena kohtana esille nousi **messujen** järjestäminen. Keskustelijoiden mukaan ruokapalveluille ja kuluttajille suunnatut messut voitaisiin hyvin yhdistää. Kuluttajille voitaisiin asettaa vaikkapa pieni pääsymaksu, ja ruokapalveluiden edustajat puolestaan kutsuttaisiin paikalle.

Ensimmäisessä työpajassa esitettyä tuotekatalogi-ideaa vietiin myös hieman pidemmälle. **Katalogi** voisi käytännössä olla molempiin suuntiin toimiva. Siitä löytyisi tilaajalle tuotetietoa ja tuottajalle toimitustietoja, kenelle toimitetaan.

Viimeisenä kohtana esille nousi **yrityksen nimi** ja sen merkitys tuotteen markkinoinnin kannalta. Keskustelijat olivat sitä mieltä, että lähielintarvikkeita kauppaavan toimijan nimen tulisi olla mahdollisimman selkeä ja kuvaava, mieluiten suomenkielinen.

Lisäksi mietittiin, millainen edunvalvontajärjestö tai yhdistys olisi pientuottajille hyödyllisin tuotteiden näkyvyyden parantamista ajatellen. Esitettiin, että esimerkiksi Facebook-ryhmään voisi kaikki aiheeseen liittyvät tapahtumat olla koottuna. Ryhmän ylläpidossa vastuu olisi kiertävä, eikä se jäisi yksittäisten henkilöiden vastuulle.

Kuva: Outi Mäkilä



6. Yhteenveto ja ruokaketjun alueellinen verkostomalli

Lähiruoan käytön lisäämistä julkisissa keittiöissä on viime vuosina pyritty edistämään useissa alueellisissa ja valtakunnallisissa hankkeissa. Oppaita ja ohjeistuksia on laadittu sekä ostajille (kunnille, hankintarenkaille) hankinnan suunnitteluun ja valmisteluun liittyen, että myyjille (lähiruoan tuottajille ja jalostajille) liiketoiminnan kehittämiseen ja tarjontakilpailuihin valmistautumiseen liittyen. Ruoka-NET-hankkeen tutkimuksen pääkysymys oli: *Miten rakennetaan alueellinen verkostomalli lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa keittiöissä?* Hankkeessa kehitettiin toimintamalli lähiruokaverkoston muodostamisen ja julkisten keittiöiden sekä paikallisten tuottajien yhteistyön lisäämiseksi Pohjois-Pohjanmaalla, Oulun Eteläisen alueella tapaustutkimuksen kautta.

Hankkeen alakysymyksistä ensimmäinen oli: *Millainen on tutkimusalueen (Oulun Eteläinen) lähiruokapotentiaali?* Lähiruoan edistämiseksi on tutkimuksen mukaan vahvaa alueellista potentiaalia, sillä lähiruokaketjun molemmista päistä löytyy tahtotilaa, ja tuotantoa on keittiöiden kaipaamien tuoteryhmien osalta. Keittiöiden ja tuottajien kiinnostus eri yhteistyömuodoista oli hyvin vahvaa. Keittiöt olivat kiinnostuneita niin koulutuskuntayhtymän sisäisestä ja keittiöiden välisestä yhteistyöstä, kuin myös yhteistyöstä alueen tuottajien kanssa esimerkiksi tilavierailujen ja tuotekehityksen muodossa. Myös suurin osa tuottajista oli kiinnostuneita sekä toimittamaan tuotteitaan julkisille keittiöille, että tekemään heidän kanssa yhteistyössä tuotekehitystä. Osa kyselyyn vastanneista tuottajista toimitti jo tuotteitaan julkisille keittiöille, mutta eivät kaikki. Erityisesti lähilihan käytön lisäämiselle oli näkyvillä mahdollisuuksia. Toistaiseksi lähilihan käyttö keittiöissä oli vielä varsin vähäistä, mutta kiinnostusta sen lisäämiseen oli. Tutkimusalueella lihantuotanto on hyvin vahvaa erityisesti naudanlihan, mutta myös sianlihan osalta. Lisäksi tuottajakyselyyn vastanneista suurin osa oli nimenomaan naudanlihantuottajia.

Toinen alakysymys oli: *Mikä on alueen ruokapalveluiden ja keittiöiden todellinen lähiruoan tarve ja kysyntä?* Tutkimuksen keittiöissä lähiruoan käyttö oli vaihtelevaa. Kaikissa keittiöissä käytettiin kuitenkin joitakin lähituotteita. Kaivatuimpia tuotteita olivat lähellä tuotetut kananmunat ja jauhot sekä hinnallaan kilpailukykyinen lähiliha. Asiakaskyselyyn vastanneista noin 70 prosenttia piti lähiruoan käyttöä ruokapalveluissa melko tai erittäin tärkeänä. Lisäksi ruokapalvelujen asiakkaiden puolelta yksi muutoksia kaipaava teema oli alkuperätiedotus. Vaikka osa keittiöiden edustajista oli sitä mieltä, että asiakkaat eivät ole vaikuttaneet kovin kiinnostuneilta ruoan alkuperästä, asiakaskyselyn tulokset osoittivat toista. Asiakkaat eivät keskimäärin olleet missään keittiössä täysin tyytyväisiä tiedottamisen määrään, ja tiedottamista pidettiin varsin tarpeellisena. Keittiöissä oli olemassa erilaista materiaalia ja linjastolle laitettavia lipukkeita alkuperään liittyen, mutta niiden käyttö vaikutti olevan vähäistä.

Kolmas alakysymys oli: *Miten lähiruoan kysynnän ja tarjonnan kohtaamista voidaan edistää Oulun Eteläisen alueella verkostomallin avulla?* Hankkeen järjestämissä työpajoissa syntyi monenlaisia ideoita lähiruoan käytön edistämiseen liittyen alueen julkisissa ruokapalveluissa. Tärkeimpiä niistä olivat alueellisen lähiruokapäivän järjestäminen, tutustumismatkan järjestäminen alan toimijoiden luo sekä tuotteiden näkyvyyden parantaminen ja tuottajien aktivoituminen ruoka-palveluiden suutaan. Uutena ideana tutustumiskäynteihin liittyen esitettiin kohdepankin perustamista tilavierailuja varten. Tutustumiskäyntien järjestäminen voisi onnistua helpommin, mikäli jostain löytyisivät kootusti sellaiset toimijat, jotka mielellään ottavat vastaan vierailijoita. Työpajassa kohdepankille ehdotettiin myös tuntihinnoittelua.

Asiakaskyselyn yksittäisten keittiöiden tulokset on toimitettu keittiöille. Kaikki tutkimustulokset on välitetty myös koulutuskuntayhtymän hallinnon tietoon. Lisäksi julkisten keittiöiden kanssa tehtävästä yhteistyöstä kiinnostuneiden tuottajien yhteystietoja on luovutettu keittiöille.

Tapaustutkimuksen pohjalta laaditun ruokaketjun alueellisen verkostomallin rakentamisen vaiheet on esitetty kuvassa 12. Toimijoiden verkottamisen lähtökohtana on tahtotila. Taustalla voi olla jo esimerkiksi kuntastrategiaan tai vastaavaan tehty linjaus julkisten keittiöiden lähiruoan käytöstä. Tahtotila voi olla olemassa myös, vaikka varsinaisia linjauksia ei olisi vielä tehty. Tahtotilan hahmot-

tamisen osalta on syytä miettiä niin ruokapalvelujen asiakkailta saatua palautetta, keittiöhenkilökunnan näkemyksiä, kuin myös hallintoportaan suhtautumista lähiruoan käytön edistämiseen. Tässä vaiheessa kannattaa valita yksittäinen vastuuhenkilö tai taho, jolle kirjataan työsopimukseen lähiruoan käytön edistämiseen käytettävä työaika. Mikäli selvä tahtotila on olemassa, voidaan tarpeita ja mahdollisuuksia lähteä selvittämään tarkemmin.

Toisessa vaiheessa lähiruoan käytön edistämiseen liittyen tehdään taustaselvitys, jossa selvitetään edellytykset lähiruokayhteistyön kehittämiseksi ja lähiruoan käytön lisäämiselle. Kartoitusta tehdään sekä kohderuokapalvelujen lähiruoan kysynnästä ja tarpeista, että alueen lähiruokapotentiaalista. Lähtökohtana on ruokapalveluiden lähiruoan käytön nykytilanteen ja toiveiden selvitys. Selvityksessä voidaan käyttää apuna liitteen 1 esimerkkilomaketta. Tarvittaessa selvitetään myös ruokapalveluiden asiakastyytyväisyys, mikäli yhtenäistä palautekyselyä ei ole aiemmin toteutettu. Liitteen 2 esimerkkilomaketta voidaan hyödyntää asiakaspalautteen keräämisessä. Lähiruokapotentiaalin kartoituksessa kannattaa hyödyntää jo olemassa olevia tietokantoja ja asiantuntijaorganisaatioita, kuten AitojaMakuja -sivustoa, paikallisia MTK-yhdistyksiä ja ProAgraa.

Kolmannen vaiheen, toimijoiden verkottamisen osalta arvioidaan aluksi, millaiset resurssit esimerkiksi ruokapalveluilla on järjestää työpajoja tai kokouksia potentiaalisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Myös eri hankkeiden järjestämiä tilaisuuksia kannattaa ehdottomasti pitää silmällä, sillä ne ovat hyvä paikka tutustua ja kohdata lähiruoantuottajia. Esimerkiksi AitojaMakuja -sivustolta löytyvästä tapahtumakalenterista voi tarkistaa lähiaikoina pidettäviä tilaisuuksia. Verkottamisvaiheessa eri toimijoiden kanssa tulisi yhteisesti määrittää tärkeimmät lähiruoan käytön edistämisteemat, missä edellisessä vaiheessa tehdystä taustaselvityksestä voi olla paljon hyötyä. Sen lisäksi tulisi hahmottaa lähiruokaketjun eri toimijoiden roolit.

Neljäs vaihe sisältää lähiruoan käyttöä edistävien toimenpiteiden prosessoinnin. Edellisessä vaiheessa kootuista teemoista ja eri toimijoiden rooleista muodostetaan toimenpide-ehdotuksia ja niiden toteutussuunnitelma. Tämän jälkeen mahdolliset politiikkasuositukset ja toimenpidesuositukset luovutetaan hallinnolliselle portaalille, mikäli se ei ole jo valmiiksi mukana prosessissa. Tämä voi sisältää esimerkiksi ehdotuksia strategiaan linjauksiin liittyen.

Viimeinen vaihe, toimenpiteiden toimeenpano ja seuranta, lienee eri vaiheista haastavin ilman suunnitelmaa ja työnjakoa. Tämän vaiheen onnistuminen vaatii ehdottomasti selkeän vastuutahojen määrittämisen. Mikäli vastuutahoksi asetetaan yksittäinen henkilö, esimerkiksi kunnan ruokapalvelupäällikkö, tulisi jo työsopimukseen kirjata häneltä edellytettävät työtehtävät ja niihin käytettävä työaika, jos tätä ei ole vielä ensimmäisessä vaiheessa tehty. Usein lähiruoan käytön edistäminen jätetään jonkin henkilön vastuulle muiden työtehtävien lisäksi. Asiaan perehtyminen, kontaktien etsiminen ja hankintojen suunnittelu vaatii kuitenkin runsaasti aikaa ja poikkeaa ”tavanomaisista hankinnoista”. Yleensä juuri resurssien puute kaataa tai ainakin hidastaa asioiden eteenpäin viemistä, vaikka taustalla oleva tahtotila olisi suuri.



Kuva 12. Verkostomalli alueellisen lähiruokayhteistyön lisäämisen vaiheista.

Valmiiden ja toimivien yhteistyöverkostojen muodostaminen lähiruokan käytön lisäämiseksi hanke-toiminnan kautta on erittäin haasteellista. Työpajoihin on vaikea saada mukaan ihmisiä, vaikka kiinnostus yhteistyön lisäämiseen olisi olemassa. Työpajoissa todettiin, että onnistuneen verkostoitumisen edellytyksenä on toimijalähtöisyys. Lähiruokan kysyntä kuitenkin kasvaa koko ajan, eikä kilpailua kentällä juurikaan ole. Monien tuoteryhmien tuotteet (esim. kananmuna), ainakin kuluttajien puolella, "viedään käsistä", joten potentiaalia jopa joidenkin tuotteiden tuotantomäärien kasvattamiseen ja uuden yritystoiminnan syntyyn on. Raportissa mainitut lähiruokatoimenpide-ehdotukset ja liitteissä olevat kyselyt ovat vapaasti kaikkien lähiruokan käyttöä edistävien tahojen hyödynnettävissä.

Liitteet

LIITE 1 RuokaNET ammattikeittiökysely

Neutral

RuokaNET ammattikeittiökysely

Taustatiedot

1. Ammattikeittiön taustatiedot *

toimipaikka/yksikkö

keittiöhenkilökunnan määrä

2. Onko keittiössänne opetustoimintaa? *

- kyllä
- ei

Lähiruoan käyttö ja hankinta

Tässä kyselyssä lähiruoalla/lähielintarvikkeilla tarkoitetaan Oulun eteläisen alueella tuotettuja ja jalostettuja elintarvikkeita. Oulun eteläinen on kolmen seutukunnan muodostama verkosto ja yhteistyöalue Pohjois-Pohjanmaan maakunnan eteläosassa, ja siihen kuuluvat seuraavat kunnat: Alavieska, Haapajärvi, Haapavesi, Kalajokinen, Käsämäki, Mörjäjärvi, Nivala, Oulainen, Pyhäjärvi, Pyhäntä, Reisjärvi, Sievi, Siikalatva, Ylivieska

3. Käytetäänkö toimipisteessänne Oulun eteläisen alueella tuotettuja elintarvikkeita (raaka-aineita tai jalosteita)? *

- kyllä
- ei, miksi
- en osaa sanoa

4. Arvioikaa, kuinka suuri osuus käyttämistänne seuraavien tuoteryhmien tuotteista on lähielintarvikkeita *

	ei käytetä lainkaan	1-25 %	26-50 %	51-75 %	76-100 %
peruna ja perunajalosteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
juurekset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vihannekset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

marjat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jauhot/hiutaleet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
leipomotuotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kananmuna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kalatuotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lihatuotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
maitotuotteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Mistä hankitte lähielintarvikkeet nyt? *

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- paikallisesta tukusta
 suoraan tuottajalta/jalostajalta
 valtakunnalliselta toimijalta
 muualta, mistä?
 emme hanki lähielintarvikkeita

6. Kuinka usein teille toimitetaan lähielintarvikkeita? *

Valitkaa parhaiten sopiva vaihtoehto

- useita kertoja viikossa
 kerran viikossa
 kerran kahdessa viikossa
 kerran kuussa
 muu,
 mikä?

7. Miten valitsette käytettävät lähielintarvikkeet? *

Valitkaa parhaiten sopiva/sopivat vaihtoehdot

- lähielintarvikkeita ei kilpailuteta erikseen
 oma tarjouspyyntö
 hankintarengas kilpailuttaa
 muu, mikä?

8. Teettekö elintarvikehankintoja hankintarenkään ulkopuolelta? *

- kyllä, mitä tuotteita ja minkä verran?
 ei, miksi ei?

9. Mikä on mielestänne paras tapa tilata lähielintarvikkeita? *

ffff

10. Kuinka tärkeitä seuraavat tekijät ovat keittiöllenne valitessanne lähielintarvikkeita tavanomaisten kotimaisten tai ulkomaisten tuotteiden sijaan?

Valitkaa parhaiten mielipidettänne vastaava vaihtoehto asteikolta 1=ei lainkaan tärkeää - 5=erittäin tärkeää

	1	2	3	4	5
edullinen hinta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
oman maakunnan elinvoimaisena pitäminen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
paikallisten tuotteiden/tuottajien suosiminen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
erikoistuote, jota ei saa muualta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
maku *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tuotteen laatu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ekologiset syyt *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
joustava toimitus *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
asiakkaan toive *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu syy, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Alueen tuntemus ja yhteistyö

11. Arvioi alueen (Oulun eteläinen) lähielintarvikkeiden tarjonnan tuntemustanne *

Perustelkaa vastaustanne vapaamuotoisesti

	1	2	3	4	5	
en tunne alueen lähielintarvikkeiden tarjontaa lainkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	minulla on erinomainen käsitys alueella tarjolla olevista lähielintarvikkeista <input type="text"/>

12. Oletteko yhteydessä alueenne tuottajiin/yrityksiin tarpeistanne ennen tarjouspyyntöjä? *

- kyllä, miten?
- ei

13. Oletteko tehneet koskaan yhteistyötä tuottajien tai yritysten kanssa tuotetestauksen muodossa? *

- kyllä, millaista, miten toimi?
- ei

14. Kuinka tärkeänä pidätte seuraavia yhteistyömuotoja lähiruuan käytön lisäämiseksi?

Valitkaa parhaiten mielipidettänne vastaava vaihtoehto asteikolta 1=ei lainkaan tärkeää - 5=erittäin tärkeää

	1	2	3	4	5
koulutustilaisuudet keittiöhenkilökunnalle *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tutustumiskäynnit tuottajien ja jalostajien luokse *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kuntayhtymän eri keittiöiden välinen yhteistyö *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tuotekehitys tuottajan/yrityksen kanssa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Arvioikaa kiinnostustanne ruokaketjun alueellista yhteistyötä lisäävän verkostomallin kehittämiseen *

Valitkaa parhaiten mielipidettänne vastaava vaihtoehto asteikolta 1=ei kiinnosta lainkaan - 5=kiinnostaa erittäin paljon

Perustelkaa vastaustanne vapaamuotoisesti

	1	2	3	4	5
mukana olo verkostomallin kehittämisessä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Halutessanne voitte vielä tässä kohtaa esittää kommenttejanne**17. Vastaajan yhteystiedot**

nimi

sähköposti

LIITE 2 RuokaNET asiakaskysely



RuokaNET asiakaskysely

Lounasruokailu

1. Toimipaikka/yksikkö, jossa ensisijaisesti ruokailet *

Haapavesi, Tekniikan osasto

2. Kuinka usein hyödynnät yksikkösi lounasruokailumahdollisuutta? *

- joka päivä
- 3-4 kertaa viikossa
- 1-2 kertaa viikossa
- harvemmin
- en koskaan

3. Mikäli vastasit edellä "harvemmin" tai "en koskaan", perustele vastaustasi

4. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin käyttämäsi ruokalan lounasruoan osa-alueisiin ja ominaisuuksiin? *

Valitse mielipidettäsi parhaiten vastaava vaihtoehto asteikolta 1=ei lainkaan tyytyväinen - 5=erittäin tyytyväinen

	1	2	3	4	5
terveellisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
maku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ulkonäkö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lämpötila	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
leipävalikoima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
salaattitarjonta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ruoan riittävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
erityisruokavalioiden huomiointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ruoan alkuperä

5. Kuinka kiinnostunut olet seuraavista asioista nauttiessasi ruokapalvelujen tarjoamaa lounasta tai muita elintarvikkeita?

Valitse mielipidettäsi parhaiten vastaava arvo asteikolta 1=ei lainkaan kiinnostunut - 5=erittäin kiinnostunut

	1	2	3	4	5
raaka-aineiden alkuperä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
elintarvikkeen tuotantopaikka *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
elintarvikkeen tuotantotapa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ravintosisältö *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Tiedotetaanko käyttämässäsi ruokalassa mielestäsi riittävästi ruoan raaka-aineiden alkuperästä, ja onko tiedottaminen tarpeellista? *

Valitse mielipidettäsi parhaiten vastaava arvo asteikolta 1=ei lainkaan riittävää/tarpeellista - 5=erittäin riittävää/tarpeellista

	1	2	3	4	5
riittävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tarpeellisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Kuinka tärkeää lähellä tuotettujen* elintarvikkeiden käyttö ruokapalveluissa mielestäsi on? *

Valitse mielipidettäsi parhaiten vastaava arvo asteikolta 1=ei lainkaan tärkeää - 5=erittäin tärkeää *Lähellä tuotetuilla elintarvikkeilla tarkoitetaan tässä kyselyssä Oulun eteläisen alueella tuotettuja ja jalostettuja elintarvikkeita.

1 2 3 4 5

lähiruoka

 8. Kuinka tärkeää luonnonmukaisesti tuotettujen* elintarvikkeiden käyttö ruokapalveluissa mielestäsi on? *

Valitse mielipidettäsi parhaiten vastaava arvo asteikolta 1=ei lainkaan tärkeää - 5=erittäin tärkeää *Ruoka on tuotettu EU:n luomusääntösten mukaisesti Suomessa tai ulkomailta

	1	2	3	4	5
luomu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Halutessasi voit vielä tässä kohtaa esittää lisäkommentteja**Taustatiedot****10. Sukupuoli ***

- nainen
 mies

11. Asema *

- opiskelija
 henkilökunnan jäsen

LIITE 3 Kysely yhteistyöstä lähiruoan tuottajille ja yrityksille



Kysely yhteistyöstä lähiruoan tuottajille ja yrityksille

Luonnonvarakeskuksen (Luke) toteuttamassa Ruokaketjun alueellinen verkostomalli lähiruoan käytön lisäämiseksi julkisissa keittiöissä -hankkeessa (RuokaNET) kehitetään toimintamallia, jonka avulla voidaan edistää lähiruokayrittäjien verkostoitumista ja yhteistyötä ruokapalveluiden kanssa. Toimintamalli osoittaa esimerkin muodossa, miten lähiruokaverkosto rakennetaan. Hankkeessa toteutetaan tapaustutkimus yhteistyössä Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän ruokapalvelujen kanssa.

Oheisessa kyselyssä kartoitetaan tutkimusalueen (Oulun Eteläinen) ruoantuottajien ja pienyritysten kiinnostusta yhteistyön kehittämiseksi julkisten ruokapalveluiden kanssa. Tuloksia käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti. Kevään 2015 aikana ruokapalveluiden edustajille sekä verkostomallista kiinnostuneille yrittäjille järjestetään kohtaamistyöpajoja.

Kyselyyn vastaaminen kestää pari minuuttia.

Lisäietoja

Kirsi Korhonen, tutkija
Luonnonvarakeskus, Luke
sähköposti: kirsi.korhonen(at)luke.fi
p. +358 29 532 6700

1. Millä seuraavista Oulun Eteläisen alueen kunnista toimitte? *

- Alavieska
- Haapajarvi
- Haapavesi
- Kalajoki
- Kärsämäki

- Merijärvi
- Nivala
- Oulainen
- Pyhäjärvi
- Pyhäntä
- Reisjärvi
- Sievi
- Siikalatva
- Ylivieska
- jokin muu kunta, mikä?

2. Toimitatteko jo tuotteitanne julkisille keittiöille? *

- Kyllä, Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymän keittiölle/keittiöille
- Kyllä, jollekin toiselle julkiselle toimijalle
- En tällä hetkellä, mutta olen aikaisemmin toimittanut
- En ole koskaan toimittanut

3. Mitä seuraavista tuoteryhmistä tuotate/jalostatte? *

- peruna ja perunajalosteet
- juurekset
- vihannekset
- marjat
- jauhot/hiutaleet
- leipomotuotteet
- kananmuna
- kalatuotteet
- lihatuotteet
- maitotuotteet

4. Tarkempi kuvaus tuotteistanne, ja maininta mikäli luomua

5. Arvioikaa kiinnostustanne seuraaviin osa-alueisiin

Valitkaa mielipidettänne parhaiten vastaava vaihtoehto asteikolta 1=ei kiinnosta lainkaan - 5=kiinnostaa erittäin paljon

	1	2	3	4	5
tuotteiden toimittaminen julkisille keittiöille *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
markkinoinnin kehittäminen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tuotekehitys yhteistyössä ruokapalveluntarjoajan/keittiöhenkilökunnan kanssa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tuotevalikoiman kasvattaminen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lähiruoantuottajien yhteinen sähköinen myyntikanava *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mukanaolo lähiruoantuottajien osuuskunnassa tai myyntirengaassa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tuotteiden yhteiskuljetukset *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Arvioikaa kiinnostustanne ruokaketjun alueellista yhteistyötä lisäävän verkostomallin kehittämiseen *

Valitkaa mielipidettänne parhaiten vastaava vaihtoehto asteikolta 1=ei kiinnosta lainkaan - 5=kiinnostaa erittäin paljon

	1	2	3	4	5
mukanaolo verkostomallin kehittämisessä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tuottajien ja ruokapalvelujen yhteisiin työpajoihin osallistuminen osallistuminen tuote-esittelyyn ja ohjatun keskustelun merkeissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Halutessanne voitte tässä kohtaa perustella vapaamuotoisesti edellä antamaanne vastausta

8. Muita kommentteja

9. Mikäli olette kiinnostunut osallistumaan lähiruokaverkoston kehittämiseen, pyydämme Teitä täyttämään yhteystietonne alle.

Nimi

Sähköposti

Puhelinnumero

Osoite

Postinumero

Postitoimipaikka

Yritys / Organisaatio

Viitteet

- Aitojamakuja 2015. Aitojamakuja www-sivut. Viitattu 7.12.2015. Saatavissa internetistä: www.aitojamakuja.fi.
- Evira 2015. Ulkomaiset pakastemarjat. 24.6.2015. Saatavissa internetistä: <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/tietoa+elintarvikkeista/elintarvikevaarat/elintarvikkeiden+kayton+rajoitukset/ulkomaiset+pakastemarjat/>.
- Evira 2016. Onko pop up -ravintolatoiminta elintarvikelainsäädännön mukaan mahdollista? Saatavissa internetistä: <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus+ja+myynti/elintarvikehuoneistot+/usein+kysyttya/>.
- Haapanen, A. 2011. Kunta ruokaostoksilla. Selvitys ruokapalveluiden nykytilasta ja kehitysnäkymistä. Kuntaliiton verkkojulkaisu. Helsinki. Saatavissa internetistä: http://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwi31bShv73KAhVI_3IKHfAVANEQFggZMAA&url=http%3A%2F%2Fshop.kunnat.net%2Fdownload.php%3Ffilenaime%3Duploads%2FRuokapalvelutraportti.pdf&usg=AFQjCNE9And-3q03zoGf_sBOCzTPGLFZVg&bvm=bv.112454388,d.bGQ.
- HAO (Haapaveden ammattiopisto) 2013. Ostajan lähiruokaopas. Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymä, Haapaveden ammattiopisto. 49s. Saatavissa internetistä: <http://www.ruustinnanlahiruoka.fi/sites/default/files/opintomateriaalit/Ostajan%20%C3%A4hiruokaopas.pdf>.
- Hopia, A., Pihlajaviita, S. & Lyhs, U. 2012. Sous vide – ruuanvalmistuksen uusi tapa ravintoloissa vaatii huolellisuutta. 36–37. Kehittyvä Elintarvike 1/12.
- JEDU (Jokilaaksojen koulutuskuntayhtymä) 2014. JEDU Strategia 2015–2017. Saatavissa internetistä: <http://www.jedu.fi/documents/10157/301061/JEDU+Strategia+2015-2017.pdf/71024cb5-1269-4fb8-97d3-196995ebcb87>.
- Kotavaara, O., Korhonen, K., Miettinen, M., Lehtinen, U., Muilu, T., Juga, J. & Rusanen, J. 2014. Lähi- ja luomuruoan saavutettavuus Pohjois-Pohjanmaalla. MTT Raportti 152: 104 s.
- Kääriäinen, J. (toim.) 2014. Maukasta maalta – Pohjoispohjalaista lähiruokaa. Maaseudun Sivistysliitto, 160 s.
- Lehtinen, U. 2008. Lähiruokaa markkinoille. Oulun yliopisto, Kajaanin yliopistokeskus. 55 s. L348/2007. Laki julkisista hankinnoista. 30.3.2007.
- Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä 2000. Lähiruoan mahdollisuudet. Lähiruokatyöryhmän loppuraportti. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 6/2000. Sisäministeriön monistamo. Helsinki.
- MMM (Maa- ja metsätalousministeriö) 2013. Lähiruokaa – tottakai! - Hallituksen lähiruoan kehittämissuunnitelma 2012–2015 ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. Maa- ja metsätalousministeriö, 29 s.
- MSL=Maaseudun Sivistysliitto Ry (2014) Syökö nää lähiruokaa? -hankkeen loppuraportti. Saatavissa internetistä: http://hankerekisteri.fi/sisalto/raportit/Syokko_naa_lahiruokaa_Lr.pdf.
- Mäkipeska, T. & Sihvonon, M. 2010. Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Sitran selvityksiä 29. 79 s.
- MTK (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto) 2011. Lähiruoalle määritelmä. 31.5.2011. Saatavissa internetistä: http://www.mtk.fi/maaseutu/ajankohtaista_maaseutu/maaseutu_uutiset/maaseutu_uutiset_2011/fi_FI/lahiruoalle-maaritelma/.
- Nieminen, J. 2014. Alueelliset kehitysnäkymät keväällä 2014. Työ- ja elinkeinoministeriö. 244 s.
- Oulun Eteläinen 2014. Osaamista, työtä ja kasvua Oulun Eteläinen 2020, Osaamistrategia. 40 s. Saatavissa internetistä: http://www oulu.fi/sites/default/files/1399448700_OE_2020_OSAAMISSTRATEGIA_2.pdf.
- Oulun Eteläinen 2015. Oulun Eteläisen www-sivut. Viitattu 27.10.2015. Saatavissa internetistä: <http://www.oulunetelainen.fi/fi>.
- Paananen, J. & Forsman-Hugg, S. 2005. Lähi- ja luomuruoka kunnallisissa ruokapalveluissa. Esiselvitys päättäjien näkemyksistä. MTT:n selvityksiä 88. MTT Taloustutkimus, Helsinki, 32 s.
- Pasula, S. 2015. Tuoreissakin ulkomaisissa marjoissa voi olla sairastumisriski. Helsingin Sanomat. 12.5.2015. Saatavissa internetistä: <http://www.hs.fi/ruoka/a1431394423932>.
- Puoskari, S., Wuori, O., Korhonen, K. & Muilu, T. 2013. Lähiruoan lisääminen kuntien julkisissa hankinnoissa Kainuussa ja Pohjois-Pohjanmaalla. MTT Raportti 99: 106 s.

- Reku, J. 2015. Moni suomalainen syö thaimaalaista riistobroileria. Maaseudun tulevaisuus. 25.11.2015. Saatavissa internetistä: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/politiikka-ja-talous/moni-suomalainen-sy%C3%B6-thaimaalaista-riistobroileria-1.133286>.
- Seppänen, L., E. Aro-Heinilä, J. Helenius, R. Hietala-Koivu, H. Ketomäki, M. Mikkola, H. Risku-Norja, M. Sinkkonen & Virtanen, H. 2006. Paikallinen ruokajärjestelmä: ympäristö- ja talousvaikutuksia sekä oppimishaasteita. Helsingin yliopisto. *Ruralia-instituutti Raportteja* 9. 115 s.
- Simunaniemi, A.-M. 2014. LaatuTuote-hankkeen loppuraportti. Saatavissa internetistä: http://hankerekisteri.fi/sisalto/raportit/Laatutuote_Lr.pdf.
- SRE (Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma) 2011. Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma. Saatavissa internetistä: http://www.sre.fi/ruoka.fi/www/fi/liitetiedostot/Microsoft_Word_ruokakulttuuriohjelma_paeiv.pdf.
- Suomen Kuntaliitto 2016. Julkinen hankinta. Julkisten hankintojen neuvontayksikkö. Viitattu 25.1.2016. Saatavissa internetistä: <http://www.hankinnat.fi/fi/julkinen-hankinta/Sivut/default.aspx>.
- Valtioneuvosto 2010. Valtioneuvoston selonteko ruokapolitiikasta 14.10.2010. Maa- ja metsätalousministeriö. Saatavissa internetistä: http://www.mmm.fi/attachments/maatalous/maatalouspolitiikka/newfolder_14/5tTDQgjLk/selontekosuomi.pdf.
- Valtioneuvoston kanslia 2011. Pääministeri Jyrki Kataisen hallituksen ohjelma. 22.6.2011. Saatavissa internetistä: <http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/147449/Kataisen+hallituksen+ohjelma/81f1c20f-e353-47a8-8b8f-52ead83e5f1a>.
- Valtioneuvoston kanslia 2015. Pääministeri Juha Sipilän hallituksen ohjelma. 29.5.2015. Saatavissa internetistä: http://valtioneuvosto.fi/documents/10184/1427398/Ratkaisujen+Suomi_FI_YHDISTETTY_nettili/801f523e-5dfb-45a4-8b4b-5b5491d6cc82.
- Viitaharju, L., Määttä, S., Hakala, O. & Törmä, H. 2014. Työtä ja hyvinvointia! Lähiruoan käytön aluetaloudelliset vaikutukset Suomen maakunnissa. Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti, Raportteja 118. 236 s.
- Vänttinen R. & Korpi-Vartiainen, J.-P. (2010). Lähiruoan käyttö julkisen sektorin ammattikeittiöissä. Ruokatuotantosektorin aluetaloudellinen hyöty Pohjois-Savossa. *Sisä-Savon seutuyhtymän julkaisu* 1. 52 s.
- Väänänen, S. & Tossavainen, H. (toim.) 2013. Lisää lähiruokaa julkisten keittiöiden asiakkaille – Perusteluja ja ohjeita hankintoihin. Suomen Kuntaliitto ry. 84 s. Saatavissa internetistä: <http://flash.kunnat.net/2013/lahiruoka/#5/z>.
- YTR (Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä) 2009. Maaseutu ja hyvinvoiva Suomi, Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2009–2013. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän julkaisu 5/2009. Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä, 206 s.



luke.fi

Luonnonvarakeskus
Viikinkaari 4
00790 Helsinki
puh. 029 532 6000