

# Ekologisuuden arvo asiakkaan lautasella

Ella Koivunen

OPINNÄYTETYÖ  
Huhtikuu 2022

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

KOIVUNEN, ELLA:  
Ekologisuuden arvo asiakkaan lautasella

Opinnäytetyö 31 sivua, joista liitteitä 5 sivua  
Huhtikuu 2022

---

Opinnäytetyön tavoite on konkretisoida, kuinka paljon ihmiset vaikuttavat ilmastomuutokseen omalta osaltaan ravintola-alalla. Teoriaviitekehyksessä aiheet ovat kohopenkkiviljelmien historia, sekä hyötykäyttö ravintola-alalla ja kaupunkialueilla. Keskeisessä osassa on myös kiertotalous ja sen näkyminen ravintoloissa.

Opinnäytetyötä varten laadittiin kyselyt ravintoloitsijoille sekä ravintoloissa käyville asiakkaille. Kyselyiden tarkoituksena oli kartoittaa, kuinka paljon ihmiset vaikuttavat ilmastomuutokseen ravintola-alalla puolin ja toisin. Kyselyitä purettaessa ja tuloksia laadittaessa saatiin selville keskeiset ongelmakohdat ravintola-alalla.

Monelle ravintoloitsijalle oli selkeästi tärkeää pystyä vaikuttamaan maailmantilanteeseen siten, ettei ainakaan edistäisi ilmastomuutosta omalta osaltaan, vaikka tilannetta ei pystyisi yksilönä parantamaan. Suomalaisessa ravintolakäyttäytymisessä yleisenä piirteenä nousi esille hinnan suuri merkitys asiakkaille ravintolaa valittaessa. Tutkimuksen mukaan asiakas valitsi mieluummin vaihtoehtoista halvemman, kuin kalliimman huolimatta ympäristöystävällisyydestä. Kiinnostus sekä ravintoloitsijoiden että asiakkaiden näkökulmiin korosti ongelma-kohtia, jotka olivat molemmin puoleisia. Pääpiirteittäin tutkimus on pohdiskeleva mielipidekirjoitus ravintoloiden nykytilanteesta, vaihtoehtoista ja siitä, mitkä ovat oleellisia ongelma-kohtia alalla.

---

Kohopenkkiviljelämä, ravintola, ekologisuus

## ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences  
Name of the Degree Programme  
Name of the Option

KOIVUNEN, ELLA  
The Value of Ecology on the Customer's Plate

Bachelor's thesis 31 pages, appendices 5  
April 2022

---

The goal of this thesis was to concretize how much people by themselves affect the climate change in the catering industry. In the theoretical framework there are topics such as history of raised garden cultivation and its' useful purpose in the catering industry and in the urban areas. The circular economy and its' role in the catering industry is also in an essential role.

For the thesis, a survey was made for restaurateurs and for customers. The purpose of these surveys was to chart, how much people affect the climate change in the catering industry. When we dismantled the survey and put the results together, we found out essential issues in the catering industry.

In the research, it was found out that a customer chooses the restaurant based on the cheap prizes over the environmentally friendly features. The results of the thesis concerning the restaurateurs and customers highlighted the both-sided issues. As a summary, the thesis is speculative opinion piece of the present situation of the restaurants, options they have and the essential issues of the industry.

**SISÄLLYS**

1	JOHDANTO .....	5
2	Ravintoloiden itseviljely .....	6
2.1	Kohopenkkiviljelämä .....	6
2.2	Hyötykäyttö kaupunkialueilla .....	7
2.3	Kohopenkkiviljelmien käyttö ravintola-alalla .....	8
3	Kiertotalous .....	9
3.1	Kiertotalous .....	9
3.2	Kiertotalouden näkyminen ravintoloissa .....	10
4	Kyselyt .....	11
4.1	Kysely ravintoloitsijoille .....	11
4.2	Kysely ravintoloissa käyville asiakkaille .....	12
4.3	Ravintolassa käyville asiakkaille kyselyn vastaukset .....	14
4.4	Ravintoloitsijoille suunnatun kyselyn vastaukset .....	18
5	POHDINTA .....	23
	LÄHTEET .....	25

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyö keskittyy pääosin ilmastonmuutoksen ja hävikin vähentämisen vaikutuksiin ravintola-alalla. Keskeisessä osassa on myös kiertotalouden näkyminen ravintoloissa. Kuinka ravintola-alalla asiakkaana sekä työntekijänä ihminen pystyy henkilökohtaisesti vaikuttamaan itse ilmastonmuutokseen ja siihen, että kuljetaan yhdessä lähemmäksi ekologisempaa maapalloa.

Kohopenkkiviljelmien hyötykäyttö ja ravintoloiden omavaraisuus kaupungeissa on nykypäivää, mutta kuinka paljon se antaa arvoa asiakkaalle ja onko sillä lopulta vaikutusta ympäristöön? Kuinka suuressa arvossa asiakkaat pitävät lähituotantoa ja sitä, että ravintola hyödyntää mahdollisuutta kasvattaa itse omatoimisesti raaka-aineita. Onko se tulevaisuutta? Antaako omatoiminen viljely ravintolalle enemmän arvoa ja onko se kannattavaa?

Nykypäivänä ihmisille tärkeää ruuassa on sen helppo ja nopea saatavuus. Onko se kuitenkin paras vaihtoehto? Kuinka moni ihminen olisi valmis uhraamaan päivästänsä murto-osan, ja kuinka moni ravintoloitsija olisi valmis joutumaan omassa ravintolassaan, jotta voidaan vaikuttaa kokonaisuudessa maailman kriiseihin edes pieneltä osalta.

## 2 Ravintoloiden itseviljely

### 2.1 Kohopenkkiviljelmä

Kohopenkki on kiinalainen viljelymenetelmä, jota on myöhemmin alettu harjoittamaan myös Euroopassa. Kiinalainen kohopenkkiviljeleminen eroaa eurooppalaisesta siten, että kohopenkit ovat jonkin verran matalammalla kuin eurooppalaisissa viljelmissä. (Yhteishyvä 2012.)

Kohopenkkiviljelmällä tarkoitetaan kasvualustaa, joka on nostettu maanpinnan yläpuolelle mahdollisesti erillisellä kehikolla tai reunoilla. Nostettu kasvualusta luo kasveille ihanteelliset kasvuolosuhteet, jolloin viljeleminen on huomattavasti helpompaa ja tehokkaampaa. Kohopenkkiviljelmiä voidaan hyödyntää lähes missä vain maailmalla. Kohopenkkiviljelmien pohjana käytetään kompostoituvaa maa-ainesta, jolloin penkki lämpenee herkästi, luo viljelmille ihanteelliset kasvuolosuhteet ja takaa ravinnerikkaan pohjan kasveille. (Iso-orvokkiniitty 2014.)

Kohopenkkiviljelmät ovat helppohoitoisia ja mahdollistavat viljelemisen lähes missä tahansa. Suomen kylmät ja lyhyet kesät aiheuttavat monin paikoin ongelmia viljelemisessä ja sadon kasvamisessa. Kohopenkkiviljelmät ovat kuitenkin tehokas tapa kasvattaa satoa niin kaupunkialueilla kuin maallakin ilman suurempaa hoitamista. Kohopenkkiviljelmiin ei juurikaan synny rikkaruohoja, joten verrattuna suuriin avomaaviljelmiin, kohopenkit ovat äärimmäisen helppoja hoitaa ja pitää kunnossa. (Kurjennokka.)

Kohopenkkiviljelmien etuja on se, että viljelyn voi aloittaa jo erittäin aikaisin keväällä ja lopettaa myöhään syksyllä, jolloin kasvuaika on suomen mittapuulla huomattavasti pidempi kuin avomaalla tai kasvihuoneissa. Viljelmien sadot ovat pääsääntöisesti erittäin runsaita ja tuottavia. Pienellä pinta-alalla on mahdollista kasvattaa kasveja niin paljon kuin ihminen jaksaa syödä. Kasvualustojen lämpövaikutus kestää mahdollisesti jopa 4–6 vuotta, mikäli niitä hoidetaan oikein. Eli kasvualustat ovat erittäin pitkäikäisiä. (Puutarhakasvatus 2018.)

## 2.2 Hyötykäyttö kaupunkialueilla

Monien maiden kaupungistuminen aiheuttaa suuria ongelmia ruokatuotannossa, päästöissä, sekä viljelymaiden vähyydessä ja niiden kannattavuudessa. Monet ihmiset ihannoivat elämän helppoutta kaupungeissa, kun kaikki asiat ovat nopeasti saavutettavissa. Tämä myös aiheuttaa ongelmia siltä osin, että väestö kaupungeissa kasvaa hurjaa vauhtia, jolloin ruokatuotanto ei pysy kasvavan väestön tahdissa. Kaupungistumisen rinnalla ihmiset haluavat vaikuttaa omalta osaltaan myös ilmastonmuutokseen, ja täten tehdä pienin askelin oman osansa ja osana tätä on kaupunkiviljely eli niin sanottu kohopenkkiviljely. (Tarahuri 2017.)

Kohopenkkiviljelmiä on alettu hyöty käyttämään monien maiden suurkaupungeissa. Viljelmillä ja puutarhoilla on monia positiivisia vaikutuksia kaupungeissa asuviin ihmisiin sekä lähellä olevaan ympäristöön. Viljelmät ja puutarhat ei pelkästään tuo ihmisiä lähemmäksi luontoa ja alkuperäänsä, vaan sillä on myös terveydellisiä vaikutuksia. Viljelmät ovat helppohoitoisia ja kasvavat lähes millä tahansa pinta-alalla ja tästä syystä viljelmiä hyöty käytetään usein kerrostalojen katoilla tai sisäpihoilla. Silloin ne eivät vie kaupungin maapinta-alasta turhaa tilaa ja talojen katoillekin saadaan oma hyötykäyttönsä, joka vaikuttaa globaalisti ilmastoon. (Ympäristöministeriö 2019.)

Ihmisiä kiehtoo nykypäivänä ruoan ekologisuus ja maailman tilaan vaikuttaminen. Monet taloyhtiöt ovatkin ottaneet käyttöönsä asukkaiden omat viljelmät talojen katoilla. Asukkaat voivat yhdessä päättää ketkä viljelevät ja mitä viljelevät. Asukkaat saavat helposti ja edullisesti raaka-aineita ja kaupanpäälle helpon ja mukavan harrastuksen. Raaka-aineiden ekologisuus ja luomutuotanto on nykypäivää ja sen suosio on räjähtävässä kasvussa ihmisten keskuudessa. (Kaupunkiviljely 2015.)

### 2.3 Kohopenkkiviljelmien käyttö ravintola-alalla

Pikkuhiljaa kohopenkkiviljelmiä on alettu käyttämään ravintoloissa, jolloin ravintoloiden on helppoa tuottaa puhtaita raaka-aineita omatoimisesti. Näin ravintolat tietävät raaka-aineiden alkuperän ja tuotannon eettisyyden, sekä luovat brändilleen ekologista leimaa. Ravintolat hyötyvät suuresti kohopenkkiviljelmien käytöstä, jolloin raaka-aineet ovat varmasti tuoreita, luomua sekä helposti saatavilla. (Kotiliesi 2013.)

Osa haastatelluista ravintoloista kertoo, että jopa parhaimmillaan ravintola pystyy tuottamaan 60–70% omista raaka-aineistaan itsenäisesti kohopenkkiviljelmillä. (Yle 2016.)

Jo vuonna 2010 ravintola-alalla pidettiin sellaisia ravintoloita ja kokkeja edelläkävijöinä ja kunnioitusta herättävinä, jotka mahdollistivat omien viljelyiden istuttamisen ja kasvattamisen. Ravintola-alalla raaka-aineiden puhtaus, tuoreus ja ekologisuus on ollut pinnalla lähemmäs 15 vuotta ja näyttää ettei trendille ole loppua näkyvissä. Nykypäivänä se onkin enemmän osa jokapäiväistä elämää, kuin pelkkä muoti-ilmiö. Päivä päivältä ravintolat hyödyntävät enemmän mahdollisuuksia loihtia lautaselle jotain omin käsin viljelemistään raaka-aineista. (Ruokatieto 2010.)

Ravintoloille kannattavaa kasvatettavaa ovat perinteiset raaka-aineet Suomessa, kuten peruna, porkkana, sipuli ja salaatti. Kyseiset tuotteet ovat helppo hoitaisia, eivätkä vaadi työntekijältä liiallista hoitamista. Ravintoloiden suosiossa ovat myös olleet erilaiset yrtit, jotka ovat mahdollista saada menestymään Suomen sääolosuhteissa. Monilla kasvatusalustat saattavat olla sisätiloissa tai esimerkiksi lasitetuilla terasseilla, täten antaen paljon enemmän vaihtoehtoja sille, mitä kasvattaa. Ravintoloille tyypillisiä yrttejä, jotka menestyvät myös Suomessa pienellä vaivalla, ovat ruohosipuli, persilja, tilli, oregano ja rosmariini. (Yle 2018.)

## 3 Kiertotalous

### 3.1 Kiertotalous

Nykypäivän kulutuskulttuuri on lähes huipussansa ympäri maailmaa, eikä ymmärrystä välttämättä riitä siihen, kuinka paljon maapallon resursseja tuhlaataan. Ihmisten tietoisuuteen yritetään tuoda laajemmin kiertotalous, jonka tavoitteena on kuluttaa tavarat ja esineet mahdollisimman pitkään ja loppuun asti. Se on talousmalli, jota suositellaan käytettäväksi jokaisen omassa henkilökohtaisessa taloudessa. Siinä pyritään pitämään pystyssä taloutta, jota pyörittämään ympäristöllä riittää kapasiteetti. (Europarlamentti 2015.)

Käytännössä kiertotaloudella tarkoitetaan sitä, että ihmisen tuottamat jätteet pyritään minimalisoimaan. Aina kun ihmisen tuottama tavara, asia tai esine tulee kulutettua loppuun ja kyseisen tavaran materiaali antaa periksi, se pyritään kierrättämään. Uusiokäyttöä ja tavaroiden ja esineiden kierrätystä yritetään kasvattaa jatkuvasti esimerkiksi kierrätyskeskuksia hyödyntäen, mikäli tavara on vielä sen kuntoinen, että joku muu voi sitä hyödyntää. Tällä hetkellä toimiva malli on lineaarinen, josta parlamentti pyrkii pääsemään eroon. Linearisessa käytössä esineiden käyttöikä lyhennetään tarkoituksellisesti, jotta ihmisten on pakko ostaa uutta nopeammin. Tähän on haettu muutosta ja tavoite on saada käyttöön maanlaajuisesti kiertotalouslainsäädännöt. (Tieto käyttöön 2019.)

Suomella on tavoitteena saada yhteiskunnasta mahdollisimman hiilineutraali vuoteen 2035 mennessä. Ideana tavoitteelle on, että hiilineutraalisesta kiertotalousyhteiskunnasta saataisiin suurin toimintamalli suomelle, ja täten suomen suurin perusta yhteiskunnalle. Hankkeessa pyritään vähentämään uusiutumattomien luonnonvarojen kulutusta niin paljon kuin vain on fyysisesti mahdollista. (Ympäristöministeriö 2022)

### 3.2 Kiertotalouden näkyminen ravintoloissa

Ravintoloilla on äärimmäisen paljon vaihtoehtoja, miten vaikuttaa maailman tilanteeseen ja kiertotalouteen omalta osaltaan. Ajan hermoilla oleva ravintola ottaa mahdollisesti huomioon niin ruokahävikin vähentämisen, reseptiikan, lähi-tuotannon, itsekasvattamisen sekä raaka-aineen hiilijalanjäljen. Unohtamatta myöskään innovaatioisimpia tempauksia, kuten omaa kompostoria, jolloin kiertokulku pysyy ravintolan ja kasvattajan välisenä, kun käytettävä multa kulkee ravintolalta takaisin kasvattajalle. Työvaatteiden valinnallakin voi vaikuttaa maailmantilanteeseen, mikäli suosii paikkaa, missä työvaatteet ovat luotu kierrätysmateriaaleista. Vaatteita saa tilattua nykypäivänä muovi- sekä sekajätteestä tuunattuna. (Sitra 2018)

Ravintolat kantavat itse vastuun siitä, miten haluavat toimia ja vaikuttaa maailman tilanteeseen. Suomi on aina ollut jokseenkin sulkeutuva maa ja täten myös kulkenut maailman trendeissä hieman jäljessä. Maailman ilmastoon vaikuttaminen ei toivottavasti jää vain trendiksi, vaan pyrkimys olisi se, että se jäisi vaki-naiseksi toimintamalliksi niin maailmalla kuin Suomessakin. (Sitra.)

Suomalaisten ravintoloitsijoiden on huomattavasti haastavampaa vaikuttaa maailman tilanteeseen omalta osaltaan, kun suomalaisten asiakkaiden tarve ravintoloille on pääosin lounasbuffet ja halpa ruoka. Täten myös asiakkaita on vaikea houkutella, jos asiakaskunta ei kolahda juuri omalle kohdalle, tai jos ravintola ei menesty vahingossa. Ravintoloitsijoiden pyrkimys tulisi kohdistua siihen, että puhalletaan yhteen hiileen ja rikotaan yhdessä nykypäivän tottumuk-sia. Tilanne on se, että kun uusi ravintola avaa ovensa uudella trendillä ja inno-vaatiolla, se tuntuu asiakkaista liian vieraalta ja etäiseltä, jolloin se ei ole kan-nattavaa ja asiakaskuntaa ei riitä. Ilmastonmuutokseen vaikuttamisesta pitäisi saada Suomessa normi, jolloin suomalaisten asiakkaiden olisi helpompi lähes-tyä ravintoloita, jotka pyrkivät omalta osaltaan vaikuttamaan maailman tilantee-seen. (Ilmasto-opas 2022.)

## 4 Kyselyt

Kysymyksillä pyritään selvittämään suomalaisten ravintoloitsijoiden ja asiakkaiden kiinnostusta maailmantilanteeseen ja kuinka he omalta osaltaan vaikuttavat ilmastonmuutokseen pienin askelin. Kyselyt tehdään nimettöminä, ja vaikka vastanneiden ravintoloiden nimet mainitaan kyselyissä, ei tuloksia läpikäydessä kuitenkaan kerrota, mikä vastaus on kenenkin. Kyselyiden laatimisessa apuna käytettiin google formsia, joka oli helppo jakaa ihmisille ja jonka avulla kyselyiden tulokset sai kätevästi nimettömänä.

Kyselyä jaettaessa mukaan liitettiin saateteksti, josta kyselyyn osallistujille selvitettiin taustaorganisaatio, tutkimuksen tekijä, henkilötietojen käsittely tutkimuksessa ja mitä kyselyyn osallistuminen loppujen lopuksi tarkoittaa. Google forms kyselyt toimii anonyymisti, jolloin kyselyihin vastanneiden tietojen käsittely on yksinkertaisempi ja helpompi toimenpide. Tutkimus on Tampereen ammattikorkeakoulun kautta laadittu opinnäytetyö palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelmaan sisältyen.

### 4.1 Kysely ravintoloitsijoille

1. Missä ravintolassa työskentelet?
2. Saako ravintolanne nimen mainita opinnäytetyössä?
3. Miten vaikutatte omalta osaltanne ravintolassa hävikin vähentämiseen?
4. Kasvattaako ravintolanne itse raaka-aineita?
5. Mikäli ravintolalla olisi mahdollisuus kasvattaa omia raaka-aineita, tarttuisittekko mahdollisuuteen?
6. Onko henkilökunta saanut erillistä perehdytystä kiertotalouteen, ekologisuuteen sekä hävikin vähentämiseen?
7. Kiinnitättekö ravintolassa huomiota lähituotannon suosimiseen, ja jos kyllä, niin kenen kautta?
8. Kuinka paljon lähituotettu/itsetuotettu raaka-aine tuo lisäarvoa lautasella asiakkaalle?

## 4.2 Kysely ravintoloissa käyville asiakkaille

1. Ikä
2. Sukupuoli
  - Nainen
  - Mies
  - Muunsukupuolinen
  - En halua kertoa
3. Kuinka usein kk käyt syömässä ulkona?
  - 1–2
  - 2–5
  - 5–10
  - 10 ->
4. Jos olet lähdössä syömään lounasta ystäväiesi kanssa, millä periaatteella valitset ravintolan? Valitse itsellesi kolme tärkeintä vaihtoehtoa.
  - Sijainti
  - Edullinen hinta
  - Paikallisuus
  - Lähituotanto
  - Tuttu ravintoloitsija
  - Oma ruokavalio
  - Trendikkyys
  - Joku muu: Mikä?
5. Olet menossa illallistamaan A la carte ravintolaan, millä periaatteella valitset ravintolan? Valitse itsellesi kolme tärkeintä vaihtoehtoa.
  - Sijainti
  - Edullinen hinta
  - Paikallisuus
  - Lähituotanto
  - Tuttu ravintoloitsija
  - Oma ruokavalio

- Trendikkyys
- Joku muu: Mikä?

6. Mikä kuvastaa parhaiten omaa ajatusmaailmaasi? Valitse kolme vaihtoehtoa.

- Esteettinen ulkonäkö
- Hyvät arvostelut
- Ravintolan tunnettavuus
- Ekologisuus
- Lähituotanto
- Ravintolan itsetuottamat raaka-aineet
- Ravintola huomioi kiertotalouden
- Hinta
- Joku muu: Mikä?

7. Oletko valmis joustamaan omissa kriteereissäsi esimerkiksi hinnassa tai sijainnissa, jos ravintola muuten toimii toivomuksien mukaisesti?

8. Antaako mielestäsi lähituotettu / itse kasvatettu raaka-aine lisäarvoa lautaselle ravintolassa?

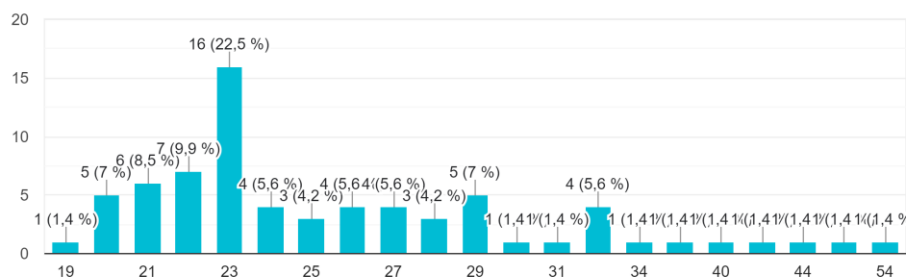
### 4.3 Ravintolassa käyville asiakkaille kyselyn vastaukset

Asiakkaille suunnattu kysely luotiin google formsin kautta, joka helpotti kyselyiden purkamista käytettäväksi materiaaliksi opinnäytetyötä varten. Kyselyä mainostettiin ja jaettiin Facebookin, Whatsappin ja sähköpostin avustuksella. Kysely luotiin 22.8.2022 ja suljettiin 26.9.2022. Kyselyyn vastaajilla oli kokonaisuudessaan kuukauden verran aikaa vastata kyselyyn.

Kyselyn kysymykset koostuvat sellaisista kysymyksistä, jotka edistävät tietämystä siitä, kuinka paljon loppujen lopuksi asiakkaat kiinnittävät huomiota, mihin ravintolaan he menevät ja mitkä asiat ovat asiakkaalle tärkeitä ravintolaa valitessa. Kyselyyn tuli kokonaisuudessaan 71 vastausta, joita lähdettiin purkamaan puhtaaksi opinnäytetyötä varten. Vastaukset kyselyyn olivat erittäin hajanaisia, mutta selkeä kultainen keskitie kyselystä silti löytyi. Pääsääntöisesti kyselyyn vastanneiden ikäluokka pyöri 20-30 ikävuoden välillä, vaikka kokonaisuudessaan vaihteluväli oli todella suuri, mikä antoi myös kyselylle laajempaa perspektiiviä.

#### 1. Ikä

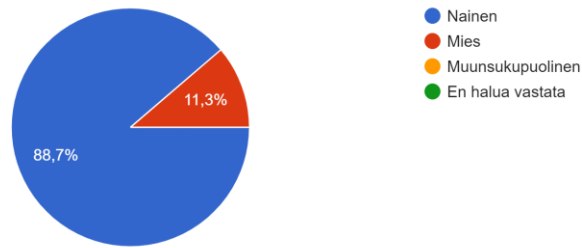
71 vastausta



Kuvio 1, Vastanneiden ikä. n=71

## 2. Sukupuoli

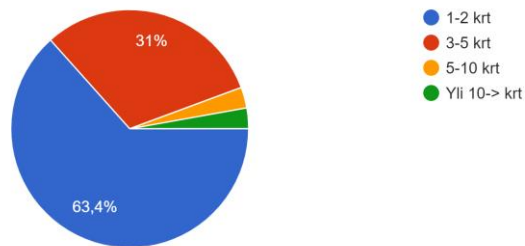
71 vastausta



Kuvio 2, Vastanneiden sukupuolijakauma. n=71

## 3. Kuinka usein kuukauden aikana käyt syömässä ulkona?

71 vastausta

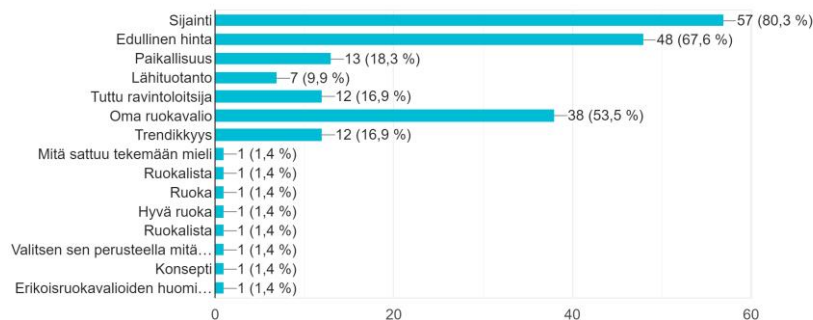


Kuvio 3, Tilasto vastanneiden ulkona syömisestä kuukaudessa. n=71

## 4. Jos olet lähdössä syömään lounasta ystäväiesi kanssa, millä periaatteella valitset ravintolan?

Valitse itsellesi kolme tärkeintä vaihtoehtoa.

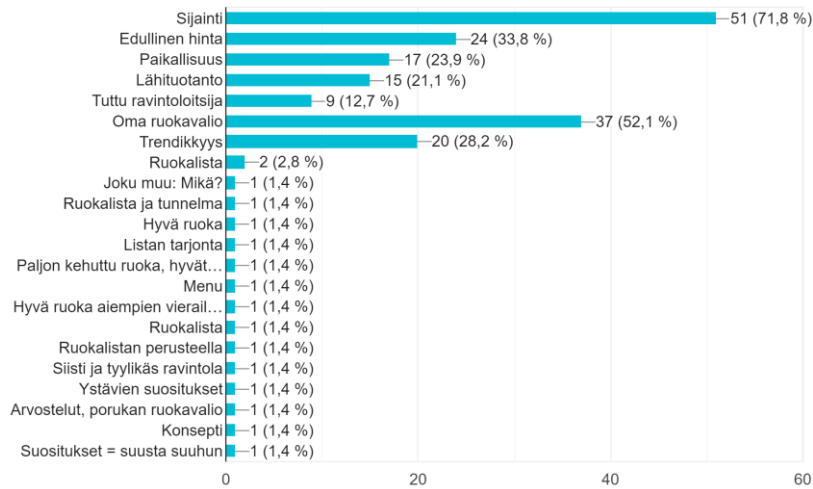
71 vastausta



Kuvio 4, Asiakkaan perustelu lounaspaikan valinnalle. n=71

5. Olet menossa illallistamaan A la carte ravintolaan, millä periaatteella valitset ravintolan? Valitse itsellesi kolme tärkeintä vaihtoehtoa.

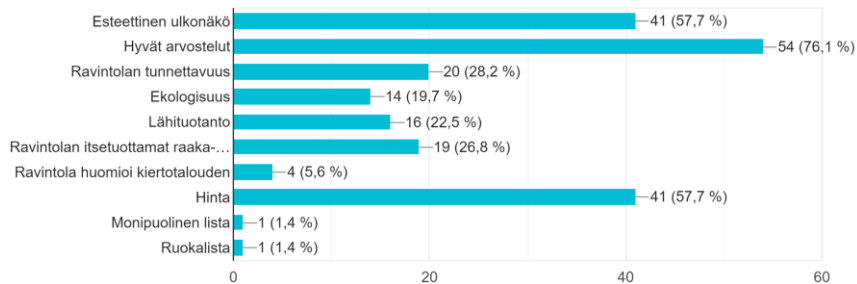
71 vastausta



Kuvio 5, Asiakkaan perustelu A la carte ravintolan valintaan. n=71

6. Mikä kuvastaa parhaiten omaa ajatusmaailmaasi? Valitse kolme vaihtoehtoa.

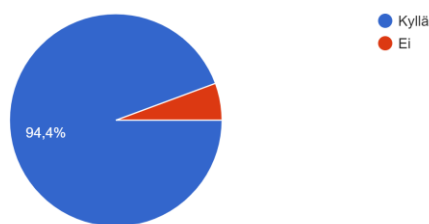
71 vastausta



Kuvio 6, Asiakkaan omaa ajatusmaailmaa kuvaavimmat asiat ravintolaa miettiessä. n=71

7. Oletko valmis joustamaan omissa kriteereissäsi esimerkiksi hinnassa tai sijainnissa, jos ravintola muuten toimii toivomuksien mukaisesti?

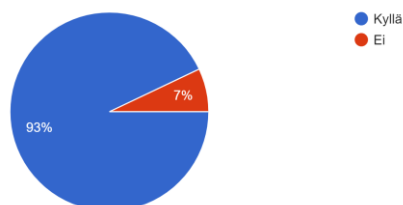
71 vastausta



Kuvio 7, Omista kriteereistä joustaminen ravintolaa valitessa. n=71

8. Antaako mielestäsi lähituotettu / itse kasvatettu raaka-aine lisäarvoa lautaselle ravintolassa?

71 vastausta



Kuvio 8, Lähituotetun/itse kasvatetun raaka-aineen arvo asiakkaan lautasella. n=71

Kysymyksissä 4 ja 5 (Kuviot 4 ja 5, sivu 15 ja 16) oli huomioitavaa se, että sekä lounas- että A la carte ravintolaa etsiessä, ihmisille eniten merkitsevä asia oli ravintolan sijainti. Sijainti tulee olla ihmisille sellainen, että se on helposti lähestyttävissä tai valmiiksi sen matkan varrella tai säteellä, mistä ravintolaa etsitään. Harva asiakas on valmis kulkemaan pidemmän matkan päähän, mikäli ravintola sijaitsee oman toimintasäteen ulkopuolella.

Al la carte- ja lounasravintolassa eroavaisuutta oli se, että toiseksi tärkeimmäksi kriteeriksi lounasravintolassa ihmisille nousi edullinen hinta, kuin taas A la carte-ravintolassa tärkeäksi koettiin oma ruokavalio. Ruokavalion tärkeys kuitenkin korostui myös lounasravintolassa, jossa se oli kolmanneksi tärkeimpänä kriteerinä. A la carte-ravintolassa pinnalle nousi myös ravintolan paikallisuus ja trendikkyys, mitkä ovat isoja vaikuttavia tekijöitä ravintolaa valittaessa. Lounasravin-

tolassa suosittiin myös paikallisuutta, mutta se oli ihmisille jo toissijainen asia sijaintiin ja hintaan nähden.

Kysymyksessä 6 (Kuvio 6, sivu 16.) kysyttiin asiakkaalta, mitkä asiat kuvastavat parhaiten hänen omaa ajatusmaailmaansa. Kysymyksessä selkeästi kärkikolmikkoon nousseet vastaukset olivat esteettinen ulkonäkö, hyvät arvostelut sekä hinta. Ihmisille selkeästi ravintolassa lisäarvoa tuo, mikäli ravintola ja annokset ovat huoliteltuja ja ulkonäkö on esteettinen.

#### **4.4 Ravintoloisijoille suunnatun kyselyn vastaukset**

Ravintoloitsijoille suunnattuun kyselyyn tuli kaiken kaikkiaan 5 vastausta. Kysely luotiin 22.8.2022 ja suljettiin 26.9.2022. Kyselyyn vastanneilla oli kuukauden verran aikaa vastata kyselyyn. Kyselyä mainostettiin facebookin kautta ryhmässä ravintolatyöntekijät Tampereella, josta saatiin kolme vastausta. Yhteyksissä oltiin Plevnaan, Berthaan, Tamperetaloon, Huberiin ja Muusaan, josta Plevnalla ja Huberilla oli mahdollisuus vastata kyselyyn.

Kysymyksien vastaukset olivat hajanaisia, koska kyselyyn vastanneet ravintolat olivat erilaisia, mutta ne antoivat hyvää kultasta keskitietä sille, minkä tyyppisille ravintoloille ympäristöasiat ovat tärkeitä ja minkälaisilla ravintoloilla se antaa asiakkaille lisäarvoa lautaselle. Kokonaisuudessaan ravintoloiden nimiä ei käytetä opinnäytetyössä vastauksien yhteydessä, jotta vastaukset pysyvät nimettömänä vähäisen vastaajamäärän vuoksi.

##### **1. Missä ravintolassa työskentelet?**

Gastropub Nordic

Lounasravintola Wigren, Pata S

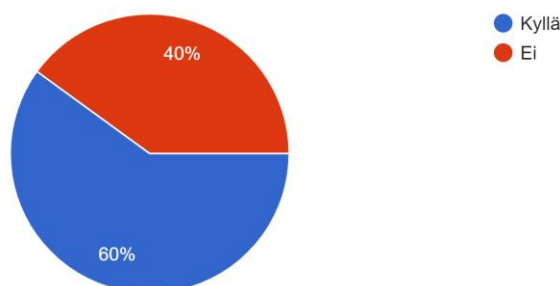
Sushiravintola

Plevna

Huber

2. Saako ravintolanne nimen mainita opinnäytetyössä?

5 vastausta



Kuvio 9, Ravintolan nimen mainitseminen opinnäytetyössä. n=5

3. Miten vaikutatte omalta osaltanne ravintolassa hävikin vähentämiseen?

*Mikäli raaka-aine on menossa vanhaksi, meillä on käytössä ResQ Club-sovellus, jolla myymme vanhenevat tuotteet pois. Keräämme myös biojätteet erikseen, joten jos asiakkaalta jää annoksesta syömättä osa, tarjoamme ensin sitä mukaan ja sen jälkeen se osuus menee valitettavasti biojätteeseen. Olemme saaneet hävikin minimoitua sillä, että yritämme ennustaa menekkiä ja siten, että osa vähiten kuluvista raaka-aineista on siirretty pakkaseen.*

*Santsaus mahdollisuus eli heti ei tarvitse ottaa lautasta täyteen ja asiakkaat saavat itse ottaa linjastosta.*

*Reseptien tarkan noudattamisen, sekä mahdollisten ylijäämäruokien hyväntekeväisyyteen laittamisen kautta.*

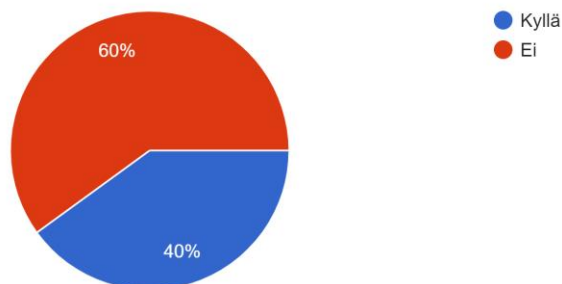
*Hävikkiä pyritään vähentämään käyttämällä raaka-aineista kaikki mahdollinen.*

*Ravintolassamme käytetään raaka-aineet kokonaisuutena, ja hävikkiä täten syntyy äärimmäisen vähän. Ruuan menekin seuranta on tarkkaa, ja annokset valmistetaan asiakaskohtaisesti, eikä mitään tehdä juurikaan etukäteen, jolloin ruokaa menee vähemmän*

*roskiin. Myös reseptiikka on meillä tarkkaa, ja täten ruuan menekkiä pystytään laskemaan ja arvioimaan huomattavasti tarkemmalla kaavalla.*

4. Kasvattaako ravintolanne itse raaka-aineita?

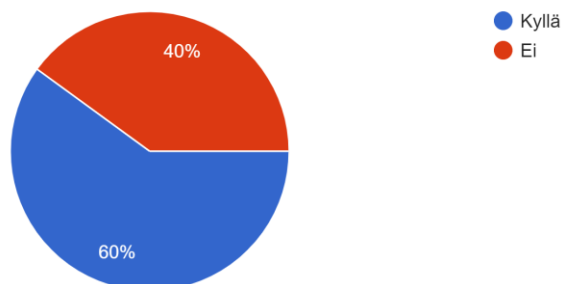
5 vastausta



Kuvio 10, Tilastoa ravintoloiden itse kasvattamisesta. n=5

5. Mikäli ravintolalla olisi mahdollisuus kasvattaa omia raaka-aineita, tarttuisitteko mahdollisuuteen?

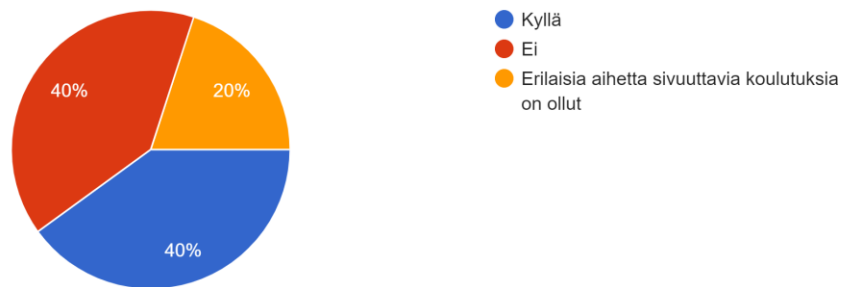
5 vastausta



Kuvio 11, Jos ravintolalla olisi mahdollisuus kasvattamiseen, tarttuisiko se tilaisuuteen? n=5

6. Onko henkilökunta saanut erillistä perehdytystä kiertotalouteen, ekologisuuteen sekä hävikin vähentämiseen?

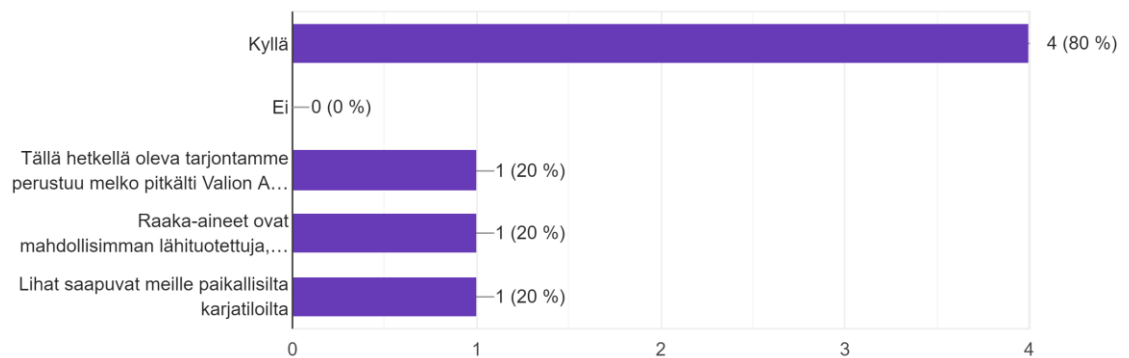
5 vastausta



Kuvio 12, henkilökunnan perehdyttäminen. n=5

7. Kiinnitättekö ravintolassa huomiota lähituotannon suosimiseen, ja jos kyllä, niin kenen kautta?

5 vastausta



Kuvio 13, lähituotannon suosiminen ravintolassa. n=5

## 8. Kuinka paljon lähituotettu/itsetuotettu raaka-aine tuo lisäarvoa lautasel-la asiakkaalle?

*Meidän ruokalistallamme lähituotetulla raaka-aineella ei ainakaan tällä hetkellä ole meidän mielestämme niin suurta merkitystä. Tilanne saattaisi muuttua, mikäli ruokalistaamme hieman muutettaisiin, mutta se on hieman riskaabelia, sillä listamme tuotteita menee melko tasaisesti kaikkea.*

*Nähdäkseni miesvoittoinen asiakaskuntamme ei ole kovin kiinnostunut asiasta, ehkä pääasia tai edes vähän kiinnostava asia on, että on kotimaista.*

*Asiakkaat arvostavat lähituotettua ruokaa nykypäivänä enemmän kuin ennen. Se on jopa jossain määrin helppo mainoskikka, joka houkuttelee tietyn tyyppisiä asiakkaita ravintolaan.*

*Arvosta en osaa sanoa, mutta toivottavasti pystymme vaikuttamaan omalta osaltamme maailman tilanteeseen siinä suhteessa, ettemme ainakaan edistä ilmaston lämpenemistä.*

*Asiakkaat tulevat hakemaan elämystä, ja täten myös haluavat tietää raaka-aineiden alkuperän. Itse koemme että lähituotettu/itsetuotettu tuo tietyille asiakasryhmälle äärimmäisen suurta arvoa lautaselle, mutta tämä koskee lähinnä tiettyä asiakasryhmää.*

## 5 POHDINTA

Työskentely laajamittaisesti lounasravintoloista, kahviloihin ja A la carte ravintoloihin viimeisen 10 vuoden aikana, on antanut perspektiiviä siitä, mitä suomen ravintola-ala pitää sisällään ja täten tekee aiheesta äärimmäisen tärkeän. Kiinnostus sekä ravintoloitsijoiden että asiakkaiden näkökulmiin antoi aiheelle kultaisten keskitien, ja korosti ongelmakohtia, mitkä ovat molemmin puoleisia.

Suomalaisten ravintoloiden on huomattavasti haastavampaa vaikuttaa maailman tilanteeseen omalta osaltaan, kuin maailmalla suuremmissa ravintoloissa ja kaupungeissa. Suomalaisten asiakkaiden tarpeisiin kuuluu yleensä lounasbuffet ja mahdollisimman halpa ruoka, huomioiden myös viimeisen vuoden tilanteen ruuan hinnan nousun myötä. Täten myös asiakkaita on vaikea houkuttaa uusiin ravintoloihin, mikäli asiakaskunta ei kolahda juuri omalle kohdalle tai uusi ravintola poikkeaa normista radikaalisti. Ravintoloiden tulisi pyrkiä siihen, että puhallettaisiin yhteen hiileen sekä rikottaisiin yhdessä nykypäivän trendejä. Tällä hetkellä, kun uusi ravintola avaa ovensa, innovaatio tuntuu asiakkaille niin etäiseltä ja oudolta, että se ei ole kannattavaa ja asiakaskuntaa ei riitä. Ilmastonmuutokseen vaikuttamisesta pitäisi täten saada Suomessa uusi normi, jolloin suomalaisten asiakkaiden olisi helpompi lähestyä ravintolaa.

Kyselyssä on nähtävissä eroavaisuus ravintoloiden ja asiakaskuntien välillä. Tietyille asiakaskunnille ja korkeatasoisemmille ravintoloille, ekologisuus ja lähituotanto tuo tiettyä arvoa lautaselle. Lounasravintoloissa kuitenkin ei juuri selvitetä ruoan alkuperää tai sitä, miten ravintola toimii omillaan yksilöllisesti. Suomalaisille lounaan syöminen on suoriutumisen, joka on välttämätön toimenpide, jolloin sen sisältöön ei perehdytä samalla tavalla kuin esimerkiksi A la Carte ravintolaan mentäessä. Silti monelle suomalaiselle on välttämätöntä valita jopa huonompi vaihtoehto lounaspaikoista, kuin että päättäisi syödä lounaan kotona ja valita kaupasta puhtaammat raaka-aineet.

Kyselyt ovat laadittu mieltien asiakkaiden tarpeita ja niiden kehitystä tulevan 10 vuoden suhteen. Huomattavaa oli, että suomalaisten mieltymykset ja tarpeet eivät juurikaan ole muuttuneet ajan saatossa. Nykypäivänä otetaan kantaa ilmastonmuutokseen, ekotekoihin, siihen miten voidaan vaikuttaa ja miten jokai-

nen omalta osaltaan voisi kierrättää. Silti itsessään tämä kysely antaa vaikutelman, että tärkeintä on ravintolan hinta, sijainti ja ruoan syötävä määrä, mikä ei tietenkään ole koko totuus aiheesta, mutta näyttäytyy oleellisessa osassa tutkimusta. Ravintoloiden on äärimmäisen vaikeaa vaikuttaa itse omalta osaltaan kiertotalouteen ja ilmastonmuutokseen, mikäli asiakkaat eivät tule tässä asiassa lainkaan vastaan.

Asiakas pystyy omalla toiminnallaan vaikuttamaan siihen, minkä tyyppiset ravintolat kannattavat ja pysyvät auki. Täten myös vaikuttaen ilmastonmuutokseen ja tukien ravintoloita, jotka pyrkivät muutokseen. Vastauksista iso osa antoi ymmärtää, että nykyinen hintataso on se, mikä vaikuttaa suomalaisten päätökseen, mikä on enemmän kuin ymmärrettävää. Ihmisellä on kuitenkin vapaus valita, syökö ulkona yhden kerran harvemmin kuukauden aikana ja valitsee sen ekologisemman paikan, vai keskittyykö siihen, että syö halvalla.

Ravintoloilla olisi helppo rako lähteä vaikuttamaan pienellä kynnyksellä asioihin, nykypäivän trendien takia. Tähän tarvittaisiin vain laajamittaisempaa kiinnostusta valtiolta ja koko alalta, jotta tavoitteet onnistuisivat. Yhden ravintolan toimintatapojen muuttaminen ei riitä, vaan muutos täytyisi lähteä ylempää. Kuitenkin pienillä asioilla on suuri merkitys ja se antaa esimerkkiä kaikille suomessa, miten lähdetään toimimaan, esimerkiksi kasviruokien suosiminen, vaikka ei itse henkilökohtaisesti kasvisyöjä olisikaan.

## LÄHTEET

Europarlamentti, 2015. Luettu 13.4.2022.

<https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/economy/20151201STO05603/mita-kiertotalous-on-ja-miksi-silla-on-merkitysta>

Iso-Orvokkiniitty, M. 17.6.2014. Luettu 12.4.2022. <https://iso-orvokkiniitty.fi/permakulttuuri/kohopenkit/>

Kaupunkiviljely, 2015. Luettu 12.4.2022 <https://kaupunkiviljely.fi/>

Kurjen nokka, S. Luettu 12.4.2022.

<https://kurjennokka.wordpress.com/kohopenkki-lampaanpehkusta/>

Kotiliesi, 2013. Luettu 17.11.2022. <https://kotiliesi.fi/koti/puutarha/tee-itse-satoisa-kohopenkki/>

Puutarhakasvatus, 2018. Luettu 12.4.2022.

<https://puutarhakasvatus.fi/puutarhamalleja/>

Ruokatieto, 2010. Luettu 13.4.2022.

<https://www.ruokatieto.fi/sv/uutiset/edellakavijaravintolat-ammentavat-makuja-omilta-palstoiltaan>

Sitra, 2018. Luettu 13.4.2022. <https://www.sitra.fi/aiheet/kiertotalous/>

Sitra, N. 2018. Luettu 28.9.2022. <https://www.sitra.fi/artikkelit/kiertotalous-on-nyt-ravintoloiden-uusin-trendi/>

Tieto käyttöön, 2019. Luettu 17.11.2022.

<https://tietokayttoon.fi/julkaisu?pubid=33104>

Yhteishyvä, M. 20.9.2012. Luettu 12.4.2022

<https://yhteishyva.fi/koti/kohopenkin-perustaminen/article-80943>

Yle, H. 2016. Luettu 13.4.2022.

<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/05/02/kaupunkiviljely-toi-puutarhat-pihoille-ja-parvekkeille>

Yle, 2018. Luettu 13.4.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-10144931>

Ympäristöministeriö, 2022. Luettu 17.11.2022. <https://ym.fi/kestavan-kulutuksen-ja-tuotannon-ohjelma-kultu>

[https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/first\\_circular\\_economy\\_action\\_plan.html](https://ec.europa.eu/environment/circular-economy/first_circular_economy_action_plan.html)

Ympäristöministeriö, 2019. Luettu 17.11.2022. <https://ym.fi/eu-n-kiertotalouspaketti>

## LIITTEET

### Liite 1, Kysely ravintoloitsijoille

#### Kysely ravintoloitsijoille

Opinnäytetyössä selvitetään kuinka paljon ravintoloiden omat valinnat vaikuttavat

\*Pakollinen

1. 1. Missä ravintolassa työskentelet? \*

\_\_\_\_\_

2. 2. Saako ravintolanne nimen mainita opinnäytetyössä? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

Kyllä

Ei

3. 3. Miten vaikutatte omalta osaltanne ravintolassa hävikin vähentämiseen? \*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. 4. Kasvattaako ravintolanne itse raaka-aineita? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

Kyllä

Ei

## Liite 2, Kysely ravintoloitsijoille.

5. 5. Mikäli ravintolalla olisi mahdollisuus kasvattaa omia raaka-aineita, tarttuisitteko mahdollisuuteen? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

Kyllä

Ei

6. 6. Onko henkilökunta saanut erillistä perehdytystä kiertotalouteen, ekologisuuteen sekä hävikin vähentämiseen? \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

Kyllä

Ei

Muu: \_\_\_\_\_

7. 7. Kiinnitättekö ravintolassa huomiota lähituotannon suosimiseen, ja jos kyllä, niin kenen kautta? \*

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

Kyllä

Ei

Muu: \_\_\_\_\_

8. 8. Kuinka paljon arvoa lähituotettu/itsetuotettu raaka-aine tuo lisäarvoa lautasella asiakkaalle? \*

---

---

---

---

---

### Liite 3, Kysely ravintoloitsijoille.

#### 9. 9. Ravintolan oma vapaasana

---

---

---

---

---

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.

Google Forms

## Liite 4, Kysely ravintoloissa käyville asiakkaille.

## Kysely ravintoloissa käyville asiakkaille

Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa asiakkaiden kiinnostusta siitä, kuinka paljon ravintolan tekemät valinnat vaikuttavat asiakkaan mielipiteisiin ravintoloista.

\*Pakollinen

1. **1. Ikä \***

---

2. **2. Sukupuoli \***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Nainen
- Mies
- Muunsukupuolinen
- En halua vastata

3. **3. Kuinka usein kuukauden aikana käyt syömässä ulkona? \***

*Merkitse vain yksi soikio.*

- 1-2 krt
- 3-5 krt
- 5-10 krt
- Yli 10-> krt

## Liite 5, Kysely ravintoloissa käyville asiakkaille.

6. **6. Mikä kuvastaa parhaiten omaa ajatusmaailmaasi? Valitse kolme vaihtoehtoa.** \*

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

- Esteettinen ulkonäkö
- Hyvät arvostelut
- Ravintolan tunnettavuus
- Ekologisuus
- Lähiuotanto
- Ravintolan itsetuottamat raaka-aineet
- Ravintola huomioi kiertotalouden
- Hinta
- Muu: \_\_\_\_\_

7. **7. Oletko valmis joustamaan omissa kriteereissäsäi esimerkiksi hinnassa tai sijainnissa, jos ravintola muuten toimii toivomuksien mukaisesti?** \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä
- Ei

8. **8. Antaako mielestäsi lähituotettu / itse kasvatettu raaka-aine lisäarvoa lautaselle ravintolassa?** \*

*Merkitse vain yksi soikio.*

- Kyllä
- Ei

---

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.

Google Forms