

Pelloilta itsepalvelumyymälään – palvelujen muutos suomalaisessa ruokataloudessa

Minna Lammi ja Anu Raijas

Elinkeinorakenteen muutoksen myötä ulkopuolisten palvelujen merkitys ruokatuotannossa on kasvanut vuosikymmenten kuluessa. Elintarvikkeiden kulutusrakenne alkoi muuttua 1960-luvulta lähtien: peruselintarvikkeista siirryttiin jalostettuihin elintarvikkeisiin. Myös päivittäistavara-kaupan suuri rakennemuutos alkoi 1960-luvun puolivälissä, jolloin pieniä myymälöitä alettiin lakkauttaa. Ravintoloiden ja kahviloiden sekä kodin ulkopuolella järjestetyn luonaruokailun merkitys on kasvanut. Syömiseen liittyvät palvelut ovat jälkiteollisessa yhteiskunnassa keskeinen osa koko yhteiskunnan toimintaa. Ruokapalvelujen tarjonta ja kysyntä tulevat kuitenkin muuttumaan tulevaisuudessa. Menestyvän palveluiden tuottajan on siksi osattava kuunnella kuluttajia.

Toisen maailmansodan jälkeinen Suomi oli vielä vahvasti maatalousmaa. Omavaraisuuteen nojanneessa maatalousyhteiskunnassa ihmiset tuottivat, jalostivat ja varastoivat ruokansa itse. Elinkeinorakenteen muutoksen myötä ruoka ja sen jalostaminen siirtyi 1950-luvulta lähtien vaiheittain kodin ulkopuolelta, markkinoilta hankittavaksi. Ulkopuolisten palvelujen merkitys ruokatuotannossa on kasvanut vuosikymmenten kuluessa. Kodin ulkopuolelta ostettavaan ruokaan liittyy yhä enemmän palveluita: toisaalta kyse on jalostettujen elintarviketuotteiden lisääntymisestä, toisaalta erilaisen ruokaan ja syömiseen liittyvien palveluiden yleistymisestä.

Ammattimaisen palvelutoiminnan perinne on Suomessa varsin lyhyt. Palvelujen laajenemisen esteenä voidaan nähdä suomalaisessa talonpoikaiskulttuurissa vallitsevat arvot, muun muassa omavaraisuus ja säästäväisyys, jotka ovat leimanneet niin kulutuksen muotoutumista kuin kuluttajille kohdennettua valistusta (Heinonen 1998; Lammi 2006). Itse tekemisen

ihanne asenteellisella tasolla on ollut vahva, ja sitä on esimerkiksi kuluttajaneuvonnassa tuettu taloudellisesti heikkoina aikoina kuten 1990-luvun laman aikana. Ruoan valmistamista itse on korostettu taloudellisuuden lisäksi muistakin näkökulmista, kuten terveydellisestä, sosiaalisesta ja kulttuurisesta. Kuitenkin viitteitä palveluiden käytön suuntaan siirtymisestä on nähtävissä.

Toisen maailmansodan jälkeisenä aikana kaupan osuus elinkeinorakenteessa vahvistui huomattavasti. Tämä liittyi palveluiden yleiseen kehittämiseen ja tarjonnan voimakkaaseen lisääntymiseen. Palveluilla on nykyisin merkittävä rooli kansantaloudessa, sillä palvelusektori kattaa suurimman osuuden kansantaloudesta ja on myös merkittävä työllistäjä. Palvelualojen osuus bruttokansantuotteesta on 2000-luvun alussa ollut reilun 60 prosentin luokkaa (Ahlqvist & Berg 2003, 57). Suurimpia työllistäjiä ovat yhteiskunnalliset palvelut (32 % työllisestä väestöstä), teollisuus (19 %), kauppa (15 %) sekä liike-elämän palvelut, rahoitus ja vakuutus (14 %). Nämä alat myös kasvavat kaikista toimialoista nopeimmin.

Elintarvikkeiden kulutus on hyvä indikaattori yhteiskunnan yleisestä taloudellisesta tilasta. Elintason katsotaan olevan sitä korkeampi mitä pienempi osuus kokonaismenoista käytetään elintarvikkeiden hankintaan. Puolessatoista vuosisadassa Suomi on tässä suhteessa kokenut valtavan muutoksen. Elintarvikkeiden valintaan, ruoan kulutukseen ja syömisen muotoutumiseen vaikuttavat monet yhteiskunnalliset tekijät, kuten esimerkiksi taloudelliset suhdanteet, tuotannon ja kaupan kansainvälistyminen, työelämän rakenteet sekä kaupungistuminen. Myös monet kulttuuriset ja sosiaaliset tekijät, kuten muutokset ihmisten elämäntavoissa ja -tyyleissä, yhteisöllisyydessä ja sosiaalisessa kanssakäymisessä vaikuttavat voimakkaasti ihmisten ruokakäyttäytymiseen ja -asenteisiin. (Mäkelä 2002; Ahlqvist & Berg 2003, 33.) Kaikilla näillä tekijöillä on ollut vaikutusta kotiin ostettavien elintarvikkeiden määrään ja laatuun, mutta myös kodin ulkopuoliseen ruokailuun. Viime kädessä ihmisen elämä asettaa puitteet sille, millaisilla elintarvikkeilla nälkä tyydytetään ja mikä merkitys tämän tarpeen tyydytyksellä hänelle ylipäätensä on.

Aiemmissä tutkimuksissa ei ole juurikaan tarkasteltu ruoan kulutusta palveluiden kehittymisen näkökulmasta. Koska ruokaan liittyy koko ajan yhä enemmän palveluita, on tämän näkökulman mukaan ottaminen tärkeää, jotta voisimme paremmin ennakoita tulevaisuudessa tapahtuvia

muutoksia. Artikkelissamme tarkastelemme ruoan tarjonnan ja kysynnän kehitystä, luonnetta ja muotoa 1800-luvun lopusta tähän päivään. Teoreettisena taustana käytämme syömisen muuttuvaa tarpeentyydytystä (vrt. Mäkelä 2002). Palveluelinkeinoista tarkastelun kohteena ovat ruokaan välittömimmin liittyvät päivittäistavarakauppa sekä ravintolat ja kahvilat. Kiinnitämme huomiomme siihen, miten ruokaan liittyvien palveluiden tarjonta ja kysyntä ovat seuranneet kulutusyhteiskunnan yleistä kehitystä. Kulutusyhteiskunnan kehitys pääsi Suomessa vauhtiin sodanjälkeisenä aikana kaupungistumisen ja elinkeinorakenteen muutoksen myötä (Heinonen 2000).

Ruokailu hyvinvoinnin osatekijänä

Tarkastelemme artikkelissamme syömistä hyvinvoinnin tuottamisen näkökulmasta. Hyvinvointitutkimuksen tarveteoreettisen lähestymistavan traditiossa hyvinvointi katsotaan saavutettavan tarpeiden tyydytyksellä (Maslow 1968; Doyal & Gough 1991). Ongelmana tässä lähestymistavassa on riittävän tarpeen tyydytyksen tason määrittäminen ja erilaisten tarpeiden huomioon ottaminen.

Vaikka nälkä on fysiologinen perustarve, syömisellä voidaan tyydyttää muitakin tarpeita aina itsensä toteuttamisen tarpeisiin saakka. Hyvinvoinnin tason ja laadun määrittelee se, mitä tarpeita kuluttaja syömisellään pyrkii tyydyttämään. Ruoan hankintaan, elintarvikkeiden valintaan ja syömiseen vaikuttavat yltäkylläisessä kulutusyhteiskunnassa tarpeita enemmän kuluttajien resurssit, preferenssit, arvot ja asenteet. Tällöin tarpeiden sijaan syömisessä tyydytetään usein haluja. Hyvinvoinnin tarveteoreettisen lähestymistavan mukaan tarpeiden tyydyttämättömyys vahingoittaa yksilöä, kun taas halut ovat valinnaisia ja niiden toteutuminen on riippuvainen tarpeiden toteutumisesta (Goodin 1988, 28–46; Doyal & Gough 1991). Kulutussosiologisessa tutkimuksessa tarpeiden ja halujen välistä yhteyttä ei ole nähty yhtä selvänä (Lehtonen 1998, 248; Ilmonen 1985, 127–128).

Tarkastelemme artikkelissamme hyvinvoinnin toteutumista rinnan kulutusyhteiskunnan kehittymisen kanssa. Kuinka muuttuva ympäristö rationalisointi- ja tehokkuuspyrkimyksineen voi vastata kuluttajan moninaistuvien tarpeiden ja halujen tyydyttämiseen?

Ruokaa kotiin – palvelutiskiltä itsepalvelumyymälään

Suomen kotitaloudet olivat 1800-luvun puolivälissä vielä pääosin omavaraisia. Vaihtokauppa oli kuitenkin varsin yleistä, ja maatalot vaihtoivat rautaa, suolaa, pellavaa, kalaa ja hevosia omiin tuotteisiinsa. Vuoteen 1859 asti kauppaa sai käydä vain kaupungeissa ja harvoilla maaseutumarkkinoilla. Koska valtaosa väestöstä asui maaseudulla, tuotteiden myynti ja osto oli hankalaa: tarjonta ja kysyntä eivät kohdanneet. Siksi niin tarjonta kuin kysyntä rajoittuivat vain kaikkein välttämättömpään. (Kaartinen 1996, 181–204; Peltonen 2004, 77–81; Rasila 1982, 89–102.)

Vähittäiskaupan vapauttaminen maaseudulle johti kauppojen määrän nopeaan kasvuun. Vuonna 1860 kauppoja oli noin 1250, mutta vuoteen 1900 mennessä kauppojen määrä oli kasvanut jo 8600:aan. Maaseudun ensimmäiset kaupat olivat lähinnä aittoihin perustettuja puoteja, joista myytiin kuivia elintarvikkeita ja vaatteita. Kaupan pito maaseudulla oli si-vuelinkeino. (Hoffinan 2004, 23; Hentilä 1999, 27–29.) Yksityiskauppojen rinnalle perustettiin 1900-luvun alusta lähtien myös osuuskauppoja. (Hentilä 1999, 40, 102–103.)

Kaupat saattoivat toimia myös kyläkirjastoina, vakuutusten myyjinä tai säästökassoina. Myyjät opettivat kauppoissa asiakkaita uusien tuotteiden käyttöön. Perinteisessä palvelumyymälässä myyjät olivat henkilökohtaisessa kanssakäymisessä asiakkaan kanssa: työ oli ennen kaikkea puhumista ja vaikuttamista, siis pitkälti henkistä työtä. Keskustelu asiakkaan kanssa kuului vielä maailmansotien välisenä aikana olennaisesti kaupankäyntiin, vaikka rationalisointiopit rantautuivat myös pikkuhiljaa myyntityöhön. (Hentilä 1999, 43–46, 92, 222–223.)

Maatalouselinkeinon laajentuminen omavaraistuotannosta kaupalliseen suuntaan näkyi sekä maataloustuotteiden myynnissä tilojen ulkopuolelle että maanviljelijöiden kulutuksen muutoksessa. 1930-luvun lopussa maatilojen tuotannosta noin puolet meni myyntiin. Uusille teollisuustuotteille ja elintarvikkeille alkoi olla kysyntää niin lisääntyvien tehdastyöläisten kuin entistä useammin kaupassa asioivien maanviljelijöiden ansiosta. Elintarvike-, juoma- ja tupakkateollisuuden osuus bruttokansantuotteesta oli 1930-luvulla viidentoista prosenttiin tietämissä. (Hjerppe 1990, 46, 53–55, 62.) 1930-luvun lama toi elintarvikepulan ja romahdutti elintarvikekulutuksen. Yksityinen kulutus palasi lamaa edeltäneelle tasolle vasta vuonna 1935. (Hjerppe 1990, 26–28, 32, 35–37.)

Maailmansotien välisenä aikana kulutustavaroita ja -palveluja tuottavien yritysten lukumäärä kasvoi. Muun muassa pieniä paikallisia elintarviketehtaita perustettiin. (Hjerppe 1990, 63, 74–75, 127; Pihkala 1982, 270–272.) Vaatimattomat tehdastuotteet, kuten margariini, alkoivat korvata kotona tehtyjä tuotteita. Päivittäistavarakauppa erikoistui: ruokaa alettiin myydä maito-, leipä-, liha- ja siirtomaatavarakaupoissa. Ruokaa myytiin palvelutiskeiltä, ja tavaran punnitseminen oli kaupoissa aikaa vievää työtä. Kysytyimpiä tuotteita pussitettiin kaupassa edellisenä iltana valmiiksi, mutta pakatut pussit oli vielä asetettava vaa’alle, jotta asiakas sai omin silmin varmistaa oikean mitan. Niin kauppiaat kuin myyjätkin toivoivat kauppaan valmispakkauksia työn helpottamiseksi. Asiakkaat olivat kuitenkin epäluuloisia niitä kohtaan, ja siksi pakattua tavaraa piti mainostaa ahkerasti. Irtotavaran ostaminen oli aina itsepalveluliikkeiden läpimurtoon saakka Suomessa suosituimpaa kuin valmispakkausten, tosin osittain valmispakkausten korkeamman hinnan takia. (Hentilä 1999, 117, 230–234.)

Elintarvikkeiden osuus yksityisestä kulutuksesta oli koko sotien välisen ajan huomattava, 35–40 prosentin luokkaa. (Hjerppe 1988, 105–108; Hjerppe 1990, 120–126.) Toisen maailmansodan syttyessä vienti ja kulutustavara tuotanto supistuivat. Elintarvikkeista oli pulaa erityisesti kaupungeissa. Sota ja säännöstely merkitsivät sitä, että kauppojen hyllyt olivat tyhjiä eikä ostajia voitu palvella. Sota vaikutti luonnollisesti tuhoisasti yksityiseen kulutukseen. (Hjerppe 1990, 120–121.) Vasta 1950-luvulta lähtien suomalaisten elintarvikkeiden saatavuus ja käyttö alkoivat runsastua. Yleistyvä moderni ruokavalio oli monipuolisempi ja siinä käytettiin jalostettuja elintarvikkeita. Näitä myös mainostettiin perheenemännille rationalisoitiin ja säästämiseen vedoten (Lammi 2006).

Säännöstelyn loputtua Suomessa keskusteltiin siitä, mikä on perheenemäntien rooli kulutuksen muotoutumisessa. Joidenkin näkemysten mukaan kodin ulkopuolella työskenteleviä perheenemäntiä piti palvella nopeasti heidän päivittäisten kulkureittien varrella. Itsepalvelumyymälöitä perusteltiinkin sillä, että ne toisivat erityisesti perheenemännille ajansäästöä. Itsepalvelumyymälässä kaiken ruuan sai samasta paikasta, ja jonottaa tarvitsi vain kassalla. 1950- ja 1960-luvuilla myymälöiden uudistuminen liittyi säilykkeiden, pakasteiden ja pakattujen tuotteiden myynnin kasvuun sekä itsepalveluun. (Hentilä 1999, 294–295.) Kaupoista alkoi pikkuhiljaa tulla teollisten tuotteiden jakelukeskuksia, ja kuluttajasta aktiivinen toimija

päivittäistavaroiden jakeluketjussa (Grønmo 1984, 20; LTT 1976, 7). Suomessa alettiin tuottaa teollisesti perinteisiä suomalaisia ruokia valmisruuiksi 1960-luvulla, jolloin naisten työssäkäynti alkoi yleistyä (ks. Varjonen 2000, 110). Tosin soppakeittiöt 1800-luvun lopulla ja osuusliikkeet, muun muassa Elanto, tarjosivat valmisruokia jo tätä paljon aiemmin.

Elintarvikkeiden kulutusrakenne muuttui 1960-luvulta lähtien: peruselintarvikkeista siirryttiin jalostettuihin elintarvikkeisiin. Vaikka elintarvikkeisiin käytetyn rahan suhteellinen osuus kokonaiskulutuksesta laski, ihmiset alkoivat ostaa entistä laadukkaampaa ja terveellisempää ruokaa. (Heikkinen & Maula 1996, 43.) Monien perinteisten ja jalostamattomien ruoka-aineiden kulutus laski. Tällaisia olivat erityisesti viljatuotteet, perunat, maito sekä voi. Maidosta siirryttiin juuston ja jogurtin käyttöön, voista margariiniin. Hedelmien, marjojen ja vihannesten käyttö lisääntyi, kun sen sijaan perinteisten juuresten käyttö pysyi lähes ennallaan. Yksittäisistä ruoka-aineista aikavälillä 1966–1976 eniten kasvoivat lenkkimakkaran, viilin ja jogurtin, aamiaishiutaleiden ja -murojen sekä margariinin kulutus. Samoin pastatuotteiden kulutuksen kasvu on ollut tasaista aina tähän päivään saakka (Ahlqvist & Raijas 2005, 135–136).

Päivittäistavarakaupan suuri rakennemuutos alkoi 1960-luvun puolivälissä (ks. esim. Koistinen & Vesala 2006, 73), jolloin pieniä myymälöitä alettiin lakkauttaa. Perustettavat myymälät olivat kooltaan suuria. Ennen rakennemuutosta myymälät oli sijoitettu lähelle ihmisten asuinpaikkoja, mutta sen jälkeen sijainnin perustaksi tuli liikenteellinen saavutettavuus. Tällöin myymälät sijoitettiin yhdyskuntarakenteen ulkopuolelle. 1990-luvun laman aikana kauppa tehosti toimintojaan edelleen ja työpaikkoja karstiin rajusti. Voimakkaiden tehostustoimien seurauksena kaupan palvelut muuttuivat ja kuluttajan oma panos – ajankäyttö ja vaivannäkö – kaupassa asioinnissa lisääntyi (Raijas 1994).

Vuodesta 1985 vuoteen 2002 elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien osuus kokonaiskulutuksesta aleni 15 prosentista 13 prosenttiin. 1990-luvun lamavuosina elintarvikkeiden kulutusosuus hetkellisesti nousi, mikä paljastaa elintason laskun suomalaisissa kotitalouksissa. (Ahlqvist & Berg 2003, 70–72.)

Vuonna 2005 suomalaiset kävivät päivittäistavarakaupassa keskimäärin 3,9 kertaa viikossa. Kuluttajat ovat viime vuosina tasaisesti vähentäneet asiointikertojaan. Kuluttajat arvostavat kaupan hyödykejakelua tukevia pal-

veluja: kauppa valitaan läheisen sijainnin, kanta-asiakasetujen, hyvän hinta-laatu –suhteen, valikoiman laajuuden sekä asioimisen helppouden ja nopeuden perusteella. (A.C. Nielsen Finland Oy 2006 ref. Päivittäistavarakauppa 2006–2007.) Näiden tietojen valossa voidaan todeta, että kuluttajat ovat hyväksyneet itsepalvelun yhtenä kaupan tarjoamana palveluna. Vaivattomuus, nopeus ja itsenäisyys korostuvat myös tämän päivän ruoanvalmistuksessa (ks. Varjonen 2001, 73, 75–77). Kaupalle kuluttajien tämän päivän mieltymykset tarjoavat monenlaisia mahdollisuuksia tavaravalikoiman muokkaamiseen samoin kuin erilaisten ostamista ja ruoanvalmistusta helpottavien ja nopeuttavien palveluiden kehittämiseen.

Ruokakaupassa käynnissä suomalaiset kuluttajat pyrkivät tehokkuuteen (ks. Raijas 1997), ja se on myös kaupan toiminnan tavoitteena: vuodesta 1993 vuoteen 2005 päivittäistavarakauppojen lukumäärän laskiessa 6013:sta 4109:een arvo ja volyyymi ovat kasvaneet keskimäärin reilulla kahdella prosentilla vuodessa. Päivittäistavarakauppaa hallitsevat isot super- ja hypermarketit, joiden markkinaosuus vuonna 2005 oli jo 60 prosenttia. (A.C. Nielsen Finland Oy 2006 ref. Päivittäistavarakauppa 2006–2007.)

Viime vuosina päivittäistavaramyymälöiden rakennemuutoksen pitkään jatkunut kehityksen suunta on muuttunut, sillä myymälöiden määrän väheneminen on pysähtynyt. Taajamiin sekä taajamien reuna-alueille, valtateiden varsille ja ihmisten yleisille kulkureiteille on perustettu uusia myymälöitä, joista suuri osa on niin sanottuja liikennemyymälöitä (Kytö & Väliniemi 2007).

Kuluttajien on tänä päivänä mahdollista hankkia ruokaa myös verkosta. Vaikka sähköinen kaupankäynti on viime vuosina lisääntynyt Suomessa, elintarvikkeiden ostaminen verkosta on varsin vähäistä: keväällä 2005 vain kaksi prosenttia kaikista verkko-ostoksia tehneistä 15–74-vuotiaista suomalaisista oli ostanut elintarvikkeita verkon kautta (Tilastokeskus 2006). Kysynnän vähäisyys johtuu osittain tarjonnan niukkuudesta: vuonna 2006 Suomessa toimi vain kaksi valikoimiltaan laajaa elintarvikkeiden verkkokauppaa. Kuluttajien näkökulmasta verkko-ostaminen on vasta siten varteenotettava palveluvaihtoehto, kun se tuottaa välittömiä ja selviä etuja suhteessa perinteiseen ostamiseen. Edut voivat olla ajan, vaivan tai rahan säästöä. Verkko-ostamisen hyödyt arjessa tulevat Hyvösen tutkimuksen (2003) mukaan parhaiten esille vasta säännöllisen ja keskitetyn verkosta ostamisen myötä. Elintarvikkeiden verkkokaupan suurimmiksi ongelmiksi

on esitetty logistiikka ja erikoislämpötiloja vaativien tuotteiden kuljetus. Lisäksi verkkokaupoissa esiintyvä puutteellinen tuote-esittely voi vaikeuttaa tuotteiden tunnistamista ja siten hankaloittaa ostamista (Hyvönen 2003). Elintarvikkeiden kauppaa ei siis ole saatu muokattua toimivaksi verkkopalveluksi. Kaikkea ei voidakaan virtualisoida.

Nopeasti ateriaksi valmistettavien tuotteiden kulutus on lisääntynyt runsaasti tarjonnan kasvun myötä (Varjonen 2000, 110). Valmisruokien ostamisen lisäksi on mahdollista hankkia tuotteita, jotka nopeuttavat aterioiden valmistusta tiettyjen ikäväksi koettujen vaiheiden, esimerkiksi vihannesten kuorimisen ja pilkkomisen, osalta (Varjonen 2001, 75–76). Perinteinen itse tekeminen – säilöminen ja leipominen – ovat vähentyneet 1990-luvun laman jälkeen, mikä on kasvattanut esimerkiksi säilykkeiden ja leipien ostoa markkinoilta. 1990-luvun lama aiheutti hetkellisen muutoksen itse tekemisen kehitykseen: tuolloin kotona tekeminen lisääntyi. (Varjonen 2000, 111, 115.)

Kodin ulkopuolinen ruokailu

Maatalousyhteiskunnassa ruokailtiin kotona, mutta työn siirtyminen teollistumisen seurauksena kodin ulkopuolelle huononsi erityisesti miesten ruokailua. Teollisen ruokailun ensi askeleet otettiin Suomessa jo 1800-luvun lopulla, kun Helsingin työväen höyrykeittiössä valmistettiin ruokaa höyrykattilalla. Pian sen jälkeen useat tehtaat alkoivat perustaa työpaikka-ruokaloita. 1900-luvun alussa tehtaantytöjä puolestaan varoiteltiin korvaamasta kaikkia aterioitaan kahvinjuonnilla. Lämpimän ruuan järjestäminen työpaikoille oli taistelua raittiuden ja hyvän ravitsemuksen puolesta, sillä työväestön anniskelupaikat keskittyivät ennen kaikkea alkoholimyyniin ja -hankintaan.

Elinkeinovapauden lisääntyminen 1800-luvun puolivälistä lähtien edisti ruokapaikkojen avaamista ja esimerkiksi taloudenhoitajattaret saattoivat ruveta ottamaan omia ruokavieraitaan. Työväestöllä ei ollut näihin sen enempää kuin ravintoloihinkaan varaa. Kansakouluopetus taas vei lapset kouluihin, joihin kaivattiin myös ruokaa. (Lepistö 1994, 196–197.)

Vuosisadan vaihteessa osuuskeittiöt, keskuskeittiöt ja kansankeittiöt valmistivat edullista ruokaa annoksina kotiin vietäviksi. Ensimmäisen maailmansodan aikana perustettiin Suomeen ensimmäisiä kunnallisia kansan-

keittiöitä. Vuonna 1918 Suomessa toimi seitsemän kunnallista kansanravintolaa (Lepistö 1994, 212). Tehtaiden työpaikkaruokailu yleistyi Helsingissä 1920-luvulla (Sillanpää 2002, 33). Elanto puolestaan mainosti 1930-luvulla valmistavansa ruokaa työssäkäyville. Elannolla oli myös tavalliselle kansalle suunnattuja edullisia ruokapaikkoja.

1930-luvulla ravintoloiden ruokatarjonta vaihteli suuresti. Kansanravintolat tarjosivat kotiruuuan tyyppistä ruokaa kuten makkaramuhennosta ja -paistosta, sianlihakastiketta, veriruokia ja pannukakkuja. Tasokkaat ravintolat puolestaan ottivat oppia ranskalaistyyppisestä keittiöstä. Olympialaisten lähestyessä Suomessa keskusteltiin siitä, että ravintoloissa pitäisi tarjota suomalaista ruokaa. 1930-luvun keskustelun pohjana oli suomalaisen ravintolaruokakulttuurin katkeaminen, kun maaseudun majatalojen kehitykseen puututtiin säädöksin 1800-luvulla. Tämän johdosta maaseudun majatalot eivät enää vaalineet talonpoikaista keittotaitoa, eikä se näin ollen siirtynyt kaupunkeihin. Suomalaisen ravintoloiden ruokatarjonta olikin siksi hyvin kansainvälistä. (Sillanpää 2002, 74–76.)

Sotavuosina kauppojen tyhjäät hyllyt ajoivat ihmisiä ravintoloihin, ja suomalaiset kävivät tuolloin runsaasti ravintoloissa. Kokonaiset perheet alkoivat käydä ulkona syömässä, ja monille työssäkäyville ravintolassa käynti muodostui välttämättömäksi, koska heillä ei ollut aikaa jonottaa tai metsästää mustan pörssin ruokaa. Pulan vuoksi ihmisillä oli kyllä käytössään rahaa, mutta ei tavaroita, mihin rahat olisi voinut käyttää. (Sillanpää 2002, 86–87.)

Ulkona syöminen yleistyi edelleen sodan jälkeen. Monet kodin ulkopuolella työskentelevät söivät yhden aterian päivässä työmaaruokalassa, kahvilassa tai ravintolassa. Vuonna 1956 yksinäiset miehet käyttivät ravintomenoistaan yli 70 prosenttia ravintolassa syömiseen, yksinäiset naiset vain viidenneksen ja lapsettomat avioparit vajaa yhdeksän prosenttia. Lapsiperheet ruokailivat kaikkein harvimmin kodin ulkopuolella. (Sillanpää 2002, 105.)

Keskioluen vapauttaminen vuonna 1969 lisäsi ravintoloiden määrää. Ravintolat alkoivat myös monipuolistua ja syntyi uusia, erikoistuneita ravintoloita, kuten esimerkiksi pizzerioita ja pihviravintoloita. Tämän nopean muutoksen jälkeen suomalaisravintolat muuttuivat hitaasti 1980-luvun puoliväliin asti. Ravintolat vakiinnuttivat asemiaan työssäkäyvien ruokapaikkoina, vaikka Valtion ravitsemuskeskuksen pyrkimys kehittää erityisiä

työpaikkaruokaloita hermostuttikin ravintoloitsijoita. Ravintola-alan yrittäjät olivat kehittäneet työsuhreruokailuun lounassetelijärjestelmän, jota asiakkaat pitivät hyvänä vaihtoehtona. Se kannusti heitä nauttimaan aterioita yksityisissä ravintoloissa. Työpaikkaruokailuun kiinnitettiin erityistä huomiota vuonna 1976, kun virka- ja työehtosopimuksissa sovittiin suosituksenomaisesti työpaikkaruokailun kehittämistä. Vuonna 1976 jokainen suomalainen söi keskimäärin 2,8 kertaa viikossa kodin ulkopuolella ja 18 prosenttia joukkoruokailusta tapahtui kahviloissa ja ravintoloissa. Työsuhreruokailun yleistyminen vakiinnutti lounasravintoloiden ja -kahviloiden asemaa. (Sillanpää 2002, 142–158.)

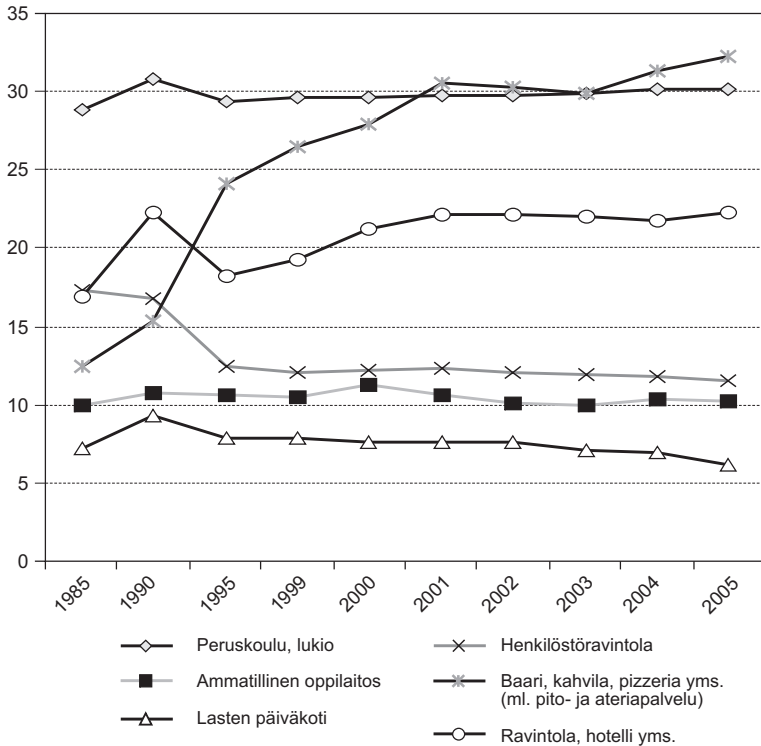
Koulunkäynnin yleistyttyä havaittiin, että monen köyhän perheen lapsen koulunkäyntiä heikensi heikko ravitsemus. Vuonna 1905 perustetun Koulukeittoyhdistyksen tavoitteena oli oppilaiden ravitsemustilanteen parantaminen. Oppivelvollisuuslain voimaantuminen vuonna 1921 ei vielä tuonut kouluruokaa kaikille lapsille. Vielä vuonna 1932 vain kolmannes Suomen kouluista tarjosi kouluruokaa, yleensä vellejä ja keittoja. Kouluruoka oli maksullista, joten osa oppilaista toi mukanaan omat eväät. (Sillanpää 2003, 86–91.)

Vuodesta 1948 lähtien kaikki Suomen kansakoululaiset ovat saaneet ilmaiset kouluateriat. Kouluruokailun alkuvuosina ruuanvalmistustilat olivat monessa koulussa heikot, koska niissä ei aina ollut keittiötä. Vielä 1950-luvulla kouluruoka oli samanlaista lusikkaruokaa kuin kaksi vuosikymmentä aiemmin. Ruuan laadun parantamisesta alettiin kuitenkin keskustella, ja vuonna 1957 säädetty laki määräsi koululaisille riittävän kouluaterian. Kymmenen vuotta myöhemmin ateria määriteltiin riittäväksi, kun se täytti kolmanneksen päivän ravinnontarpeesta. (Sillanpää 2003, 86–91.)

1970-luvulla kouluruokailu ja koko suomalainen koulu koki suuren muutoksen peruskouluun siirtymisen myötä. Ilmainen ruoka on tarjottu vuodesta 1983 lähtien myös lukioissa. 1970-luvulla koulujen ruokalistas monipuolistuivat ja koulussa saatettiin tutustua jopa sellaisiin ruokiin, joita ei kotona oltu maistettu. Kanaviillokit, risotot, riisi ja spagetti tulivat kouluaterioihin. Maksaruuat olivat yleisiä. Raasteet, salaattit, tuoremehut ja hedelmät ilmestyivät pääruokien lisukkeiksi. (Sillanpää 2003, 94–95.) Nykyisin kouluruokailu painiskelee kustannustehokkuuden kanssa: joukkoruokailuyrityksiä kilpailutetaan ja vähällä rahalla pitäisi pystyä valmista-

maan terveellistä, ravitsemuksellisesti täysipainoista, monipuolista ja maistuvaa ruokaa.

Kodin ulkopuolinen ruokailu-ura alkaa tämän päivän Suomessa jo päiväkodissa, jatkuu edelleen koulussa ja muiden opiskelupaikkojen yhteydessä. Aikuisilla puolestaan työpaikkaruokailu on jo institutionalisoitunut, vaikka varsinaisten henkilöstöravintoloiden määrä vähenikin 2000-luvulle tultaessa. Kuva 1 osoittaa suurkeittiöiden tarjoamien aterioiden määrän kehityksen kahdenkymmenen viime vuoden aikana. Kuvasta nähdään, että yksityinen palvelutarjonta ruokailussa on lisääntynyt runsaasti 1990-luvun laman jälkeen, ja vuonna 2005 Suomessa tarjottiin kodin ulkopuolella keskimäärin 113 ateriaa henkeä kohti.



Kuva 1. Suurkeittiöiden tarjoamien aterioiden määrät, kpl/hlö/v. (A.C.Nielsen 2006)

Suomalaisten ravintoloihin ja kahviloihin käyttämät menot ovat tasaisesti nousseet laman jälkeisenä aikana, samoin niiden osuus kaikesta kulutuksesta. Vaikka elintaso onkin noussut, voidaan ravintola- ja kahvilakulutus katsoa edelleen ylellisyyskulutukseksi, josta tarvittaessa voidaan tinkiä, koska nälän ja janon tarpeen perustason tyydytykselle on aina olemassa edullisempikin vaihtoehto. Tosin ravintolassa ja kahvilassa käymiseen liittyy muunlaistakin tarpeen tyydytystä kuin nälän tai janon. Hotelli-, kahvila- ja ravintolapalveluiden kulutusmenoissa ilmeni eroja maan eri osissa ja erikokoisilla paikkakunnilla vielä vuonna 1990, mutta vuonna 2001 näitä eroja ei enää esiintynyt. Kulutus tässä menoryhmässä lisääntyi maaseudulla ja eteläisen Suomen ulkopuolella, kun taas kulutus pääkaupunkiseudulla, Uudellamaalla ja Etelä-Suomessa on pysynyt jokseenkin ennallaan. Hotelli-, kahvila- ja ravintolapalveluiden kulutusta voidaan silti pitää kaupunkilaisena kulutuskulttuurina, sillä erityisesti pääkaupunkiseudulla asuvat pienet yhden ja kahden hengen taloudet käyttävät tähän kulutukseen suhteellisesti muualla maassa asuvia vastaavia talouksia enemmän. Runsaampi kulutus on luonnollisesti seurausta laajemmasta tarjonnasta. (Raijas 2004, 159.)

Ruokapalveluiden tulevaisuus

Syömiseen liittyvät palvelut ovat jälkiteollisessa yhteiskunnassa keskeinen osa koko yhteiskunnan toimintaa. Ruokapalvelujen tarjonta ja -kysyntä tulevat kuitenkin muuttumaan tulevaisuudessa. Ruokaan liittyvät palvelut täytyy tuottaa siellä, missä niitä haluavat kuluttajat ovat ja siihen aikaan, kun he niitä haluavat. Menestyvän palveluiden tuottajan on siksi osattava kuunnella kuluttajia. Vaikka palvelut ovatkin monipuolistuneet, kuluttajalle suunnatuissa palveluissa on edelleen kehittämisen varaa.

Tulevaisuudessa ihmiset haluavat heille henkilökohtaisesti räätälöityjä palveluita helpommin, nopeammin ja laadukkaammin. Tällaiseen kysyntään vastaaminen on hyvin työvoimaintensiivistä. Yltäkylläisessä kultusyhteiskunnassa ruokapalvelut eivät pelkästään tyydytä tarpeita, vaan niihin liittyy runsaasti yksilöllisten arvojen, asenteiden ja ihanteiden seuraamista sekä halujen toteuttamista. Kuluttajien mieltymykset ovat vaurastumisen lisäksi muuttuneet matkustamisen, monikulttuurisen kehityksen ja yksilöllisten ratkaisujen myötä entistä erilaisemmiksi. Yksi haluaa ve-

gaaniruokaa, toinen terveellistä kotiruokaa helposti, kolmas proteiinipitoista ruokaa lihasten kasvatukseen, neljäs matalan glykeemisen kuorman omavaa ruokaa, viides huippuraaka-aineista tehtyä gourmetruokaa.

Yksilölliset toiveet ja halut, toisaalta taloudellisen tehokkuuden vaatimukset tuovat entistä enemmän haasteita palvelujen tarjoajille ja kehittäjille. Lisähaasteita tuotannolle tulee kuluttajien vaihtelunhalusta ja epäjohdonmukaisuudesta: sama kuluttaja voi eri tilanteessa haluta ruualta aivan eri asioita. Nopeasti arkiostoksia tekevä kuluttaja voi toisinaan haluta juuri hänen tarpeisiinsa räätälöityjä elintarvikkeita ja ruokapalveluita. Viikonlopun juhlahetkeä varten sama kuluttaja haluaa ehkä valmistaa kaiken itse raaka-aineista lähtien aikaa ja rahaa säästämättä.

Kysyntäpuolella väestön rakenteelliset muutokset ja ostovoiman lisääntyminen aiheuttavat muutoksia palveluiden tarjonnan luonteeseen. Pienten kotitalouksien lisääntyminen ja väestön ikääntyminen lisäävät hyvin todennäköisesti ruokailuun liittyvien palveluiden kysyntää. Palveluiden voidaan odottaa monipuolistuvan, laajenevan ja yksilöllistyvän. Myös kuluttajien asenteiden palveluita kohtaan voisi ajatella muuttuvan. Kenties yksilölliset vaatimukset alkavat korostaa hinnan sijasta ruuan laatutekijöitä. Tämä näkyy jo muun muassa kuluttajien taholta lisääntyneissä ympäristöystävällisyyden ja yhteiskuntavastuullisuuden vaatimuksissa.

Tutkimukset ovat osoittaneet, että ruokailutottumukset muuttuvat varsin hitaasti. (ks. Varjonen 2001, 73). Elintason noustessa syöminen on enemmän muuta kuin vain nälän ja janon tyydyttämistä. Mahdollisuus hankkia elintarvikkeet nopeasti ja tehokkaasti on palvelua, jota kuluttajat arvostavat. Parhaimmillaan palvelutuotannon rationalisointi voi siis tuottaa kuluttajalle hyvinvointia. Tehokkuuden nimissä voi myös tapahtua niin, että palvelu heikkenee, ja kuluttajan työ, ajankäyttö ja vaivannäkö lisääntyy. Nähtäväksi jää, kuinka pitkälle kuluttajat etenevät ruokailupalveluiden hankinnassa. Varmaa on se, että tuotannon ja kulutuksen välille tarvitaan nykyistä vilkkaampaa vuoropuhelua.

LÄHTEET

- A.C. Nielsen (2006) Horeca – Suurkeittiörekisteri. Tiedonantoja vuosilta 1985–2005. Espoo.
- Ahlfqvist, Kirsti & Berg, Mari-Anna (2003) Kotitalouksien kulutusmenojen muutossuunnat. Tilastokeskus, Tulot ja kulutus 2003:21, Yliopistopaino, Helsinki.
- Ahlfqvist, Kirsti & Raijas, Anu (2005) Työväenluokkaisen ja keskiluokkaisen perheen kulutus 1900-luvun Suomessa. Teoksessa Sarantola-Weiss, M. ym. (toim.) Kulman takana Elanto! Helsingin kaupunginmuseon tutkimuksia ja raportteja 1/2005, Helsinki, 124–147.
- Doyal, Len & Gough, Ian (1991) A Theory of Human Need. MacMillan Education Ltd., Hong Kong.
- Goodin, Robert E. (1988) Reasons for Welfare. The Political Theory of the Welfare State. Studies in Moral, Political and Legal Philosophy. Princeton University Press, New Jersey.
- Grønmo, Sigmund (ed.) (1984) Forbruker, marked og samfunn. Perspektiver og resultater fra samfunnsvitenskapelig forbrukerforskning. Oslo, Universitetsforlaget.
- Heikkinen, Sakari & Maula, Johanna (1996) Finnish food consumption 1860–1993. Julkaisuja 1/1996. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus.
- Heinonen, Visa (2000) Näin alkoi ”kulutusjuhla”. Suomalaisen kulutusyhteiskunnan rakenteistuminen. Teoksessa Hyvää elämää, 90 vuotta suomalaista kuluttajatutkimusta. 8–23. Toimittaneet Kaarina Hyvönen, Anneli Juntto, Pirjo Laaksonen ja Päivi Timonen. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus.
- Heinonen, Visa (1998) Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki. Kuluttajaneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa. Helsinki, Suomen Historiallinen Seura.
- Hentilä, Marjaliisa (1999) Keikkavaaka ja kousikka: kaupan työ ja tekijät 1800-luvulta itsepalvelu-aikaan. Helsinki, Liikealan ammattiliitto.
- Hjerpe, Riitta (1988) Suomen Talous 1860–1985. Kasvu ja rakennemuutos. Suomen Pankki. Helsinki, Valtion Painatuskeskus.
- Hjerpe, Riitta (1990) Kasvun vuosisata. Helsinki, Valtion painatuskeskus.
- Hoffman, Kai (2004) Tukkukauppaa keskusliiketoimintaa järjestötoimintaa, Yksityisen tukkukaupan historia. Helsinki, Suomen tukkukauppiaiden liitto ja Edita.
- Hyvönen, Kaarina (2003) Ruokaa netistä. Sähköinen päivittäistavarakauppa kuluttajien arjessa. Julkaisuja 10/2003. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus.

- Ilmonen, Kaj (1985) Tarpeiden järjestelmä ja järjestelmän tarpeet. Tutkielma siviilisaation ja tarpeiden vuorovaikutuksesta. Kulutusosastoiminnan keskusliitto, Helsinki.
- Kaartinen, Marjo (1996) Hyvin walittua kauppatawaraa helppoon hintaan – jyväs-kyläläinen kauppias. Teoksessa Lääkäri, lukkari, talonpoika, duunari. Lukuja suomalaisten historiaan. Toimittanut Vuokko Aromaa. Helsinki, Otava.
- Koistinen, Katri & Vesala, Tiina (2006) Päivittäistavarakaupan rakennemuutos Suomen keskeisillä kaupunkiseuduilla 1995–2003. Julkaisuja 6/2006. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus.
- Kytö, Hannu & Väliniemi, Jenni (2007) Kauas kauppa karkaa – vai karkaako? Päivittäistavarakaupan rakennemuutos Suomessa vuosina 2003–2005. Julkaisuja 3/2007. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus.
- Lammi, Minna (2006) Ett’ varttuisi Suomenmaa. Suomalaisten kasvattaminen kullutusyhteiskuntaa kotimaisissa lyhytelokuviissa 1920–1969. Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden seura ja Suomen Elokuva-arkisto.
- LTT (Liiketaloustieteellinen tutkimuslaitos) (1976) Kotitalouksien ostotavat. I osa. Päivittäistavaroiden ostotavat. Helsinki.
- Lehtonen, Turo-Kimmo (1998) Rajallista ostamista: itseuri, omatunto ja mielihyvä. Teoksessa J.P. Roos & Tommi Hoikkala (toim.) Elämänpolitiikka. Gaudeamus, Tampere, 219–251.
- Lepistö, Vuokko (1994) Joko Teillä on priimuskeitin? Kotitalousteknologian saatavuus ja tarjonta Helsingissä 1800-luvun puolivälistä 1910-luvun lopulle. Helsinki, Suomen Historiallinen Seura.
- Maslow, Abram H. (1968) Toward a Psychology of Being, 2nd ed. Van Nostrand, Princeton, N.J.
- Mäkelä, Johanna (2002) Syömisen rakenne ja kulttuurinen vaihtelu. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Peltonen, Matti (2004) Uudet kaupallistumisen muodot. Teoksessa Suomen maatalouden historia, kasvun ja kriisien aika 1870-luvulta 1950-luvulle, toimittanut Matti Peltonen. Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Pihkala, Erkki (1982) Kauppa sotien välisellä kaudella. Teoksessa Suomen talous-historia 2, 262–278. Helsinki, Tammi.
- Päivittäistavarakauppa 2006–2007 (2006) Päivittäistavarakauppayhdistys ry. Helsinki.
- Raijas, A. (1994) Asioinnin kustannukset päivittäistavarakaupassa. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisu 15/1994, Helsinki.

- Raijas, Anu (1997) The consumer's choice of grocer's shop : a comparison between two metropolitan areas in Finland and Norway. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 6/1997, Helsinki.
- Raijas, Anu (2004) Kulutuksen alueellinen eriytyminen – tarkastelussa kulutusmahdollisuudet ja kulutusmenot. Teoksessa Ahlqvist, K. & Raijas, A. (toim.) 2004. Erilaisia kulutusuria Suomessa. Tilastokeskus, Helsinki, 143–165.
- Rasila, Viljo (1982) Kauppa ja rahaliike. Teoksessa Suomen taloushistoria 2, 89–113. Helsinki, Tammi.
- Sillanpää, Merja (2002) Säännöstelty huvi, Suomalainen ravintola 1900-luvulla. Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Sillanpää, Merja (2003) Lapset, ruoka ja valta. Teoksessa Ruisleivästä pestoon, näkökulmia muuttuvaan ruokakulttuuriin, 74–107. Helsinki, WSOY.
- Tilastokeskus (2006) Verkkokauppa tuoteryhmittäin keväällä 2005. [WWW-dokumentti]. <http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2005/sutivi_2005_2006-06-12_kuv_002.html>.
- Varjonen, Johanna (2000) Trendejä vai kaaosta? – Ruokatottumusten ja ruokatalouden hoidon muutokset 1980- ja 1990-luvuilla. Julkaisuja 2/2000 Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus.
- Varjonen, Johanna (2001) Elämyksiä, terveyttä, vaihtelua, 2000-luvun ruokatottumukset. Julkaisuja 3/2001. Helsinki, Kuluttajatutkimuskeskus.