

RUOAN VERKKOKAUPAN KESTÄVYYDEN ARVIOINTI

Koistinen Katariina, Uusitalo Ville, Huostila Anna

PUBLICATION: Systematic Approach to Sustainability of Novel Internet-Based System for Food Logistics. Koistinen, L., Uusitalo, V., Huostila, A. 2017. Journal of Logistics & Sustainable Transport, 8 (1), 50-61

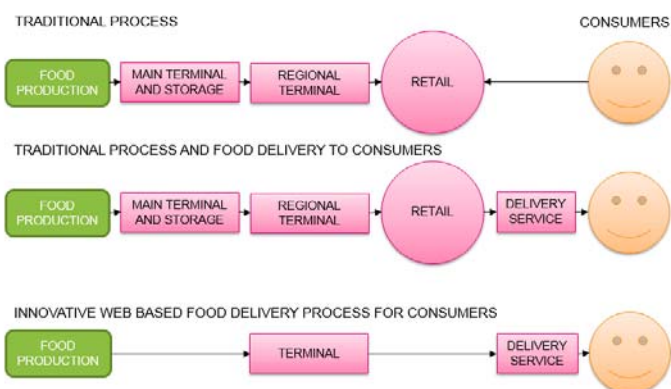
JOHDANTO

Erilaisten tuotteiden ja hyödykkeiden ostaminen internetin välityksellä on kasvattanut suosiotaan kuluneella vuosikymmenellä. Myös ruokaa voi ostaa internetin välityksellä, mutta tyypillinen toimintamalli on, että kaupat tarjoavat ruoankuljetuspalvelua, jolloin ruokakassi kerätään kaupan hyllyltä. Uusi vaihtoehtoinen toimintamalli ruoan verkkokaupalle on eriyttää toimintaa kivijalkakaupoista. Tällöin ruoka jaellaan suoraan logistiikka varastosta ja varsinaista kauppaa ei tarvita. Tämän kehityshankkeen tavoitteena on selvittää minkälaisia kestävyysnäkökulmia ruoan verkkokaupalla voisi olla tavanomaiseen kauppaan verrattuna.

Viime vuosien aikana verkkoruokakauppaa on tutkittu eri näkökulmista. Tyypillisesti tutkimus on keskittynyt asiakkaiden adoptaatioprosessiin ja arvonluontiin verkkoruokakaupan avulla (Anckar et al. 2002). Kestävyysnäkökulmien ja verkkoruokakaupan rajapinta on kuitenkin toistaiseksi puuttunut nykytutkimuksesta lähes täysin. Joitain uusia tutkimuksia on ilmestynyt, joissa on tutkittu logistiikan vaikutusta kestävyteen (Björklund et al. 2016). On todettu, että jälleenmyyjillä on tärkeä rooli toimitusketjun kestävyden takaamisessa (Kolk et al. 2010; Vrechopoulos et al. 2004). Useat tutkimukset joita tähän asti on tehty, ovat keskittyneet pääasiassa tutkimaan jo olemassa olevia suuria toimijoita, kuten Tesco tai Walmart, joilla verkkoruokakauppa on liiketoimintamallin lisä (Wiese et al. 2015; Hackney et al. 2006).

MENETELMÄT

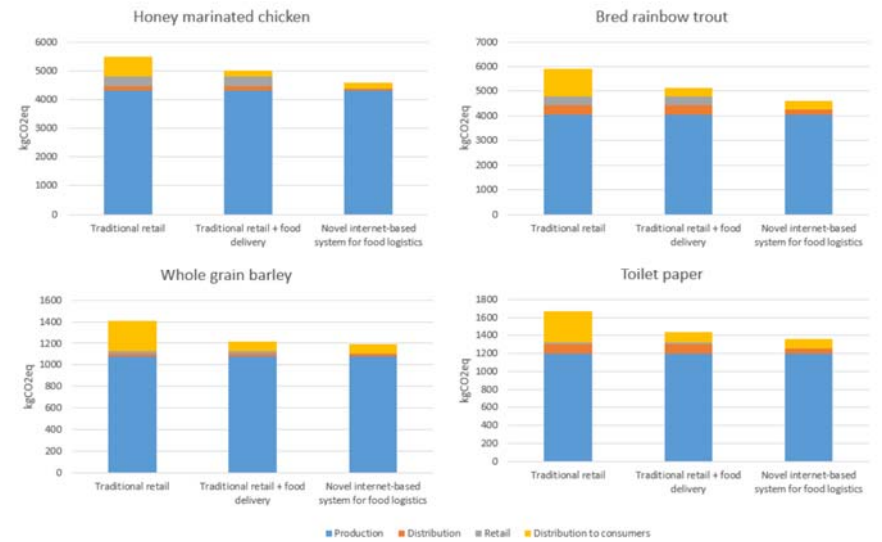
Tämä tarkastelu toteutetaan yhdistämällä kirjallisuuskatsausta ja elinkaarimallinnusta. Elinkaarimallinnuksella arvioidaan kasvihuonekaasujen päästöt erilaisilla ruoan logistiikkavaihtoehdoilla. Työ toteutetaan yhteistyössä Kauppahalli24:n kanssa ja tarkastelualueena on Päijät-Häme. Vertailtavat logistiikkavaihtoehdot on esitetty kuvassa 1. Laskennassa vertailtiin tavallista kuluttajien ruokakaupassa käyntiä, ruokakaupan tarjoamaa ruoan kotiinkuljetusta ja ruoan verkkokauppa konseptia, jossa ruoan jakelu tapahtuu suoraan logistiikkakeskuksen kautta. Laskennan lähtötiedot kerättiin kirjallisuudesta, mutta Kauppahalli24:llä oli keskeinen rooli erilaisiin logistiikkavaihtoehtoihin liittyvän ymmärryksen parantamisessa.



Kuva 1: Erilaisten ruoan logistiikkavaihtoehtojen vertaileminen elinkaarimallinnuksella hunaja marinoidulle kanalle, kirjolohelle, ohralle ja WC-paperille.

TULOKSET

Elinkaarimallinnuksen tuloksena saatiin tuotettua tietoa millainen vaikutus erilaisilla logistiikkamalleilla on eri tuotteiden hiilijalanjälkeen. Laskennan tulokset on esitetty kuvassa 2.



Kuva 2. Erilaisten logistiikkavaihtoehtojen vaikutus tuotteiden hiilijalanjälkeen

Kuten kuvasta 2. havaitaan jakelulogistiikalla on melko pieni rooli tuotteiden kokonaishiilijalanjäljessä. Ruoan kotijakelulla voidaan kuitenkin vähentää päästöjä verrattuna tilanteeseen, jossa kuluttajat liikkuvat itse ruokakauppaan. Lisäksi suoralla verkkokaupalla voidaan välttää pieni osuus päästöjä, joka aiheutuu kaupan toiminnoista. Ruoan jakelun päästövähennys on hyvin riippuvainen siitä miten ja kuinka usein kuluttajat kulkevat tavallisesti kauppaan ja miten ruoan jakelu kuluttajille tapahtuu

JOHTOPÄÄTÖKSET

Kuluttajien kiinnostus elintarvikkeiden ostosta internetin kautta on lisääntynyt ja erilaiset toimijat tarjoavat ruoan kuljetuspalveluita kotiovelle. Hyvin suunniteltu ruoanjakelu logistiikka vähentää kasvihuonekaasupäästöjä verrattuna tilanteeseen, jossa kuluttajat yksityisautoilevat ruokakauppaan. Lisäksi autoilusta aiheutuvat lähipäästöt kohdistuvat usein kaupunkeihin ja taajama-alueisiin.

Suoristamalla logistiikka voidaan mahdollistaa tuorempien elintarvikkeiden kuljettaminen kuluttajille, mikä saattaa vähentää ruokahävikkiä. Logistiikka terminaaleihin perustuvassa ruoan jakelussa voidaan myös tarjota helposti suuri määrä erilaisia tuotteita ml. Pientuottajat, koska tuotteille ei tarvitse varata varsinaista hyllypaikkaa ja esimerkiksi kausituotteiden lisääminen tarjontaan on helppoa.

