



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Ltt, markkinointi	Päivämäärä	
Tekijä(t)	Miia Karhu, Johanna Ranta	Matrikelinumero	
		Sivumäärä	129
Otsikko	Leivän ja ostopaikan valinta sekä leivän saatavuuden parantaminen vähittäiskaupoissa.		
Ohjaaja(t)	KTT Heli Marjanen, FT Jorma Taina ja KTM Kaisa Saastamoinen		

#### Tiivistelmä

Suomalaiset elävät 2000-luvulla tilanteessa, jossa heillä on lähes rajattomat mahdollisuudet tehdä erilaisia ruokavalintoja. Leivällä on ollut suomalaisille aina suuri merkitys ravinnon symbolina ja elintarvikkeena. Vaikka elintason nousu on vaikuttanut viljatuotteiden kulutukseen laskevasti, on leipomotuotteiden osuus kuluttajien ostoskorin arvosta 11 prosenttia, joka on toiseksi eniten maitotaloustuotteiden jälkeen.

Tämän tutkielman tarkoituksena oli selvittää, millainen on kuluttajien leivän ja ostopaikan valinta sekä miten leivän saatavuutta voidaan parantaa vähittäiskaupassa. Tutkimusongelma jaettiin seuraaviin osa-ongelmiin: 1) Mitkä tekijät vaikuttavat leivän valintaan?, 2) Mitkä tekijät vaikuttavat leivän ostopaikan valintaan?, ja 3) Miten leivän saatavuutta voidaan parantaa vähittäiskaupassa?

Teoriaosuus aloitettiin käsittelemällä yksilöä ja sitä, mitkä eri tekijät vaikuttavat ruoan valintaan. Ruoan valintaa tarkasteltiin myös ostopaikan valinnan kautta. Esille nostettiin myymälän tuotevalikoimat, ominaisuudet, palvelu sekä hinta ja promootiot. Viimeisessä teorialuvussa keskityttiin leivän saatavuuden parantamiseen vähittäiskaupassa logistisen prosessin, tavararyhmähallinnan, menekin ennustamisen, tilaamisen, tuotepuutteiden ja hävikin tarkastelun avulla. Empiirinen tutkimus toteutettiin käyttämällä sekä kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivisen tutkimuksen perusjoukkona olivat Turussa asuvat täysi-ikäiset leipää ostavat kuluttajat. Haastattelut tehtiin S-ryhmän, K-ryhmän ja Tradekan myymälöissä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa haastateltiin leipäosaston vastaavia samoissa myymälöissä.

Asiakaskyselyyn vastanneet kuluttajat pitivät tärkeinä ostopaikan valintaan vaikuttavina tekijöinä muun muassa siisteyttä, selkeyttä, valikoimaa ja halutun leivän löytymistä hyllystä, mutta eniten vastaajat arvostivat kuitenkin leivän tuoreutta. Henkilökohtaisella palvelulla, paikallisten leipomoiden tuotteilla ja leivän hinnalla oli kuluttajille vähäisempi merkitys. Kaupan tilaustoiminta ja täydennysjärjestelmä ovat kaksi avainasiaa, jotka vaikuttavat saatavuuteen. Teemahaastattelusta selvisi, että leivän tilaamista pidetään paitsi tärkeänä, myös vaikeana, tehtävänä. Menekkiä ennustettaessa ja tilauksia tehtäessä voidaan taustatietona käyttää erilaisia raportteja, mutta niiden käyttö ei kuitenkaan ole säännöllistä. Ennustamista vaikeuttaa osaltaan myös se, että myymälöissä tiedetään hyvin vaihtelevasti, mihin aikaan jokin tietty tuote loppuu tai viimeinen pakkaus kutakin leipää on myyty. Tämä johtuu osaksi siitä, että leipäosaston vastaavat työskentelevät aamulla ja aamupäivällä, mutta suurimmat asiakasmassat tulevat myymälöihin iltapäivästä alkaen.

Asiasanat leipä, ruoan valinta, ostopaikan valinta, saatavuus, vähittäiskauppa

Muita tietoja